

Perencanaan Komunikasi dalam Event 61 Tahun Konperensi Asia Afrika sebagai Media Promosi Museum Konperensi Asia Afrika

Planning Communication Event 61 Years of Asian African Conference for Media Promotion of Asian-African Conference Museum

¹Aprilia Gozali, ²Aning Sofyan

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116
email: ¹apriliagozali223@gmail.com*

Abstract. In the development of a lot of events held but rarely themed event organized public education. One of the museum organized the event to commemorate the historic events with themed on a public education program is the Museum of the Asian African Conference. With the communications planning is done, the activities will be a well-planned event. Communications planning is important to create effective communication in the event message will be conveyed to the audience. Based on the background of the above problems, the authors are interested to see the "How Communication Planning in the event 61 years the Asian African Conference as a Media Campaign Museum of the Asian African". The purpose of this study to determine the objectives to be achieved, targeted audience, the message, the medium used and the evaluations conducted in Planning Communication in event 61 years the Asian African Conference as a Media Campaign Museum of the Asian African method used in research are kualitatif method with descriptive approach, which focuses on observation and natural atmosphere (natural setting). The results obtained based on interviews and analysis that goal to be achieved in the event the 61-year Asian-African Conference is to educate the values contained in the Asian-African Conference. Targeted audience in the event the 61-year Asian-African Conference was all circles but preferably for teenagers. The message conveyed in the event the 61-year Asian-African Conference is to build the value of cooperation between African and Asian youth reassert the values of the Asian African Conference. The media used to promote the event 61 years Asian-African Conference, namely radio media, newspapers, TV and internet media. Evaluations were performed in 61-year event with the Asian-African Conference to evaluate the program and evaluation of management. The evaluation was done after the activities and all matters resolved.

Keywords: Communication Planning, Event, Promotion.

Abstrak. Pada perkembangannya banyak sekali *event* yang diselenggarakan namun jarang *event* yang diselenggarakan bertemakan edukasi publik. Salah satu museum yang menyelenggarakan *event* untuk memperingati kejadian bersejarah dengan bertajuk pada program edukasi publik adalah Museum Konperensi Asia Afrika. Dengan adanya perencanaan komunikasi yang dilakukan maka kegiatan *event* akan terencana dengan baik. Perencanaan komunikasi penting dilakukan untuk menciptakan efektivitas komunikasi yang nantinya pesan dalam *event* akan tersampaikan kepada khalayak. Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melihat "Bagaimana Perencanaan Komunikasi dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai Media Promosi Museum Konperensi Asia Afrika". Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai, khalayak yang dituju, pesan yang ingin disampaikan, media yang digunakan dan evaluasi yang dilakukan dalam Perencanaan Komunikasi dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai Media Promosi Museum Konperensi Asia Afrika Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting). Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara dan analisis yaitu Tujuan yang ingin dicapai dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika ini adalah untuk mengedukasikan nilai-nilai yang terkandung dalam Konperensi Asia Afrika. Khalayak yang dituju dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika adalah semua kalangan namun diutamakan untuk para remaja. Pesan yang disampaikan dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika yaitu membangun nilai kerjasama antar pemuda Asia Afrika dan menanamkan kembali nilai-nilai Konperensi Asia Afrika. Media yang digunakan untuk mensosialisasikan *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika yaitu media radio, surat kabar, TV dan media internet. Evaluasi yang dilakukan dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika dengan melakukan evaluasi program dan evaluasi manajemen. Evaluasi dilakukan setelah kegiatan dan semua urusan terselesaikan.

Kata Kunci: Perencanaan Komunikasi, Event, Promosi.

A. Pendahuluan

Konperensi Asia Afrika adalah sebuah pertemuan tingkat tinggi antara beberapa negara di benua Asia dan Afrika pada tahun 1955. Pertemuan ini diadakan pada tanggal 18 sampai 24 April 1955 di Gedung Merdeka, Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Dalam peringatan 61 tahun KAA pada tahun 2016, Museum KAA menggelar lima program edukasi publik.

Menggelar lima program edukasi publik untuk memperingati 61 tahun KAA merupakan suatu keunikan yang dimiliki oleh Museum Konperensi Asia Afrika. Karena tidak banyak *event* yang diselenggarakan untuk memperingati hari bersejarah. Pada umumnya untuk memperingati hari bersejarah hanya dilakukan dengan upacara atau pelaksanaan perlombaan.

Dalam sebuah penyelenggaraan *event* tentunya membutuhkan sebuah perencanaan agar kegiatan ditujukan kepada pencapaian tujuan. Perencanaan sendiri bersumber dari kata rencana yang berarti segala sesuatu yang akan atau harus dilakukan. Menyelenggarakan sebuah *event* merupakan sebuah bentuk pengelolaan dan pelaksanaan proses atau kegiatan komunikasi yang merupakan tugas dari seorang manajer komunikasi mencampurkan kegiatan promosi, periklanan dan publisitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimanakah perencanaan komunikasi dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika.
2. Untuk mengetahui siapakah khalayak yang dituju dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika.
3. Untuk mengetahui media apa saja yang digunakan untuk mensosialisasikan event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika.
4. Untuk mengetahui pesan yang ingin disampaikan dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika.
5. Untuk mengetahui evaluasi dan monitoring dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika.

B. Landasan Teori

Sebuah proses komunikasi yang dilaksanakan tidak luput dari berbagai rintangan atau hambatan. Karena itu perencanaan komunikasi dimaksudkan untuk mengatasi rintangan-rintangan yang ada guna mencapai efektivitas komunikasi, sedangkan dari sisi fungsi dan kegunaan komunikasi perencanaan diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, apakah itu untuk pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerja sama atau pembangunan infrastruktur komunikasi. (Cangara, 2014:43)

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. *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 yang diselenggarakan pada waktu tertentu. (Noor, 2013:8)

Dalam penyelenggaraan *event* tentunya membutuhkan suatu perencanaan yang matang agar *event* dapat terlaksana dengan baik. Banyak ahli memiliki pendapat yang hampir sama mengenai penyelenggaraan *event* yang efektif. Menurut Shone dan Parry (2002), Rogers (2003) dalam Noor untuk memudahkan *event* dapat diselenggarakan dengan baik maka ada beberapa pertanyaan dasar yang harus dijawab :

1. Kenapa harus diselenggarakan *event* ?,
2. Siapa yang akan terlibat dalam proses penyelenggaraan *event* ?,
3. Informasi atau riset apa saja yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pada penyelenggaraan *event* ?,
4. Informasi apa saja yang dibutuhkan untuk terselenggaranya kegiatan tersebut ?,
5. Informasi atau riset apa saja yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pada penyelenggaraan *event*?,
6. Bagaimana *event* akan diselenggarakan, dimanakah *event* akan diselenggarakan ?, dan
7. Kapan *event* akan diselenggarakan ?

Model perencanaan komunikasi yang digunakan oleh penulis adalah model perencanaan komunikasi dari Middleton. Model perencanaan komunikasi ini dapat diimplementasikan untuk kampanye sosial, baik yang bersifat nasional maupun daerah. Misalnya kampanye tentang bahaya pencemaran lingkungan, kependudukan, peningkatan produksi tanaman pangan, gerakan mencintai produksi dalam negeri, kesadaran membayar pajak dan sebagainya. Model yang dibuat oleh Middleton ini lebih rinci, diawali dengan riset untuk memperoleh data, dan upaya untuk mengetahui kebutuhan khalayak (*need assessment*). Model ini juga bisa diaplikasikan untuk kegiatan pemasaran komersial dan jasa serta pemasaran politik.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis jabarkan sebelumnya, peneliti ingin mengetahui tentang “perencanaan komunikasi dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika sebagai media promosi Museum Konperensi Asia Afrika”. Peneliti menggunakan model perencanaan komunikasi John Middleton untuk memperoleh gambaran perencanaan komunikasi dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika. Model perencanaan komunikasi John Middleton ini lebih rinci, diawali dengan riset untuk memperoleh data, dan upaya untuk mengetahui kebutuhan khalayak (*need assessment*). Sistem informasi manajemennya memberi kontribusi untuk analisis perencanaan dan pengembangan strategi, serta penetapan segmentasi khalayak.

1. Tujuan yang ingin dicapai dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika.

Perumusan tujuan merupakan hal yang dilakukan setelah melakukan pengumpulan data *base-line* dan *need assessment* seperti yang terdapat model perencanaan komunikasi yang disampaikan John Middleton. Pihak Museum mengumpulkan data *base-line* dan *need assessment* melalui dokumentasi data yang dimiliki oleh Museum pada saat peringatan Konperensi Asia Afrika tahun sebelumnya. Penentuan tujuan yang ingin dicapai dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika, begitu penting dilakukan oleh Museum karena merupakan bagian dari prinsip yang akan menjadi sebuah pegangan dasar untuk penyusunan perencanaan komunikasi. Tujuan merupakan titik akhir dimana aktivitas organisasi diarahkan dan strategi merupakan rencana umum/pokok untuk mencapai tujuan tersebut.

Dan dalam penelitian ini tujuan yang sesuai dengan teori 14 perumusan tujuan dari suatu tujuan itu yang disampaikan oleh Anggoro adalah lebih kepada untuk menyebarluaskan aneka informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan/organisasi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan penjelasan bahwa tujuan

dari diadakannya *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika ini adalah untuk mengedukasikan, melestarikan dan membangkitkan kembali nilai-nilai yang terkandung dalam Konperensi Asia Afrika dengan mengadakan 5 program edukasi yang dimana didalam masing-masing program tersebut terselip nilai-nilai yang terkandung dalam Konperensi Asia Afrika.

2. Khalayak yang dituju oleh Museum Konperensi Asia Afrika dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika.

Melihat dari hasil wawancara yang disampaikan oleh ketiga informan mengenai khalayak yang dituju dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika. Pada dasarnya khalayak yang dituju dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika adalah semua kalangan namun diutamakan untuk para remaja. Dalam menentukan khalayak yang akan dituju pihak museum melakukan riset namun tidak menjadi riset yang science atau riset secara spesifik. Riset yang dilakukan oleh museum hanya dengan melihat dokumentasi dari kegiatan sebelumnya, kegiatan manakah yang dapat menarik perhatian masyarakat sehingga masyarakat ingin ikut berpartisipasi, dan dilihat dari multiplayer efek kepada masyarakat itu sendiri.

Bila melihat dalam menentukan target khalayak hanya dengan melihat dokumentasi dan melihat dari kegiatan manakah yang dapat menarik perhatian masyarakat, maka hal ini sesuai dengan yang disampaikan dalam buku Winangsih yang dikutip penulis. Tahun (1984), menyatakan bahwa dengan memahami khalayak dalam segi minat pada topik yang akan disampaikan, situasi yang mempengaruhi, kecenderungan, dan organisasi komunikasi yang dimiliki, dapat membantu dalam mempermudah pelaksanaan kegiatan komunikasi dan pencapaian tujuannya. (Winangsih, 2001:114)

3. Media yang digunakan untuk mensosialisasikan *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika.

Pada perencanaan komunikasi dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika ini menggunakan media yaitu Above The Line dan Below The Line, media yang efektif menggunakan Above The Line melalui sosial media dan melalui media radio. Dimana sosial media memiliki jangkauan yang sangat luas terutama dikalangan generasi muda, melalui media radio dapat menjangkau generasi dewasa muda dan semua kalangan.

4. Pesan yang ingin disampaikan dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika.

Pesan yang terkandung dalam Konperensi Asia Afrika dan ingin disampaikan kepada masyarakat dikemas dengan begitu menarik melalui 5 program edukasi tersebut. Sehingga masyarakat tak hanya sekedar merayakan 61 tahun Konperensi Asia Afrika namun memahami arti dari pesan yang terselip dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika. Pesan yang ingin disampaikan oleh museum Konperensi Asia Afrika dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika dikemas dengan beberapa program edukasi yang diselenggarakan untuk mengedukasi masyarakat. Berkaitan dengan 3 teori yang membicarakan tentang penyusunan pesan yang ada dalam buku Cangara, penyusunan pesan dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika terdapat kesesuaian dengan *Glamour theory*. *Glamour theory* sendiri merupakan suatu pesan (*ide*) yang dikemas dengan cantik, kemudian ditawarkan dengan daya persuasi, maka khalayak akan tertarik untuk memiliki *ide* itu.

5. Evaluasi yang dilakukan dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika.

Evaluasi yang dilakukan oleh Museum Konperensi Asia Afrika dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia dilakukan setelah semua urusan keuangan dan logistik selesai. Evaluasi dilakukan pada bulan Mei karena pelaksanaan *event* 61 tahun Konperensi

Asia Afrika dilakukan pada bulan April maka evaluasi dilakukan pada bulan Mei. Evaluasi dilakukan pada setiap program yang dilaksanakan pada *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika. Proses evaluasi yang dilakukan oleh Museum Konperensi Asia Afrika dilaksanakan pada bulan mei. Proses evaluasi dilakukan secara keseluruhan setelah kegiatan berakhir. Setiap kepala program menyampaikan apakah kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan dan apakah terpenuhi atau tidak.

