

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menyelenggarakan acara atau kegiatan khusus (*special event*) dalam Humas merupakan salah satu kiat untuk menarik perhatian media pers dan publik terhadap perusahaan atau produk tertentu yang akan ditampilkan dalam acara tersebut. Penyelenggaraan *special event* memerlukan keahlian khusus yang berkaitan dengan proses manajemen agar acara tersebut dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Proses manajemen *special event* meliputi tahapan-tahapan yang saling berkesinambungan antara satu dan tahap berikutnya guna menciptakan event yang sukses, memiliki kesan mendalam, serta mampu mencapai tujuan dari lembaga penyelenggara. Manajemen *event* sangat diperlukan sebuah keahlian khusus dan imajinasi yang tinggi untuk merangkai *event* yang akan dikenang dengan baik oleh seluruh pihak yang bersangkutan.

Ruslan (2012) dalam bukunya Manajemen *Public Relations & Media Komunikasi* menjelaskan bahwa untuk menyelenggarakan acara khusus (*special event*), PR harus mampu menarik perhatian dari public terhadap perusahaan atau produk tertentu yang ingin ditampilkan melalui aktivitas *special event* itu sendiri. Kegiatan *special event* merupakan serangkaian kegiatan promosi yang dilakukan oleh PR agar mampu meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), kesadaran (*awareness*) upaya pemenuhan selera (*pressure*), dan menarik simpati atau empati sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua belah pihak. Pada

akhirnya kegiatan ini dapat menciptakan citra *image*) positif dari masyarakat atau public sebagai target sarannya.

Bagi sebuah organisasi citra akan menjadi sesuatu yang penting ketika perusahaan menyadari hal tersebut, oleh karena itu perusahaan perlu melakukan manajemen special event dalam pemeliharaan citra yang sudah terbentuk untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan akibat dari pergeseran atau penurunan citra lembaga.

Hijabers Community Bandung (HCB) merupakan sebuah komunitas non-profit yang berdiri sejak Februari 2011 dan beranggotakan perempuan muslimah muda berusia 18-35 tahun, dengan beragam latar belakang seperti wirausahawan, mahasiswa, guru, karyawan, dan lain-lain. Salah satu tujuan dibentuknya HCB adalah menjadi wadah silaturahmi bagi muslimah muda untuk saling mendalami ilmu agama, menonjolkan citra positif muslimah muda, serta menyempurnakan kewajiban.

Bertepatan dengan hari jadinya yang ke- Tujuh . *Hijabers Community* Bandung (HCB) membuat sebuah perhelatan besar bernama Pengajian Akbar Februari (PAF) yang tahun ini namanya berganti menjadi HC Day Bandung 2018. Acara ini digelar pada tanggal 18 Februari 2018 bertempat di Hotel Grand Asrillia.

Peneliti melakukan pra wawancara penelitian dengan Sya'vina Imay selaku penanggung jawab Pengajian Akbar Februari , pada 13 Desember 2018 di Bandung. Berdasarkan hasil pra wawancara, latar belakang diselenggarakan acara

PAF ini untuk membuat masyarakat semakin aware akan keberadaan HCB. Karena selama empat tahun belakangan, mereka tidak pernah membuat event besar sampai melonjakkan popularitasnya HCB. Dalam hal ini mereka harus membuat suatu acara yang bisa menjadi terobosan dan membuat HCB diingat oleh masyarakat.

Acara ini terdiri dari beberapa rangkaian yaitu *Pengajian & Tausyiah, Talk Show, Penampilan hiburan, Kontes Out Fit of The Day, Charity untuk negeri, dan Charity Internasional*. Sasaran acara 3000 orang yang terdiri dari member *Hijabers Community*, forum dakwah, komunitas di kota Bandung, majelis taklim, serta masyarakat umum di kota Bandung. Acara ini terbuka untuk umum bagi perempuan dan laki-laki. Tidak ada batasan usia karena semua usia dapat menghadiri acara ini.

Tujuan acara ini antara lain sebagai media komunikasi dakwah dan berbagi ilmu bersama kaum muslimin dan muslimah Bandung dan sekitarnya, sebagai aktivitas untuk menumbuhkan kepedulian kepada sesama, sebagai ajang silaturahmi di kalangan muslim dan muslimah kota Bandung dan sekitarnya, sebagai kegiatan bentuk syukur milad ke 7 HCB.

Animo masyarakat Bandung untuk terlibat dalam acara ini besar. Hal ini dapat terlihat dari awal jumlah pendaftar online serta jumlah peserta yang hadir ke venue acara. Publikasi acara ini menggunakan media sosial HCB, talkshow radio, adlibs radio, iklan di Koran, media sosial dari media partner, serta media massa.

Target Acara tahun lalu 1500 orang saat hari H dihadiri lebih dari 1500 Orang.

Untuk tahun ini target acara 3000 orang yang akan hadir

Acara ini tidak di rangkai oleh seorang Event Organizer professional, melainkan oleh pengurus dan volunteer HCB yang direkrut dua bulan sebelum acara berlangsung. Banyak di antara committee dan volunteer yang baru pertama kali membuat sebuah event. Hal ini tentu menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pihak HCB untuk mengelola acara.

Peneliti juga melakukan pra wawancara kepada koordinator Humas PAF Shafira Siswanda untuk mengetahui kegiatan humas PAF. Berdasarkan hasil pra wawancara Sebagai bagian dari Humas HCB, Shafira merasa acara PAF merupakan salah satu momentum paling penting bagi HCB untuk mengenalkan komunitasnya kepada masyarakat serta menjalin kerjasama dengan banyak pihak. Dampak yang dirasakan bukan hanya saat acara berlangsung tetapi juga sangat terasa ketika acara sudah selesai.

Acara PAF mendapat umpan balik yang beragam dari pihak yang hadir dan terlibat. Pihak sponsor, media partner, dan pendukung lainnya seperti hotel memberikan umpan balik positif terhadap acara ini. Acara PAF dinilai mampu memberikan keuntungan bagi mereka. Tetapi panitia juga mendapat kritik keras dari peserta acara, seperti pernyataan Syavina imaya berdasarkan hasil pra wawancara salah satu kritik paling besar acara ini adalah konten pengajian akbar itu sendiri lebih sedikit dibandingkan dengan presentasi sponsor serta kapasitas ruangan yang tidak memadai. Beberapa peserta mengatakan bahwa acara ini

dipenuhi dengan iklan-iklan dan promosi, sementara untuk konten pengajian sendiri sangat kurang. Hal ini memang menjadi kelemahan acara PAF. Banyak juga peserta yang meninggalkan tempat acara sebelum acara selesai. Setelah acara berlangsung panitia PAF tidak melakukan evaluasi kepada peserta acara. Panitia juga tidak membuat sebuah laporan pertanggungjawaban yang dapat diakses oleh publik. Tidak ada *media monitoring* dan *media clipping* terkait acara PAF.

Nugroho, dan Susan (2016) dalam Jurnal Komunikasi; Pelaksanaan Kegiatan *Special Event* Jakarta Goes Pink oleh Pink Indonesia Vol. X No. 02 menjelaskan bahwa Event merupakan salah satu tools untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam penyelenggaraan suatu event, terlebih dahulu penyelenggara harus melakukan riset untuk menentukan hal apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara untuk mencapainya.

Event perusahaan atau lembaga, merupakan salah satu kegiatan *public relations* yang memerlukan fungsi manajemen. Terlebih lagi jika perusahaan memiliki beberapa segmentasi yang ingin dicapai dalam mempertahankan citranya Diperlukannya manajemen yang baik untuk melakukan sebuah *event* yang melibatkan antara publik internal maupun publik eksternal.

Elvinaro Ardianto (2009: 104) dalam bukunya Public Relations Praktis menjelaskan bahwa salah satu kiat keberhasilan dalam kegiatan *public relations* untuk proses publikasi dan menciptakan citra positif merupakan dengan melakukan komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*), melalui suatu program kerja humas untuk memberikan

informasi secara langsung (bertatap muka) yang dapat dikemas dalam suatu media PR pada acara khusus dan menarik atau banyak juga dikenal dengan “*special events PR programme*”, baik untuk mewakili perusahaan, tentang pengenalan dan pengetahuan produk, atau mengenai pelayanan yang dapat diberikan pihak masyarakat sebagai khalayak sasaran.

Peneliti mengkaji mengenai sebuah manajemen special event *public relations* lembaga melalui *event*. Lembaga tersebut adalah lembaga yang memiliki *event* tahunan. Setelah melakukan pra wawancara terhadap *event* tersebut, adanya manajemen yang dilakukan oleh *Hijabers Community* Bandung dalam mensukseskan Pengajian Akbar Februari *event* mulai tahap riset, proses desain, proses perencanaan, koordinasi, dan evaluasi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada *Hijabers Community* Bandung.

Penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus pendekatan kualitatif deskriptif. Studi kasus bertujuan untuk mengetahui secara langsung dan mendalam mengenai sebuah kasus. Studi kasus yang digambarkan mengenai proses manajemen special event yang dilakukan oleh *Hijabers Community* Bandung dalam menyelenggarakan acara Pengajian Akbar Februari. Melihat fenomena tersebut peneliti tertarik untuk memaparkan proses Manajemen *Special Event* Pengajian Akbar Februari yang dilakukan oleh *Hijabers Community* Bandung.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu ‘‘Manajemen *Special Event* Pengajian Akbar Februari’’ (Studi Deskriptif di Humas Hijabers Community Bandung)

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka pertanyaan penelitian meliputi:

1. Bagaimana riset yang dilakukan oleh *Hijabers Community* Bandung sebelum mengadakan acara Pengajian Akbar Februari?
2. Bagaimana proses desain yang dilakukan pada *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?
3. Bagaimana proses perencanaan yang dilakukan pada *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?
4. Bagaimana koordinasi yang dilakukan pada *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?
5. Bagaimana evaluasi dari penyelenggaraan *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui paradigma konstruktivistik dengan metodologi penelitian deskriptif mengenai

manajemen special event pengajian akbar Februari *Hijabers Community* Bandung. Tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk mengetahui bagaimana riset yang dilakukan oleh *Hijabers Community* Bandung sebelum mengadakan acara Pengajian Akbar Februari?
2. Untuk mengetahui bagaimana proses desain yang dilakukan pada *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?
3. Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan yang dilakukan pada *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?
4. Untuk mengetahui bagaimana koordinasi yang dilakukan pada *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?
5. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi dari penyelenggaraan *special event* Pengajian Akbar Februari oleh *Hijabers Community* Bandung?

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Dapat memperkaya khasanah kajian ilmiah mengenai proses manajemen *special event* khususnya dalam studi mengenai *Public Relations Event*.
2. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan bidang disiplin ilmu Komunikasi khususnya di bidang Public Relations, manajemen PR *Event*, Publisitas, serta dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang di teliti.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat memberi manfaat berupa bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang diharapkan mampu memperkaya penelitian mengenai manajemen special event yang ditinjau dari sudut pandang Public Relations.

2. Bagi Komunitas

Bagi *Hijabers Community* Bandung diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi yang valid dan mendalam atas kerja keras yang telah dilakukan selama proses pra, hari H, dan pasca event. Kemudian, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi bagi komunitas/ perusahaan/ lembaga lain yang ingin menyelenggarakan sebuah perhelatan akbar yang membutuhkan perencanaan dan manajemen *special event* secara khusus.

1.6 Tinjauan Pustaka

Hal ini bertujuan untuk menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti, tinjauan pustaka berisikan tentang data-data sekunder yang peneliti peroleh dari jurnal-jurnal ilmiah atau hasil penelitian pihak lain yang dijadikan asumsi-asumsi yang memungkinkan terjadinya penalaran untuk menjawab masalah yang diajukan peneliti.

1.6.1 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu memang sangat penting dalam sebuah proses penelitian.

Peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki

keterkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Pertama, Penelitian yang dilakukan **Wulan Angraeni** , Universitas Padjadjaran , 2015 . Penelitian tersebut berjudul “*Special Event* Perayaan Ulang Tahun ANTV Ke 22 INDONESIA KEREN.” Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan riset, perencanaan, desain, koordinasi, dan evaluasi yang dilakukan oleh panitia pelaksana HUT ANTV ke 22 dalam mengadakan *Special Event* “INDONESIA KEREN” untuk meningkatkan rating ANTV. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, studi pustaka, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa panitia “Indonesia keren” melakukan riset khalayak berupa rating. Konsep acara “Indonesia heritage” di wujudkan dalam bentuk konten, pencahayaan, warna, dan pengisi acara. Panitia juga mengadakan rapat besar dan rapat rutin untuk menjaga koordinasi dengan seluruh anggota tim baik pihak internal maupun eksternal. Hasil evaluasi acara dapat dilihat dari perolehan rating, share dan media exposure yang cukup tinggi dan respons penonton yang baik.

Kedua, Penelitian yang dilakukan **Rokani** , Universitas Padjadjaran 2015. Penelitian tersebut berjudul “Silaturahmi Akbar Bidikmisi Unpad”,. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tahap riset, perencanaan, desain,

koordinasi, dan evaluasi manajemen special event “Silaturahmi Akbar Bidikmisi Unpad oleh Kabim Unpad.” Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik penelitian melalui wawancara kualitatif, observasi, dokumen-dokumen, dan materi audio visual. Hasil penelitian adalah panitia melakukan riset dengan pendekatan informal dalam menentukan tema acara. Tema diwujudkan dalam desain pengisi acara, dekorasi, warna, music, & pencahayaan. Koordinasi melalui rapat panitia rutin. Setelah selesai acara pun dilakukan evaluasi. Setelah mengikuti event ini, para peserta penerima bidik misi jadi merasa termotivasi untuk mengikuti kegiatan bidikmisi.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan **Dian Permata Sari**, Universitas Padjadjaran 2014. Penelitian tersebut berjudul ”Manajemen special event LOOKATS Market 2013 oleh LOOKATS Project Dalam Upaya Meningkatkan Image Local Brand, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui riset, perencanaan, desain, koordinasi, dan evaluasi yang dilakukan oleh LOOKATS Market 2013 sebagai upaya meningkatkan image local brand. Metode yang digunakan deskriptif dengan jenis data kualitatif. Teknik penelitian melalui wawancara mendalam, studi pustaka, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa riset yang dilakukan melalui pendekatan informal untuk menentukan tema acara yang sesuai dengan kondisi saat ini yaitu “Retrorave” diwujudkan dalam desain pencahayaan, warna, dan pengisi acara. Rapat rutin dan rapat besar selalu dilakukan untuk menjaga koordinasi dengan tim. Serta dilakukan koordinasi dengan pihak eksternal. Setelah acara berlangsung

dilakukan evaluasi. Setelah menghadiri LOOKATS Market, pengunjung mejadi lebih tertarik untuk menggunakan produk lokal.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh **Risanti Hanifiamo Rizwanda** Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2015 dengan judul *Manajemen Public Relations Dalam Memperjelas Informasi Publik Internal*. Fokus Penelitian ini adalah “*bagaimana manajemen public relations dalam memeperjelas informasi publik internal?*”

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif pendekatan studi deskriptif, dengan pengumpulan data wawancara yang dilakukan kepada *public relations* PT. Perkebunan Nusantara VIII, lalu observasi dan metode dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu adanya manajemen *public relations* yang dilakukan, mulai dari identifikasi masalah menggunakan proses pengkajian dan evaluasi masalah, lalu perencanaan, pengimplementasian yang telah disepakati, hingga respon mengenai informasi yang diberikan oleh pengelola dalam memperjelas informasi sudah sangat baik.

Kelima, Disertasi yang dilakukan **Detya Aprinda** Universitas Padjadjaran 2011 dengan judul “Program *The Real Wonder of The World*” dalam memperkenalkan Potensi Pariwisata di Indonesia kepada dunia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan pelaksanaan program *The Real Wonder of The World*, implementasi program *The Real Wonder of The World* sebagai upaya mengenalkan potensi pariwisata Indonesia pada dunia. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis studi deskriptif. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa latar belakang penelitian ini yaitu panitia ingin menunjukkan rasa bangga sebagai wni yang kaya akan budaya dan sda. Pelaksanaan terdiri dari tiga kegiatan yaitu sosialisasi program, seleksi peserta, dan malam penganugerahan.

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
Wulan Angraeni Universitas Padjadjaran 2015	<i>Special Event</i> Perayaan Ulang Tahun ANTV Ke 22 INDONESIA KEREN	Deskriptif Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa panitia “Indonesia keren” melakukan riset khalayak berupa rating. Konsep acara “Indonesia heritage” diwujudkan dalam bentuk konten, pencahayaan, warna, dan pengisi acara. Panitia juga mengadakan rapat besar dan rapat rutin untuk menjaga koordinasi dengan seluruh anggota tim baik pihak internal maupun eksternal. Hasil evaluasi acara	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran yang positif untuk penelitian yang akan dilaksanakan dalam studi deskriptif	Perbedaan dalam penelitian ini adalah adalah konsep yang digunakan, konsep penelitian terdahulu ini menggunakan konsep <i>S-M-C-R-E</i>

			dapat dilihat dari perolehan rating, share dan media exposure yang cukup tinggi dan respons penonton yang baik.		
Rokani , Universitas Padjajaran 2015	“Silaturahmi Akbar Bidikmisi Unpad”.	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian adalah panitia melakukan riset dengan pendekatan informal dalam menentukan tema acara. Tema diwujudkan dalam desain pengisi acara, dekorasi, warna, music, & pencahayaan. Koordinasi melalui rapat panitia rutin. Setelah selesai acara pun dilakukan evaluasi. Setelah mengikuti event ini, para peserta penerima bidikmisi jadi merasa termotivasi untuk mengikuti .	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai konsep	Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini adalah dalam hal objek kajian
Dian Permata Sari,	Manajemen special event LOOKATS	Studi Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa riset yang dilakukan melalui	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitiannya

<p>Universitas Padjadjaran 2014</p>	<p>Market 2013 oleh LOOKATS Project Dalam Upaya Meningkatkan Image Local Brand,</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>pendekatan informal untuk menentukan tema acara yang sesuai dengan kondisi saat ini yaitu “Retrorave” diwujudkan dalam desain pencahayaan, warna, dan pengisi acara. Rapat rutin dan rapat besar selalu dilakukan untuk menjaga koordinasi dengan tim. Serta dilakukan koordinasi dengan pihak eksternal. Setelah acara berlangsung dilakukan evaluasi. Setelah menghadiri LOOKATS Market, pengunjung menjadi lebih tertarik untuk menggunakan produk lokal.</p>	<p>pemikiran yang positif tentang bagaimana manajemen yang dilakukan .</p>	
<p>Risanti Hanifiam Rizwanda, Universitas Islam Negeri</p>	<p>“<i>Manajemen Public Relations Dalam Memperjelas Informasi Publik Internal</i>”,</p>	<p>Pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif</p>	<p>Hasil penelitian ini yaitu adanya manajemen <i>public relations</i> yang dilakukan, mulai dari identifikasi masalah menggunakan</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai langkah-langkah</p>	<p>Perbedaan dalam Penelitian terdahulu ini berfokus pada publik internal, namun penelitian yang akan peneliti teliti</p>

<p>Sunan Gunung Djati Bandung 2015</p>			<p>proses pengkajian dan evaluasi masalah, lalu perencanaan, pengimplementasian yang telah disepakati, hingga respon mengenai informasi yang diberikan oleh pengelola dalam memperjelas informasi sudah sangat baik..</p>	<p>manajemen Public Relations</p>	<p>fokus pada manajemen <i>public relations</i> yang melibatkan publik internal dan pelaksanaannya yang melibatkan pula publik eksternal.</p>
<p>Detya Aprinda Universitas Padjadjaran 2011</p>	<p>“Program <i>The Real Wonder of The World</i>” dalam memperkenalkan Potensi Pariwisata di Indonesia kepada dunia.</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian bahwa latar belakang penelitian ini yaitu panitia ingin menunjukkan rasa bangga sebagai wni yang kaya akan budaya dan sda. Pelaksanaan terdiri dari tiga kegiatan yaitu sosialisasi program, seleksi peserta, dan malam penganugerahan.</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberi sumbangsih pemikiran positif mengenai studi deskriptif</p>	<p>Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitiannya .</p>

Tabel 1.1
Sumber:
Hasil Olahan Peneliti

1.6.2 Landasan Pemikiran

Penelitian membutuhkan sebuah landasan untuk mendasari berjalannya suatu penelitian, termasuk penelitian kualitatif. Penelitian dimulai dengan memetakan bahan-bahan pendukung penelitian melalui landasan pemikiran. Landasan pemikiran merupakan landasan yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian agar peneliti dapat fokus dan tidak melenceng pada permasalahan pokok.

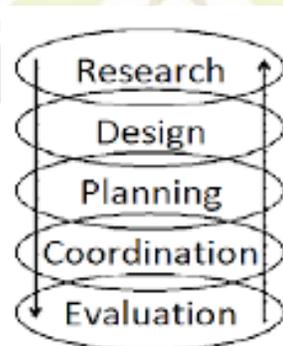
1) *Event Planning five phase model*

Membuat sebuah event memerlukan persiapan, perencanaan, koordinasi, serta tim yang solid agar dapat mewujudkan event yang sukses. Perencanaan di butuhkan dalam setiap event, baik event skala kecil, besar, dengan jenis event pribadi, sosial, maupun kelembagaan. Apalagi sebuah *special event* yang mengundang ribuan orang dan melibatkan banyak pihak. Sebuah keahlian khusus dan imajinasi yang kuat dalam menghadle sebuah perayaan besar sangat diperlukan. Agar dapat memberikan kesan positif mendalam bagi semua pihak yang terlibat

Joe Goldblatt dalam bukunya *Special event* mengatakan bahwa *Special Event* atau dalam bahasa indonesia disebut Ajang Khusus sebagai situasi istimewa yang dirayakan dengan rangkaian upacara (perayaan) dan ritual untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan tertentu. (Pudjiastuti 2010, xvi). Definisi lainnya dari Jim Macnamara juga mengatakan bahwa *special khusus* sebagai sebuah ajang yang biasanya dilaksanakan untuk mendapatkan perhatian dari media, klien, organisasi atau produk. (Pudjiastuti 2010, xvii)

Special event bukanlah sebuah kegiatan biasa. Perlu persiapan yang matang dari berbagai pihak agar dapat mewujudkan tujuan acara menjadi nyata. Banyak hal yang harus di persiapkan dan keputusan yang harus dipikirkan matang-matang. Salah satu hal yang menyebabkan suatu *special event* dapat sukses yaitu melalui manajemen event yang baik.

Menurut Goldblatt ada lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan *special event* yang efektif dan efisien. Kelima tahap itu adalah penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. (Goldblatt 2014, 45)



Gambar 1.1 *Event Planning five phase model*

Sumber : Goldblatt 2014

Menurut Pudjiastuti (2010 : xxxi) dalam bukunya berjudul *special event* menjelaskan bahwa *Special event* merupakan salah satu *tools PR* di samping kegiatan lain seperti identitas organisasi, publisitas, *website*, dan sebagainya. Sebagai *tools PR*, *Special event* dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan perannya. Salah satu peran utama *public relations* adalah sebagai komunikator organisasi, lembaga, atau perorangan untuk menyampaikan informasi tentang lembaga yang diwakilinya

kepada publiknya, baik internal maupun eksternal. Peran PR yang lain adalah sebagai *image maker*, yaitu menciptakan citra yang positif atau citra yang baik bagi lembaga. Citra ini dapat dibentuk karena *Special Event* nya sendiri ataupun karena informasi yang disampaikan.

Special event yang dirancang dengan luar biasa akan memberikan kesan mendalam pada setiap public yang terlibat ataupun pihak media massa. Di sini akan terjadi proses *word of mouth* mereka yang terlibat dalam suatu ajang akan bercerita kepada pihak lain tentang kehebatan *special event* yang diadakan suatu organisasi atau lembaga. Demikian pula dengan pihak media massa, mereka akan membuat berita panjang lebar tentang hebatnya *special event* yang diadakan sehingga secara tidak langsung akan menciptakan citra positif bagi penyelenggara.

1.7 Langkah- Langkah Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan langkah sebagai berikut :

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di Hijabers Community Bandung, yang merupakan sebuah komunitas di bawah naungan Hijabers Community Jakarta. Komunitas yang akan dikaji adalah komunitas yang berada di Bandung , yang mana kegiatan ini berlangsung di Hotel Grand Mercure Setiabudhi , Bandung.

Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Hijabers Community Bandung merupakan salah sebuah komunitas non-profit dengan beragam latar belakang seperti wirausahawan, mahasiswa, guru, karyawan, dan lain-lain.

1.7.2 Paradigma Penelitian

Penelitian ini peneliti akan menggunakan paradigma konstruktivisme, paradigma konstruktivistme ialah paradigma dimana kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Paradigma ini memandang realitas kehidupan sosial bukanlah realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi. Menurut paradigma konstruktivisme realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, karenanya konsentrasi analisis pada paradigma konstruktivisme adalah menemukan bagaimana peristiwa atau realitas tersebut dikonstruksi dengan cara apa konstruksi itu dibentuk. Pada studi komunikasi, paradig konstruktivisme sering sekali disebut sebagai paradig produksi dan perukaran makna.

Paradigma konstruktivisme berbasis pada pemikiran umum tentang teori-teori yang dihasilkan oleh peneliti dan teoritis aliran konstruktivis. Little John mengatakan bahwa teori-teori aliran ini berlandaskan pada ide bahwa realitas bukanlah bentuk objektif, tetapi dikonstruksi melalui proses interaksi dalam kelompok, masyarakat, dan budaya. Penggunaan paradig konstruktivisme dalam penelitian yang akan dilakukan dirasa lebih pas oleh penulis, karena menurut Moleong, Lexy J (2013) dalam buku Metode Penelitian Kualitatif menjelaskan bahwa aliran konstruktivisme menyatakan realitas itu ada dalam beragam bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang melakukannya. Artinya, realitas yang diamati seseorang tidak bisa digeneralisasikan

kepada semua orang sebagaimana yang biasa dilakukan dikalangan positivis atau post-positivis.

Pada paradigma ini, hubungan antara pengamat dan objek merupakan satu kesatuan, subjektif dan merupakan hasil dari perpaduan interaksi antara keduanya, dengan demikian atas dasar pemaparan diatas, penulis akan menggunakan paradigma konstruktivisme, karena pada penelitian ini penulis menggunakan nalar sendiri dalam memberikan penjelasan mengenai proses manajemen *special event* Pengajian Akbar Februari.

1.7.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yakni menggali data mengenai manajemen special event yang dilakukan *Hijabers Community*, karena dalam penelitian ini tertumpu pada prosedur-prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, selain itu pada penelitian kualitatif ini akan langsung masuk ke objek, sehingga masalah akan ditemukan dengan jelas, serta dalam penelitian ini akan digambarkan berbagai kondisi dan fenomena yang berkaitan.

Creswell (1998:15) dalam bukunya *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition* mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai sebuah penelitian yang mengeksplorasi masalah sosial dan manusia, peneliti membangun sebuah gambaran yang kompleks dan menyeluruh, menganalisis kata-kata, melaporkan secara detail pandangan informan dan melakukannya dalam sebuah *setting* penelitian yang naturalistik. Penelitian dengan pendekatan kualitatif akan

digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan fakta lapangan dengan wawancara mendalam dan observasi lapangan.

1.7.4 Metode Penelitian

Menurut Isaac dan Michael metode deskriptif bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. (Rakhmat 2012). Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Pada hakikatnya, metode deskriptif mengumpulkan data secara univariat. (Rakhmat 2012, 24-25)

Sementara itu menurut Rakhmat penelitian deskriptif ditujukan untuk:

- (1) mengumpulkan informasi actual secara rinci yang menjelaskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rakhmat 2012, 25)

Metode deskriptif memiliki ciri-ciri lain seperti yang disebutkan dalam pernyataan dibawah ini:

Ciri lain metode deskriptif ialah titik berat pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*). Peneliti bertindak sebagai pengamat. Penelitian deskriptif mungkin lahir karena kebutuhan. Sering terjadi, penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya. (Rakhmat 2012, 25-26)

Ketika hendak melakukan penelitian deskriptif, peneliti diharapkan mampu memiliki kemampuan khusus, seperti yang dijabarkan dibawah:

Penelitian deskriptif tidak jarang melahirkan apa yang disebut Seltiz Wrightsman dan Cook sebagai penelitian yang *insightstimulating*. Peneliti bebas mengamati objeknya, menjelajah, dan menemukan wawasan-wawasan

baru sepanjang jalan. Penelitian seperti ini memerlukan kualifikasi yang memadai. Pertama, peneliti harus memiliki sifat yang reseptif. Ia harus mencari bukan menguji. Kedua, ia harus memiliki kekuatan integrative, kekuatan untuk memadukan berbagai macam informasi yang diterimanya menjadi satu kesatuan penafsiran. Jadi penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis) tetapi juga memadukan (sintetis). (Rakhmat 2012, 26)

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Berikut penjelasan mengenai data kualitatif:

Data kualitatif yang dimaksud adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal, bukan dalam bentuk angka. Data kata verbal yang beragam tersebut perlu diolah agar menjadi ringkas dan sistematis. Olahan tersebut mulai dari menuliskan hasil observasi, wawancara, atau rekaman, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi, dan meyajikan. (Muhadjir 2000, 44)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis data kualitatif karena peneliti ingin memaparkan proses manajemen special event yang dilakukan oleh Hijabers Community Bandung dalam menyelenggarakan acara Pengajian Akbar Februari. Peneliti juga mengumpulkan informasi secara rinci untuk kemudian dipadukan dalam bentuk data deskripsi verbal. Penelitian ini juga berusaha untuk mengetahui apa saja yang dilakukan oleh Hijabers Community Bandung ketika menghadapi tantangan dan rintangan dalam membuat acara PAF

1.7.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut :

a. Primer

Data primer adalah segala informasi kunci yang didapat dari informan sesuai dengan fokus. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dari informan adalah merupakan sumber dari penelitian ini. Data primer dari penelitian ini diambil dari Humas *Hijabers Community* Bandung.

b. Sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang digunakan peneliti sebagai data pendukung atau tambahan penguat data yang sudah didapat. Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari *Hijabers Community* Bandung dan data-data yang lain yang terkait dengan permasalahan yang dihadapi peneliti, untuk dijadikan rujukan peneliti dalam mencari dokumen ini peneliti mencari dari berbagai macam sumber, seperti internet, buku yang ada kaitannya dengan perusahaan sebagai referensi.

Sedangkan sumber data adalah asal informasi tentang fokus penelitian ini didapat. Sumber data penelitian ini adalah para Humas *Hijabers Community* Bandung

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara:

1) Observasi Partisipatif Pasif

Menurut Nasution dalam Sugiyono (2010 : 216) observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu

fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Menurut Spradley, dalam Susan Stainback Sugiyono (2005:64) membagi observasi berpartisipasi menjadi empat yaitu *passive participation*, *moderate participation*, *active participation*, dan *complete participation*.

- a. *Partisipasi pasif*, Peneliti datang di tempat kegiatan yang di amati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Menurut Susan Stainback dalam Sugiyono (2005: 65) menyatakan dalam Observasi partisipatif peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipasi pasif karena peneliti datang saat pelaksanaan acara untuk mengamati acara dan tidak terlibat secara langsung dalam manajemen acara.

2) Wawancara Terstruktur

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2005: 72) menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Esterberg, mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, wawancara semiterstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2005: 73) dalam bukunya Memahami Penelitian Kualitatif Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Dalam wawancara selain harus membawa instrument sebagai pedoman untuk wawancara,

maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti *tape*, *recorder*, gambar, brosur, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur karena peneliti telah menyusun pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber dalam sebuah pedoman wawancara. Pertanyaan dalam pedoman wawancara merujuk kepada landasan konseptual yang peneliti gunakan yaitu terkait dengan proses riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi yang dilakukan dalam acara Pengajian Akbar Februari.

1.7.7 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. (P. D. Sugiyono 2013, 246)

Menurut Nasution (2003) dalam Ardianto (2010 : 216) analisis data dalam penelitian kualitatif harus dimulai sejak awal. Data yang diperoleh dalam lapangan harus segera dituangkan dalam bentuk tulisan dan dianalisis. Pemahaman tentang penelitian kemudian diadakan pemetaan atau deskripsi tentang data tersebut. Ada tiga kegiatan analisis data Menurut Miles dan Huberman yaitu :

1. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, proses ini berlangsung terus menerus berkaitan dengan hasil pengumpulan data dari Humas Pemerintah Kota Bandung dan data terkait di media cetak baik berupa hasil observasi, wawancara, maupun studi dokumentasi yang terkait dengan kegiatan memonitoring berita dan dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

2. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif, dapat berupa teks naratif maupun matrik, grafik, jaringan dan bagan. Setelah pemisahan dan pemilihan data sebagai bagian dari reduksi data, data-data mengenai kegiatan memonitoring berita Humas Pemerintah Kota Bandung, hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis dan ditafsirkan dalam bentuk tulisan.

3. Upaya penarikan kesimpulan atau verifikasi (Ardianto, 2010 : 223) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proporsi. Maka tahap akhir yaitu mengambil suatu kesimpulan dengan melakukan interpretasi sesuai dengan maksud yang terkandung dalam penelitian tersebut.

1.8 Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Oktober 2017	Desember 2017	Januari 2018	Februari 2018	Maret - April 2018	Mei-Juni 2018	Juli 2018	Agustus 2018
1	Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data								
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
	Penyusunan Proposal Penelitian								
	Bimbingan Proposal Penelitian								
	Revisi Proposal Penelitian								
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian								
	Sidang Usulan Penelitian								
	Revisi Usulan Penelitian								
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi								
	Pelaksanaan Penelitian								
	Analisis dan Pengolahan Data								
	Penulisan Laporan								
	Bimbingan Skripsi								
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi								
	Bimbingan Akhir Skripsi								
	Sidang Skripsi								
	Revisi Skripsi								

Tabel 1.2

Sumber : Data Olahan Peneliti



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG