

## **Perencanaan Komunikasi dalam *Event* Media Pertunjukan Rakyat oleh Diskominfo Jawa Barat**

Communications Planning in The Event by Media Folk Performance

<sup>1</sup>Nita Suci Djulyantie, <sup>2</sup>O. Hasbiansyah

<sup>1,2</sup> Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116  
email: <sup>1</sup>nitasuci21@gmail.com, <sup>2</sup>hasbians@yahoo.com

**Abstract.** The number of communities that lack essential information, let alone on this multitude of information that is known to be the source that is often unsettling society. Thus, the Diskominfo of West Java to make folk performances media event with the aim to disseminate information through the media folk performances were held in the existing cities in West Java. To implement the event media folk performances is not easy. In the event of them being designed within an agency certainly are discussing planning excellent communication. Purpose of the research conducted by its current status is to know the communications planning process conducted in West Java Diskominfo media events, folk performances, to know the steps of marketing communication done Diskominfo in West Java in folk performances media events", and for the use of communications planning steps made by Diskominfo in West Java in the event the media folk performances. The method chosen for conducting research on the planning of communication this qualitative method is choosing its current status. This kind of research is more emphasized to unearth the meaning of stored on a social phenomenon. So then this type of research can provide the in-depth results because the data obtained are open. This strategy is used in this research is a study in the case because this phenomenon occurs within the time limit certain acupuncture and its current status is emphasised in the process. This research uses qualitative metodogi itself due to discuss planning in the event the media folk performances are not yet well known. From research conducted by its current status is on this study is them is its current status is found that planning of communication in the event of media folk performances liquid lies to do planning, although There are a few technical obstacles encountered as well as some of the constraints that are happening in the communications planning process but Diskominfo Jawa Barat dapat through it, is a unique communication planning is done by the Diskominfo of West Java This is the submission of information through the media folk performances.

**Keywords:** Communication Planning, Communication Strategy, Event.

**Abstrak.** Masih banyaknya masyarakat yang sangat kekurangan informasi, apalagi pada ini banyaknya informasi yang yang diketahui sumbernya yang sering kali meresahkan masyarakat. Maka dari itu, Diskominfo Jawa Barat membuat event media pertunjukan rakyat dengan tujuan untuk menyebarkan infomasi melalui media pertunjukan rakyat yang dilaksanakan di kota-kota yang ada di Jawa Barat. Untuk melaksanakan event media pertunjukan rakyat tidaklah mudah. Dimana dalam event tersebut dirancang dalam suatu instansi pasti melewati sebuah perencanaan komunikasi yang baik. Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui proses perencanaan komunikasi yang dilakukan Diskominfo Jawa Barat dalam event media pertunjukan rakyat, untuk mengetahui langkah-langkah komunikasi pemasaran yang dilakukan Diskominfo Jawa Barat dalam event media pertunjukan rakyat", dan untuk alasan digunakannya langkah-langkah perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Diskominfo Jawa Barat dalam event media pertunjukan rakyat. Metode yang dipilih untuk melakukan penelitian mengenai perencanaan komunikasi ini peneliti memilih metode kualitatif. Jenis penelitian ini lebih ditekankan untuk menggali makna yang tersimpan pada suatu fenomena sosial. Dengan begitu maka jenis penelitian ini dapat memberikan hasil yang mendalam karena data yang didapat bersifat terbuka. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus karena fenomena ini terjadi dalam batas waktu tertentu dan peneliti menekankan pada prosesnya. Penelitian ini sendiri menggunakan metodogi kualitatif karena sebuah perencanaan dalam event media pertunjukan rakyat belum banyak diketahui. Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian ini adalah dimana peneliti menemukan bahwa perencanaan komunikasi dalam event media pertunjukan rakyat merupakan perencanaan yang startegis untuk dilakukan, walaupun ada beberapa hambatan teknis yang ditemui serta beberapa kendala yang terjadi dalam proses perencanaan komunikasi namun Diskominfo Jawa Barat dapat melewatinya, yang unik adalah dimana perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Barat ini adalah penyampaian informasinya melalui media pertunjukan rakyat.