Dalam proses evaluasi yang dilaksanakan oleh pihak museum dilakukan setelah kegiatan selesai dan semua urusan yang belum terselesaikan harus diselesaikan pada bulan mei sehingga pihak museum dapat melaksanakan proses evaluasi. Proses evaluasi dilakukan pada setiap program yang telah dilakukan oleh pihak museum dalam rapat evaluasi. Untuk beberapa program yang dilakukan oleh pihak museum memiliki animo masyarakat yang sangat besar sehingga beberapa program yang dilakukan pihak museum dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika terbilang cukup berhasil.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan yang ingin dicapai dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika ini adalah untuk mengedukasikan , melestarikan dan membangkitkan kembali nilai-nilai yang terkandung dalam Konperensi Asia Afrika dengan mengadakan 5 program edukasi yang dimana didalam masing-masing program tersebut terselip nilai-nilai yang terkandung dalam Konperensi Asia Afrika.
2. Khalayak yang dituju dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika adalah semua kalangan namun diutamakan untuk para remaja. Hal ini sesuai dengan program yang dilaksanakan oleh museum yang beberapa program memang ditujukan untuk para remaja hingga dewasa muda.
3. Media yang digunakan untuk mensosialisasikan *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika yaitu media radio, surat kabar , TV dan media internet.
4. Pesan yang disampaikan dalam *event* 61 tahun Konperensi Asia Afrika yaitu membangun nilai kerjasama antar pemuda Asia Afrika dan menanamkan kembali nilai-nilai Konperensi Asia Afrika.
5. Evaluasi yang dilakukan dalam event 61 tahun Konperensi Asia Afrika dengan melakukan evaluasi program dan evaluasi manajemen. Evaluasi dilakukan setelah kegiatan dan semua urusan terselesaikan.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Kesempatan ini penulis akan memberikan saran agar materi mengenai perencanaan komunikasi bisa lebih meluas dan mendalam dengan memasukan pada beberapa mata kuliah.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk calon peneliti yang lain, lebih baik dalam mengangkat tema yang akan diteliti sehingga bisa dijadikan sebagai referensi sebagai bahan peneliti bagi calon peneliti jadi agar dapat dibahas lebih dalam lagi.
3. Diharapkan penelitian ini yang berhubungan dengan perencanaan komunikasi dapat ditindak lanjuti agar bisa diaplikasikan dan agar penelitian lebih variatif calon peneliti bisa menggunakan metode dan objek yang beda agar lebih bisa dilihat dari sudut pandang yang berbeda.

Saran Praktis

1. Dalam menentukan tujuan pada perencanaan komunikasi harus memiliki tujuan yang bisa dipahami oleh masyarakat sehingga masyarakat memahami dengan betul tujuan dari program yang sedang diselenggarakan.
2. Perlu adanya riset mengenai penentuan khalayak yang akan dituju dengan begitu kegiatan yang dilakukan tepat pada sasaran yang dituju.
3. Menentukan pesan yang ingin disampaikan membutuhkan teknik penyampaian yang efektif. Teknik penyampaian yang efektif dibutuhkan dalam menentukan pesan yang disampaikan kepada masyarakat.
4. Agar event dapat terpublikasikan dengan baik dibutuhkan segmentasi dalam pemilihan media sehingga target yang dituju menjadi lebih jelas.
5. Dalam tahap evaluasi langkah lebih baik dilakukan secara mendalam dan menyeluruh. Lalu membuat alat ukur keberhasilan yang akurat agar dapat terlihat keberhasilan perencanaan komunikasi yang dilakukan.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Arsyad, A. (2002). *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dagun, Save M. 2006. *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga
- Kotler. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT Midas Surya Grafindo.
- Lexy J, Moleong. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lexy J, Moleong. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. cetakan keempatbelas, Bandung: PT Remaja Rosdakarya (anggota IKAPI).
- Mulyana, Deddy. 2007. *Komunikasi Pembangunan : Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Nasution. 1988. *Metode Penelitian Naturalistik dan Kualitatif*. Bandung. Tarsito.
- Nasution, S. 1996. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- Noor, Any. 2013. *Manajemen Event : Edisi Revisi*. Bandung. Alfabeta.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti H Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Kasus*. 2011. Bogor: Ghalia Indonesia. hal 82.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Suyanto, Bagong. (2005). *Metode Penelitian Sosial: Bergabai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media.

Syam, Nina Winangsih, Dadang Sugiana dan Atwar Bajari.2007 “Perencanaan Pesan dan Media” Modul Ajar Universitas Terbuka, Edisi Revisi, Cetakan Ke-7.

Syam, Nina Winangsih, Dadang Sugiana, Atwa Bajari.2001.Perencanaan Pesan dan Media.Jakarta:Universitas Terbuka

Yusuf, A.Muri.2014.Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.Jakarta:Prenadamedia Group.

Sumber lain:

Fardiah, Dedeh.1999.Perencanaan Komunikasi/Kampanye Pencegahan AIDS pada Kalangan Remaja Kota Madya Bandung. Bandung:Universitas Islam Bandung.

<http://asianafrikanmuseum.org/ktt-aa-2015/>

<http://asianafrikanmuseum.org/peringati-61-tahun-kaa-sahabat-museum-kaa-rekrut-relawan/>

www.aacc2015.id

