

ANALISIS MANAJEMEN EVENT “14 TAHUN KOLABORASI NYATA” DI RADIO PRFM 107,5 NEWS CHANNEL KOTA BANDUNG

Sindi Maya Pratiwi

Hubungan Masyarakat, Politeknik LP3I Bandung

e-mail : sindimpr17@gmail.com

ABSTRAK

Radio telah berkembang menjadi alat untuk menyampaikan informasi dan hiburan dari waktu ke waktu. Seiring perkembangan zaman, radio terus menyiarkan musik dan berita terbaru. Di era modern saat ini, radio meredup dan banyak orang meninggalkan radio. Ditengah proses transisi dari konvensional, banyak perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran radio mulai mengikuti perkembangan di dalam perubahan konsep pemasarannya. Salah satu cara agar perusahaan radio tetap dikenal dan didengarkan oleh masyarakat adalah membuat sebuah event atau acara. Event adalah kegiatan atau festival untuk merayakan peristiwa yang dilakukan pada waktu tertentu dengan tujuan memberikan pesan kepada khalayak. Untuk memastikan event berjalan sukses, maka perlu dilakukan pengelolaan event. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengevaluasi pengelolaan event 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM 107,5 News Channel dengan metode studi kasus, karena peneliti ingin mendapatkan data yang, rinci, lengkap, dan mendalam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana proses pengelolaan event pada 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM 107,5 News Channel. Hasil penelitian penyelenggaraan acara 14 Tahun Kolaborasi Nyata telah menerapkan 5 proses manajemen acara sesuai dengan teori Goldblatt.

Keywords: Kota Bandung, Manajemen Acara, PRFM, Radio

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kegiatan sehari-hari manusia. Komunikasi merupakan proses pertukaran dan pemahaman informasi antara dua pihak atau lebih. Pengirim dan penerima pesan, serta saluran komunikasi, terlibat

dalam proses ini. Komunikasi digunakan dalam berbagai macam dunia pekerjaan contohnya perusahaan media radio. Radio adalah salah satu jenis media massa satu arah yang menyampaikan informasi, hiburan, dan berita kepada populasi yang luas. Radio adalah media komunikasi masa yang

menyampaikan ide suara secara umum dan terbuka melalui program yang teratur dan berkesinambungan. Dari waktu ke waktu, radio telah berkembang menjadi alat yang berfungsi untuk menyiarkan hiburan dan informasi, serta menyiarkan lagu dan informasi terbaru seiring perkembangan zaman. Di era modern saat ini, radio meredup dan banyak orang meninggalkan radio. Ditengah proses transisi dari konvensional, banyak perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran radio mulai mengikuti perkembangan di dalam perubahan konsep pemasarannya. Salah satu cara agar perusahaan radio tetap dikenal dan didengarkan oleh masyarakat adalah membuat sebuah *event* atau acara.

Event adalah program yang dilakukan dengan tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan perusahaan. *Event* merupakan suatu peristiwa yang berlangsung dan dirancang secara khusus dalam program acara atau kegiatan kehumasan yang dikaitkan dengan tujuan tertentu. *Event* adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengingat hal-hal penting baik secara individu atau kelompok (Noor, 2009). Manajemen komunikasi secara umum merupakan suatu proses pengelolaan pesan dan informasi. *Event* dalam ruang

lingkup pekerjaan *broadcasting* atau penyiaran, dikaitkan dengan tujuan *public relations*. Salah satu cara yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan perusahaannya kepada khalayaknya adalah dengan membuat sebuah *event*. *Event* yang melibatkan *targeted audience* seringkali dianggap sebagai strategi promosi yang lebih efektif daripada pengeluaran uang untuk iklan di media massa. Manajemen *Event* adalah kegiatan profesional mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni, serta bertanggung jawab mengadakan penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan (Goldblatt, 2013). Diawali dengan membuat kerangka konsep dan diikuti dengan pelaksanaan kegiatan hingga selesai. Manajemen acara memastikan bahwa acara tersebut berjalan dengan baik sesuai tujuan dan mengurangi kemungkinan hasil yang tidak diinginkan. Pengelolaan event, atau manajemen event, diperlukan untuk menjamin bahwa proses event berjalan dengan sukses.

Berikut 5 tahap proses manajemen *event* menurut Joe Goldblatt :

a.) *Researching*

Riset merupakan tahap awal dalam merancang suatu *event*. Riset acara adalah usaha untuk mengumpulkan data dan informasi untuk meningkatkan kualitas acara. Beberapa hal perlu diperhatikan selama proses riset atau penelitian termasuk melakukan riset acara pada waktu yang tepat dan sesuai dengan tujuan acara, lalu menentukan ruangan atau tempat harus dipilih sesuai dengan tujuan acara dan dapat memenuhi kebutuhan acara, dan yang terakhir adalah tempo kegiatan juga harus dipilih sesuai dengan tujuan acara dan dapat memenuhi kebutuhan acara. Melakukan penelitian atau riset, menjadi hal utama agar mengetahui hal apa saja yang dapat menunjang keberhasilan *event* dan mengurangi resiko kegagalan serta memastikan hasil *event* yang sesuai dengan rencana.

b.) *Design*

Proses *design* mencakup *design* dan perancangan *event*. Tahap pertama mencakup perancangan *event* seperti perancangan konsep, tema, dan gambaran besar *event*. Tahap kedua melakukan perancangan grafis, yang dapat mencakup logo dan grafik. Tahap

ketiga, perancangan ruangan, yang dapat mencakup penataan *layout*, dan pengaturan ruangan. Dan terakhir tahap keempat perancangan peralatan yang termasuk membuat peralatan untuk acara.

c.) *Planning*

Strategi dirancang di tahap persiapan, yang kemudian siap untuk dilaksanakan. Beberapa tahap dalam perencanaan acara juga digunakan, seperti: *Pra-event* melakukan perancangan *event* sebelum *event* diselenggarakan, seperti menentukan lokasi, *layout* ruangan, atau partisipasi yang diinginkan. Saat pelaksanaan melakukan perancangan *event* yang akan diselenggarakan, seperti menentukan pengisi acara, peralatan pendukung *event* yang diperlukan, atau jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan. Karena diperlukan data yang akurat dan hati-hati, proses perancangan manajemen *event* dilakukan secara matang dan biasanya tahap paling lama. Tujuannya adalah untuk dapat menjalankan proses yang didasarkan pada riset dengan lancar.

d.) *Coordinating*

Dalam pelaksanaan suatu *event*, tahap koordinasi *event* melibatkan integrasi perancangan dan koordinasi peserta. Manajer acara akan menekankan

arus proses, koordinasi peserta, dan pemecahan masalah jangka pendek. Kegiatan *pra-event* seperti gladi bersih, komunikasi publik, audiensi, dan strategi lainnya telah dimulai oleh panitia. *Deadline* penyelenggaraan *event* dapat lebih dari satu setengah bulan sebelum tahap koordinasi *event* dimulai. *coordinating* dilakukan saat *event* tengah berlangsung, ketika ada hal yang tidak sesuai rencana maka koordinasi antar tim sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan *event*.

e.) *Evaluation*

Tahap evaluasi diperlukan guna mengukur suatu keberhasilan *event*. Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk analisis situasi dalam program selanjutnya. Agar mengetahui apa saja hal yang kurang dan dapat menjadi acuan bagi penyelenggara *event* di kemudian hari.

Dalam era serba digital saat ini perusahaan memanfaatkan *event* sebagai wujud eksistensi perusahaan itu sendiri, salah satunya adalah Radio PRFM 107,5 News Channel. Radio PRFM 107,5 News Channel merupakan radio yang berita yang didirikan pada tahun 2009. Radio PRFM 107,5 News Channel saat ini sudah mengudara selama 14 tahun. Tepat pada tanggal 8 November

2023 Radio PRFM 107,5 News Channel merayakan hari jadinya dengan membuat *event* ulang tahun “14 Tahun Kolaborasi Nyata”. *Dies natalis* Radio PRFM diselenggarakan setiap tahunnya dengan konsep dan tema yang berbeda. Pada *event* 14 tahun Radio PRFM ini, mengusung tema kolaborasi nyata yang artinya Radio PRFM telah bekerja sama dengan berbagai pihak selama 14 usianya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus karena peneliti ingin mendapatkan informasi yang lengkap, rinci, dan mendalam tentang proses manajemen acara yang terjadi selama 14 tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM. Sugiyono (2016: 17) menyatakan bahwa penelitian dengan metode studi kasus adalah ketika peneliti menyelidiki satu atau lebih orang secara menyeluruh. Di Radio PRFM News Channel Kota Bandung, penelitian ini melakukan observasi dan wawancara untuk mengumpulkan informasi.

3. PEMBAHASAN

Dalam diskusi ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui wawancara dengan

beberapa pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan *event* 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM. *Event* 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM 107,5 News Channel merupakan *event* tahunan yang diselenggarakan oleh Radio PRFM itu sendiri. Acara tersebut diadakan dengan tujuan untuk memperingati hari jadi Radio PRFM 107,5 News Channel yang jatuh pada tanggal 8 November. Pada hari jadi ke-14 ini, acara diselenggarakan di Hotel deBraga by Artotel dengan dihadiri oleh seluruh staff dan jajaran pimpinan Radio PRFM 107,5 News Channel serta Pikiran Rakyat Grup. *Event* tersebut bertujuan sebagai salah satu media penghubung silaturahmi antar staff untuk mendapatkan *bonding* sesama rekan kerja. *Event* ulang tahun Radio PRFM 107,5 News Channel diselenggarakan dengan mengusung konsep *gala dinner* dan *awarding* bagi karyawan Radio PRFM 107,5 News Channel. Diharapkan dengan adanya *awarding* atau penghargaan atas kinerja staff menjadi sebuah motivasi kerja yang dapat mendukung kualitas sumber daya manusia di Radio PRFM 107,5 News Channel. Berdasarkan hasil temuan data penelitian melalui proses wawancara mendalam dengan pihak

yang terlibat dalam *event*, maka hasil penelitian adalah :

Dalam melaksanakan *event*, 14 Tahun Kolaborasi Radio PRFM 107,5 News Channel melalui 5 tahap, yaitu sebagai berikut :

a. Tahap *Researching*

Tahapan awal yaitu riset. Riset dilakukan untuk mengetahui fakta terkait masalah yang ada sebelum melaksanakan *event*. Riset berguna untuk menghindari segala resiko yang terjadi saat melaksanakan *event*. Pada *event* ulang tahun Radio PRFM 107,5 News Channel yang ke-14, panitia melakukan riset dengan berdiskusi atau rapat dan melakukan analisis terkait penyelenggaraan *event*. Dalam tahap ini mencakup kapan waktu *event* akan dilaksanakan, lalu menentukan tempat yang akan digunakan untuk *event*. Adapun hasil riset, panitia yaitu : *event* ulang tahun dilaksanakan pada tanggal 8 November 2023 bertempat di Hotel de Braga by ARTOTEL Kota Bandung.

2. Tahap *Design*

Setelah tahap riset dilakukan, langkah selanjutnya adalah membuat *design*. Tahap ini bertujuan agar kegiatan *event* dapat tergambarkan dengan baik

serta mengetahui layout keseluruhan *event*. Di tahap ini pun panitia membuat konsep dan tema acara yang sesuai dengan hasil riset yang telah dilakukan sebelumnya. Pada tahap ini, membutuhkan komunikasi yang efektif untuk membuat acara kreatif dan menarik. Selain konsep, dalam pembuatan media publikasi seperti design logo, kebutuhan publikasi di media sosial pun perlu dipersiapkan, dan alat perlengkapan pendukung acara. Hasil pada tahap ini pada konsep acara hari jadi Radio PRFM 107,5 News Channel adalah *gala dinner* dan *awarding*, pembuatan media publikasi di instagram, dan *check list* kebutuhan logistik atau perlengkapan acara.

3. Tahap *Planning*

Tahapan selanjutnya adalah perencanaan *event*. Pada tahap ini, pihak yang menyelenggarakan *event* mulai untuk membentuk panitia *event* agar pekerjaan tersusun dan selesai sesuai dengan yang diharapkan. Setelah membentuk panitia, hal selanjutnya adalah membuat rencana bagaimana konsep dan tema acara dapat terlaksana. Pada tahap ini diperlukan strategi agar hasil dari tahap sebelumnya dapat terlaksana. Pada proses tersebut semua

panitia terlibat untuk *brainstorming*. Jika pada tahap sebelumnya hanya menentukan konsep secara dasar, maka pada tahap ini konsep dan semua persiapan dibuat lebih mendetail seperti menentukan hasil akhir *venue* acara, menentukan *dresscode* pakaian yang akan digunakan, membuat susunan acara, menghubungi list tamu undangan untuk jajaran pimpinan, menghubungi pengisi acara dan melakukan negosiasi, mempersiapkan *doorprize* untuk acara, mempersiapkan kebutuhan logistik untuk mendukung berjalannya acara, dan menghubungi list calon sponsor. Sesuai dengan tema “14 Tahun Kolaborasi Nyata” pada *event* ini, panitia harus mempersiapkan kebutuhan kerjasama dengan pihak *eksternal*. Kolaborasi tersebut merupakan bentuk saling mendukung untuk meningkatkan *brand awareness* sutau perusahaan baik Radio PRFM ataupun pihak yang bekerjasama dengan Radio PRFM. Walaupun *event* tersebut merupakan *event* internal, kerja sama dengan pihak *eksternal* dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan *event* tersebut. Pada event 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM 107,5 News Channel bekerja sama dengan beberapa pelaku usaha dengan memberikan dukungan sponsor dalam

bentuk *venue* acara dan hadiah untuk *doorprize*.

4. Tahap *Coordinating*

Sebelum pelaksanaan *event*, panitia ulang tahun Radio PRFM 107,5 News Channel rutin melaksanakan kegiatan rapat koordinasi panitia untuk mengkoordinasikan proses atau kebutuhan untuk penyelenggaraan *event* ulang tahun. Rapat rutin dilaksanakan setiap satu minggu sekali untuk membahas hasil atau *progress* setiap divisi atau dilakukan secara kondisional jika ada kebutuhan mendadak dan darurat terkait *event*. Pada hari pelaksanaan *event*, ketua pelaksana melakukan koordinasi *briefing* panitia sebelum memulai acara. Saat acara dimulai, panitia melakukan tugas sesuai *jobdesk* yang telah diberikan oleh ketua pelaksana. Pada tahap ini kerja sama tim sangat diperlukan untuk mendukung kelancaran acara saat sedang berlangsung. Komunikasi yang kuat dan efektif akan menghasilkan koordinasi tim yang baik. Saat acara 14 Tahun Kolaborasi Nyata berlangsung, seluruh panitia dan pihak yang terlibat telah melaksanakan koordinasi dengan sangat baik.

5. Tahap *Evaluation*

Tahap evaluasi dilakukan pada saat setelah acara selesai. Evaluasi bertujuan untuk menilai keberhasilan *event*, apakah *event* berlangsung secara runtun atau tidak. Pada tahap ini, seluruh panitia *event* 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM 107,5 News Channel memberikan kritik serta saran terhadap *event* yang sudah terlaksana. Setiap penyelenggaraan *event*, memiliki hambatan. Adapun evaluasi untuk *event* ini adalah, ketepatan waktu acara. Saat pelaksanaan acara, tidak dilakukan secara *ontime* sesuai dengan yang sudah disepakati. Sehingga acara selesai lebih lama. Proses evaluasi tersebut bertujuan agar *event* yang akan diselenggarakan berikutnya dapat berjalan lebih baik dan sesuai dengan yang telah direncanakan.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Radio PRFM 107,5 News Channel telah melaksanakan acara 14 Tahun Kolaborasi Nyata dengan menerapkan teori proses manajemen *event* yaitu *researching*, *design*, *planning*, *coordinating*, dan *evaluation* pada saat *pra event* dan pelaksanaan *event*. Terselenggaranya *event* 14 Tahun

Submit Date: 14 April 2024

Accepted Date: 21 Mei 2024

Published Date : 14 Oktober 2024

Kolaborasi Nyata tersebut sebagai wujud apresiasi terhadap kinerja para staff dan memperingati 14 tahun Radio PRFM 107,5 News Channel. Event 14 Tahun Kolaborasi Nyata Radio PRFM 107,5 News Channel sudah terlaksana secara profesional dan terkelola dengan baik. Namun terdapat saran pada *event* tersebut yaitu pelaksana *event* lebih memperhatikan ketepatan waktu acara karena hal tersebut dapat berpengaruh pada kualitas acara dan kelancaran saat acara berlangsung. Saran tersebut ditulis penulis agar *event* tahunan Radio PRFM 107,5 News Channel dapat terlaksana dengan lebih baik pada tahun berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Verianty, W. A. (2023, March 31). *Event Adalah Acara, Ini Penjelasan dan Cara Membuatnya*. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5248128/event-adalah-acara-ini-penjelasan-dan-cara-membuatnya>
- Bladen, C., Kennell, J., Abson, E., & Wilde, N. (2012, June 12). *Events Management*. <https://doi.org/10.4324/9780203852972>
- Cangara, H. (2022, April 8). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kelima*. http://books.google.ie/books?id=fagC0AEACAAJ&dq=pengantar+ilmu+komunikasi+hafied+cangara&hl=&cd=3&source=gbs_api
- PKPTK22: *Menjelaskan penelitian studi kasus, penelitian deskriptif dan penelitian tindakan kelas*. (2022, March 11). <https://spada.uns.ac.id/mod/forum/discuss.php?d=118062>
- JURNAL SENI TARI Terakreditasi SINTA 4 - PDF Free Download. (n.d.). <https://docplayer.info/234208632-Jurnal-seni-tari-terakreditasi-sinta-4.html>
- PENTINGNYA EVENT DALAM PEMASARAN MEREK. (n.d.). <https://infocuscreativa.com/news/view/9>
- Riadi, M. (2021, September 14). *Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Manajemen Event*. KajianPustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2019/04/manajemen-event.html>
- Komunikasi Adalah: Definisi, Jenis, & Penggunaannya*. (2023, July 4). LSPR. <https://www.lspr.ac.id/definisi-jenis-penggunaannya-komunikasi>
- Store, D. (2023, October 7). *Pengertian Komunikasi: Karakteristik, Sejarah, Unsur dan Macam-Macam*. Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/blog/materi/pengertian-komunikasi>
- Rais, H. (2020, November 8). *Kilas Balik 11 Tahun PRFM: Cerita Terbentuknya PRFM, Hingga*

- Jadi Tempat Curhat* (Studi Kasus Program CSR Wirausaha
Pendengar - PRFM News. Muda Mandiri 2019). *Expose:*
PRFM News.
<https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-13927285/kilas-balik-11-tahun-prfm-cerita-terbentuknya-prfm-hingga-jadi-tempat-curhat-pendengar?page=all>
- Setiawan, E. (n.d.). *Arti kata acara - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.*
<https://kbbi.web.id/acara>
- Goldblatt, J. (2013, November 25). *Special Events.* John Wiley & Sons.
http://books.google.ie/books?id=WQOJAqAAQBAJ&dq=0471396877&hl=&cd=8&source=gbs_api
- Firmansyah, D., Anindita, A., & Widyaningrum, A. G. (2023, July 28). Konvergensi Televisi Dan Media Sosial Dalam Distribusi Konten Berita. *Jurnal Visi Komunikasi*, 22(01), 16.
<https://doi.org/10.22441/visikom.v22i01.15672>
- Hamsinah, H., Yolanda, A., & Toruan, R. R. M. L. (2021, August 31). Penyelenggaraan Event “BRI RUN” Dalam Meningkatkan Brand Image PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 22–31.
<https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1413>
- Uljanatunnisa, U., Handayani, L., & Alisyah, V. (2020, November 22). ANALISIS MANAJEMEN EVENT