

PENGELOLAAN *EVENT* GEDUNG SATE FESTIVAL 2018 OLEH DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN JAWA BARAT

Raysha Nanda Ariandani¹, Evi Novianti², Yanti Setianti³

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Sekolah Pascasarjana Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21 Hegarmanah Kabupaten Sumedang Jawa Barat Indonesia ^{1,2,3}

E-mail:

raysha568@gmail.com¹, evi.novianti@unpad.ac.id², yantisetianti@gmail.com³

Abstract

“The realization of West Java, the inner and inner champion with innovation and collaboration.” The West Java Disparbud seeks to preserve local cultural assets and make art and culture effective as regional assets that support the development of tourism in West Java in the frame of local wisdom. One of the implementation of regional tourism promotion events held by the West Java Disparbud Marketing Sector is the Gedung Sate Festival 2018 event. Model Planning, Research, and Evaluation offers a broad research and planning methodology. With a descriptive approach. Evaluation is also carried out through media monitoring. Furthermore, the West Java Tourism and Culture Office conducted an evaluation by looking at reports on food product tenants sales of tenants, through media coverage and seeing how many media covered the 2018 Gedung Sate Festival event, through interviews with visitors at media, community feedback through social media. And based on the information we got, the response was positive and it can be said that the 2018 Gedung Sate Festival was successfully held. The researcher recommends that planning should be thorough and anticipating obstacles that occur both in terms of publication, coordination, evaluation, research processes and technical implementation. In addition, we can be more sensitive to the obstacles of the 2018 Gedung Sate Festival.

Keywords: *PRE process model, festival 2018, special event.*

Abstrak

“Terwujudnya Jawa Barat juara lahir batin dengan inovasi dan kolaborasi” Disparbud Jabar berupaya untuk melestarikan aset budaya lokal dan mengefektifkan seni dan budaya sebagai aset daerah yang mendukung kepada pengembangan kepariwisataan Jawa Barat dalam bingkai kearifan Lokal. Salah satu pelaksanaan *event* promosi kepariwisataan daerah yang dilaksanakan oleh Bidang Pemasaran Disparbud Jabar adalah *event* Gedung Sate Festival 2018. Model *Planning, Research, and Evaluation* menawarkan metodologi riset dan perencanaan yang luas. Dengan pendekatan deskriptif. Evaluasi juga dilakukan melalui media monitoring. Selanjutnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat melakukan evaluasi melihat laporan mengenai *food product tenants* penjualan tenants, melalui pemberitaan media dan melihat berapa banyak media yang meliput acara Gedung Sate Festival 2018, melalui wawancara dengan pengunjung yang ada di media, *feedback* masyarakat melalui sosial media. Dan berdasarkan informasi yang kami dapatkan bahwa responnya positif dan bisa dikatakan acara Gedung Sate Festival 2018 berhasil dilaksanakan. Peneliti merekomendasikan bahwa harus perencanaan secara menyeluruh dan mengantisipasi kendala yang terjadi baik dari segi publikasi, koordinasi, evaluasi, proses riset dan juga teknis pelaksanaan. Selain itu, dapat lebih peka lagi terhadap apa yang menjadi kendala Gedung Sate Festival 2018.

Kata Kunci: *PRE Process Model, Festival 2018, Special Event*

1. Pendahuluan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat (Disparbud Jabar) merupakan lembaga pemerintah Jawa Barat yang memiliki tugas pokok dan fungsi yaitu melaksanakan urusan pemerintahan Daerah di bidang pariwisata dan kebudayaan berdasarkan asas otonomi, dekonsentrasi dan tugas pembantuan. Dengan visi “*Terwujudnya Jawa Barat juara lahir batin dengan inovasi dan kolaborasi*” Disparbud Jabar berupaya untuk melestarikan aset budaya lokal dan mengefektifkan seni dan budaya sebagai aset daerah yang mendukung kepada pengembangan kepariwisataan Jawa Barat dalam bingkai kearifan Lokal. Perwujudan visi tersebut juga tertuang melalui fungsi pokok Disparbud Jabar yaitu penyelenggaraan pariwisata dan kebudayaan meliputi kepariwisataan, kebudayaan, kesenian dan perfilman serta pemasaran. Fungsi- fungsi pokok tersebut kemudian diimplementasikan oleh berbagai divisi dalam struktur organisasi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, termasuk pada Bidang Pemasaran.

Bidang Pemasaran merupakan bagian yang bertugas mengadakan kajian bahan kebijakan teknis, fasilitasi dan menyelenggarakan pemasaran kepariwisataan daerah menyelenggarakan kebijakan teknis pemasaran kepariwisataan daerah, menyelenggarakan penyiapan bahan kebijakan, penetapan dan pedoman pelaksanaan pemasaran kepariwisataan skala Provinsi, menyelenggarakan pengkajian bahan dan fasilitasi pemasaran kepariwisataan daerah dan melakukan penyelenggaraan koordinasi dengan Kabupaten/Kota dalam melaksanakan *event* promosi kepariwisataan Daerah. Salah satu pelaksanaan *event* promosi kepariwisataan daerah yang dilaksanakan oleh Bidang Pemasaran Disparbud Jabar adalah *event* Gedung Sate Festival 2018.

Gedung Sate Festival 2018 telah dilaksanakan pada tanggal 16 hingga 17 November 2018 di halaman Gedung Sate,

Jalan Diponegoro, Kota Bandung. Gedung Sate Festival 2018 merupakan sebuah *special event* sebagai bentuk pengolaborasian antara kesenian tari, teater, film, pameran, puisi, music rakyat, music modern, fusionart, hingga seni bela diri yang disajikan melalui *main stage, mini stage, expo, exhibition*, kuliner, pulau dan *partipation area*.

Gedung Sate Festival 2018 bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, menjadi ajang promosi pariwisata Jawa Barat agar berdaya saing baik di tingkat regional maupun internasional. Gedung Sate Festival 2018 memiliki keunikan yaitu sebagai satu-satunya *event* yang mengacu pada skema PPP (*Public, Private, Partnership*) antara Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui pelibatan komunitas dan sektor privat. *Event* ini juga merupakan salah satu upaya Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mempromosikan pariwisata Jawa Barat secara masif. Penyelenggaraan berbagai *special event* seperti Gedung Sate Festival 2018 diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata di Jawa Barat.

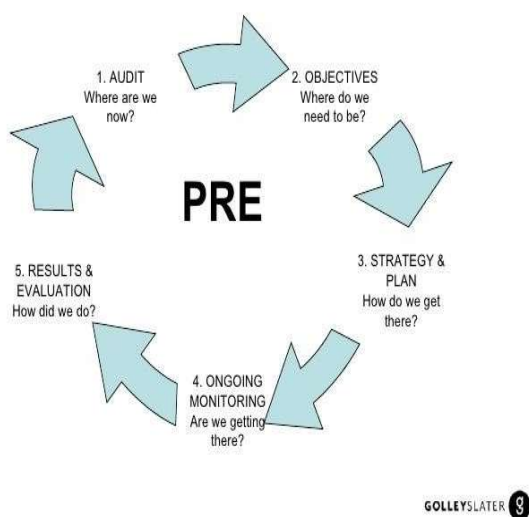
Penyelenggaraan Gedung Sate Festival sejalan dengan visi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat yaitu “*Terwujudnya Jawa Barat juara lahir batin dengan inovasi dan kolaborasi*”, artinya Gedung Sate Festival 2018 merupakan bentuk inovasi dan kolaborasi antara kesenian tari, teater, film, pameran, puisi, music rakyat, music modern, fusionart, hingga seni bela diri. Kegiatan ini merupakan implementasi poin kelima misi Disparbud Jabar yaitu “*Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang inovatif dan kepemimpinan yang kolaboratif antara Pemerintah Pusat, Provinsi, dan Kabupaten/Kota*”. Gedung Sate Festival merupakan kegiatan yang merepresentasikan kepemimpinan kolaboratif antara Pemerintah Republik Indonesia, Pemerintah Provinsi Jawa Barat serta Pemerintah Kota Bandung. Hal ini

dapat dilihat dari penyelenggaraan Gedung Sate Festival 2018 yang sejalan dengan keinginan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam rangka menjadikan Gedung Sate sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Jawa Barat dengan *branding* Gedung Sate Ramah Wisatawan.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Menarik untuk dilaksanakan Audit Humas melalui Evaluasi Institute of Public Relations PRE (*Planning, Research, and Evaluation*) dimana Gedung Sate Festival 2018 berhasil mendapatkan eksposur media yang tinggi serta antusiasme masyarakat yang tinggi untuk hadir pada acara tersebut. Pengamatan ini memberikan referensi yang bermakna bagi perusahaan atau lembaga sehingga pelaksanaan *event* selanjutnya dapat diperoleh hasil yang lebih baik seperti yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

The PRE process: Planning : Research : Evaluation



Audit Humas merupakan “ sebuah kajian mendalam guna memahami keadaan serta keberadaan *Public Relations* dalam sebuah lembaga, baik secara internal maupun eksternal yang mencakup tentang perpektif

public terhadap *Public Relations*. Audit Humas digunakan untuk mendeskripsikan dan mengukur kegiatan *Public Relations* dan menyediakan pedoman untuk program *Public Relations* di masa depan” (Kriyantono, 2012)

Sementara pemahaman audit humas menurut Andre Hardjana adalah “*alat evaluasi terbaik untuk program jangka Panjang dengan menunjukkan kekuatan atau kelemahan yang ada, audit komunikasi menyikapi kebutuhan dan menggaris bawahi validitas untuk meningkatkan kegiatan*” (Hardjana, 2000). Audit Humas dirasa penting sebagai alat evaluasi Kegiatan Gedung Sate Festival 2018 sebagai antisipasi jangka panjang untuk melihat kelemahan atau kekuatan dari program tersebut. Oleh sebab itu, Audit Humas Gedung Sate Festival akan dievaluasi menggunakan model Institute of Public Relations PRE (*Planning, Research, and Evaluation*)

Institute of Public Relations Inggris menerbitkan edisi kedua dari *Public Relations Research and Evaluation Toolkit* pada tahun 2001 yang menyajikan lima langkah Proses PRE (*Planning, Research, and Evaluation*) yang menunjukkan model lain tentang bagaimana riset dan evaluasi harus diintegrasikan ke dalam *Public Relations* atau komunikasi perusahaan. *The PRE Process* merupakan model lima-langkah sebagaimana terlihat pada Gambar 1.1. Model *IPR PRE Process* memaparkan lima langkah- langkah melakukan *Planning, Research, Evaluation* sebagai “(1) menetapkan sasaran; (2) mengembangkan strategi dan perencanaan; (3) melakukan pengukuran berjalan; (4) mengevaluasi hasil-hasil dan (5) melakukan audit untuk *me-review*” (Gojali, 2010)

Model *Planning, Research, and Evaluation* menawarkan metodologi riset dan perencanaan yang luas. Beberapa diantaranya adalah pada langkah audit maka tujuannya adalah untuk menentukan dimana lembaga berada saat ini, penetapan sasaran untuk

menentukan dimana keinginan lembaga berada, strategi dan perencanaan untuk menentukan dengan cara apa lembaga dapat berada di posisi yang diinginkan, pengukuran untuk melihat apakah pelaksanaan sesuai dengan strategi dan rencana, hasil dan evaluasi membahas mengenai bagaimana lembaga telah melakukan langkah-langkah di atas. *The Pyramid Model of Public Relations Evaluation* dan *The IPR Planning, Research, Evaluation Process* merupakan model yang menyajikan daftar metodologi riset secara komprehensif. Metodologi riset harus dipilih secara tepat sesuai dengan kebutuhan dan tujuan lembaga. Informasi dalam model *The IPR Planning, Research, Evaluation Process* penting bagi praktisi untuk menerapkan riset dan evaluasi. Kedua model tersebut memberikan pedoman mengenai dapat tidaknya metodologi yang tersedia diaplikasikan, khususnya *The IPR Planning, Research, Evaluation Process*.

Manual *The IPR Toolkit* menggambarkan sejumlah metodologi secara terperinci dan menyajikan data sampel, diagram dan grafik dari riset serta menjadikannya sebuah pedoman praktis yang berguna bagi para praktisi Public Relations. Informasi studi kasus lebih jauh dan detail mengenai pemasok riset tercantum dalam *website* yang terkait dengan IPR. Berdasarkan latar belakang, bahasan pada paparan ini yaitu “Tahapan *Planning, Research, dan Evaluation* Special Event Gedung Sate Festival 2018 Dilaksanakan Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Jawa Barat.

3. Objek dan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan ilmu yang membahas mengenai tata cara atau jalan yang berhubungan dengan sebuah penelitian. Metodologi penelitian merupakan bagian dari ilmu pengetahuan yang mempelajari bagaimana prosedur kerja mencari kebenaran. Metodologi penelitian dapat disebut sebagai ilmu yang mempelajari metode-metode

penelitian dan alat-alat penelitian (Muhadjir, 2000). Paradigma memiliki peran penting dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian memiliki tujuan untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol terutama untuk melihat sejauh mana hukum alam terjadi pada kehidupan sosial. Paradigma postivistik merupakan paradigma yang identik dengan pola pikir deduktif. Pola pikir deduktif identik dengan pola pikir umum-khusus dimana teori dan konsep menjadi acuan sebuah penelitian dalam melakukan analisis. Peneliti menggunakan paradig postivistik untuk melihat sebuah proses dan tahapan dari proses sosialisasi sesuai dengan kebenaran realitas yang ada dan bagaimana tahapan tersebut berlangsung dalam pelaksanaan kegiatan Gedung Sate Festival 2018 oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat sesuai dengan fakta yang diperoleh di lapangan.

Penelitian ini menggunakan jenis studi deskriptif. “Studi deskriptif sebuah metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Studi deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang berlangsung” (Nazir, 2014).. Peneliti menggunakan studi ini karena berniat membuat paparan kegiatan, pandangan dan proses-proses dalam pelaksanaan kegiatan Gedung Sate Festival 2018.

Pada penelitian Audit Evaluatif Gedung Sate Festival 2018. Peneliti menggunakan Purposive Sampling dalam menentukan narasumber yang (Sugiyono, 2011). Telah diberikan nama dan bagian yang spesifik yaitu Bidang Pemasaran dengan nama narasumber Ibu Anggi oleh Bagian Hubungan Masyarakat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat. Bidang Pemasaran dianggap paling mengetahui topik penelitian dikarenakan Gedung Sate Festival 2018 merupakan salah satu kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang

terdiri dari wawancara mendalam, studi dokumentasi dan penelusuran *online*. Studi dokumentasi merupakan salah satu sumber pengumpulan data dimana sumber dokumentasi diperoleh dari beberapa data/dokumen, laporan, surat kabar, bulletin dan beberapa bacaan lainnya yang mendukung penelitian ini. Eksternal dan internal. "Data internal merupakan dokumen penting yang hanya digunakan untuk kalangan organisasi itu sendiri seperti laporan dan proposal" (Moleong, 2010). Sedangkan pada dokumen eksternal peneliti akan mengumpulkan data melalui berbagai sumber yang dihasilkan oleh pihak eksternal seperti artikel berita, bukti dokumentasi yang berkaitan dengan Gedung Sate Festival 2019.

4. Hasil dan Pembahasan

Proses perencanaan kegiatan Gedung Sate Festival 2018. Proses input atau riset dalam kegiatan Gedung Festival 2018. Dalam *special event* Gedung Sate Festival 2018, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kebudayaan Jawa Barat. Unsur *who* diartikan sebagai siapa saja pihak yang akan terlibat dan target sasaran dalam kegiatan Gedung Sate Festival 2018. Pihak yang akan terlibat dalam kegiatan Gedung Sate Festival 2018 adalah sebagai penyelenggara, sebagai pendukung dan fasilitator tempat dan waktu kegiatan, komunitas sebagai *guest star* pada kegiatan hiburan, Pemerintah Kota Bandung sebagai fasilitator dan Usaha Kecil Menengah sebagai partisipan dari kegiatan ini. Target sasaran dari Gedung Sate Festival 2018 secara geografis adalah masyarakat Kota Bandung dan sekitarnya, pecinta kesenian dan musik khususnya secara psikografis, dan seluruh kalangan usia baik laki-laki maupun perempuan secara demografis.

Unsur *when* berkaitan waktu pelaksanaan yang tepat bagi pergelaran Gedung Sate Festival 2018 agar event tersebut dapat menjadi bermakna dan *special*. Gedung Sate Festival 2018 dilaksanakan 73 yaitu

Jum'at dan Sabtu, 16 hingga 17 November 2018. Gedung Sate Festival 2018 dilaksanakan pada hari weekend agar mendapat jumlah kunjungan masyarakat yang tinggi. GSF 2018 dapat dikatakan sebagai Pesta Rakyat karena kegiatan ini ditujukan untuk masyarakat Jawa Barat agar dapat mengekspresikan dirinya melalui hiburan yang disajikan. Unsur *where* sendiri merupakan tempat pelaksanaan dari kegiatan Gedung Sate Festival yaitu sesuai dengan Namanya dilaksanakan.

Unsur *why* atau mengapa Gedung Sate Festival 2018 dilaksanakan di Gedung Sate Festival bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing ke destinasi pariwisata dan menjadi ajang promosi pariwisata baru Jawa Barat Bagian Selatan. Gedung Sate Festival 2018 berangkat dari data Badan Pusat Statistik 2018 yang menunjukkan Tema tersebut merupakan bagian dari unsur *what* yaitu tema dan isu apa yang diangkat dalam pergelaran tersebut.

Kegiatan ini merupakan salah satu program yang telah dianggarkan dan tercantum dalam Dokumen Anggaran Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Gedung Sate Festival 2018 sebagai hari jadi 73. Pada tahun 2016 dan 2017, Gedung Sate Festival bernama "The Syukron" sebagai representasi dari bentuk rasa syukur masyarakat Jawa Barat. Penyelenggara acara The Syukron berbeda setiap tahun, setiap Dinas pada Provinsi Jawa Barat memiliki kesempatan untuk menyelenggarakan "The Syukron" yang telah di anggarkan oleh Pemprov Jabar.

Pada tahun 2018, Pemprov Jabar mendapatkan mandat penyelenggara "The Syukron" 2018. Dalam rangka memperingati HUT Jawa Barat serta meningkatkan kunjungan pariwisata wisatawan mancanegara maka "The Syukron" dimodifikasi dan diberi nama "Gedung Sate Festival 2018". Bentuk kegiatan dari Gedung Sate Festival 2018 sangat beragam terdiri dari konser musik, food product tenants, festival lauk pauk, demonstrasi produk, *exhibiton*, dekorasi dan lain sebagainya. Acara Gedung Sate Festival

sudah direncanakan sejak pertengahan tahun 2018, diawali dengan pengajuan anggaran kepada Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Dalam menyukseskan Gedung Sate Festival 2018, Disparbud Jabar melewati proses tahapan yaitu riset, desain kegiatan, perencanaan, serta proses evaluasi sesuai dengan apa yang dijelaskan pada model Audit Evaluatif.

Gedung Sate Festival 2018 diperuntukan untuk seluruh Masyarakat Jawa Barat tanpa terbatas psikografis dan demografisnya. Hal ini disebabkan Gedung Sate Festival merupakan pesta rakyat dalam rangka memperingati HUT Jawa Barat dari rakyat untuk rakyat. Karena pada Gedung Sate Festival 2018 memiliki konsep untuk menyajikan hiburan bagi seluruh kalangan dan seluruh usia, seperti untuk anak-anak Gedung Sate Festival memiliki *Track* untuk anak kecil, anak-anak muda dan milenials terdapat ornament- ornamen dan dekorasi yang sangat instagramable, orang tua sampai minat khusus juga ada. Dan artis-artis juga dari berbagai usia bisa menikmati Rolling Stone Reborn band tahun 60-an untuk Ibu- ibu bapak-bapak zaman dulu.

Proses penentuan waktu dan tempat Gedung Festival 2018 memiliki berbagai pertimbangan tersendiri. Pada tahun 2018, Gedung Sate Festival 2018 tidak bertepatan dengan Hari Ulang Tahun Jawa Barat pada tanggal 18 Agustus. Waktu pelaksanaan Gedung Sate Festival 2018 pada awalnya direncanakan diselenggarakan pada Agustus bertepatan dengan HUT Jawa Barat. Namun, dengan segala pertimbangan mundur menjadi November yang disebabkan oleh perhelatan lain.

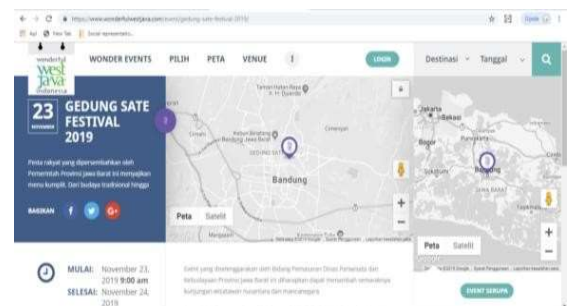
Proses desain. Pada kegiatan Gedung Sate Festival 2018. Hal- hal utama yang masuk dalam perencanaan adalah menetapkan tujuan dari penyelenggaraan program bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, menjadi ajang promosi pariwisata Jawa Barat agar berdaya saing baik di tingkat regional maupun internasional. *Event* ini juga

merupakan salah untuk mempromosikan pariwisata Jawa Barat secara masif. Penyelenggaraan berbagai *special event* seperti Gedung Sate Festival 2018 diharapkan dapat meningkatkan minat ke destinasi Jabar.

Gedung Sate Festival 2018 direncanakan dilaksanakan pada tanggal 16 hingga 17 November 2018. di halaman Gedung Sate, Jalan Diponegoro, Kota Bandung. Gedung Sate Festival 2018 merupakan sebuah special event sebagai bentuk pengolaborasi antara kesenian tari, teater, film, pameran, puisi, music rakyat, music modern, fusionart, hingga seni bela diri yang disajikan melalui *main stage, mini stage, expo, exhibition*, kuliner, pulau serta partipation area. Gedung Sate Festival 2018 disponsori oleh Bank Jawa Barat (BJB), Gurilaps, dan Ron 88.

Perencanaan selanjutnya adalah media. partner seperti Pikiran Rakyat, Ayo Bandung, Galamedia dan sebagainya. Publikasi Gedung Sate Festival dilakukan diberbagai platform seperti media sosial Instagram @disparbudjabar dan @gsf.2018, website <https://www.wonderfulwestjava.com> (“wonderfulwestjava,” 2018) dan <https://disparbud.jabarprov.go.id>.(Disparbud, 2018)

Gambar 2. Website Wonderful West Java



(Sumber: “wonderfulwestjava,” 2018)

Sebagai penyelenggara Gedung Sate Festival 2018 juga melakukan publikasi melalui media online dan media sosial. Namun, ternyata akun instagram Gedung Sate Festival 2018 dengan username @gsf.2018

dibuat tiga hari sebelum acara dilaksanakan. Hal ini disebabkan oleh proses persiapan yang cukup padat sehingga memicu Bidang Pemasaran tidak terpikir untuk membuat sosial media khusus untuk kegiatan Gedung Sate Festival 2018. Publikasi yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat adalah melalui media sosial akun @disparbud.jabar. Namun, konten akun @disparbud.jabar tidak hanya mempromosikan kegiatan Gedung Sate Festival, terdapat beragam kegiatan yang dipromosikan didalamnya sehingga tergeser dengan postingan yang baru.

Gedung Sate Festival dibuka untuk umum secara gratis. Oleh sebab itu, jumlah pengunjung Gedung Sate Festival 2018 ditargetkan mencapai 10.000 pengunjung. Pada panggung hiburan, Gedung Sate Festival 2018 menyajikan penampilan artis-artis nasional seperti The Milo, IDEA Percussion, Dwiki Darmawan Project Feat Rita Tila, The Rollies Reborn, Ita Purnamasari, KSP, Java Jive sementara di hari kedua akan tampil DJ ALV, T-FIVE, Angsa Dan Serigala, New Friend Progressive Rock, The Boys, Modjojuana, S.H.E, 57 Kustik, dan Via Vallen..

Tahap desain merupakan tahap yang penting dalam special event Gedung Sate Festival 2018, hal ini disebabkan.

Gambar 3. Gapura Gedung Sate Festival



Pada desain yang ditampilkan dalam penyelenggaraan Gedung Sate Festival 2018, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat cenderung menggunakan warna-warna yang cerah, seperti

hijau, oranye, merah, biru, kuning, maupun putih. Warna-warna tersebut direpresentasikan dalam dekorasi lampion dan tali dengan kertas, serta gapura dan tenda warna putih. Kemampuan snowmanship mereka dalam menciptakan gerakan, suara, permainan warna, cahaya, mendesain area, dilakukan secara komprehensif dan penuh pertimbangan untuk menciptakan kesan yang mendalam bagi masyarakat Kota Bandung dan Jawa Barat yang hadir.

Dekorasi dari Gedung Sate Festival 2018 cenderung milenial dan instagramable. Kepala Bidang Pemasaran menyampaikan bahwa bangsa Indonesia sedang menghadapi generasi 4.0 atau disebut dengan generasi milenial. *Fact finding* mengenai bagaimana karakteristik generasi saat ini. Hasilnya, generasi milenial pada saat ini sangat dekat dengan media sosial dengan melakukan berbagai upaya dokumentasi untuk dibagikan ke akun instagramnya dapat disebut dengan instagramable. Berdasarkan hasil fact finding tersebut, Gedung Sate Festival 2018 kemudian menghadirkan konsep dekorasi millennial dan instagramable, oleh sebab itu Gedung Sate Festival 2018 di desain agar setiap spot lokasi Gedung Sate Festival 2018 dapat diabadikan dan diupload ke media sosial pengunjung. Pemilihan.

Warna dekorasi yang bersifat colorful bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung. Selain itu, Bidang Pemasaran menciptakan dekorasi berupa ornament berbentuk payung-payung, terowongan-terowongan, dan pada booth tenant bukan hanya menjual tapi dapat mendokumentasikan booth tenant tersebut. Gedung Sate Festival 2018 memiliki beragam tenant dari berbagai Kabupaten/Kota, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan ini merupakan bentuk promosi Kabupaten/Kota dalam rangka meningkatkan pengetahuan masyarakat luas di luar Jawa Barat bahwa setiap Kabupaten/Kota memiliki berbagai keunikan, keunggulan, kebudayaan dan ciri khas. Terdapat booth tenant yang diisi oleh orang-orang kreatif di Jawa Barat.

Sebagai upaya untuk memperoleh kesan yang mendalam dari masyarakat yang hadir, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kebudayaan Jawa Barat membuat desain acara dan bahan publikasi pada sosial media @GSF.2018 dengan memperkuat kesan budaya Jawa Barat sesuai dengan tema Gedung Sate Festival 2018 yaitu Jawa Barat Selatan. Bidang Pemasaran menyesuaikan dengan keadaan Gedung Sate yang dituju dan melakukan kesepakatan tentang lokasi pelaksanaan dengan pihak Pemerintah Provinsi Jawa Barat, yaitu pada halaman Gedung Sate. Masyarakat, Bidang Pemasaran menggunakan *gimmick* melalui *Master of Ceremony* namun tetap sesuai budaya Jawa Barat yang sopan dan santun.

Disisi lain, Gedung Sate Festival 2018 dilaksanakan untuk meningkatkan kunjungan pariwisata wisatawan mancanegara, kami kirim surat ke Asosiasi di bidang pariwisata seperti Asosiasi Travel (ASITA) Jawa Barat, Warisata, asosiasi yang mendukung pariwisata dan Kebudayaan. Kami mengirimkan surat kepada seluruh pihak untuk mendukung kegiatan GSF 2018, untuk ASITA dan PHRI kami melakukan kerja sama dan diharapkan mempunyai paket untuk dijual salah satu agendanya berkunjung ke Gedung Sate Festival 2018. Dengan melakukan koordinasi dan menghimpun dukungan berbagai pihak diharapkan Gedung Festival 2018 menjadi booming, dan menjadi kegiatan yang selalu ada dan dapat menambah kunjungan wisatawan. Kami melakukan koordinasi dengan berbagai pihak melalui pertemuan rapat frekuensinya hampir sebulan tiga kali untuk rapat dengan pihak eksternal, dan internal Bidang Pemasaran Disparbud sendiri melakukan rapat satu minggu dua sampai tiga kali pertemuan untuk mengantisipasi adanya kendala dan mematangkan teknis acara. Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan membuktikan bahwa pihaknya mampu berkoordinasi pihak-pihak terkait dan bekerja secara simultan dengan satu tujuan

sama, dapat dilihat dari keberhasilan Gedung Sate Festival 2018 yang sukses.

Pada pertemuan di Gedung Sate Festival, Ida Hermida. Artinya membuktikan bahwa pihaknya melakukan koordinasi ke berbagai pihak termasuk ASITA dan PHRI. Selain itu, Bidang Pemasaran Disparbud Jabar juga melakukan koordinasi dengan media partner dan sponsorship. Seperti yang kita ketahui bahwa untuk mendapatkan media partner dan sponsorship dibutuhkan komunikasi dua arah yang intens untuk mencapai kesepakatan. Dua kegiatan tersebut juga menunjukkan adanya koordinasi dengan media partner dan sponsorship.

Gedung Sate Festival 2018 memiliki keunikan yaitu sebagai satu-satunya event yang mengacu pada skema PPP (*Public, Private, Partnership*) antara Pemerintah Provinsi Jawa Barat. melalui pelibatan komunitas dan sektor privat. Pola PPP ini memasukkan berbagai elemen yang dibutuhkan dalam membangun suatu festival yang didedikasikan untuk penguatan ekonomi, khususnya sektor pariwisata. *Event* ini juga merupakan salah satu upaya Pemerintah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk mempromosikan pariwisata Jabar secara masif.

Penyelenggaraan kegiatan merupakan implementasi poin kelima misi Disparbud Jabar yaitu Gedung Sate Festival merupakan kegiatan yang merepresentasikan kepemimpinan kolaboratif antara Pemerintah Republik Indonesia, Pemerintah Provinsi Jawa Barat serta Pemerintah Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari penyelenggaraan Gedung Sate Festival 2018 yang sejalan dengan keinginan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam rangka menjadikan Gedung Sate dengan branding Gedung Sate Ramah Wisatawan.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat. tidak mengalami kendala dan hambatan yang berarti. Hal ini disebabkan bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat telah memiliki banyak pengalaman untuk mengadakan berbagai

kegiatan yang melibatkan Kabupaten/Kota. Namun, proses komunikasi merupakan salah satu bentuk kendalanya dikarenakan letak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat yang jauh dari Kabupaten dan Kota Se Jawa Barat. Faktor lain disebabkan oleh banyaknya pihak yang bekerja sama berkolaborasi untuk Gedung Sate Festival 2018.

Terdapat ketimpangan antara harapan dan realitas, penyelenggara Gedung Sate Festival mengharapkan proses koordinasi yang relatif cepat, namun kenyataannya Kabupaten membutuhkan pertimbangan mengenai apa yang dikeluarkan dan dilaksanakan harus tercantum dalam dokumen anggaran. Permasalahan nyatanya adalah terdapat kabupaten yang memiliki anggaran untuk kegiatan ini ada yang tidak, contohnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut tidak memiliki anggaran untuk kegiatan ini, tetapi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat melakukan koordinasi hingga akhirnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut bekerja sama dengan Dinas UMKM dan Dekranasda. Koordinasi dengan pihak lain menyebabkan proses pengambilan keputusan menjadi lebih panjang, tetapi kendala tersebut masih dapat teratasi.

Indikator keberhasilan dari kegiatan Gedung Sate Festival 2018 adalah yang pertama adalah jumlah pengunjung. Pada saat hari penyelenggaraan Gedung Sate Festival 2018, pengunjung yang hadir untuk dua hari mencapai ratusan ribu pengunjung atau setidaknya lebih dari 100.000 pengunjung yang diukur dan dihitung menggunakan Digital Tally pada pintu masuk Gedung Sate Festival 2018. Indikator keberhasilan kedua adalah, *tenants* yang disediakan ramai pengunjung seperti contohnya adalah pada saat hari kedua mayoritas *food and beverage tenants* habis karena jumlah pengunjung yang sangat banyak. Indikator keberhasilan ketiga adalah jumlah pihak yang mendukung acara dan terlibat dalam Gedung Sate Festival 2018 banyak. Terakhir adalah banyaknya media yang hadir dan meliput pada saat acara

berlangsung sehingga pemberitaan mengenai Gedung Sate Festival 2018 cukup banyak dan bertendensi positif.

Pada tahap evaluasi, Bidang pemasaran melakukan evaluasi internal dengan melihat antusiasme dan jumlah pengunjung. Kenyataannya, dapat dikatakan berhasil mencapai tujuan mendapat jumlah kunjungan masyarakat yang tinggi. Gedung Sate Festival 2018 sebagai Pesta Rakyat berhasil membuat masyarakat Jawa Barat mengekspresikan dirinya melalui hiburan yang disajikan. Gedung Sate Festival 2018 berhasil mendapatkan antusiasme masyarakat terlihat dari banyaknya pengunjung yang hadir. Pengunjung tampak bersemangat menikmati berbagai sajian hiburan, termasuk beraneka ragam kuliner yang disajikan puluhan stan yang tersebar di Halaman Gedung Sate.

Selanjutnya, Disparbud Jabar melakukan evaluasi serta melihat laporan mulai food product tenants penjualan tenants, melalui pemberitaan media dan melihat berapa banyak media yang meliput acara Gedung Sate Festival 2018, melalui wawancara dengan pengunjung yang ada di media, feedback masyarakat melalui sosial media. Dan berdasarkan informasi yang kami dapatkan bahwa responnya positif dan bisa dikatakan acara Gedung Sate Festival 2018 berhasil dilaksanakan.

Gambar 4 Hasil Tambatan Pagar #GedungSateFestival



Selain itu, tambatan pagar #GedungSateFestival pada sosial media merupakan evaluasi dari Gedung Sate Festival 2018 untuk menghitung publikasi dari pengunjung mengenai Gedung Sate Festival 2018. Berdasarkan hasil penelusuran setidaknya terdapat 711 post berkaitan dengan Gedung Sate Festival 2018. Evaluasi juga dilakukan melalui media monitoring. Apabila menggunakan search engine (www.google.com, 2018) Menunjukkan 385,000 hasil untuk *keywords* Gedung Sate Festival 2018.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada tahap riset special event Gedung Sate Festival 2018, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kebudayaan Jawa Barat menyadari Pada Planning Gedung Sate Festival proses desain, pada kegiatan Gedung Sate Festival 2018, bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, menjadi ajang promosi pariwisata Jawa Barat agar berdaya saing baik di tingkat regional maupun internasional. Pada tahap desain, yang ditampilkan dalam penyelenggaraan Gedung Sate Festival 2018, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat cenderung menggunakan warna-warna yang cerah, seperti hijau, oranye, merah, biru, kuning, maupun putih. Warna-warna tersebut direpresentasikan dalam dekorasi lampion dan tali dengan kertas, serta gapura dan tenda warna putih. Kemampuan *snowmanship* mereka dalam menciptakan gerakan, suara, permainan warna, cahaya, mendesain area, dilakukan secara komprehensif dan penuh pertimbangan untuk menciptakan kesan yang mendalam bagi masyarakat Kota Bandung dan Jawa Barat yang hadir. Pada tahap koordinasi, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan membuktikan bahwa pihaknya mampu berkoordinasi pihak- pihak terkait dan bekerja secara simultan dengan satu tujuan sama, dapat dilihat dari keberhasilan Gedung Sate Festival 2018 yang sukses. Disparbud

Jabar melakukan koordinasi dengan media, sponsorship, tenants, ASITA, PHRI, manajemen guest star.

Pada tahap evaluasi, Bidang pemasaran melakukan evaluasi internal dengan melihat antusiasme dan jumlah pengunjung dari. Kenyataannya, berhasil mendapatkan antusiasme masyarakat terlihat dari banyaknya pengunjung yang hadir. Pengunjung tampak bersemangat menikmati berbagai sajian hiburan, termasuk beraneka ragam kuliner yang disajikan puluhan stan yang tersebar di Halaman Gedung Sate. Selain itu, tambatan pagar #GedungSateFestival pada sosial media merupakan evaluasi hasilnya setidaknya terdapat 711 post berkaitan dengan Gedung Sate Festival 2018. Evaluasi juga dilakukan melalui media monitoring. Apabila menggunakan search engine www.google.com (www.google.com, 2018). menunjukkan 385,000 hasil untuk *keywords* Gedung Sate Festival 2018. Selanjutnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat melakukan evaluasi melihat laporan mengenai food product tenants penjualan tenants, melalui pemberitaan media dan melihat berapa banyak media yang meliput acara Gedung Sate Festival 2018, melalui wawancara dengan pengunjung yang ada di media, feedback masyarakat melalui sosial media. Dan berdasarkan informasi yang kami dapatkan bahwa responnya positif dan bisa dikatakan acara Gedung Sate Festival 2018 berhasil dilaksanakan.

Peneliti merekomendasikan bahwa harus perencanaan secara menyeluruh dan mengantisipasi kendala yang terjadi baik dari segi publikasi, koordinasi, evaluasi, proses riset dan juga teknis pelaksanaan. Selain itu, dapat lebih peka lagi terhadap apa yang menjadi kendala Gedung Sate Festival 2018.

Daftar Pustaka

Disparbud, J. 2018.
www.disparbud.jabarprov.go.id.
Bandung.

- Gojali, D. 2010. Communication Measurement. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hardjana, A. 2000. Audit Komunikasi. Jakarta: PT Grasindo.
- Kriyantono. 2012. Teknik Praktis Riset komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Moleong. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhadjir, N. 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Nazir. 2014. Metode Penelitian. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Pudjiastuti. 2010. Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2011. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.
- wonderfulwestjava. 2018. Bandung. Retrieved from <https://www.wonderfulwestjava.com/event/gedung-sate-festival-2018/>
- www.google.com. (2018). #GedungSateFestival2018. Retrieved from www.google.com