**Kata Kunci:** Perencanaan Komunikasi, Komunikasi Strategi, Event.

## A. Pendahuluan

Diskominfo (dinas komunikasi dan informatika) Jawa Barat adalah suatu instansi pemerintah yang bergerak dalam penyebaran informasi-informasi tentang pemerintah, pengembangan, dan pendayagunaan teknologi yang dituntut bisa memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang komunikasi dan informatika. Dengan pelayanan tersebut upaya pemerataan informasi dan pemenuhan hak publik tentang informasi dapat dilakukan.

Dalam proses pemerataan informasi Diskominfo menyebarkannya melalui beberapa program, salah satunya yaitu event “Media Pertunjukan Rakyat”. Program ini bertujuan untuk membantu pemerintah khususnya di bidang informasi dan komunikasi untuk mensosialisasikan berbagai konten informasi yang akan disosialisasikan langsung kepada masyarakat. Pertunjukan rakyat pada umumnya adalah kesenian tradisional yang dipentaskan didepan khalayak terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, sehingga bentuk kesenian tersebut juga dapat menjadi sarana pendidikan, kontrol sosial dan sarana penyampaian informasi. Event media pertunjukan rakyat oleh Diskominfo Jawa Barat ini dilakukan dengan adanya perencanaan komunikasi. Dalam penciptaan sebuah event, terdapat proses perencanaan yang berfungsi sebagai proses penciptaan dan pengelolaan pesan sehingga menjadi sebuah informasi atau nilai berita yang kuat untuk mendapatkan daya tarik publisitas. Serta Diskominfo Jawa Barat pasti melewati sebuah perencanaan komunikasi yang matang serta strategi komunikasi yang sebelumnya telah direncanakan. Proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi inilah yang nantinya akan berpengaruh pada sebuah kegiatan yang akan dilakukan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “*Bagaimana Perencanaan Komunikasi dalam Event Media Pertunjukan Rakyat oleh Diskominfo Jawa Barat*” tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk Mengetahui Perencanaan Komunikasi Dalam Event Media Pertunjukan Rakyat Oleh Diskominfo Jawa Barat.
2. Untuk Mengetahui Langkah-langkah Perencanaan Komunikasi yang dibuat oleh Diskominfo Jawa Barat dalam Event Media Pertunjukan Rakyat
3. Untuk Mengetahui Alasan Menggunakan Perencanaan Komunikasi yang Telah dibuat Sebelumnya oleh Diskominfo Jawa Barat dalam Event Media Pertunjukan Rakyat

## B. Landasan Teori

Menurut Keufman 1972 (Camgara : 2013:22), menyatakan bahwa perencanaan komunikasi bahwa “Perencanaan adalah suatu proses untuk menetapkan ke mana kita harus pergi dengan mendefinisikan syarat apa yang harus dipenuhi untuk sampai ke tempat tersebut dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain perencanaan sebagai penetapan spesifikasi tujuan yang ingin dicapai termasuk cara-cara yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut”.

Oleh karena itu, dalam perencanaan ada dua belas pokok pikiran yang terkandung didalamnya, yaitu:

1. Perencanaan sebagai usaha yang disengaja dan dilakukan secara sadar
2. Perencanaan menepatkan manusia sebagai modal dasar dalam menggerakkan setiap usaha
3. Perencanaan menggunakan hasil riset, data dan informasi
4. Ada tujuan yang ingin dicapai, sehingga memerlukan keputusan dan tindakan

- yang akan diambil
5. Ada keinginan untuk melakukan perubahan
  6. Berorientasi masa depan (optimis)
  7. Pemecahan masalah
  8. Pemilihan alternative
  9. Pengalokasian sumber daya socio-technical
  10. Menjadi dasar acuan pelaksanaan
  11. Menjadi pengendali dan monitoring pelaksanaan
  12. Perencanaan sebagai proses yang berkelanjutan

Dari dua belas pokok diatas dapat disimpulkan bahwa kapan seseorang membuat perencanaan berarti ia menetapkan apa yang harus dikerjakan, kapan dikerjakan, siapa yang akan mengerjakannya dan bagaimana cara mengerjakannya. Perencanaan merupakan sebuah jembatan antara bagaimana kita berangkat dan kemana kita akan pergi. Dengan kata lain, perencanaan dapat dikatakan sebagai pedoman dasar yang akan menuntun kita untuk melakukan suatu hal demi tercapainya tujuan yang dimaksud.

Perencanaan merupakan titik awal untuk bekerjanya suatu organisasi. Karena itu perencanaan dibuat agar dapat berfungsi sebagai:

13. Mengidentifikasi dan menetapkan masalah
14. Memberikan arahan (fokus) atau pedoman pada tujuan yang ingin dicapai
15. Meminimalisasi terjadinya pemborosan sumber daya dalam rangka mencapai tujuan secara efektif
16. Melakukan perkiraan terhadap kendala yang mungkin terjadi dan hasil yang akan diperoleh
17. Melakukan pengendalian agar pelaksanaan senantiasa tetap berada dalam koridor perencanaan yang telah ditetapkan
18. Memberi kesempatan untuk memilih alternative terbaik guna mendapatkan hasil yang lebih baik
19. Mengatasi hal-hal yang rumit dengan mencari jalan keluar dari masalah yang dihadapi
20. Menetapkan skala prioritas tentang apa yang harus dikerjakan terlebih dahulu
21. Penetapan mekanisme pemantauan dan instrument alat ukur untuk keperluan evaluasi

Strategi komunikasi menurut Effendy (2003 : 301) merupakan percampuran antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatannya bisa berbeda-beda tergantung pada kondisi dan situasi.

Johnny Allen (dalam Abdullah, 2009:47) mendefinisikan event sebagai ritual istimewa, pertunjukan, penampilan, perayaan yang pasti direncanakan dan dapat dibuat untuk acara khusus atau untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama. Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individual atau kelompok yang terkait secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat pada waktu tertentu (Noor, 2013 : 8).

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Proses perencanaan yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Barat adalah membuat sebuah dokumen tertulis, yang dimana dokumen tertulis tersebut biasa disebut oleh instansi pemerintah yaitu Rencana Kerja Anggaran (RKA). Didalam Rencana Kerja Anggaran ini, akan tertera jelas apa saja langkah-langkah strategis yang telah dibuat

sebagai arahan kepada semua staff yang ada pada bagian Komunikasi dan Informasi Publik dengan menjdikannya rencana ini adalah sebagai alat ukur untuk suatu keberhasilan. Rencana Kerja Anggaran (RKA) yang dibuat oleh Diskominfo Jawa Barat setiap tahunnya antara lain adalah membuat event media pertunjukan rakyat sebanyak 6 kali dalam setahun. Dimana event unggulannya adalah event media pertunjukan rakyat. Proses perencanaan komunikasi dalam event media pertunjukan rakyat oleh Diskominfo Jawa Barat ini memiliki perbedaan dengan instansi lainnya. Dimana Diskominfo Jawa Barat ini menggunakan media pertunjukan rakyat sebagai wadah penyebaran informasi. Diskominfo Jawa Barat juga mengalami beberapa hambatan yang terjadi dalam melakukan perencanaan komunikasi dalam event media pertunjukan rakyat yang telah dinyatakan oleh tiga key informan dan dua narasumber lainnya pada penelitian ini. Dimana salah satu hambatan yang dialaminya adalah adanya perbedaan pendapat dan pemikiran dalam memutuskan apakah lokasi atau tempat telah memadai atau belum. Akan tetapi, karena adanya perbedaan pendapat dan pemikiran bukan merupakan sesuatu hal yang dapat dijadikan penghambat. Maka dapat dikatakan bahwa hambatan yang dialami oleh Diskominfo ini termasuk kepada hambatan yang bersifat non verbal, dimana hambatan yang bersifat non verbal ini disebabkan oleh perbedaan persepsi.

