

Manajemen Komunikasi *Special Event* Gebyar Pesona Budaya Garut 2023***Sarah Anisa Askari¹, Muhammad Aditya Pratama², Helena Zaskia Elsan³, Nafatilla Shelfa⁴,
Zikri Fachrul Nurhadi⁵**E-mail: 24071120156@fikom.uniga.ac.id

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Garut

Jln. Raya Samarang No.52A, Garut

*Corresponding Author

Submitted: 14 Juni 2023 **Revised:** 05 Oktober 2023 **Accepted:** 06 Oktober 2023*Accredited Sinta-4 by Kemdikbud: No. 0041/E5.3/HM.01.00/2023***Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya mengetahui tahapan manajemen untuk menggagas sebuah *event* yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Fase-fase tersebut menjadi tolak ukur efektifitas Gebyar Pesona Budaya Garut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan analisis situasi, penyusunan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory Four-Step Process of Public Relations of Cutlip, Center & Boom* (Empat Langkah Strategi PR). Teori ini menjelaskan tentang langkah-langkah yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations* dalam melakukan setiap aktivitasnya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dilakukannya riset komprehensif untuk merencanakan *event* Gebyar Pesona Budaya Garut. Riset melibatkan pencarian data secara menyeluruh melalui observasi, wawancara mendalam, studi literatur dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis situasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut beberapa bulan sebelum acara berhasil memeriahkan Hari Jadi Garut dengan merancang strategi komunikasi yang baik, sedangkan penyusunan strategi yang dirancang berhasil menarik perhatian masyarakat Garut ataupun luar Garut, implementasi dari perencanaan strategi awal berhasil membuat acara Hari Jadi Garut ini semakin kental dengan adat dan budayanya dengan penyusunan acara yang terstruktur dan komunikasi yang efektif, terakhir evaluasi yang dilakukan dengan berbagai *stakeholders* menunjukkan bahwa acara Hari Jadi Garut ini meskipun terdapat hambatan tetapi acara ini tetap berhasil dan sesuai dengan rencana awal. *Event* ini berfungsi sebagai ajang promosi untuk Kabupaten Garut dan memperkenalkan seni budaya daerah tersebut. Peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk mendalami analisis dampak ekonomi, sosial, dan budaya dari *event* seperti Gebyar Pesona Budaya Garut, serta menggali strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Kata kunci: Seni Budaya, Manajemen Komunikasi, *Special Event*, Gebyar Pesona**Abstract**

This research is motivated by the importance of understanding the management stages involved in organising an event managed by Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. These stages serve as benchmarks for the effectiveness of the 'GebyarPesonaBudaya Garut' cultural festival. The purpose of this research is to elucidate the situation analysis, strategy formulation, strategy implementation and strategy evaluation of Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. The theory used in this study is the four-step public relations process theory by Cutlip, Centre & Broom (Four-Step PR Strategy). This theory outlines the steps to be taken by a public relations practitioner in carrying out his or her activities. The research method used in this study is descriptive research with a qualitative approach. A comprehensive study was conducted in order to plan the 'GebyarPesonaBudaya Garut' event. The research involved thorough data collection through observation, in-depth interviews, literature review and documentary studies. The results of this study indicate that the situation analysis carried out by the Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut a few months before the event succeeded in enlivening the Hari Jadi Garut by designing a good communication strategy while the formulation of the strategy designed succeeded in attracting the attention of the people of Garut and outside Garut. The implementation of the initial strategic planning was successful; in making this Hari Jadi Garut event even stronger with its customs and culture with the preparation of instructor events. And effective communication. This event serves as a promotional platform for Kabupaten Garut, showcasing its local arts and culture. An evaluation was conducted to identify barriers and improve the planning and implementation of future

events. Further research is recommended to analyse the economic, social and cultural impact of events such as 'GebyarPesonaBudaya Garut' and to explore more effective communication strategies to reach a wider and more diverse audience.

Keywords: Art and Culture, Management Communication, Special Event, Communication Strategy

PENDAHULUAN

Kota Garut, sebagai salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata yang sangat menarik. Keindahan alam, budaya, dan kuliner yang dimiliki oleh Kota Garut membuatnya menjadi salah satu destinasi wisata yang populer di Jawa Barat. Untuk memperkenalkan potensi pariwisata tersebut kepada masyarakat luas, bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Garut mengadakan sebuah *event* bertajuk "Gebyar Pesona Budaya Garut 2023". Dalam *event* ini, bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Garut melakukan *Manajemen Komunikasi Special Event* yang terstruktur dan rinci untuk memastikan *event* tersebut dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Artikel ini akan membahas tentang *Manajemen Komunikasi Special Event* "Gebyar Pesona Budaya Garut 2023" oleh bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Garut.

Guna mengoptimalkan sektor pariwisata Kabupaten Garut diperlukan komunikasi yang baik antara para pelaku pariwisata di Kabupaten Garut dengan pihak pemerintah Kabupaten Garut, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yang berperan sebagai perangkat daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Garut yang dipercaya untuk menangani sektor Pariwisata dan Kebudayaan yang terdapat di Kabupaten Garut. Kondisi *real*

yang terjadi di lapangan mengenai keberhasilan Bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yang berperan sebagai *leading sector* yang melakukan *management event* dalam penyelenggaraan *event* "Gebyar Pesona Budaya Garut". Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari *event* yang berlangsung dengan lancar hingga kepuasan dari sudut pandang masyarakat hingga para pendatang dari luar daerah Kabupaten Garut yang tertarik untuk melakukan kerjasama lagi pada *event-event* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yang selanjutnya.

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan paling mendasar yang dilakukan oleh manusia, karena pada dasarnya sebagai makhluk sosial manusia memerlukan komunikasi untuk melakukan interaksi dengan individu lain dengan tujuan untuk melakukan proses penyampaian dan penerimaan pesan antara satu individu dengan individu lain nya. Setiap individu melakukan komunikasi dengan individu lain dengan harapan pesan yang disampaikan ataupun yang didapatkan dapat diterima dengan maksud dan tujuan yang sama seperti yang dimaksudkan oleh komunikator kepada komunikan. Komunikasi adalah sebuah proses berbagi makna dengan oranglain. Adapun elemen komunikasi terdiri dari adanya pengirim, pesan, dan penerima. Ketika penerima memberikan umpan balik atau respon,

disitulah terjadi transaksi antara komunikator(Lestari Puji & Sugiyono, 2021).

Terselenggaranya suatu *event* didalam kehidupan manusia memiliki kaitan yang erat dengan adanya interaksi dalam berkomunikasi yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk sosial. *Event* merupakan suatu pertunjukan atau *festival* yang dapat terselenggarakan jika didalamnya terdapat penyelenggara, pengunjung, dan juga peserta. *Event* memiliki arti luas sebagai suatu kurun waktu terlaksananya sebuah kegiatan yang dibuat oleh organisasi, instansi, maupun perusahaan dengan mengundang publik internal maupun eksternal perusahaan kedalam suatu tempat agar publik dapat menerima pesan yang dengan maksud dan tujuan yang sama seperti yang akan disampaikan oleh organisasi, instansi, dan perusahaan tersebut *Special event* merupakan salah satu *tools* yang digunakan oleh *public relations* untuk meningkatkan reputasi dan juga citra yang dimiliki oleh instansi atau perusahaan (Planning a Public Relations Special Event | Consulting Success, n.d.).

Special event secara garis besar dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang secara khusus dirancang untuk menjadi alat yang dapat menarik perhatian guna memberikan kepuasan bagi *audiens* ataupun publik yang terlibat didalam *event* tersebut. Dalam pelaksanaannya diharapkan *special event* dapat memberikan kesempatan bagi pihak yang terlibat untuk meningkatkan *knowledge, pleasure, awareness*, serta simpati dan juga empati publik terhadap instansi dan akan menimbulkan rasa saling pengertian antara instansi atau perusahaan dengan publik nya (Anggoro et al., 2023).

Dalam penyelenggaraan sebuah *event* diperlukan keterampilan-keterampilan praktisi *public relations* guna mendukung tercapainya tujuan dari berlangsungnya *event* tersebut, seperti melakukan publikasi, *partnership, press release, media social activation, media relations*. Kegiatan *special event* merupakan suatu kegiatan yang dinilai sebagai salah satu alat publikasi yang cukup efektif dalam upaya meningkatkan pengetahuan publik terhadap instansi ataupun program dan produk yang dimiliki oleh instansi atau perusahaan. (Santoso & Riskiyanti, 2014).

Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut merupakan salah satu perangkat daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Garut dalam melaksanakan urusan yang mencakup bidang kebudayaan, pariwisata, dan juga ekonomi kreatif di Kabupaten Garut , Dinas Parawisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut sebagai instansi yang memiliki tanggung jawab terhadap ketiga unsur tersebut tentunya memiliki berbagai upaya untuk meningkatkan sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut. Tahun 2020 menjadi salah satu tahun terberat bagi sektor pariwisata, dampak yang sangat signifikan akibat *COVID – 19* dirasakan oleh para pelaku industri pariwisata. Diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah Indonesia mengakibatkan merosotnya jumlah wisatawan yang datang ke berbagai daerah di Indonesia salah satunya Kabupaten Garut.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu, yaitu “*A Study on Event Management Planning: A Case Study of the 2018*

Winter Olympics". Penelitian ini mengevaluasi perencanaan manajemen *event* Olimpiade Musim Dingin 2018 di *Pyeongchang*, Korea Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan manajemen *event* yang efektif dan efisien melibatkan kerjasama yang erat antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal. Penelitian ini juga menekankan pentingnya mengelola anggaran dengan baik, mengembangkan program promosi dan pemasaran yang efektif, serta mengelola resiko yang terkait dengan *event* (Kim & Grix, 2021).

Penelitian terdahulu kedua yaitu "Manajemen Event Budaya sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo". Penelitian ini membahas strategi pemerintah dalam memasarkan dan memberikan *branding* untuk seni budaya Ponorogo sebagai taktik untuk menarik wisatawan. Penelitian ini lebih memfokuskan pada strategi *branding* terhadap seni budaya yang ada di kabupaten tersebut.

Persamaan antara penelitian ini lebih ke topik dari penelitian tersebut. Penelitian terdahulu pertama, kedua dan penelitian ini sama-sama membahas manajemen sebuah *event*. Mulai dari strategi, taktik, tahap-tahap dari manajemen. Sedangkan untuk perbedaannya sendiri penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada fokus penelitiannya. Penelitian terdahulu yang pertama, fokus penelitiannya adalah *event* besar Olimpiade Musim Dingin, sedangkan penelitian terdahulu kedua fokusnya adalah manajemen *Event* kebudayaan. Untuk penelitian ini tentunya lebih berfokus pada *event* Gebyar Pesona Budaya Garut.

Oleh karena itu, penelitian ini perlu mempertimbangkan faktor-faktor lokal seperti budaya, kondisi geografis, dan regulasi yang berbeda. Tujuan penelitian sebelumnya mungkin berbeda dengan tujuan penelitian untuk *event* "Gebyar Pesona Budaya Garut 2023". Penelitian sebelumnya dapat fokus pada evaluasi kesuksesan *event* dan faktor-faktor kritis dalam manajemen *event*, sementara penelitian ini dapat difokuskan pada perencanaan dan pengelolaan anggaran *event*, program promosi dan pemasaran, serta pengembangan produk pariwisata untuk destinasi Garut. Kebaruan dari penelitian yang diminta terletak pada fokus pada *event* "Gebyar Pesona Budaya Garut 2023" yang merupakan *event* khas Indonesia dan diadakan oleh bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Garut. Penelitian ini akan membahas pengelolaan anggaran dan perencanaan program promosi dan pemasaran khusus untuk destinasi Garut serta pengembangan produk pariwisata. Dalam penelitian ini juga akan dipertimbangkan faktor-faktor lokal seperti budaya, kondisi geografis, dan regulasi yang berbeda di Garut untuk memberikan rekomendasi yang tepat bagi bidang pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Garut dalam mengelola *event* ini secara efektif (Anggoro et al., 2023).

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory Four-Step Process of Public Relationsof Cutlip, center & Boom* (Empat Langkah Strategi PR). Teori ini menjelaskan tentang langkah-langkah yang harus dilakukan oleh seorang *Public Relations* dalam melakukan setiap aktivitasnya. *Public Relations* merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi dimana *public*

relations lebih menitikberatkan kepada usaha untuk menumbuhkan suasana kerjasama, menciptakan saling pengertian antara publik yang berkepentingan dengan perusahaan guna mendapatkan tujuan kedua belah pihak dalam suasana yang saling menguntungkan (Ruslan, 2013).

Tahapan-tahapan menurut *Cutlip, Center dan Broom* tersebut ada empat tahapan proses *Public Relation*. Empat tahapan tersebut memiliki peran yang penting dalam hal efektivitas yang berkaitan dengan strategi program kerja *Public Relation*. Empat tahap tersebut, yaitu; tahap pertama, mendefinisikan masalah dengan analisis situasi. Tahap kedua, dilanjut ke strategi perencanaan dan program kerja. Tahap ketiga, dilanjutkan ke tahap implementasi. Dan tahap keempat, evaluasi dari program-program kerja *Public Relation* tersebut. (Ruslan, 2013)

Tahap pertama ini menjadi dasar dari semua langkah dalam proses pemecahan masalah dengan menentukan “apa yang sedang terjadi saat ini?”. Kedua, tahap mulai masuk ke perencanaan, dalam tahap ini informasi yang telah didapatkan pada tahap sebelumnya akan digunakan untuk menentukan langkah yang akan diambil selanjutnya mengenai program, tujuan, tindakan, strategi serta taktik dan tujuan komunikasi. Pada langkah kedua ini akan muncul pertanyaan “apa yang seharusnya dilakukan?”. Ketiga, implementasi strategi, pada tahap ketiga ini mencakup pelaksanaan dari program yang telah dirancang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pada tahap ini akan muncul pertanyaan “Siapa, kapan, dimana dan bagaimana perencanaan itu dilakukan?”. Keempat, evaluasi

program, pada tahap terakhir ini mencakup penilaian dari keseluruhan tahap yang sudah dilakukan. Setelah terlaksananya semua tahap tadi, maka akan dilakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang sudah dicapai. (Nurhadi et al., 2023)

Langkah-langkah tadi digunakan peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini. Mulai dari tahap pertama, peneliti memfokuskan pada pendefinisian masalah oleh Dinas pariwisata dan Kebudayaan, atau mungkin tahap ini bisa dibilang sebagai riset isu-isu dan masalah yang sedang terjadi. Dilanjut tahap kedua, peneliti mencari tahu strategi apa yang digunakan pada tahap perencanaan dan program kerja tersebut. Dilanjut tahap ketiga, peneliti melihat bagaimana pengimplementasian dari tahap-tahap sebelumnya, apakah sesuai dengan perencanaan awal atau tidak. Terakhir adalah tahap pengevaluasian dari tahap-tahap yang sudah dilakukan, bagaimana bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut.

Dunia *event* ramai di selenggarakan kembali salah satunya *event* yg diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut tentang Gebyar Pesona Budaya Garut 2023, peneliti mencoba mencari tahu tentang strategi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan terkait *event* ini selain itu juga dalam topik ini peneliti ingin mengetahui persiapan dan kesiapan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut.

Event Gebyar Pesona Budaya Garut lebih difokuskan kepersembahan kepada bupati dan wakil bupati kabupaten Garut, yang tahun ini

melepaskan jabatannya. Maka dari itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan dewan kesenian merancang *event* tersebut sebagai bentuk terimakasih atas dedikasi mereka selama menjabat. Selain itu juga *event* ini dimeriahkan oleh berbagai seni dan budaya. *Event* ini juga diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan ke Kabupaten Garut, selain itu dengan adanya *event* tersebut akan membawa kepekaan dan kesadaran generasi muda akan pentingnya melestarikan seni dan budaya.

Melihat uraian permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai proses *Manajemen Komunikasi Special Event* yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut selaku *leading sector* dalam pelaksanaan *event* Gebyar Pesona Budaya Garut 2023. Penelitian ini berjudul: “*Manajemen Komunikasi Special Event* Gebyar Pesona Budaya Garut 2023”.

Untuk menyelenggarakan sebuah *event* yang mencapai kesuksesan dan keberhasilan tentunya diperlukan *management event* yang baik oleh Bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut selaku penyelenggara *event*. Berbagai persiapan dilakukan oleh *team* Bidang pemasaran mulai dari tahap riset, desain, perencanaan, koordinasi, hingga tahap evaluasi. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan paradigma konstruktivisme dimana keterlibatan penulis secara langsung dalam *event* “Gebyar Pesona Budaya Garut 2023” sehingga penulis mendapatkan pemahaman dan pandangan tersendiri mengenai penelitian ini.

Dalam penulisan penelitian ini digunakan metode deskriptif karena dalam penelitian ini penulis ingin meneliti mengenai suatu fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat, salah satu contohnya ialah tujuan dari dilaksanakannya *event* “Gebyar Pesona Budaya Garut 2023” untuk mengajak masyarakat melakukan kunjungan wisata ke Kabupaten Garut. Mencari tahu bagaimana langkah-langkah manajemen yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dalam membungkus *event-event* penting yang tentunya bergerak pada bidang seni dan budaya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif membantu untuk menemukan sesuatu yang baru, sehingga penelitian bersifat eksploratif dan tidak ada pengukuran (Lestari Puji & Sugiyono, 2021).

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yang melaksanakan acara tahunan Event Gebyar Pesona Budaya Garut 2023. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode Penelitian Kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme untuk meneliti kondisi pada objek alamiah. Teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti menggunakan observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Lestari Puji & Sugiyono, 2021).

Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait, dan

observasi ke lapangan objek penelitian, serta pengumpulan dokumen-dokumen terkait. Fokus penelitian ini ada beberapa aspek. Seperti aspek perencanaan *event*, pelaksanaan *event*, efektivitas *event* dan kendala serta solusi dari masalah yang ada, dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang *management event* Gebyar Pesona Budaya Garut 2023 dan pengaruhnya terhadap promosi pariwisata dan budaya Garut.

Informan pada penelitian ini adalah dewan kesenian, pranata humas dinas pemasaran dinas pariwisata dan kebudayaan. Informan ini berjumlah 4 orang. Sedangkan narasumber pada penelitian ini adalah kepada Sub Bagian Umum dan kepegawaian dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Garut.

Peneliti menentukan kriteria informan pada penelitian ini, yang mana sesuai dengan latar belakang penelitian. Dalam penelitian ini,

"informan" dapat merujuk kepada individu atau kelompok yang dapat memberikan pandangan langsung tentang proses perencanaan, pelaksanaan, dan dampak acara tersebut terhadap masyarakat. Peneliti memilih bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut, Dewan Kesenian yang bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Garut yang akan menjadi informan dalam penelitian ini.

Alasan peneliti memilih Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut sebagai objek penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana *system* manajemen *event* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut apabila ada *event* mengenai seni dan budaya. Mengingat masyarakat Indonesia yang semakin jauh dari seni dan budaya yang ada, khususnya di Kabupaten Garut.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Profesi
1.	Drs. Agus Obar	Laki-laki	56	Sekretaris Dewan Kesenian
2.	Inda Nugraha	Laki-laki	43	Sekretaris 2 Dewan Kesenian.
3.	Bambang Prasetyo	Laki-laki	46	Pranata Humas Bid. Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.
4.	Anting Irawan	Laki-laki	64	Ketua Umum Dewan Kesenian

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2023

Dalam penelitian ini, peneliti telah menetapkan kriteria narasumber yang harus dipatuhi. Narasumber dalam konteks penelitian ini mengacu kepada individu seperti perwakilan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut yang dapat memberikan pandangan ahli dan informasi yang lebih

mendalam tentang Manajemen Komunikasi Special Event, kolaborasi antar lembaga, pengaruh acara terhadap masyarakat, dan upaya promosi budaya serta pariwisata melalui event tersebut. Berikut adalah individu yang menjadi narasumber dalam penelitian ini:

Tabel 2. Data Narasumber Penelitian

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Profesi
1.	Sopi Peridiansah, SH, M.Si.	Laki-laki	42	Ketua Subbagian Umum dan Kepegawaian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Garut

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2023

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam, studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Proses analisis yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Situasi

Tahap awal dalam teori *Four Step of Public Relation* adalah mencari data-data, fakta, atau isu dilapangan. Langkah ini bisa disebut dengan riset (Wardasari, 2018). *Event* ini merupakan *event* resmi tahunan untuk memeriahkan hari jadi Garut setiap 16 Februari.

Dalam hal ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut sebagai penyelenggara berkolaborasi dengan Dewan Kesenian Kabupaten Garut. Setiap tahun, tema yang digunakan pastinya berbeda. Dengan data, fakta-fakta, serta isu yang ditemukan di lingkungan Kabupaten Garut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut menentukan tema. Untuk tahun ini, temanya yaitu "*Purna Makarya Rucita Wibawa*". Jika diartikan dalam bahasa Indonesia yaitu *Purna* artinya selesai, *Makarya* artinya bekerja, *Rucita* artinya

meningkatkan, sedangkan *Wibawa* disini diartikan sebagai prestasi-prestasi yang sudah diraih. Untuk tahun ini, tema *event* hari jadi Garut ini difokuskan pada rasa terimakasih kepada bupati dan wakil bupati yang sebentar lagi akan selesai masa jabatan. Di isi dengan kolaborasi dengan seni tari dan seni pertunjukan untuk menceritakan perjalanan hidup bapak bupati hingga bisa menjabat menjadi bupati Garut. Seperti yang dikatakan oleh informan 2 bahwa:

"Dari tahun ke tahun Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut bekerjasama dengan Dewan Kesenian sesuai dengan SK Bupati." (Informan 2, 2023)

Event ini difokuskan pada penampilan seni budaya Kabupaten Garut sehingga untuk *event* Gebyar Pesona Budaya Garut ini di isi oleh komunitas-komunitas seni budaya Kabupaten Garut, dari mulai seni religi, seni tradisional, seni *modern* dan hampir semua komunitas seni budaya diikutsertakan dalam setiap tahunnya. Seperti yang dikatakan oleh informan 3, bahwa:

"Jadi memang untuk event hari jadi Garut ini setiap tahunnya difokuskan ke seni budaya, yang mana dengan mengadakan Gebyar Pesona Budaya Garut itu yang diisi dengan penampilan-penampilan seni budaya Kabupaten Garut" (Informan 3, 2023)

Informasi yang ditemukan adalah bahwa setiap tahun, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut mengundang seni budaya daerah sekitar seperti Tasik dan Bandung untuk event perayaan hari jadi Garut. Hal ini disampaikan oleh informan 1.:

“Selain itu juga dimeriahkan oleh seni budaya daerah sekitar, seperti Tasikmalaya, Bandung, Subang, dan Sumedang. Kenapa sih gitu kita mengundang seni budaya daerah sekitar, Kembali lagi ke awal, bahwa memang event ini tujuannya untuk menarik wisatawan untuk datang ke Garut dan tertarik dengan seni budaya yang ada di Garut” (Informan 1, 2023)

Informan 4 juga menyatakan bahwa event ini lebih berfokus pada penampilan seni budaya, sejalan dengan apa yang disampaikan informan 1,

“jadi memang event ini intinya itu ya seni budaya. Dan kita juga membungkus event ini dengan banyaknya helaran seni budaya, tapi tidak hanya seni budaya Garut saja. Dalam event tersebut jugakan ada pawai yang dimeriahkan banyak sekali seni budaya Garut dan daerah-daerah luar, seperti Tasik, Subang, Bandung. Dan itu setiap tahun pasti gitu. Nanti juga kita dari Garut akan diundang dan tampil di perayaan hari jadi daerah mereka. Biasanya kita menampilkan seni budaya yang memang menjadi ciri khas dari Garut.” (Informan 1, 2023)



Bagan 1. Hasil Penelitian Dalam Pelaksanaan Menemukan Fakta

Penyusunan Strategi

Perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut biasanya dilakukann enam bulan sebelum hari jadi Garut dilaksanakan. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut biasanya mengundang tokoh-tokoh seni budaya kabupaten Garut untuk menentukan tema terlebih dahulu.

Seperti pernyataan yang disampaikan oleh informan 3:

"Biasanya kita melakukan pertemuan dulu dengan tokoh-tokoh budaya, tokoh-tokoh seni untuk membicarakan tema dalam bahasa kita, bahasa Sunda." (Informan 3, 2023)

Informan 4 juga menambahkan pernyataan sebagai berikut:

"Biasanya untuk perayaan Gebyar Pesona Budaya Garut enam bulan sebelum event, sudah dilakukan perencanaan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan Dewan Kesenian mulai dari tema, pagelarannya mau seperti apa, siapa saja pengisi acaranya, darimana anggarannya. Baru setelah itu, untuk teknis nya Dewan Kesenian mengundang semua komunitas seni budaya di Kabupaten Garut."(Informan 4, 2023)

Karena event ini mengikutsertakan banyak peserta maka banyak sekali stakeholder yang diundang dalam perencanaan. Terutama komunitas-komunitas seni budaya Kabupaten Garut ataupun luar Garut. Ini didukung oleh Informan 2 dengan pernyataan berikut ini:

" Talent yang diikut sertakan biasanya hampir 200 orang asli Garut, sedangkan untuk peserta hampir 1000 orang, karena kita biasanya mengundang seni budaya dari daerah-daerah luar untuk

pawai di event hari jadi Garut. Seperti raja-raja nusantara."(Informan 2, 2023)

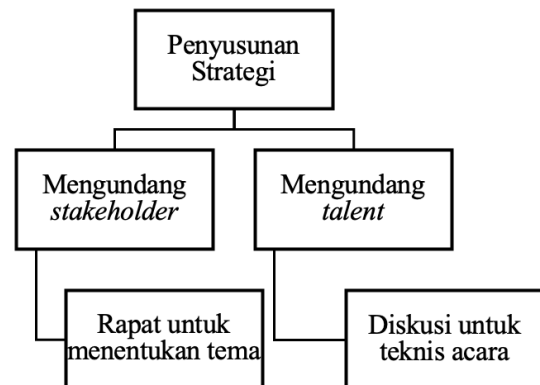
Untuk pembentukan tim, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan Dewan Kesenian mengikuti arahan dari pusat, seperti yang disampaikan oleh informan 2;

"Pembentukan tim dari pemerintah itu ditujukan ke Perayaan Hari Besar Nasional, sedangkan untuk sektoral itu ada, sesuai dengan Leading Sektor masing-masing. Sedangkan untuk Gebyar Pesona Budaya Garut ini Leading Sektornya adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Sedangkan untuk pusatnya itu tetap di Perayaan Hari Besar Nasional."(Informan 2, 2023)

Dalam tahap awal dan lanjutan, humas memiliki peran yang sangat penting. Mulai dari melakukan riset dan mencari data, hingga mengomunikasikan data dan perencanaan kepada para *stakeholder*, semuanya merupakan tanggung jawab utama humas. Selain itu, humas juga bertugas untuk mengkoordinasikan semua pihak yang terlibat dalam *event* ini (Felisia et al., 2018). Informan 1 mengungkapkan hal ini dengan pernyataan sebagai berikut:

"Sebenarnya jobdesk Humas dievent tersebut diperlukan di awal dan sesudah event dilaksan untuk membangun Kembali strategi komunikasi yang lebih paham untuk menyampaikan informasi, seperti sebelum event berlangsung tugas humas itu memberi arahan bagaimana media promosi berlangsung, untuk siapa saja media tersebut disampaikan. Untuk setelah event berlangsung sendiri tugas Humas itu memberikan arahan informasi yang sudah dilaksana oleh Dinas Parawisata dan Kebudayaan dan pihak Dewan Kesenian dievent gebyar garut ini

apa saja yang sudah dilaksanakan, ada informasi apa yang perlu diinformasikan untuk khalayak dan juga humas bertugas untuk menyampaikan hasil event gebyar garut ini sebagai laporan untuk pemerintah dan juga kementerian bahwa Dinas Parawisata dan Kebudayaan dan pihak Dewan Kesenian yang terlibat telah berhasil melaksanakan event pesta rakyat dalam rangka hari jadi kab. Garut." (Informan 1, 2023)



Bagan 2. Hasil Penelitian Tahap Penyusunan Strategi

Implementasi Strategi

Dalam tahap pelaksanaan atau pengambilan tindakan berikutnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan serta Dewan Kesenian mulai menerapkan rencana yang telah disusun sebelumnya. Salah satu langkah awal yang dilakukan adalah melakukan promosi. Informan 3 menjelaskan hal ini sebagai berikut:

"Bentuk promosi untuk event ini dilakukan oleh setiap pihak-pihak terkait, terutama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan Dewan Kesenian Kabupaten Garut. Bentuk promosinya yang pastimemanfaatkan media online, media offline, jaringan-jaringan media yang ada dikabupaten Garut. Selain itu untuk urusan promosi lebih ditugaskan ke Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Garut. Event ini juga diinfokan langsung

ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan pusat, untuk nantinya diinfokan juga ke masyarakat Indonesia. Yang harapannya menarik wisatawan untuk datang ke Kabupaten Garut. Jadi bisa disebut selain untuk pesta pora acara ini juga menjadi ajang promosi untuk Kabupaten Garut ke daerah-daerah yang lain."(Informan 3, 2023)

Informan 4 menambahkan bahwa dewan kesenian melakukan *roadshow* ke berbagai daerah terpencil untuk merayakan hari jadi Garut.

"Dewan kesenian melakukan Roadshow ke daerah-daerah tertentu, karena biasanya event-event seperti itu hanya berfokus dikota saja sedangkan untuk daerah-daerah tersebut jauh dari pusat kota. Ada 5 kecamatan yang didatangi oleh Dewan Kesenian yang bekerjasama dengan Muspika untuk melakukan rangkaian hari jadi Garut, Leles, Kadungora, Cilawu, seperti ada event bakti sosial, donor darah, lalu santunan anak yatim. Dilanjut dengan penampilan kesenian-kesenian kabupaten Garut."(Informan 4, 2023)

Dikarenakan rangkaian perayaan hari jadi Garut yang berlangsung dalam waktu yang cukup lama, setiap *event* memiliki *leading sector* sendiri. Namun, dalam *event* Gebyar Pesona Budaya Garut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut menjadi sektor pengarah utamanya. Hal ini dijelaskan oleh informan 2 sebagai berikut:

"Rangkaian hari jadi Garut ini sebenarnya sangat panjang, tidak hanya Garut Creative Fair dan Gebyar Pesona Garut saja. Seperti event kambing guling yang di Rancabango itu masih termasuk ke rangkaian hari jadi Garut. Akan tetapi setiap event memiliki Leading Sektornya masing-

masing sesuai dengan bidangnya. Karena Gebyar Pesona Budaya Garut ini mengenai seni dan budaya, sehingga ini ditujukan ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan Dewan Kesenian."(Informan 2, 2023)

Dalam perayaan keseluruhan Hari Jadi Garut, sebenarnya tugas tersebut berasal dari pemerintah pusat, yang merupakan bagian dari Perayaan Hari Besar Nasional. Oleh karena itu, semua Satuan Kerja Perangkat Daerah hanya mengikuti arahan dari pemerintah pusat. Hal ini diungkapkan oleh informan 3 sebagai berikut:

"Untuk keseluruhan Rundown hari jadi Garut itu di atur oleh Perayaan Hari Besar Nasional. Sedangkan untuk event Gebyar Pesona Budaya Garut ini dikelola oleh Dewan Kesenian dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. Pada event Gebyar Pesona Budaya Garut ini mengikutsertakan 8 komite yaitu, seni tari, seni tradisi, sastra, drama, komedi, lukis, foto dan film, dan terakhir komite musik. 8 komite ini secara bergantian memeriahkan event Gebyar Pesona Budaya Garut."(Informan 3, 2023)

Diperkuat oleh pernyataan informan 4, sebagai berikut:

"Event ini diisi oleh komunitas-komunitas seni budaya Kabupaten Garut, dari mulai seni religi, seni tradisional, seni modern. Hampir semua komunitas seni budaya diikutsertakan dalam setiap tahunnya. Selain itu juga, kami mengundang artis-artis besar yang memang mereka memiliki latar belakang asli Garut. Seperti juara pantura, Denada. Dalam hari jadi Garut, kita mengkolaborasikan seni budaya dari daerah-daerah luar untuk pengenalan juga ke masyarakat Garut. Nantinya dari Garut juga akan mengirimkan tim untuk tampil di hari jadi daerah lain, khususnya

seni budaya yang unggul dari Garut."(Informan 3, 2023)

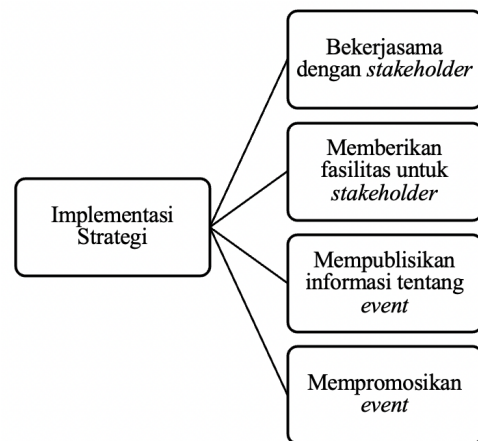
Ditemukan fakta juga bahwa setiap acara yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut, terhubung langsung dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan pusat. Hal ini diungkapkan informan 2, sebagai berikut:

"Ya memang, setiap acara yang kita lakukan ini akan langsung terhubung dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang dipusat, jadi fungsinya juga adalah untuk mempromosikan acara ini ke daerah-daerah luar. Karena kan kalo yang dipusat itu secara luas ya, general lah, tidak terpaku pada satu daerah saja. Jadi ini bisa mendatangkan juga wisatawan untuk datang ke Garut." (Informan 2, 2023)

Selain itu, dalam hal berkomunikasi dengan masyarakat luas dan publikasi, Perayaan Hari Besar Nasional telah menunjuk langsung Dinas Komunikasi dan Informasi sebagai Satuan Kerja Perangkat Daerah yang bertanggung jawab atas tugas-tugas tersebut. Dengan demikian, Dinas Komunikasi dan Informasi secara otomatis mengambil peran dalam hal tersebut. Informan 1 menyampaikan hal ini sebagai berikut:

"Untuk urusan media, komunikasi lewat media, publikasi, itu sudah menjadi tugas Dinas Komunikasi dan Informasi setiap tahunnya. Jadi memang sebenarnya event hari jadi Garut ini merupakan event kolaborasi antar Satuan Kerja Perangkat Daerah. Jadi setiap Satuan Kerja Perangkat Daerah memiliki peran masing, contoh Dinas Komunikasi dan Informati, contoh lain seperti Dinas Kesehatan menjadi tim Kesehatan di hari-

H, lalu dinas koperasi mengarahkan dan mengajak Usaha Mikro Kecil Menengah untuk memeriahkan hari jadi Garut dengan berjualan membuka stand. Itu juga kan secara langsung membantu ekonomi di Garut. Contoh lain seperti Dinas Ketenagakerjaan itu membuka stand kemari, mereka membuka stand untuk menginfokan lowongan kerja, atau pelatihan juga training untuk masyarakat Garut."(Informan 1, 2023)



Bagan 3. Hasil Penelitian dalam Tahap Implementasi Evaluasi Strategi

Setelah event selesai, evaluasi dilakukan secara rutin. Evaluasi ini biasanya dilakukan beberapa hari setelah event berlangsung. Para penyelenggara event membahas tentang pelaksanaan perencanaan, apakah rencana telah berhasil dilaksanakan dengan baik atau tidak. Selain itu, mereka juga membahas hambatan-hambatan teknis yang mungkin terjadi selama pelaksanaan event(Andri et al., 2018). Informan 2 membahas hal ini sebagai berikut:

"Evaluasi dilakukan sesudah event, mungkin berkisar 2/3 hari sampai 1 minggu, itu kita undang kembali stakeholder, para panitia, juga talent-talent yang ikut serta. Evaluasi ini untuk nantinya diperbaiki dievent tahun depan." (Informan 2, 2023)

Pernyataan tersebut didukung juga oleh informan3 sebagai berikut:

"Untuk hambatan sendiri ini lebih ke koordinasi, karena biasanya koordinasi ini mudah diucapkan dan sulit dilaksanakan. Koordinasi dilapangan biasanya menjadi hambatan utama. Selain itu juga rasa tanggung jawab dari stake holder terkait mengenai event ini. Hambatan lain juga dari pembiayaan, biasanya biaya untuk event ini belum keluar tapi event sudah didepan mata. Maka terpaksa kita mencari jalan lain. Tentang perizinan, cuaca juga menjadi alhamdulillah berjalan dengan baik, tidak ada hambatan yang berakibat sangat fatal." (Informan 3, 2023)

Informan 1 menambahkan bahwa evaluasi event dilakukan selang beberapa hari setelah event dilaksanakan, sebagai berikut:

"Secara evaluasi setelah event saat ini belum ada keluhan atau permasalahan yang fatal, karena untuk event kemarin cukup memuaskan banyak pihak dan juga terlaksana dengan lancar, namun kendala yang umum itu hanya saja cuaca yang tidak bisa diprediksi." (Informan 1, 2023)

Antusiasme yang sangat tinggi dari masyarakat Garut menjadi patokan keberhasilan suatu event. pernyataan ini disampaikan oleh informan 2, sebagai berikut:

ni agar tetap hidup dan berkembang di masa depan.

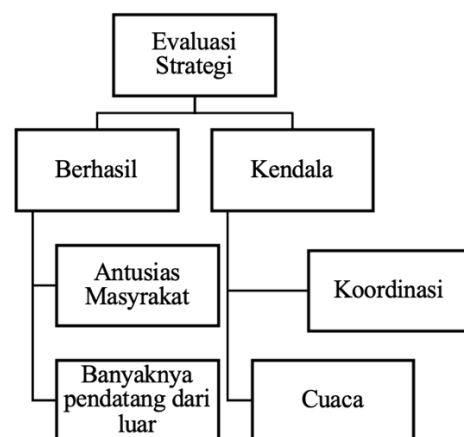
"Ya seperti umum saja kalo bukan kita atau anda sebagai generasi muda siapalagi yang akan mengembangkan kebudayaan di Kab. Garut. Jika kalian membutuhkan data atau saran kepada kami selaku dinas pariwisata dan budaya bisa langsung saja bertanya jangan gengsi" (Informan 1, 2023)

"Patokan keberhasilan untuk event ini bisa dilihat dari antusias masyarakat Garut, penampilan-penampilan dari seni budaya Garut, juga meningkatkan wisatawan ke kabupaten Garut." (Informan 2, 2023)

Dalam wawancara dengan informan 3, perwakilan dari Dewan Kesenian menekankan pentingnya menjaga dan melestarikan seni budaya Garut seiring dengan perkembangan teknologi. Mereka khususnya menyoroti penggunaan bahasa ibu kita, yaitu bahasa Sunda. Informan

"Informan dari Dewan kesenian juga berpesan untuk tetap menjaga pelestarian seni budaya Garut yang juga harus diiringi dengan perkembangan teknologi. Terutama dari penggunaan bahasa ibu kita, yaitu bahasa Sunda." (Informan 3, 2023)

Informan 1 juga memberikan pesan kepada generasi penerus agar terus mengembangkan dan tidak melupakan seni budaya di Garut. Dia menekankan pentingnya menjaga warisan budaya i



Bagan 4. Hasil Penelitian Dalam Pelaksanaan Evaluasi Strategi

Bagian ini akan digunakan oleh peneliti mengenai penguraian hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan. Tahap riset dalam teori *Four Step of Public Relation* merupakan langkah awal dalam mengembangkan strategi komunikasi. Pada tahap ini, dilakukan pencarian data, fakta, dan isu terkait dengan suatu topik atau peristiwa yang akan menjadi fokus *event*. Riset ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang situasi dan konteks yang relevan, sehingga dapat merancang strategi komunikasi yang efektif (Wardasari, 2018).

Riset ini melibatkan pencarian data terkait dengan sejarah, budaya, dan prestasi yang telah diraih oleh Kabupaten Garut. Informasi ini digunakan untuk menentukan tema *event* yang pada akhirnya diusunglah tema "*Purna Makarya Rucita Wibawa*", yang menggambarkan rasa terima kasih kepada bupati dan wakil bupati yang akan selesai masa jabatannya. Selain itu, riset juga melibatkan identifikasi komunitas seni dan budaya di Kabupaten Garut, baik dari segi seni tradisional maupun seni modern. Dalam *event* perayaan hari jadi Garut, hampir semua komunitas seni budaya diikutsertakan untuk memeriahkan *event* tersebut. Riset juga melibatkan komunikasi dengan tokoh-tokoh seni budaya Kabupaten Garut dalam menentukan tema dan perencanaan *event*.

Hasil dari riset ini kemudian digunakan sebagai dasar untuk perencanaan *event*, termasuk menentukan tema, pagelaran, pendukung *event*, dan anggaran. Riset juga membantu dalam

memahami audiens target, *stakeholder* yang terlibat, dan bagaimana mengkomunikasikan informasi *event* kepada mereka secara efektif (Wardasari, 2018). Dengan melakukan riset yang komprehensif, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dapat mengumpulkan fakta dan informasi yang diperlukan untuk merencanakan dan melaksanakan *event* perayaan hari jadi Garut secara sukses, serta memastikan komunikasi yang efektif dengan semua pihak yang terlibat.

Tahap perencanaan dalam teori *Four Step of Public Relation* adalah *Fact Finding*, atau bisa disebut dengan riset. Dalam tahap ini, kita harus melakukan riset terlebih dahulu untuk bisa menemukan fakta yang ada dilapangan, atau menemukan hal-hal yang berhubungan dengan opini, sikap, dan reaksi publik akan kebijaksanaan organisasi (Ruslan, 2013) Ini adalah langkah yang dilakukan setelah tahap riset untuk merancang strategi komunikasi yang akan digunakan dalam *event*. Pada tahap ini, berbagai aspek seperti tujuan, pesan, target *audiens*, media komunikasi, dan waktu pelaksanaan akan ditetapkan secara terperinci.

Dalam konteks *event* Gebyar Pesona Budaya Kabupaten Garut, tahap perencanaan melibatkan pengembangan rencana aksi yang mencakup berbagai elemen yang diperlukan untuk mencapai tujuan *event* tersebut (Santoso & Riskiyanti, 2014). Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut, bersama dengan Dewan Kesenian Kabupaten Garut, berkolaborasi untuk menyusun rencana perayaan yang komprehensif.

Untuk tahap selanjutnya adalah Perencanaan. Pada tahap ini pihak penyelenggara *event* merancang sebuah rencana dan juga melakukan upaya atas rencana tersebut. Tahap ini menjelaskan Langkah-langkah dari strategi perencanaan yang akan dilakukan (Ruslan, 2013).

Pertama ditetapkan tujuan utama dari *event* tersebut, seperti meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap warisan budaya Garut, mempromosikan pariwisata lokal, atau memperkuat identitas dan kebanggaan masyarakat Garut. Tujuan ini akan menjadi panduan dalam pengembangan strategi komunikasi. Selanjutnya, pesan-pesan kunci yang ingin disampaikan dalam *event* perayaan juga ditentukan. Pesan-pesan ini harus mencerminkan nilai-nilai budaya Garut, sejarahnya, prestasi yang telah dicapai, dan harapan untuk masa depan. Pesan-pesan tersebut haruslah jelas, mudah dipahami, dan relevan dengan *audiens* target.

Setelah itu, tahap perencanaan juga melibatkan identifikasi *audiens* target yang akan menjadi fokus komunikasi. Dalam hal ini, *audiens* target mungkin termasuk penduduk lokal Garut, wisatawan potensial, *stakeholder* pemerintah, pelaku seni dan budaya, serta media lokal dan nasional. Memahami karakteristik dan kebutuhan *audiens* target akan membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif (Diniati et al., 2022).

Selain itu, tahap perencanaan juga mencakup pemilihan media komunikasi yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan-

pesan *event*. Media yang mungkin digunakan termasuk media sosial, situs web, surat kabar lokal, radio, televisi, dan publikasi cetak (Muhammad Sodik & Mochammad Rochim, 2022). Setiap media memiliki kelebihan dan kelemahan tertentu, oleh karena itu pemilihan media harus didasarkan pada *audiens* target yang ingin dicapai dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai (McQuail, 1997). Terakhir, tahap perencanaan juga melibatkan penentuan jadwal pelaksanaan *event*, pengalokasian anggaran, dan penugasan tugas kepada anggota tim yang terlibat dalam *event*. Semua aspek ini harus dikoordinasikan dengan baik agar *event* dapat berjalan lancar dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Dengan melakukan perencanaan yang matang, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dapat mengarahkan langkah-langkah mereka dalam melaksanakan *event* perayaan hari jadi Garut dengan efektif. Perencanaan yang baik akan membantu dalam menyusun strategi komunikasi yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, tahap perencanaan juga melibatkan pengalokasian anggaran yang sesuai dengan skala dan kompleksitas *event* perayaan. Pada tahap ini, diidentifikasi sumber dana yang tersedia, baik dari pemerintah daerah, sponsor, atau partisipasi masyarakat. Kemudian, anggaran tersebut akan dialokasikan untuk berbagai kebutuhan seperti penyewaan tempat, peralatan, pengadaan makanan dan minuman, penggajian

tim, promosi, dan lain-lain (Janjusevic & Mathur, 2021).

Tahap perencanaan juga mencakup penugasan tugas kepada anggota tim yang terlibat dalam *event* perayaan. Setiap anggota tim akan diberikan tanggung jawab dan peran spesifik sesuai dengan keahlian dan kemampuannya. Komunikasi yang efektif antar anggota tim akan menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan *event*. Dengan merancang strategi komunikasi yang efektif, mengalokasikan anggaran secara bijaksana, menentukan jadwal pelaksanaan yang tepat, dan menugaskan tugas kepada anggota tim. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dapat menghasilkan *event* yang berkesan dan berarti bagi masyarakat Garut serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Setelah merencanakan secara matang *event* Gebyar Pesona Budaya Garut, tahap selanjutnya adalah mengkomunikasikan dan mengimplementasikan rencana tersebut. Pada tahap ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut akan berfokus pada pelaksanaan nyata dari setiap elemen yang telah direncanakan sebelumnya. Pertama-tama, penting untuk melakukan komunikasi yang efektif dengan semua pihak terkait (Muhammad Sodik & Mochammad Rochim, 2022). Ini melibatkan koordinasi dengan pemerintah daerah, sponsor, masyarakat, dan semua pihak yang terlibat dalam *event* perayaan. Komunikasi yang jelas dan terbuka akan membantu memastikan pemahaman yang sama mengenai tujuan, jadwal, tugas, dan harapan dari *event*

tersebut. Selanjutnya, implementasi rencana dilakukan dengan memastikan semua persiapan dan persyaratan logistik telah terpenuhi (Muhibudin et al., 2022). Hal ini meliputi pemesanan tempat *event*, pengadaan peralatan, penyediaan makanan dan minuman, serta pengaturan transportasi dan akomodasi bagi peserta atau tamu yang datang dari luar kota. Semua langkah ini harus dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

Selain itu, tahap ini juga melibatkan promosi dan publisitas *event* Gebyar Pesona Budaya Kabupaten Garut kepada masyarakat luas. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan akan menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, surat kabar lokal, radio, dan iklan luar ruang untuk memperkenalkan *event* dan mengundang partisipasi dari masyarakat. Komunikasi yang efektif dalam menginformasikan jadwal, lokasi, dan kegiatan yang akan dilakukan akan membantu dalam menarik minat dan partisipasi masyarakat Garut (Santoso & Riskiyanti, 2014).

Selama *event* berlangsung, monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan *event*. Tim akan memantau jalannya *event*, mengatasi masalah yang mungkin muncul, dan mengevaluasi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Bistaraki & Georgiadis, 2022). *Feedback* dari peserta, tamu, dan masyarakat akan sangat berharga dalam meningkatkan kualitas *event* di masa mendatang. Dengan mengkomunikasikan dengan baik dan

mengimplementasikan rencana Gebyar Pesona Budaya Garut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan akan memastikan bahwa *event* berjalan dengan sukses dan mencapai tujuan.

Setelah semua perencanaan dan persiapan telah selesai, tahap selanjutnya adalah mengkomunikasikan dan mengimplementasikan *event* Gebyar Pesona Budaya Garut. Pada tahap ini, semua rencana dan keputusan yang telah dibuat akan dijalankan dengan cara yang terstruktur dan efektif. Pertama-tama, tim perencana akan mengatur pertemuan dan *briefing* dengan seluruh anggota tim pelaksana *event*. Dalam pertemuan ini, tujuan dan visi *event* akan dijelaskan dengan jelas kepada seluruh anggota tim. Setiap anggota tim akan diberikan tugas dan tanggung jawab yang spesifik sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing.

Selanjutnya, tim akan memulai proses pelaksanaan yang melibatkan berbagai aktivitas seperti pemesanan lokasi *event*, mengurus perizinan, mengatur jadwal dan logistik, mengkoordinasikan dengan pihak terkait, dan mengatur kegiatan lain yang terkait dengan *event* Gebyar Pesona Budaya Garut.

Komunikasi juga menjadi kunci penting dalam tahap ini. Tim perencana akan berkomunikasi secara teratur dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah, sponsor, peserta, tamu undangan, dan media. Mereka akan memberikan informasi terkini tentang perkembangan *event*, mengklarifikasi pertanyaan atau kekhawatiran yang muncul, dan memastikan bahwa semua pihak terlibat memiliki pemahaman

yang sama mengenai *event* tersebut (Muhibudin et al., 2022).

Selain itu, tim perencana akan mengembangkan dan mengimplementasikan rencana pemasaran yang mencakup media sosial, iklan, brosur, dan berbagai saluran komunikasi lainnya untuk memastikan bahwa *event* Gebyar Pesona Budaya Garut dikenal luas dan menarik minat masyarakat (Santoso & Riskiyanti, 2014). Tim juga akan mempersiapkan berbagai sarana dan prasarana yang diperlukan untuk *event*, seperti panggung, *sound system*, pencahayaan, dekorasi, dan perlengkapan lainnya. Mereka akan bekerja sama dengan vendor dan penyedia jasa untuk memastikan semua persiapan teknis berjalan lancar.

Setelah *event* Gebyar Pesona Budaya Garut selesai dilaksanakan, tahap terakhir adalah mengevaluasi dan merangkum seluruh proses serta hasil *event* tersebut. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui keberhasilan *event*, mengidentifikasi potensi perbaikan di masa depan, serta menyusun laporan akhir sebagai referensi dan bahan evaluasi (Santoso & Riskiyanti, 2014). Dalam tahap evaluasi, tim yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan *event* akan berkumpul untuk membahas dan menganalisis berbagai aspek *event*. Mereka akan mengevaluasi sejauh mana tujuan yang ditetapkan tercapai, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari *event* tersebut, serta mengumpulkan data dan umpan balik dari peserta, tamu, dan masyarakat (Brown et al., 2015).

Data yang dikumpulkan dapat mencakup jumlah peserta, tingkat kehadiran, tingkat kepuasan peserta, respon dari media, dan sebagainya. Informasi ini akan sangat berhargadalam mengukur keberhasilan *event* dan menilai dampak yang dicapai (Diniati et al., 2022).

Selanjutnya, tim akan merangkum hasil evaluasi dalam laporan akhir. Laporan ini akan mencakup analisis lengkap mengenai aspek-aspek yang berhasil dan perlu ditingkatkan dalam *event* Gebyar Pesona Budaya Garut. Laporan ini juga akan mencantumkan rekomendasi untuk *event* serupa di masa depan, termasuk saran perbaikan, ide kreatif, dan strategi komunikasi yang lebih efektif (Brown et al., 2015).

Laporan akhir ini akan disusun dalam format yang mudah dipahami dan akan menjadi dokumen penting yang digunakan untuk Membuat keputusan dan perencanaan untuk *event* berikutnya (Cohan & North, 1979). Selain itu, laporan ini juga dapat digunakan sebagai sarana untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan kepada tim perencana *event* lainnya.

Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif dan menyusun laporan akhir yang informatif, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dapat memastikan bahwa *event* Gebyar Pesona Budaya Garut menjadi *event* yang sukses dan bermanfaat bagi masyarakat setempat. Evaluasi ini juga akan membantu meningkatkan kualitas *event* di masa depan dan menjaga kontinuitas dalam memperingati hari jadi

Kabupaten Garut dengan lebih baik setiap tahunnya.

SIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini adalah yang pertama, mengenai analisis situasi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut sebagai penyelenggara bekerjasama dengan Dewan Kesenian Kabupaten Garut untuk menemukan data, fakta, dan isu terkait dengan *event* tahunan memeriahkan hari jadi Garut. Tema *event* ditentukan berdasarkan data, fakta, dan isu yang ditemukan di lingkungan Kabupaten Garut. Untuk tahun ini, tema *event* adalah "*Purna Makarya Rucita Wibawa*", yang mengungkapkan rasa terimakasih kepada bupati dan wakil bupati yang akan selesai masa jabatannya. *Event* ini melibatkan komunitas seni budaya dari Kabupaten Garut dan daerah lain.

Kedua adalah tahap penyusunan strategi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut melakukan pertemuan dengan tokoh-tokoh seni budaya Kabupaten Garut untuk menentukan tema *event*. Perencanaan dilakukan sekitar 6 bulan sebelum *event* dilaksanakan. *Stakeholder* yang diundang dalam perencanaan meliputi komunitas seni budaya Kabupaten Garut dan daerah lain. Pembentukan tim dan koordinasi dilakukan sesuai arahan dari pusat, seperti Perayaan Hari Besar Nasional.

Ketiga adalah tahap implementasi strategi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut dan Dewan Kesenian Kabupaten Garut mengimplementasikan rencana

yang telah disusun. Promosi *event* dilakukan melalui media *online*, media *offline*, dan jaringan media yang ada di Kabupaten Garut. Dewan Kesenian juga melakukan *roadshow* ke daerah-daerah tertentu untuk memperkenalkan *event* dan menampilkan seni budaya Kabupaten Garut. *Event* ini juga berfungsi sebagai ajang promosi untuk Kabupaten Garut.

Dalam tahap komunikasi, humas memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada *stakeholder* dan mengkoordinir semua pihak yang terlibat dalam *event* ini. Setelah *event* selesai, humas bertugas untuk membangun strategi komunikasi yang lebih baik dan menyampaikan hasil *event* sebagai laporan untuk pemerintah dan kementerian.

Terakhir, tahap evaluasi strategi, penggelar *event* melakukan evaluasi setelah *event* selesai. Evaluasi dilakukan dengan mengundang *stakeholder*, panitia, dan talent yang terlibat. Hambatan yang diidentifikasi termasuk koordinasi, tanggung jawab *stakeholder*, dan pembiayaan.

Secara keseluruhan, *Four Step of Public Relations* diterapkan dalam perencanaan dan pelaksanaan *event* pesta rakyat dalam rangka hari jadi Kabupaten Garut. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut bekerja sama dengan Dewan Kesenian dan melibatkan berbagai *stakeholder* dalam prosesnya. *Event* ini juga berfungsi sebagai ajang promosi untuk Kabupaten Garut dan memperkenalkan seni budaya dari daerah tersebut. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi hambatan dan

meningkatkan perencanaan serta pelaksanaan *event* di masa yang akan datang.

Peneliti berharap penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan bagi penelitian lainnya untuk lebih mendalami tentang bagaimana *event* budaya seperti ini dapat dilakukan secara berkelanjutan sebagai upaya mempertahankan dan menghargai akar budaya kita. Peneliti juga merekomendasikan untuk penelitian selanjutnya untuk mendalami analisis mengenai dampak ekonomi, sosial, dan budaya dari *event* seperti Gebyar Pesona Budaya Garut. Selain itu, menggali lebih dalam bagaimana strategi komunikasi dapat ditingkatkan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, A., Harun, A., Islam, U., Singingi, K., & Id, A. C. (2018). Evaluasi Pelaksanaan Fungsi Unit Pelaksana Teknis Panti Sosial Bina Remaja Rumbai Kota Pekanbaru. In *Jurnal Ilmu Pemerintahan* (Vol. 2, Issue 02).
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 2598–9944. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434/http>
- Bistaraki, A., & Georgiadis, K. (2022). Interorganizational Communication at Mass Gatherings: Professionals' Perceptions during the Planning and Implementation Stage of Marathon Events. *Prehospital and Disaster Medicine*, 37(2), 179–184. <https://doi.org/10.1017/S1049023X22000395>
- Brown, S., Getz, D., Pettersson, R., & Wallstam, M. (2015). Event evaluation: Definitions, concepts and a state of the art review. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(2), 135–157. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-03-2015-0014>

- Cohan, D., & North, D. W. (1979). *A Proposed Research Planning Format for the Environmental Assessment department*. <https://doi.org/https://doi.org/10.2172/6302427>
- Diniati, A., Razak, R., & Lestari, M. T. (2022). Literacy Event Sebagai Kampanye Public Relations Dalam Meningkatkan Semangat Literasi Masyarakat Indonesia. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 196–209. <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2064>
- Felisia, A., Lionardo, A., & Wulantari, R. A. (2018). *Peran Humas Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan Dalam Menyukseskan Asian Games 2018 Di Palembang*.
- Janjusevic, J., & Mathur, S. (2021). *6 Financial Planning and Budgeting of Events*. <https://doi.org/10.23912/9781911635734-4769>
- Kim, H. M., & Grix, J. (2021). Implementing a sustainability legacy strategy: A case study of pyeongchang 2018 winter olympic games. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13095141>
- Lestari Puji, & Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (1st ed.). Alfabeta.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis* (M. Seawell & R. Piernot, Eds.). Sage Publications, Inc.
- Muhammad Sodik, & Mochammad Rochim. (2022). Manajemen Komunikasi Event Organizer Virtual. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.173>
- Muhibudin, M., Hatta, Mohd., & Yusnadi, Y. (2022). Communication Planning Of The Dayah Jamiah Al-Aziziyah Batee Iliék Organization In Preparing Da'i Cadres. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 69–82. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v2i2.67>
- Nurhadi, Z. F., Kurniawan, A. W., Mujianto, H., & Sylva Excelsa, A. (2023). *Strategi Komunikasi Humas Polresta Serang Kota Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v14i1>
- Planning a Public Relations Special Event | Consulting Success*. (n.d.). Retrieved June 6, 2023, from <https://www.consultingsuccess.com/planning-a-public-relations-special-event>
- Ruslan, R. (2013). *Metode penelitian public relations dan komunikasi* (6th ed.). Rajawali Pers.
- Santoso, P. Y., & Riskiyanti, T. (2014). Strategi Marketing Public Relations Dalam Melaksanakan Special Event Program Paket Close User Group (Cug) Pt. Indosat Tbk. *Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13, 137–138. <https://www.journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/download/139/84>
- Wardasari, N. (2018). Penggunaan Riset Oleh Praktisi Public Relations Dalam Menentukan Program. *Jurnal Nomosleca*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/nomosleca.v4i2.2375>