

**AKTIVITAS SOS CHILDREN'S VILLAGES INDONESIA
DALAM PENGELOLAAN *EVENT THE UNPLUGGED FAMILY DAY***

Rahmi Wellina Putri

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran
wellynamii@gmail.com

Hanny Hafiar

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran
hannyhafiar@gmail.com

Anwar Sani

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran
anwar.sani@unpad.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan tahapan penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi yang dilakukan oleh SOS Desa Anak Indonesia yang diselenggarakan pada event The Unplugged Family Day 2016. Konsep dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah Special Event Management oleh Joe Goldblatt. Penelitian ini memperlihatkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh tim management merupakan penelitian informal, yang dilaksanakan melalui focus group discussion. Tahapan desain dilaksanakan melalui brainstorming untuk memutuskan ide utama event dengan memperhatikan pergerakan peserta, suara, dan warna, serta publikasi. Tahap perencanaan dilaksanakan dengan mempersiapkan komite, material untuk event, rundown acara, menentukan pengisi acara, undangan untuk media, dan hal-hal teknis lainnya yang terkait dengan persiapan event. Koordinasi internal dilaksanakan melalui pertemuan dan rapat yang dilakukan sebelumnya, serta diskusi dengan pihak eksternal seperti, pengisi acara, sponsor, dan media. Pada tahap evaluasi, tim mengevaluasi bagaimana jalannya event, media, dan respon peserta event. Kesimpulan penelitian memperlihatkan bahwa, tim management telah berhasil melaksanakan tahapan dalam special event management walaupun terdapat beberapa tahapan yang tidak terlaksana dengan baik.

Kata kunci: evaluasi, event, management, perencanaan, special event.

ABSTRACT

This research aims to describe the stage of research, design, planning, coordination, and evaluation conducted by SOS Children's Villages Indonesia at The Unplugged Family Day 2016. Base concept that used in this research is Special Event Management by Joe Goldblatt. The research shows that research done by the management team was an informal research, which is by conducting focus group discussion practice. Design step done by brainstorming to decide main idea regarding the event by concerning the movement, sound, and color, also by doing event publication. Planning step held by preparing the making of committee, preparation of materials for the event, rundown making, deciding featured performer, making media invitation list, and making other technical preparation for the event. Internal Coordination done by meetings, therefore they discuss it with other external concerning parties such as featured performer, sponsor, and media partners. In evaluating, the team evaluates how the event was held, evaluates the media, and evaluates about response from the participants. The conclusion of this research is the team had been doing the special event management step quite well, although there are some failings in every steps.

Keywords: evaluation; event; management; planning, special event.

PENDAHULUAN

Special event merupakan salah satu kegiatan humas pada suatu perusahaan atau organisasi tertentu untuk mencapai suatu tujuan. *Special event* digunakan untuk menarik perhatian media massa dan publik terhadap suatu perusahaan, produk, atau organisasi. Salah satu fungsinya adalah sebagai *tools* untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) target sasaran.

Hal inilah yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia dengan membuat gerakan advokasi yang tujuannya meningkatkan kesadaran masyarakat terutama orangtua bahwa anak-anak membutuhkan pengasuhan yang layak dengan didukung oleh pola komunikasi yang efektif tanpa pengaruh *gadget*. Gerakan tersebut bernama "Gerakan Puasa *Gadget*" yang dikemas dalam event "*The Unplugged Family Day 2016*".

SOS Children's Villages Indonesia merasa prihatin akan fenomena pengaruh *gadget* terhadap

komunikasi keluarga ini, maka dari itu mereka berupaya untuk menanggulangi masalah dari fenomena tersebut. Terlebih lagi sebagai organisasi non-profit yang memperjuangkan hak-hak dasar anak, SOS Children's Villages Indonesia berkomitmen mendukung berbagai upaya untuk memastikan anak-anak memperoleh haknya untuk pengasuhan yang berkualitas.

Melalui event *The Unplugged Family Day 2016*, SOS Children's Villages Indonesia mengajak masyarakat untuk membangun waktu yang berkualitas bersama anak-anak tanpa pengaruh *gadget*. Karena di jaman milenial seperti sekarang, keberadaan *gadget* sudah menggeser budaya komunikasi masyarakat, termasuk dalam unit terkecil yaitu keluarga. Hal ini menyebabkan menurunnya kualitas interaksi antar anggota keluarga. Padahal interaksi yang berkualitas sangat diperlukan untuk tumbuh kembang anak-anak.

Konsep acara ini adalah diselenggarakan di dalam mall dimana

terdapat sebuah zona tanpa *gadget*, setiap pengunjung yang masuk ke dalam zona itu diwajibkan untuk mematikan *gadget* mereka selama satu jam dan melakukan berbagai aktivitas bersama anggota keluarga yang mampu menstimulasi komunikasi dan interaksi antar anggota keluarga, terutama antara anak dan orang tua.

Rangkaian kegiatan persiapan dilakukan oleh tim penyelenggara *The Unplugged Family Day 2016*. Tahapan yang dilakukan berawal dari tahap riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan tahap akhir setelah acara selesai dilaksanakan, yakni tahap evaluasi. Namun, meskipun tim penyelenggara telah melakukan rangkaian tahapan kegiatan persiapan hingga evaluasi tersebut, ternyata masih saja terdapat permasalahan pada setiap tahap dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day 2016* ini sehingga tujuan penyelenggaraan acara belum tercapai secara maksimal.

Hasil yang diharapkan dari berjalannya *The Unplugged Family Day 2016* ini ialah meningkatnya

kesadaran masyarakat terutama orangtua bahwa anak-anak membutuhkan pengasuhan yang layak dengan didukung oleh pola komunikasi yang efektif tanpa pengaruh *gadget*. Berdasarkan kenyataan yang ada, tim penyelenggara dirasa masih belum menjalankan tahapan manajemen *special event* secara tepat. Oleh karenanya peneliti merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana tahapan manajemen *special event* yang diterapkan dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day*.

TINJAUAN PUSTAKA

Special Event

Shone dan Parry (dalam Noor, 2013: 8) mengatakan bahwa *special event* adalah fenomena yang timbul dari acara non rutin yang memiliki tujuan dan terpisah dari aktivitas normal sehari-hari atau aktivitas yang biasanya dilakukan, yang tujuannya adalah untuk memberi penerangan atau penjelasan, merayakan, menghibur atau memberikan pengalaman bagi sekelompok orang.

Aktivitas SOS Children's Villages Indonesia Dalam Pengelolaan Event The Unplugged Family Day

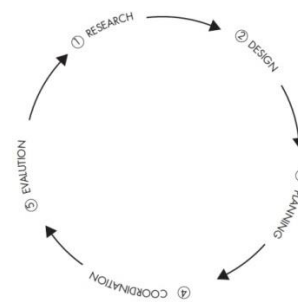
Definisi lain menurut Joe Goldblatt (dalam Pudjiastuti, 2010: xvi) *special event* adalah ritual untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan tertentu.

Pelaksanaan *special event* memiliki tujuan yang selalu ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Menurut Philip Lesly (dalam Pudjiastuti, 2010: xxv) tujuan *specialevent* pada dasarnya sama dengan tujuan *public relations*, yaitu: (1) Menciptakancitra baik atau citra positif; (2) Melakukan promosi pelayanan dan produksi; (3) Menciptakan *goodwill*; (4) Menegah dan memecahkan masalah; (5) Mengatasi kesalahpahaman dan prasangka; (6) Meramalkan serangan-serangan; (7) Mampu menarik perhatian khalayak; (8) Merumuskan kebijakan-kebijakan sertamengarahkan proses perubahan sedemikian rupa.

Fungsi *special event* menurut Rosady Ruslan (dalam Pudjiastuti, 2010: xxix) antara lain: (1) Memberikan informasi secara langsung (tatap muka) dan mendapatkan timbal balik yang positif

dari publiknya; (2) Menjadi media komunikasi sekaligus mendapatkan publikasi sehingga pada akhirnya publik sebagai target sasaran akan memperoleh pengenalan, pengetahuan, dan pengertian mendalam. Dari *special event* juga akan tercipta citra positif perusahaan atau produk yang diwakilinya.

Menurut Goldblatt dalam bukunya *Special Event* (2014:45), terdapat lima tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan *special event* yang efektif dan efisien, yaitu penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Secara skematis tahapan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



**Bagan 1 Tahapan Manajemen
*Special Event***

Sumber: Goldblatt (2014: 45)

a. Research

Menurut Joe Goldblatt (2014:46-49) terdapat tiga jenis penelitian yakni, riset kuantitatif, riset kualitatif dan riset campuran kuantitatif dan kualitatif. Riset kuantitatif digunakan untuk menentukan informasi demografis seperti jenis kelamin, usia, pendapatan dan hal – hal lain yang bersangkutan tentang target sasaran event. Riset ini relatif murah, mudah dilakukan dan dianalisis dengan komputer.

Riset kualitatif dilakukan untuk meneliti hal yang tidak terlihat di riset kuantitatif. Riset kualitatif menunjukkan apa yang tersembunyi di balik angka hasil riset kuantitatif yang bagaimanapun juga merupakan tahapan yang penting dalam proses riset. Riset ini dapat dilakukan dengan FGD atau *focus group discussion*, observasi partisipan dan studi kasus yang mana metodologi yang digunakan tergantung pada tujuan, waktu dan dana yang tersedia. Pada beberapa

kasus penyelenggara *special event* melakukan riset campuran dari riset kuantitatif dan kualitatif untuk menentukan event yang akan diselenggarakan. Penyelenggara *event* mendapatkan data dengan cara yang efisien dengan menggunakan metode riset kuantitatif dan menggali makna tersembunyi dengan pendekatan riset kualitatif.

b. Design

Menurut Joe Goldblatt proses desain dimulai dengan sesi *brainstroming* dan *mind mapping* kelompok. Gambarkan suatu gagasan dari seni, musik, literatur, teknologi dan event – event teraktual untuk menginspirasi diskusi untuk event yang baru. Gunakan flip chart untuk menyusun ide – ide awal, dan jangan membangun atau menyediakan kategori atau struktur organisasi lain. Selanjutnya adalah *mind mapping*, *mind mapping* memungkinkan penyelenggara event untuk menyatukan ide – ide

acak dan membangun keterkaitan yang nantinya akan menghasilkan keputusan yang logis. *Mind mapping* adalah cara yang efektif untuk menyatukan berbagai ide yang disarankan oleh anggota kelompok penyelenggara dan mulai menyusun isi cara (Goldblatt 2014:54-55).

c. *Planning*

Goldblatt menyatakan tahap perencanaan meliputi penggunaan hukum *time/space/tempo* untuk menentukan cara terbaik dalam menggunakan sumber daya yang tersedia. *Time* mengacu pada berapa waktu yang dimiliki untuk bertindak atau bereaksi. Lamanya waktu yang tersedia untuk perencanaan dan produksi akan secara dramatis memengaruhi biaya dan kadang-kadang keberhasilan acara.

Space mengacu pada tempat dimana *event* akan diselenggarakan dan pada waktu antara keputusan penting yang berkaitan dengan *event* tersebut. Hubungan antara

time dan *space* bersifat konstan di sepanjang proses acara secara keseluruhan. Ketika memilih tempat untuk sebuah acara, lokasi dan sumber daya secara signifikan memengaruhi waktu yang dimiliki. Ketika mempertimbangkan *space* untuk sebuah acara, persiapan *checklist* secara terperinci perlu dilakukan untuk meninjau setiap elemen secara hati-hati.

Tempo merupakan hukum terakhir dari perencanaan acara dimana acara berlangsung selama perencanaan produksi. Dengan menganalisis lokasi acara dan memperkirakan waktu yang dibutuhkan untuk sebuah proyek, perencana acara akan lebih mampu mengatur tempo atau jadwal persiapan, produksi dan peralatan (Goldblatt 2014:50-61).

d. *Coordinating*

Menurut Goldblatt dalam Pudjiastuti (2010:97), tantangan tersebut adalah faktor komunikasi, kepentingan pribadi, komitmen, kepercayaan dan kolaborasi.

Pada faktor komunikasi, kesempurnaan koordinasi dalam *special event* sangat ditentukan oleh kualitas komunikasi yang dilakukan secara terus – menerus dan konsisten di antara anggota tim. Selanjutnya adalah faktor kepentingan pribadi, setiap anggota tim harus mampu untuk tidak mencampuradukan antara kepentingan pribadi dan kepentingan kelompok. Masing – masing anggota sebaiknya mampu menahan diri agar tidak menonjol dibandingkan anggota yang lain, tidak memaksakan kehendak dan mau menerima masukan dari pihak lain. Setelah faktor kepentingan pribadi, selanjutnya adalah faktor komitmen, dalam faktor ini komitmen anggota tim dibutuhkan sejak tahap awal persiapan acara sampai dengan tahap akhir atau evaluasi.

Faktor kepercayaan, dalam faktor ini membangun kepercayaan antar anggota tim sangat

dibutuhkan untuk dapat menghasilkan acara yang sukses.

Faktor terakhir adalah faktor kolaborasi, dalam faktor kolaborasi, kualitas koordinasi sebuah acara dapat dilihat dari kemampuan manajer acara dalam membangun kerja sama diantara seluruh anggota tim (Pudjiastuti 2010:97-104).

e. Evaluation

Menurut Goldblatt (2014), kegiatan evaluasi dapat dilakukan dengan menggunakan survei tertulis dan melakukan pencatatan berupa jumlah peserta dan pengunjung. Metode evaluasi yang lain adalah melalui monitoring dengan menugaskan orang lain untuk mengamati *event* atau metode telepon atau *mail survey*.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan paradigma positivistik dengan metode penelitian deskriptif karena dalam penelitian ini hanya mengungkapkan atau menggambarkan fenomena proses manajemen *special event* The

Unplugged Family Day 2016 yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya komunikasi yang efektif tanpa pengaruh *gadget*. Penggunaan paradigma positivistik dalam penelitian ini karena masalah penelitian merupakan turunan dari konsep yaitu konsep manajemen *special event* Joe Jeff Goldblatt.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental. Mereka menyebut metode yang "melulu" deskriptif sebagai penelitian survai (Isac dan Michael dalam Rakhmat, 2007:24-25).

Peneliti menggunakan metode deskriptif dalam penelitian ini karena

ingin memperoleh data dari berbagai sumber, karena peneliti akan menjabarkan penelitian berdasarkan fakta-fakta tentang proses riset, desain, perencanaan, koordinasi dan evaluasi yang dilaksanakan sebagai manajemen *special event* *The Unplugged Family Day* 2016 yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia.

Data dari penelitian ini dikumpulkan dari wawancara, observasi, studi pustaka, dan penelusuran data online. Sumber data dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dimana penentuan narasumber berdasarkan pada kriteria yang dianggap mengetahui informasi dan masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk mencari sumber data yang lengkap. Data pada penelitian ini berupa data kualitatif yang dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data, dan Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi.

PEMBAHASAN

Tahap Riset dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016

yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia

Riset yang dilakukan tim penyelenggara adalah melalui metode kelompok fokus atau *Focus Group Discussion* (FGD) pada penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* pada tahun 2015. FGD tersebut diisi dengan kegiatan diskusi interaktif bersama beberapa anggota KPAI untuk mengkaji fenomena komunikasi keluarga yang tengah terjadi di Indonesia. Sedangkan pada penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* pada tahun 2016, riset hanya dilakukan melalui diskusi internal untuk menganalisa perkembangan fenomena komunikasi keluarga di tahun 2016 dan menentukan hal-hal apa saja yang harus dipertahankan dan hal-hal apa saja yang tidak perlu untuk dilakukan lagi berdasarkan hasil evaluasi penyelenggaraan *event* di tahun sebelumnya. Hasilnya, tim *PR & Communications* tetap menggunakan nama acara *The Unplugged Family Day* dan tetap dengan konsep tanpa

gadget, namun dibedakan tema acaranya saja.

Riset yang dilakukan panitia penyelenggara juga mengacu pada Joe Goldblatt (2014:46-49) bahwa riset yang dilakukan merupakan riset kualitatif. Riset kualitatif dilakukan untuk meneliti hal yang tidak terlihat di riset kuantitatif. Riset ini dapat dilakukan dengan FGD atau *focus group discussion*, observasi partisipan dan studi kasus yang mana metodologi yang digunakan tergantung pada tujuan, waktu dan dana yang tersedia (Goldblatt 2014: 46-49).

Riset yang dilakukan dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 ini hanyalah berupa riset informal atau kualitatif dengan cara melanjutkan dan mengembangkan hasil riset pada penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* di tahun 2015. Ditambah lagi tim penyelenggara tidak melakukan riset secara kuantitatif, padahal data kuantitatif akan sangat menunjang hasil riset. Hal serupa dijelaskan oleh Azelia Faramita selaku pakar *special event*, yang mengatakan

bahwa riset secara utuh dan maksimal adalah riset yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif guna mengetahui apa yang diinginkan masyarakat.

Tahap Desain dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia

Setelah tahap riset selesai dilaksanakan, pelaksanaan proses desain segera dilaksanakan dimana tim penyelenggara melakukan rapat untuk mengolah hasil riset menjadi ide-ide dalam pembuatan konten acara melalui *sharing ide* dalam bentuk *brainstorming* dan *mind mapping*. Hal tersebut mengacu pada Joe Goldblatt yang mengatakan bahwa proses desain dimulai dengan sesi *brainstroming* kelompok. Gambarkan suatu gagasan dari seni, musik, literatur, teknologi dan event – event teraktual untuk menginspirasi diskusi untuk event yang baru. Gunakan *flip chart* untuk menyusun ide – ide awal, dan jangan

membangun atau menyediakan kategori atau struktur organisasi lain (Goldblatt 2014:54-55).

Pada pelaksanaan *The Unplugged Family Day* 2016, unsur gerak terdapat pada atraksi hiburan yang dilakukan oleh anak-anak asuhan SOS Children's Villages Jakarta dalam Tari Bajidor Kahot & Barong *Performance*, bermain permainan tradisional dalam 'Pojok Dolanan' *Workshop*, dan MC yang selalu berinteraksi dengan penonton. Pada unsur suara terdapat pada hiburan berupa penampilan grup musik barong, lagu yang terdapat pada penampilan Tari Bajidor Kahot & Barong *Performance* dan *backsound* yang diputar selama acara berlangsung. Lalu, dalam unsur warna, tim penyelenggara mengaplikasikan warna coklat dan krem pada setiap desain yang ditampilkan.

Warna-warna tersebut dipilih karena coklat dan krem menyimbolkan nuansa tradisional yang merupakan konsep acara *The Unplugged Family Day* 2016. Hal tersebut mengacu pada

Pudjiastuti (2010, hal. xxxix), *special event* yang spektakuler memerlukan kreatifitas yang luar biasa dari pelaksanaannya. Kemampuan *snowmanship* mereka dalam menciptakan gerakan, suara, permainan warna, cahaya, dan sebagainya diperlukan secara komprehensif dan penuh pertimbangan untuk menciptakan kesan mendalam bagi para pengunjung atau tamu undangan. Publikasi dapat dilakukan melalui media massa (radio, televisi, internet), media luar ruang (poster, spanduk, brosur), atau melalui kontak personal.

Tahap desain pada penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 sudah cukup baik, mulai dari melakukan *brainstorming* dan *mind mapping*, sampai menentukan unsur gerakan, suara, warna, dekorasi panggung dan penataan cahaya. Namun dalam desain publikasi, terdapat permasalahan bahwa tim penyelenggara *The Unplugged Family Day* 2016 masih kurang maksimal dalam hal publikasi

acara di hari-H, dimana tim penyelenggara tidak berhasil mengundang media elektronik seperti radio dan televisi untuk meliput acara di hari-H, melainkan hanya berhasil mengundang media cetak saja. Hal ini terungkap dari pernyataan Azelia selaku pakar *special event* yang mengatakan bahwa seharusnya publikasi dan pendekatan dengan media harus dilakukan secara utuh, yaitu sebelum acara, pada saat acara, dan setelah acara.

Tahap Perencanaan dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia

Di dalam tahap perencanaan, konten-konten acara yang sudah ditetapkan pada proses desain akan dipersiapkan kemudian diaplikasikan pada pelaksanaan program *The Unplugged Family Day* 2016. Sebelum mempersiapkan segala kebutuhan terkait konten-konten kegiatan tersebut, tim penyelenggara terlebih dahulu membuat susunan kepanitiaian dan

membagikan tugas dan *jobdesc* sesuai dengan kompetensi masing-masing anggota tim penyelenggara.

Setelah melakukan pembentukan kepanitiaan, selanjutnya tim penyelenggara melanjutkan proses perencanaan yang meliputi penentuan waktu, tempat, ticketing, konsep acara, konten acara, *rundown*, pengisi acara, *sponsorship*, media partner dan perizinan serta publikasi. Hal tersebut mengacu pada Goldblatt yang menyatakan bahwa tahap perencanaan meliputi penggunaan hukum *time/space/tempo* untuk menentukan cara terbaik dalam menggunakan sumber daya yang tersedia (2014, hal. 60). *Time* mengacu pada berapa waktu yang dimiliki untuk bertindak atau bereaksi. Tim penyelenggara memilih waktu pelaksanaan acara pada hari Sabtu tanggal 21 Mei 2016 karena tanggal tersebut bertepatan dengan *weekend* yang berdekatan dengan momentum Hari Keluarga Internasional yang jatuh setiap tanggal 15 Mei.

Selain menentukan waktu, selanjutnya panitia menentukan tempat pelaksanaan acara. Tim penyelenggara memilih Piazza, Gandaria City sebagai tempat penyelenggaraan acara. Pemilihan tempat mengacu pada Goldblatt 2014:50-61, *Space* mengacu pada tempat dimana *event* akan diselenggarakan dan pada waktu antara keputusan penting yang berkaitan dengan *event* tersebut

Hal selanjutnya tim penyelenggara mengatur tempo perencanaan acara selama enam bulan, sedangkan durasi pada saat acara berlangsung selama delapan jam tiga puluh lima menit dari mulai pembukaan acara hingga penutupan acara. Tempo merupakan hal penting dalam perencanaan, yang mengacu pada Goldblatt 2014:50-61, tempo merupakan hukum terakhir dari perencanaan acara dimana acara berlangsung selama perencanaan produksi.

Meskipun panitia penyelenggara telah melakukan perencanaan dengan sedemikian rupa, sayangnya

berdasarkan pengamatan yang dilakukan, peneliti menemukan terdapat permasalahan terutama dalam hal tempat acara yang kurang memadai kapasitasnya, sehingga partisipan acara *The Unplugged Family Day* 2016 menjadi terbatas. Selain itu juga terdapat permasalahan *rundown* yang kurang mendetail sehingga acara agak 'ngaret' dan kurang efisien. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Joe Goldblatt (2014, hal. 60-61) yang menyatakan bahwa jadwal dari kegiatan harus disusun secara seksama sebab memiliki peranan penting demi efisiensi optimalisasi pemanfaatan waktu yang tersedia pada proses perencanaan acara.

Tahap Koordinasi dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia

Dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016, koordinasi dimulai dengan menentukan *job*

description sesuai dengan kapasitas masing-masing personel manajemen. Pembagian *job descriptions* mengacu pada Pudjiastuti (2010:96-97) bahwa semakin besar acara semakin banyak pihak yang dilibatkan, hal pertama yang harus dilakukan manajer acara adalah menentukan *job descriptions* masing – masing pihak yang terlibat untuk mempermudah alur koordinasi kegiatan.

Setelah itu, koordinasi dilakukan dengan menjalin komunikasi antar anggota tim. Menurut Goldblatt (dalam Pudjiastuti, 2010), komunikasi yang baik akan mempengaruhi lancarnya sebuah koordinasi, dalam hal ini tim penyelenggara berkomunikasi melalui media sosial, tim penyelenggara membuat *group chat* di aplikasi *whats up*. Selain itu juga tim penyelenggara melakukan rapat rutin yang dilakukan sebanyak tiga kali untuk membahas *progress report* persiapan acara. Tim penyelenggara juga melakukan *briefing* bersama seluruh panitia dan penanggungjawab lapangan terakit

Aktivitas SOS Children's Villages Indonesia Dalam Pengelolaan Event *The Unplugged Family Day*

alur pelaksanaan acara, serta melakukan gladi bersih pada H-1 acara.

Selain faktor komunikasi, faktor kolaborasi juga turut mempengaruhi lancarnya proses koordinasi yang dilakukan. Dalam hal ini, kolaborasi ditunjukkan dengan kerja sama antar panitia dalam mempersiapkan penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016. Tim penyelenggara dibagi menjadi empat bagian, yaitu Acara, *Media Relations*, Perizinan, dan Sponsorship yang mana masing-masing bagian diberi tanggung jawab untuk mengurus hal yang berbeda.

Menurut pengamatan peneliti, koordinasi antar anggota tim penyelenggara *The Unplugged Family Day* 2016 cenderung kondusif dan saling bisa menahan diri. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Joe Goldblatt (dalam Pudjiastuti, 2010 hal. 100), yaitu dalam berkoordinasi, masing-masing anggota sebaiknya mampu menahan diri agar tidak menonjol dibandingkan anggota yang lain, tidak memaksakan kehendak, dan

mau menerima masukan dari pihak lain. Setiap anggota harus sadar bahwa ini adalah kerja tim dan masing-masing pihak sudah ada *job description*-nya.

Selain itu, tim penyelenggara juga melakukan koordinasi dengan pihak eksternal diantaranya dengan pertemuan langsung, komunikasi melalui sambungan telepon dan juga *email*. Adapun pihak-pihak yang perlu dilakukan koordinasi, meliputi sponsor, *talent* pengisi acara, komunitas, dan *mediapartner*. Koordinasi pada pihak eksternal mengacu pada Goldblatt (Pudjiastuti, 2010) mengutarakan bahwa koordinasi dengan pihak-pihak lain di luar kepanitiaan atau pihak eksternal juga merupakan hal penting untuk diperhatikan.

Tahap Evaluasi dalam penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 yang dilakukan oleh SOS Children's Villages Indonesia

Evaluasi dilakukan tepat setelah acara selesai diselenggarakan

Aktivitas SOS Children's Villages Indonesia Dalam Pengelolaan Event *The Unplugged Family Day*

membahas hal-hal yang menjadi kendala dan kekurangan pada pelaksanaan acara. Seluruh panitia juga diberikan kesempatan untuk menyampaikan masukan untuk acara selanjutnya.

Pada penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016, evaluasi dilakukan bersama seluruh panitia dan penanggung jawab lapangan untuk menilai bagaimana berlangsungnya acara serta untuk mengetahui kendala dan kekurangan apa saja yang terdapat pada pelaksanaan acara.

Selanjutnya evaluasi yang dilakukan adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan acara dan juga jumlah partisipan, dilihat dari hasil evaluasi yang tim penyelenggara lakukan melalui *interview* langsung kepada partisipan. Hal tersebut mengacu pada pendapat Bill Penn (dalam Pudjiastuti, 2010) bahwa untuk mengevaluasi sukses tidaknya suatu acara, salah satu hal yang harus diperhatikan adalah pendapat atau perilaku khalayak, yaitu bagaimana

pendapat atau perilaku khalayak setelah terlibat dalam sebuah *special event*.

Selain itu tim penyelenggara juga melakukan evaluasi terhadap media untuk mengetahui media mana saja yang datang dan bagaimana pemberitaan media tersebut mengenai acara *The Unplugged Family Day* 2016. Hal tersebut mengacu pada Bill Penn (dalam Pudjiastuti, 2010, hal. 71), peliputan media juga turut menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam mengevaluasi acara. Liputan media yaitu seberapa banyak *special event* mendapatkan liputan dari media massa yang berarti dapat menghasilkan publisitas.

Seperti yang telah ditetapkan pada tahap riset bahwa tujuan dari penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* 2016 meningkatkan *awareness* khalayak, yaitu orangtua dan anak tentang pentingnya menjalin komunikasi yang efektif tanpa *gadget*. Oleh sebab itu, maka akan lebih baik apabila tim penyelenggara juga turut melakukan survey terkait *awareness*

partisipan acara setelah *The Unplugged Family Day* 2016 diselenggarakan secara lebih lengkap yaitu dengan menyebarkan kuisisioner. Hal tersebut perlu dilakukan agar tim penyelenggara dapat memiliki data kuantitatif terkait keberhasilan *The Unplugged Family Day* 2016, apakah tujuannya sudah tercapai atau belum.

SIMPULAN

Tahap riset yang dilakukan oleh tim penyelenggara *The Unplugged Family Day* adalah *Focus Group Discussion* (FGD) pada penyelenggaraan *The Unplugged Family Day* di tahun 2015 bersama beberapa anggota KPAI untuk mengkaji fenomena komunikasi keluarga yang tengah terjadi di Indonesia. Sedangkan pada penyelenggaraan di tahun 2016, tim penyelenggara hanya mengadakan diskusi internal untuk menganalisa perkembangan fenomena komunikasi keluarga di tahun 2016 dan menentukan hal-hal apa saja yang harus dipertahankan dan yang tidak perlu dilakukan lagi berdasarkan hasil

evaluasi penyelenggaraan *event* di tahun sebelumnya. Hasilnya, tim *PR&Communications* tetap menggunakan nama acara *The Unplugged Family Day* dan tetap dengan konsep tanpa *gadget*, namun dibedakan tema acaranya saja.

Tahap desain yang dilakukan oleh tim penyelenggara sudah cukup baik, yakni melalui kegiatan *brainstorming* yang menghasilkan ide konsep bermain tanpa *gadget* bersama keluarga yang diwujudkan dalam bentuk zona tanpa *gadget* yang bertemakan permainan tradisional, dimana partisipan acara yaitu keluarga dilarang mengaktifkan *gadget* untuk mengisi waktu dengan bermain permainan tradisional bersama anggota keluarga masing-masing. Meskipun demikian, masih terdapat kekurangan dimana tim penyelenggara hanya memperhatikan unsur gerak, suara, dan warna, namun kurang memperhatikan unsur cahaya dalam mendesain konten acara. Publikasi acara yang dilakukan pun dinilai masih tidak maksimal, baik

publikasi di media sosial maupun publikasi melalui *mediapartner*.

Tahap perencanaan yang dilakukan tim penyelenggara sudah cukup matang meskipun terkendala untuk mendapatkan tempat yang memiliki kapasitas yang besar. Tim penyelenggara melakukan pembentukan kepanitiaan, penyusunan materi acara, menyusun *rundown*, menetapkan pengisi acara, membuat daftar undangan media, dan mempersiapkan hal-hal teknis menjelang pelaksanaan acara, seperti pengecekan audio, pemasangan baligo, *backdrop*, umbul-umbul, penataan *spot* untuk media pers, tata panggung dan juga dekorasi di lokasi acara, serta membuat *budgeting*. Meskipun demikian, sayangnya tim penyelenggara tidak membuat daftar tamu VIP.

Tahap koordinasi yang dilakukan oleh tim penyelenggara dirasa masih kurang baik karena hanya melakukan rapat sebanyak tiga kali untuk membahas konsep dan konten acara serta *progress* persiapan acara.

Terlebih lagi semangat tim sempat goyah karena terjadi pergantian koordinator. Tim penyelenggara juga melakukan *briefing* bersama seluruh panitia dan penanggungjawab lapangan terkait alur pelaksanaan acara, serta melakukan gladi bersih pada H-1 acara. Sedangkan koordinasi dengan pihak eksternal seperti sponsor, *talent* pengisi acara, komunitas, dan *media partner* dirasa sudah cukup baik. Koordinasi dilakukan diantaranya melalui pertemuan langsung, sambungan telepon, dan juga *email*.

Tahap evaluasi yang dilakukan oleh tim penyelenggara dinilai sudah cukup baik, yaitu evaluasi terhadap jalannya acara, jumlah partisipan, evaluasi terhadap pemberitaan media dan juga evaluasi untuk mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan acara, yaitu meningkatkan *awareness* orangtua dan anak tentang pentingnya menjalin komunikasi yang efektif tanpa *gadget* melalui *interview* langsung dengan partisipan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. Handbook of Public Relations. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, Scott M., et. Al. 2006. Effective Public Relations. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Goldblatt, Joe Jeff. 2014. Special Events Creating and Sustaining a New World for Celebration Seventh Edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Jenkins, Frank. 2004. Public Relations. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Public Relations Writing. Jakarta: Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nazir, Moh. 2009. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noor, Any. 2013. Manajemen Event. Bandung: Alfabeta.
- Pawito. 2008. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2014. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salim, Agus. 2006. Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan. Bandung: PT Refika Aditama.

Referensi Lainnya:

<https://sos.or.id>