Langkah-langkah perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Diskominfo Jawa Barat yang pertama adalah fenomena-fenomena yang sedang terjadi di masyarakat, yang pertama dilakukan oleh diskominfo jawa barat adalah memperhatikan fenomena-fenomena disekitar masyarakat yang memang apabila ada sesuatu yang tidak benar yang memungkinkan adanya timbul masalah. Setelah itu menganalisis khalayak, dimana Diskominfo harus melihat terlebih dahulu siapa saja dan berapa banyak khalayak yang ada. Lalu Diskominfo memilih media sebagai penyampaian informasi yaitu dengan media pertunjukan rakyat. Setelah event terlaksana, Diskominfo akan melakukan evaluasi.

Alasan menggunakan perencanaan komunikasi yang telah dibuat yaitu perencanaan yang dilakukan oleh diskominfo jawa barat dalam event media pertunjukan rakyat ini memiliki beberapa manfaat yang dapat dirasakan, baik untuk instansi lembaga yang memperluas jaringan kerja sama apalago diantara sumber daya manusianya, dimana mereka merasa dengan adanya perencanaan komunikasi ini apa yang mereka akan kerjakan lebih terarah, kemudian dilatih untuk saling berkerjasama, lalu dituntut untuk berfikir lebih kreatif dan menggunakan sumber daya yang minimal menjadi lebih efektif.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat pembahasan yang telah di uraikan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai “Perencanaan Komunikasi dalam Event Media Pertunjukan Rakyat oleh Diskominfo Jawa Barat” dan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

22. Proses Perencanaan komunikasi yang dilakukan Diskominfo Jawa barat merupakan sebuah pernyataan tertulis mengenai semua yang akan dilakukan oleh Diskominfo Jawa Barat untuk mencapai tujuan instansi pemerintah, yang dimana perencanaan komunikasi tersebut diberi nama Rencana Kerja Anggaran (RKA). Dimana kepala bagian Komunikasi dan Informasi Publik memberikan arahan kepada semua staffnya dengan menajdikan rencana ini sebagai alat tolak ukur suatu keberhasilan termasuk event media pertunjukan rakyat ini.
23. Langkah-langkah perencanaan komunikasi yang dibuat Diskominfo Jawa Barat dalam event media pertunjukan rakyat ini pihak diskominfo, pihak sekolah, subbagian komunikasi dan informasi publik, dan tim kesenian. Melalui inilah

langkah-langkah itu disusun secara efisien dan efektif. Kemudian didalam penyusunan langkah-langkah komunikasi ini dilakukan penentuan sasaran atau khalayak. Yang dijadikan sebagai sasaran utama, dimana yang menjadi sasaran utama adalah anak-anak sekolah namu tidak menutupkemungkinan juga masyarakat umum. Setelah penentuan sasaran , ditentukan pula media yang digunakannya, media yang digunakannya adalah media pertunjukan rakyat.

24. Alasan penggunaan perencanaan komunikasi ini dilandasi oleh beberapa alasan diantaranya adalah karena dengan adanya perencanaan komunikasi jadi lebih terarah dan. Kemudian perencanaan komunikasi juga dapat memberikan manfaat yang sangat baik untuk Diskominfo Jawa Barat. Selain itu juga, digunakannya perencanaan komunikasi karena dapat mencapai tujuan yang sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh Diskominfo Jawa Barat. Perencanaan komunikasi juga dapat dijadikan tolak ukurnya dalam suatu keberhasilan.

#### **E. Saran**

25. Dalam membuat sebuah proses perencanaan komunikasi dalam sebuah event, tidak hanya terpaku kepada perencanaan yang telah dibuat, tetapi harus lebih inovatif dan berfikir cepat untuk membuat perencanaan lain sebagai perencanaan cadangan, jika perencanaan pertama kurang berhasil.
26. Saran untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung diharapkan dapat lebih dalam menggali dan membahas konsep Perencanaan Komunikasi yang dilakukan dalm event media pertunjukan rakyat apakah perencanaan komunikasi yang dilakukan selalu mempunyai proses yang sama dari tahun ke tahun dan apakah proses perencanaan komunikasi yang dilakukan dalam event yang dibuat merupakan produk yang unik dan merupakan strategis.

#### **Daftar Pustaka**

- Any, Noor. 2013. Manajemen Event. Bandung: Alfabeta
- Cangara, Hafied, 2013. Perencanaan & Strategi Komunikasi. PT Raja Grafindo Persada,. Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya.