

KOMUNIKASI PARIWISATA PURWAKARTA MELALUI *EVENT FESTIVAL BUDAYA DUNIA PURWAKARTA 2015*

SITI SYAMSIAH, YANTI SETIANTI,
LILIS PUSPITASARI, KOKOM KOMARIAH

Program Studi Hubungan Masyarakat, Fikom Unpad
Email: yantisetianti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui umpan balik dari wartawan mengenai komunikasi pariwisata purwakarta melalui event festival budaya dunia purwakarta 2015, untuk mengetahui umpan balik dari masyarakat mengenai *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* setelah adanya pemberitaan di media massa, untuk mengetahui kesesuaian antara pemberitaan *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* dengan tujuan *event* tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan paradigma positivisme. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi pariwisata purwakarta melalui event festival budaya dunia purwakarta 2015 menghasilkan umpan balik yang positif dari wartawan, *event Festival Budaya Dunia Purwakarta* layak untuk diliput karena *event* budaya Purwakarta memang patut untuk diliput. Menurut pandangan wartawan acara festival budaya sebagaimana yang diselenggarakan oleh Pemkab Purwakarta patut untuk diberitakan. kegiatan ini menghasilkan umpan balik yang positif dari masyarakat terhadap *event, media relations* yang baik dapat menghasilkan pemberitaan yang baik sehingga mencapai tujuan *event*, tim humas pun selalu membina hubungan yang berkelanjutan dengan media dimana lebih mengutamakan hubungan secara personal dengan wartawannya.

Kata Kunci : *Komunikasi, Pariwisata, Media, Event, Budaya*

PENDAHULUAN

Sejak tahun 2011 dalam rangka memperingati hari jadi Kabupaten Purwakarta, setiap tahunnya Purwakarta selalu mengadakan *event* budaya berskala nasional hingga internasional. Pada tahun 2015 ini Purwakarta menyelenggarakan Festival Budaya Dunia dimana *event* tersebut merupakan *event* dengan skala internasional yang diikuti oleh 1000 seniman termasuk 14 negara yang mewakili 4 benua.

Kegiatan Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 melibatkan media dalam negeri dan media-media luar dari negara masing-masing delegasi yang bekerjasama dalam *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015*. Keterlibatan media luar negeri tersebut yaitu pada peliputan acara puncak dari *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015*. Jumlah media luar yang ikut meliput *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* sebanyak 30 media dimana beberapa diantaranya, yaitu Jepang, Thailand, Korea, dan India merupakan media nasional di negaranya.

Keterlibatan media luar dalam *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* hanya dalam peliputan acara puncaknya saja dikarenakan media tersebut datang bersamaan dengan

para delegasi yaitu H-3 acara puncak *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Meskipun begitu, respon mereka sangat baik dan sangat antusias ketika melakukan peliputan.

Meskipun media dari setiap delegasi tidak mengikuti seluruh rangkaian *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015, tim humas sudah menyiapkan materi dari setiap rangkaian *event* dalam versi bahasa Inggris untuk menginformasikan kepada media luar mengenai keseluruhan rangkaian *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015.

Untuk media dalam negeri, setelah menentukan target sasaran media, tim humas pun melakukan strategi untuk mengundang media. Meskipun tim humas sudah memiliki *list* media sendiri baik lokal, regional, maupun nasional, tetapi tim humas tetap membuka kesempatan kepada media-media lain untuk bekerjasama dalam *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Strategi yang dilakukan tim humas adalah melalui media sosial dan *website* resmi Pemerintah Kabupaten Purwakarta dimana tim humas menginformasikan bahwa akan diselenggarakannya *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 dan bagaimana garis besar *event* tersebut. Strategi ini diakui dapat membantu tim humas dalam memancing media untuk ikut bekerjasama mempublikasikan *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015.

Banyaknya media yang bekerjasama dalam meliput *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015, tidak membuat tim humas memetakan media dalam setiap rangkaian *event*. Semua media dibebaskan untuk meliput setiap rangkaian *event*, oleh karena itu setiap rangkaian tim humas selalu mengundang seluruh media yang bekerjasama untuk hadir. Undangan yang diberikan tim humas kepada media dalam setiap rangkaian dikirimkan melalui email atau melalui telepon. Undangan tersebut merupakan pemberitahuan mengenai rangkaian *event* yang akan berlangsung, beserta tanggal dan tempatnya. Undangan ini juga bertujuan untuk mengingatkan kembali kepada media untuk hadir meliput rangkaian *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015.

Public Relations

Public relations (PR) yaitu fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi/perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggapan terhadap opini publik. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan (Soemirat & Ardianto, 2008:13).

Fungsi PR yaitu membuat berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan media, wartawan, atau reporter untuk membentuk, meningkatkan, dan memelihara citra positif atau reputasi baik organisasi atau perusahaan (Ardinato, 2011 : 261).

Kaitan Public relations dengan Event

Event merupakan salah satu *tools* *Public Relations* (PR) di samping kegiatan lain, seperti identitas perusahaan, publisitas, *website*, dan sebagainya. Sebagai *tools* PR, *event* dapat digunakan sebagai sarana melakukan perannya (Pudjiastuti, 2010). Peran PR yang lain adalah sebagai image maker, yaitu menciptakan citra positif atau citra yang baik bagi perusahaan, lembaga, atau perorangan. Sebuah *event* yang dirancang dengan baik akan memberikan kesan mendalam pada setiap publik yang terlibat ataupun pihak media massa.

Disini akan terjadi proses *word of mouth*-mereka yang terlibat dalam suatu *event* akan bercerita kepada pihak lain tentang kehebatan *event* yang diadakan suatu perusahaan atau lembaga (Pudjiastuti. 2010 : xxii).

Fokus penelitian yang ingin peneliti angkat adalah “Bagaimana umpan balik komunikasi pariwisata *Event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015?*”

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. untuk mengetahui umpan balik dari wartawan mengenai komunikasi pariwisata purwakarta melalui event festival budaya dunia purwakarta 2015
2. Untuk mengetahui umpan balik dari masyarakat mengenai *Event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* setelah adanya pemberitaan di media massa.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara pemberitaan *Event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* dengan tujuan *event* tersebut.
- 4.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan ilmu komunikasi, serta dapat menambah literatur ilmiah khususnya di bidang *Public relations*, serta memberikan penambahan ilmu mengenai proses pelaksanaan events dalam suatu lembaga.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi Humas Pemerintah Daerah Purwakarta dalam meningkatkan kemampuannya menyelenggarakan events.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif. Menurut Whitney (1960), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang kegiatan-kegiatan, sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 1985:63-64).

Teknik penentuan *key informant* yang akan digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, “Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012:51)”. Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara kepada narasumber yang sudah ditentukan terlebih dahulu, observasi non partisipan ke Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta, dan dokumentasi dimana peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang berasal dari buku, skripsi, jurnal, dan artikel berkaitan dengan humas, *event* dan juga *media relations*. Sementara analisis dokumen berasal dari, media monitoring humas, artikel elektronik, dan foto-foto.

Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi tersebut dan memungkinkan peneliti untuk menyajikan apa yang sudah ditemukan kepada orang lain. Analisis melibatkan penyusunan data dan pemecahannya ke dalam unit-unit yang dapat ditangani perangkumannya, pencarian pola-pola, serta penemuan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, serta membuat keputusan apa yang akan dikatakan kepada orang lain (Ardianto, 2010:220). Analisis data yang dilakukan peneliti adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Teknik pemeriksaan yang digunakan adalah dengan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data (Sugiyono, 2013:327).

Teknik triangulasi yang digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber, yaitu kepada pakar *special event* – Dr. Hj. Susanne Didda, M.M, dan konsultan *branding* – Alby Padmakusumah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Umpan Balik dari wartawan tentang *Event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015*

Informan yang berasal dari pihak wartawan memiliki jawaban yang cukup bervariasi terkait pandangan mereka terhadap *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015*. Salah satu wartawan yang meliput *event Festival Budaya Dunia Purwakarta* adalah Pak Mega dimana beliau merupakan wartawan dari Tribun Jabar, salah satu koran regional Jawa Barat. Menurutnya, *event Festival Budaya Purwakarta 2015* merupakan *event* langka di Jawa Barat. Bagi Purwakarta sebagai kota kecil dengan penduduk tidak lebih dari 1 juta jiwa (930 ribu jiwa), *event Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015* dinilai luar biasa dan berani dilakukan Pemkab Purwakarta. Selain itu, menurutnya para peserta Festival Budaya Dunia Purwakarta sendiri terbilang langka untuk disaksikan, khususnya digelar di tempat umum dengan tanpa dipungut biaya. Menurut Pak Mega, tarian-tarian yang ditampilkan dalam Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 biasanya digelar di tempat-tempat eksklusif dengan penonton eksklusif serta biaya nonton pertunjukan yg juga eksklusif. Menurutnya hal tersebut adalah alasan utama kenapa Tribun Jabar, khususnya Pak Mega tertarik meliput *event Festival Budaya Dunia Purwakarta*.

“Karena itu *event* langka di Jawa Barat. Bagi Purwakarta, kota kecil dengan penduduk tidak lbh dari 1 juta jiwa (930 ribu jiwa), itu *event* luar biasa dan berani dilakukan Pemkab Purwakarta. Kemudian, para peserta Festival Budaya Dunia sendiri terbilang langka untuk disaksikan, khususnya digelar di tempat umum dengan tanpa dipungut biaya. Saya menikmati setiap pertunjukannya. biasanya tarian-tarian seperti itu digelar di tempat umum dan gratis. Padahal setahu saya, tarian-tarian seperti itu jika

digelar di Indonesia, biasanya digelar di tempat2 eksklusif dgn penonton eksklusif serta biaya nonton pertunjukkan yg juga eksklusif. Saya rasa itu alasan utama kami¹.”

Selain Tribun Jabar, salah satu media yang bekerjasama dalam *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta adalah Medikom, dimana merupakan koran regional Jawa Barat. Menurut Pak Maruf, sebagai wartawan Medikom yang meliput secara langsung *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta menjelaskan bahwa alasannya tertarik untuk meliput *event* tersebut yaitu karena *event* budaya Purwakarta memang patut untuk diliput. Menurut pandangannya sebagai orang yang bekerja di media, acara festival budaya sebagaimana yang diselenggarakan oleh Pemkab Purwakarta patut untuk diberitakan. Selain itu, menurut Pak Maruf Festival Budaya Dunia Purwakarta sudah banyak menjadi orbolan di masyarakat, sehingga apabila Medikom tidak memberikan *event* tersebut tentunya akan menjadi sebuah pertanyaan. Oleh karena itu, menurutnya meliput *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 merupakan salah satu kewajibannya sebagai wartawan.

“Alasannya karena *event* budaya Purwakarta memang patut untuk diliput. Acara festival budaya seperti itu bagi kita media patutlah untuk diberitakan. Sebenarnya Festival Budaya Dunia Purwakarta sudah banyak menjadi orbolan di masyarakat, jadi kalau kita nggak liput kan nanti pasti dipertanyakan mana nih berita Festival Budaya Dunia Purwakarta kenapa tidak ada, seperti itu. Jadi ini salah satu kewajiban juga bagi wartawan².”

Tidak hanya media dalam negeri saja, *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 juga melibatkan media-media luar dari negara masing-masing delegasi yang bekerjasama dalam *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Keterlibatan media luar negeri tersebut yaitu pada peliputan acara puncak dari *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Jumlah media luar yang ikut meliput *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 sebanyak 30 media dimana beberapa diantaranya, yaitu Jepang, Thailand, Korea, dan India merupakan media nasional di negaranya.

“Untuk media luar mereka jumlahnya 30 media. Jadi masing-masing delegasi ada yang membawa dua sampai tiga media dari sana. Untuk Jepang, Thailand, Korea dan India itu media nasional mereka³.”

Keterlibatan media luar dalam *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 hanya dalam peliputan acara puncaknya saja dikarenakan media tersebut datang bersamaan dengan para delegasi yaitu H-3 acara puncak *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Meskipun begitu, respon mereka sangat baik dan sangat antusias ketika melakukan peliputan.

“Keterlibatan mereka (media luar) pada saat acara puncak *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta yaitu dalam *carnaval* semarak budaya dunia. Walaupun mereka tidak mengikuti seluruh rangkaian *event* karena datangnya bersamaan dengan para

1Wawancara dengan Mega, Tribun Jabar. 10 Maret 2016.

2Wawancara dengan Bapak Maruf, MEDIKOM.10 Maret 2016.

3Wawancara dengan Bapak Aep Durohman selaku Kepala Divisi Humas dan Protokol Sekda Kabupaten Purwakarta.4 Maret 2016 di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta

delegasi yaitu H-3, tapi respon mereka sih sangat baik dan sangat antusias ketika melakukan peliputan.⁴”

4.2. Umpan Balik dari Masyarakat Setelah Adanya Pemberitaan *Event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 di Media Massa

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, umpan balik dalam *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 setelah adanya pemberitaan di media massa dapat dilihat melalui :

1. Respon di media sosial (Facebook, Twitter, dan Youtube). Umumnya antusiasme masyarakat mengenai *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 itu positif, hal tersebut dapat di lihat melalui *comment-comment* positif masyarakat di media sosial facebook dan twitter Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta. Tidak hanya tanggapan positif saja, masyarakat juga ikut menyebarkan berita mengenai *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta di timeline twitter dan facebooknya, baik itu dalam video mengenai *event* maupun dalam bentuk berita dari media-media yang meliput *event*.
2. Antusiasme masyarakat untuk datang ke *event*. Banyaknya wisatawan yang datang ke Purwakarta dibuktikan dengan data yang didapatkan dari website resmi Pemerintah Kabupaten Purwakarta yang menyatakan bahwa tingkat hunian hotel saat *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta naik hingga 80%. Selain itu, banyaknya pengunjung yang hadir dalam setiap rangkaian *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta juga dapat menunjukkan kegiatan *Media relations* yang dilakukan oleh tim humas berjalan dengan efektif.

3. Kesesuaian antara Pemberitaan *Event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 dengan Tujuan *Event* tersebut

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, kesesuaian antara pemberitaan *event* dengan tujuan *event* dapat dilihat melalui media monitoring. Berdasarkan media monitoring yang dilakukan oleh tim humas kepada 40 media yang bekerjasama dalam *event*, didapatkan bahwa seluruh media yang bekerjasama baik cetak, elektronik dan online memuat berita mengenai *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 di medianya. Pemberitaan yang dimuat oleh keseluruhan media yang bekerjasama dalam *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 juga positif.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Tim Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta telah mencapai tujuan komunikasi pariwisata yaitu memperoleh umpan balik dari wartawan mengenai *event*

⁴Wawancara dengan Bapak Herman Fadly Supratman selaku Kepala Sub Bagian Pemberitaan Humas Purwakarta. 4 Maret 2016 di Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta.

Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Umpan balik yang diberikan wartawan pun sangat positif.

2. Tim Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta telah mencapai tujuan komunikasi pariwisata yaitu memperoleh umpan balik dari masyarakat mengenai *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015. Umpan balik yang diberikan masyarakat pun sangat positif.
3. Tim Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta telah mencapai tujuan komunikasi pariwisata yaitu memperoleh kesesuaian pemberitaan *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 dengan tujuan *event*, kesesuaian tersebut dapat dilihat melalui media monitoring yang dilakukan oleh humas.

Saran

1. Bagi Tim Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta, sebaiknya memperluas relasi media baik lokal, regional, dan nasional hingga media-media asing agar umpan balik yang didapatkan dari pemberitaan semakin meluas .
2. Bagi Tim Humas Pemerintah Daerah Kabupaten Purwakarta, sebaiknya menyimpan hasil dari media monitoring *event* Festival Budaya Dunia Purwakarta 2015 pada seluruh media baik yang bekerjasama maupun tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif; Ilmu Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Cutlip, Scott. M, Center, Allen. H. and Broom, Glen. M. 2005. *Effective Public relations*. Edisi 8 . Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Harris, Thomas L. 1991. *The Marketer's Guide to Public Relation*. New York : John Wiley & Sons Inc
- Kasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Public relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Nazir, Moh. 1985. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurjaman, Kadar, Umam, Khaerul. 2012. *Komunikasi dan Public relations*. Bandung : Pustaka Setia
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Rakhmat, Jalaludin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosadi. 2012. *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soemirat, Soleh, Ardianto, Elvinaro. 2008. *Dasar-Dasar Public relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sumber Online:

<http://jabar.tribunnews.com/2015/04/23/bupati-dedi-mulyadi-jadikan-purwakarta-sebagai-kota-beridentitas-budaya> diakses pada 22 Februari 2016, pukul 16:00 WIB

<http://lifestyle.okezone.com/read/2015/02/07/406/1102681/pariwisata-penyumbang-devisa-nomor-empat-di-indonesia> diakses pada 17 November 2015, pukul 20:25 WIB

<http://news.detik.com/berita/3004752/festival-budaya-dunia-hipnotis-masyarakat-purwakarta> diakses pada 18 November 2015, pukul 08:00 WIB

<http://nasional.news.viva.co.id/news/read/667300-purwakarta-gelar-festival-budaya-dunia> diakses pada 18 November 2015, pukul 08:05 WIB

<https://www.youtube.com/watch?v=WFdqBpXfXck&feature=youtu.be> diakses pada 17 November 2015, pukul 20:00 WIB.

<http://purwakartakab.go.id/web2/hari-jadi-purwakarta-gelar-world-culture-festival/>, diakses pada Minggu 13 Maret 2016, pukul 11:00 WIB