

Bab IV

KESIMPULAN

Mengelola organisasi tentunya tidak mudah bagi banyak orang, selain karena mengelola anggota yang bentuknya dinamis, mengelola organisasi adalah sebuah kerja-kerja volunteer atau bekerja secara suka rela. Mengelola organisasi tentunya mengelola sumber daya manusia yang ada, menjadikan sumber daya tersebut dapat menjalankan tujuan yang ingin dicapai organisasi, dan untuk melakukan hal tersebut maka ada beberapa prinsip yang harus dilakukan agar dapat mengedepankan kepentingan bersama.

Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana komunitas Rumah Karya Indonesia dalam event 1000 Tenda Kaldera Toba Festival di Meat pada tahun 2022 menjalankan prinsip-prinsip organisasi yang diungkapkan oleh Henry Fayol dalam buku yang ditulis oleh Machmoed Effendhie dalam bukunya yang berjudul Pengantar Organisasi. Selain itu juga peneliti ingin menganalisa bagaimana peran tim publikasi dari panitia 1000 Tenda Kaldera Toba Festival di Meat tahun 2022 untuk mempromosikan event ini dalam upaya event marketing.

Penelitian ini menggunakan sebuah metode penelitian yang disebut deskriptif kualitatif yang mana penulis akan menganalisis dari proses berfikir secara induktif. Menurut Gunawan (Gunawan, 2013) proses berfikir akan berkaitan dengan bagaimana dinamika hubungan antar fenomena dengan kejadian yang akan diamati tanpa harus keluar dari kaidah-kaidah proses logika secara ilmiah. Selain itu, peneliti menggunakan tiga jenis pengumpulan data, yang pertama adalah dari wawancara dengan informan, yang kedua adalah pengumpulan segala bentuk dokumentasi, lalu pengumpulan jenis data yang dikelompokkan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder, lalu yang terakhir adalah analisis data yang dibagi menjadi tiga alur, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian ini, penulis memilih empat anggota Rumah Karya Indonesia dan juga sebagai panitia tim publikasi dalam event 1000 Tenda Kaldera Toba Festival di Meat pada tahun 2022. Alasan peneliti memilih empat orang ini menjadi informan, karena mereka mempunyai rekam jejak yang jelas terhadap bagaimana pembentukan panitia dalam event ini, dan juga mereka mempunyai

pengalaman secara objektif dalam melakukan kerja-kerja dalam kepanitiaan tersebut.

Berdasarkan pembahasan dalam BAB III yang ditulis oleh peneliti dengan merujuk rumusan masalah penelitian yaitu pengimplementasian prinsip-prinsip organisasi dari Rumah Karya Indonesia dalam melakukan cara promosi dan publikasi untuk Festival 1000 Tenda Kaldera Toba 2022 di Meat, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa dalam alur proses pembentukan panitia dalam event 1000 Tenda Kaldera Toba Festival di Meat tahun 2022, peneliti menemukan bahwa keputusan-keputusan yang diambil oleh komunitas Rumah Karya Indonesia berdasarkan rapat yang diadakan oleh anggota Dapur dan Ruang Tamu dari RKI yang selanjutnya didelegasikan kepada kepanitiaan dan volunteer dari event 1000 Tenda. Selain itu kerja-kerja kepanitiaan juga dilakukan atas penerapan-penerapan prinsip tersebut tidak keluar dari bagaimana upaya pembentukan alur komunikasi yang dapat merangkum semua permasalahan dalam manajemen organisasi.

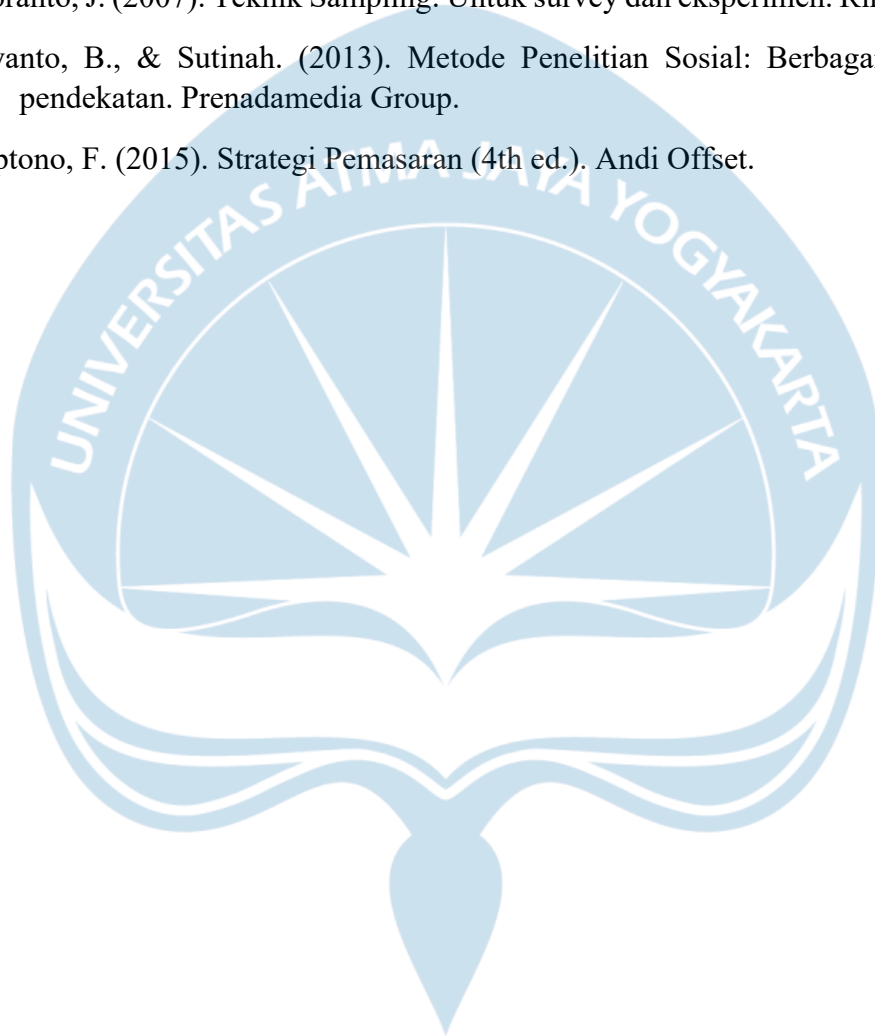
Kedua, dalam upaya publikasi event 1000 Tenda, tim publikasi event ini melakukan upaya event marketing yang mempunyai tujuan untuk memberikan hiburan, memberikan kesan kepada publik, dan berani untuk berusaha untuk mengembangkan upaya promosi, sebagaimana yang dikatakan oleh Hoyle dalam bukunya yang berjudul *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festival, Convention, and Exposition*. Selain itu juga dalam upaya mereka juga menyematkan bagian-bagian promosi tersebut dengan menggunakan pendekatan budaya lokal, social, dan ekonomi, yang memiliki dampak signifikan untuk publik.

Kesimpulannya adalah Rumah Karya Indonesia sebagai induk dari event 1000 tenda telah mengupayakan penerapan prinsip-prinsip organisasi yang diutarakan oleh Henry Fayol dengan cara menggunakan mekanisme komunikasi. Dan yang kedua adalah tim publikasi event 1000 Tenda Kaldera Toba Festival di Meat 2022 menggunakan konsep event marketing yang diutarakan oleh Hoyle dalam mengupayakan peran publikasi dalam event ini.

Daftar Pustaka

- Bungin, B. (2015). Analisis Data Penelitian Kualitatif (9th ed.). Rajawali Pres.
- Dajan, A. (1986). Pengantar Metode Statistik II. LP3ES.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah (2nd ed.). PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Effendhie, M. (2011). Pengantar Organisasi. Organisasi Tata Laksana Dan Lembaga Kearsipan, 1–90. <http://www.pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/ASIP420902-M1.pdf>
- Ernawan, E. R. (2011). Organizational Culture: Budaya Organisasi dalam Perspektif Ekonomi dan Bisnis. Alfabeta.
- Falassi, A. (1987). Time Out of Time: Essays on the Festival (1st ed.). University of New Mexico.
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik. Bumi Aksara.
- Hermawan, agus. (2012). Komunikasi Pemasaran. Erlangga.
- Hoyle, L. H. (2002). Event Marketing (HOW TO SUCCESSFULLY PROMOTE EVENTS, FESTIVALS, CONVENTIONS, AND EXPOSITIONS). John Wiley & Sons, Inc.
- Hutabarat, T. W. (2022). 1000 Tenda Kaldera Toba Festival. <https://rumahkaryaindonesia.com/1000-tenda-kaldera-toba-festival/>
- Iriantara, Y. (2011). Media Relation: Konsep, Pendekatan, dan Praktik. Simbiosis rekayasa Media.
- Kemenparekraf. (2022). Seribu Tenda. https://jadesta.kemenparekraf.go.id/atraksi/seribu_tenda
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2017). Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Kelima (5th ed.). Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kismono, G. (2008). Bisnis Pengantar (1st ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Lexy J, M. (2008). Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Liliwari, A. (2014). Sosiologi & komunikasi organisasi (R. Damayanti, Ed.; 1st ed.). Bumi Aksara.
- Miles and Huberman, M. B. dan A. M. (1992). Qualitative Data Analysis. Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).

- Mujahadah, I. N., & Suryawardani, Bethani. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Traveland Convex Indonesia Tahun 2018. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1060–1065.
- Rumah Karya Indonesia. (2022). *Filosofi Rumah Karya Indonesia*. <https://rumahkaryaindonesia.com/filosofi/>
- sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Supranto, J. (2007). *Teknik Sampling: Untuk survey dan eksperimen*. Rineka Cipta.
- Suyanto, B., & Sutinah. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai alternatif pendekatan*. Prenadamedia Group.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. Andi Offset.



LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

Implementasi Prinsip-prinsip Organisasi Oleh Komunitas Rumah Karya Indonesia dalam Melakukan Cara Promosi dan Publikasi Untuk Festival 1000 Tenda Kaldera Toba 2022 di Meat

A. IDENTITAS INFORMAN

Nama :

Usia :

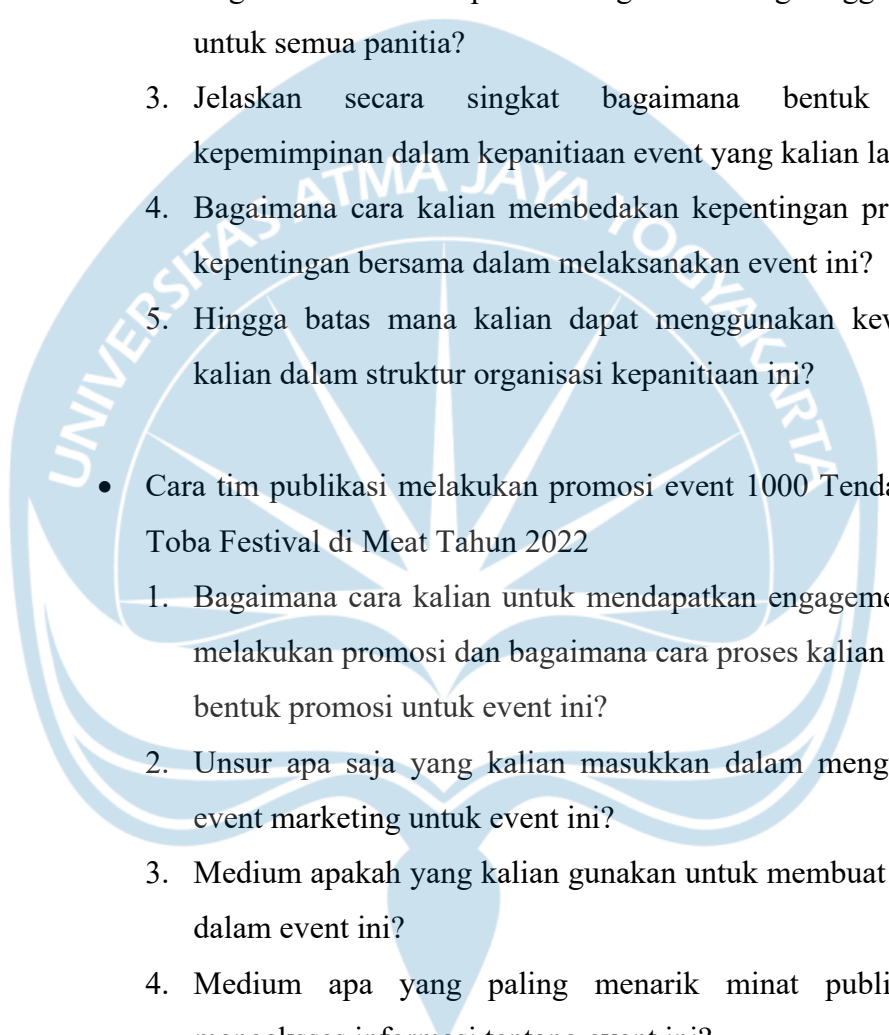
Posisi :

Pekerjaan :

B. DAFTAR PERTANYAAN

Berdasarkan pengembangan pertanyaan penelitian, maka pedoman wawancara telah disusun oleh peneliti melalui pembahasan konsep penelitian. Sehingga pertanyaan yang akan diajukan kepada informan telah disesuaikan.

- Latar Belakang Informan
 1. Ceritakan landasan apa yang membuat kalian untuk mengikuti komunitas ini?
 2. Jelaskan dengan singkat bagaimana komunitas ini dapat merekrut anggotanya?
 3. Sudah berapa lamakah kalian mengikuti komunitas ini dan menjadi bagian panitia dalam acara mereka?
 4. Jelaskan bagaimana kalian dapat terpilih menjadi bagian dari panitia penyelenggara event? Apakah ada faktor-faktor tertentu, jika ada, apa sajakah itu?
 5. Mengapa kalian tertarik menjadi bagian kepanitiaan?

- 
6. Secara umum apa yang kalian ketahui tentang festival budaya?
 - Implementasi prinsip-prinsip organisasi dalam tim publikasi 1000 Tenda Kaldera Toba Festival Tahun 2022
 1. Jelaskan secara singkat bagaimana awal kalian membagi peran kerja untuk tiap unsur kepanitiaan?
 2. Bagaimana kalian dapat membagi wewenang tanggung jawab untuk semua panitia?
 3. Jelaskan secara singkat bagaimana bentuk hierarki kepemimpinan dalam kepanitiaan event yang kalian lakukan?
 4. Bagaimana cara kalian membedakan kepentingan pribadi dan kepentingan bersama dalam melaksanakan event ini?
 5. Hingga batas mana kalian dapat menggunakan kewenangan kalian dalam struktur organisasi kepanitiaan ini?
 - Cara tim publikasi melakukan promosi event 1000 Tenda Kaldera Toba Festival di Meat Tahun 2022
 1. Bagaimana cara kalian untuk mendapatkan engagement dalam melakukan promosi dan bagaimana cara proses kalian membuat bentuk promosi untuk event ini?
 2. Unsur apa saja yang kalian masukkan dalam mengupayakan event marketing untuk event ini?
 3. Medium apakah yang kalian gunakan untuk membuat publikasi dalam event ini?
 4. Medium apa yang paling menarik minat publik dalam mengakses informasi tentang event ini?
 5. Apa saja yang menjadi alasan kalian untuk membuat publikasi ini, dan mengapa?

TRANSKRIP WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Tumpak Hutabarat
Usia : 35 Tahun
Posisi : Ketua Pelaksana dan Admin Sosial Media
Pekerjaan : Digital Creator

Latar Belakang Informan

Y: Halo selamat malam bang, jika abang berkenan, sebelum aku mulai wawancaranya boleh perkenalan dulu nama abang, usia, pekerjaan, dan posisi di kepanitiaan Event 1000 Tenda tahun 2022 kemarin hehe

TH: Boleh... boleh Yosua, perkenalkan namaku Tumpak Hutabarat, umurku 35 tahun, sehari-hari aku kerja jadi digital creator, dan posisiku di struktur kepanitiaan ini menjadi Ketua Pelaksana sekaligus Admin menggantikan salah satu volunteer yang mengundurkan diri, begitu Yosua.

Y: Baik bang, selanjutnya aku mau menanyakan sudah berapa lama ya abang mengikuti komunitas Rumah Karya Indonesia, dan sebagai apa di dalam komunitas tersebut?

TH: Kalo ikut komunitas ini sudah lama sekali Yosua, kurang lebih ada tujuh hingga enam tahun abang disini, dan abang telah dimasukkan di bagian Dapur dalam komunitas ini.

Y: Sudah lama sekali ya bang hahahaha...

TH: Lah iya, sebelum tau kau kau ini hahahaha...

Y: Baik selanjutnya, karena abang di bagian Dapur, gimana sih bang RKI merekrut

anggotanya?

TH: Secara garis besar ya yosua, semua orang bisa menjadi bagian dari komunitas ini, tapi dengan pembatasan-pembatasan tertentu, contohnya untuk masuk menjadi bagian Ruang Tamu, Dapur, Teras itu harus mengikuti beberapa kegiatan dan screening dari beberapa tetua dulu, baru bisa dimasukkan.

Y: Contohnya seperti apa bang syarat-syarat itu?

TH: Yaa kita mengukur lah seberapa besar mereka-mereka ini loyal terhadap komunitas, seperti proses seringnya mereka mengikuti kegiatan, menjadi panitia kegiatan, mengurus internal organisasi, dll.

Y: Oke bang, karena tadi abang berbicara soal kepanitiaan event RKI, apakah prosesnya akan sama seperti merekrut anggota di dalam RKI?

TH: Tentunya berbeda, karena ada tujuan praktis di dalam rekrutmen kepanitiaan ini, yaitu acara terselenggara, tapi ada juga tujuan tidak praktis, artinya tujuan-tujuan yang dapat mengembangkan sumber daya manusia. Namun tentunya kami mendahulukan melakukan rekrutmen dengan screening anggota komunitas kami, dimana yang mempunyai hardskill dan softskill yang kami butuhkan dalam menjalankan event ini. Dari hal itu juga kami dapat memberdayakan anggota komunitas, dan ini adalah salah satu proses regenerasi.

Y: Nah selanjutnya, sebenarnya apa sih bang urgensi dari RKI ini buat bikin event festival, dan menurut abang apakah ini juga termasuk sebagai festival budaya?

TH: Loh ini jelas tentang budaya Yosua, kami ini orang asli sini dan akan menjadi orang sini dimanapun beradanya kami. Karena itu sebuah identitas, maka event ini adalah event yang dimana kita merayakan identitas kita sebagai anak kandung masyarakat Sumatera Utara. Dan hal-hal tersebut harus dirayakan

Implementasi prinsip-prinsip organisasi oleh Rumah Karya Indonesia dalam pembentukan kepanitiaan event 1000 Tenda Toba Festival di Meut pada tahun 2022

Y: Baik bang selanjutnya, masuk ke implementasi prinsip-prinsip organisasi. Sebelumnya, abang kan anggota Dapur dalam keanggotaan RKI, bagaimana bang pembentukan awal dalam kepanitiaan dan pembagian kerja mereka, apakah RKI yang membuat rancangan atau pada kepanitiaan itu sendiri dalam rapat-rapatnya?

TH: Ini sebenarnya sebuah hierarki dan kultur dari RKI secara turun temurun dilakukan, karena akhirnya akan masuk ke dalam metode, walaupun metode tersebut mungkin akan berbeda-beda dalam setiap pembentukan kepengurusan namun yang menjadi hal mutlak adalah rapat-rapat yang dilakukan anggota internal RKI, seperti anggota Dapur, Ruang Tamu, dan Teras. Namun lebih banyaknya kita anggota Dapur dan Ruang Tamu yang merancang konsep, namun itu masih mentah nanti pada akhirnya dimatangkan oleh anggota kepanitiaan. Kemudian, kami juga merancang beberapa tupoksi yang nanti akhirnya didelegasikan ke setiap divisi-divisi. Walaupun tajuknya adalah open volunteer, kami masih membagi kepanitiaan dengan cara screening tadi, dengan begitu kami sudah mempunyai modal untuk mendelegasikan pekerjaan, yaitu dengan adanya SDM yang mumpuni dalam bidangnya. Selain itu kami juga melihat mas, bagaimana keaktifan para volunteer ini di kegiatan RKI sebelumnya, dengan begitu kami melihat dan menilai apa yang dimiliki oleh seseorang tersebut, dan juga sebesar apa keinginan belajar dari seseorang tersebut.

Y: Jika begitu, hierarkinya jelas dari keanggotaan RKI dulu baru ke panitia ya bang?

TH: Yap betul!

Y: Kalo boleh tau, mekanisme komunikasinya seperti apa bang? Kan abang ketua pelaksana, tentunya ada keterkaitan antara komunikasi ke setiap kordinator divisi dan abang, apakah setiap keputusan itu abang yang memutuskan atau bagaimana?

TH: Kami seleaikan bersama, walaupun keputusan abang menjadi keputusan final tapi kami selalu mencoba untuk membuka komunikasi untuk semua pihak, agar tidak cenderung otoriter. Pembagian wewenang dan tanggung jawab semuanya telah terstruktur dan disepakati bersama dalam tupoksi masing-masing divisi dan struktur kepanitiaan, pola kami harus ada yang namanya komunikasi dua arah agar tidak tumpang tindih. Contohnya untuk divisi publikasi, untuk tim divisi publikasi kami mempunyai tugas pokok fungsi untuk mendokumentasikan, mempromosikan, memproses hasil dokumentasi, hingga mempublikasikan hasil dokumentasi untuk banyak hal, salah satu contohnya adalah membranding dan mengkampanyekan acara ini. Tupoksi yang didelegasikan ini hasil dari rapat internal, dan di tupoksi itu berisi pembagian kewenangan, tanggung jawab, dan juga jobdesc, yang akhirnya nanti dikerjakan oleh anggota dari kepanitiaan. Dan dari semua tupoksi tersebut harus ada laporan kepada coordinator divisi dan ketua pelaksana.

Y: Lalu, bagaimana cara abang untuk dapat memberikan mereka pemahaman mengenai tanggung jawab tersebut, kadang-kadang kan banyak dari anggota organisasi mikirin dirinya sendiri, nah itu bagaimana bang?

TH: Tadi sudah aku tekankan, kami selalu membuka komunikasi dua arah, secara pribadi atau dengan adanya agenda rapat mingguan. Tentunya hal ini dilakukan untuk selain mengingatkan kerja-kerja yang tengah dilakukan juga untuk meningkatkan awareness mengenai apa yang sedang mereka lakukan sekarang, semuanya untuk kepentingan bersama dan juga untuk kepentingan organisasi lebih

khususnya.

Upaya tim publikasi untuk melakukan promosi dan marketing dalam event 1000 Tenda Toba Festival di Meat Tahun 2022.

Y: Oke bang, selanjutnya masuk ke upaya tim publikasi nih. Abang kan juga berperan jadi Admin Media social, kira kira untuk dapat engagement media sosial bagaimana ya bang?

TH: Kiata riset pasar dulu, tidak mungkin kita tidak riset pasar, kita wajib dan harus up to date mengenai apa yang sedang terjadi di dunia yosua, khususnya turut serta melihat konten apa yang sedang trend sekarang, apalagi banyak konten dalam social media hari ini yang dari hal kecil bisa dibicarakan memnjadi besar, dari filter Instagram, dengan begitu juga bisa mempengaruhi dari konten-konten kami.

Y: Selanjutnya, ada unsur-unsur yang wajib masuk dalam mengupayakan marketing event ini tidak ya bang?

TH: Unsur-unsur penting maksuta konten-konten?

Y: Iya bang, untuk menarik perhatian publik.

TH: Hmmmm kami itu sering mengolah hasil dokumentasi-dokumentasi event sebelumnya, kita jadikan video teaser. Selanjutnya ya hasil riset itu kami implementasikan dengan produk desain dan konten, selanjutnya ya kami coba interaksi dengan followers, dll.

Y: Medianya dari apa saja ya bang untuk membuat publikasi event ini?

TH: Ya banyak, media mainstream, seperti koran online kami biasanya ngirim email ke mereka, press release. Terus sempat kita ke radio, terus juga menggunakan grup Whatsapp, Instagram dan akun You Tube ya Jelasnya. Dan kami juga

mengupayakan kerja sama dengan pemerintah setempat ya, sempat juga dengan bapak Sandiaga Uno untuk mempromosikan event kita.

Y: Baik, mungkin cukup itu aja bang untuk wawancaranya, sebelumnya aku sampaikan terimakasih banyak ya bang.

TH: Sama-sama ya Yosua, semoga cepat selesai skripsinya.



TRANSKRIP WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Andik Siboro
Usia : 35 Tahun
Posisi : Koordinator Divisi Publikasi dan Dokumentasi
Pekerjaan : Photographer

Latar Belakang Informan

Y: Halo selamat malam bang, bagaimana kabar bang?

AS: Wah sehat sekali Yosua, Yosua apa kabar?

Y: Sehat juga bang Puji Tuhan, sebelum aku mulai wawancara jika abang berkenan boleh abang perkenalkan diri dulu? Jelasnya nama, usia, posisi di kepanitiaan, dan pekerjaan abang sehari hari.

AS: Wah kenalan lagi kita ya? Hahaha boleh boleh, nama lengkapku Andik Siboro, biasa dipanggil andik, umurku 35 tahun, dan posisiku di kepanitiaan 1000 Tenda tahun kemarin jadi coordinator divisi publikasi dan dokumentasi, lalu sehari hari aku jadi photographer, begitu yosua.

Y: Hehehe baik terimakasih bang, selanjutnya aku mau tanya udah berapa lama abang join komunitas RKI ya?

AS: Wah, udah lumayan lama yosua, udah kurang lebih lima sampai enam tahun yang lalu.

Y: Kalo untuk mengikuti kepanitiaan event-event RKI abang sudah lama juga?

AS: Iya, aku sudah sering jadi panitia pelaksana, tapi tidak setiap kegiatan, karena juga banyak sekali kegiatan RKI ini kan? Hahaha

Y: Nah itu bang, kalau boleh tau gimana prosesnya bisa ikut panitia pelaksana kegiatan? Ada faktor-faktor tertentu kah, atau bagaimana?

AS: Kalau dulu memang ada plotting dari RKI ya, tapi semakin banyaknya anggota atau volunteer itu yang ikut jadi kita, khususnya anggota-anggota inti RKI bikin semacam seleksi gitu, seleksinya semacam wawancara dan lihat minat, bakat, dari anggota yang di RKI dan juga volunteer yang lain, nah baru setelah itu ada peletakkan dia bisa dimana gitu.

Y: Ada syarat tertentu tidak bang untuk bisa ikut di struktur kepanitiaan?

AS: Sebetulnya nggak ada ya, kita lihat dari gimana tingkat ketertarikan mereka untuk acara ini, dan pengetahuan secara umum lah soal event RKI, maksudnya dari tujuan, visi, misi kita begitu yosua. Setelah itu baru ada screening, untuk beberapa tempat kami dipilih langsung sama ketua pelaksana, dan beberapa anggotaku juga dipilih sama mereka, tapi karena aku koor dari divisi nanti aku screening lagi kebutuhanku apa, jadi semuanya dari komunitas.

Y: Begitu ya bang, jadi memang ada ketertarikan terlebih dahulu ya?

AS: Iya betul, contoh aku kan udah jelas tertariknya, karena memang aku sebagai pegiat kreatif dan fotografer aku juga butuh acara seperti ini untuk menambah

portofolioku, dan yaa jelas ini bagus untuk mempromosikan kebudayaan lokal kita sebagai anak kandung Sumatera Utara.

Y: Baik bang, nah ngomong-ngomong soal event ini, secara umum festival budaya itu apa sih bang, yang abang ketahui?

AS: Festival budaya jelasnya event yang mengedepankan gagasan-gagasan budaya yang masuk di acara tersebut ya, contohnya promosi budaya, promosi wisata, dan sebagainya. Aku pikir ini penting buat kedepannya ya, untuk anak cucu kita nantinya.

Implementasi prinsip-prinsip organisasi oleh Rumah Karya Indonesia dalam pembentukan kepanitiaan event 1000 Tenda Toba Festival di Meati pada tahun 2022

Y: Baik bang, selanjutnya aku mau nanya soal gimana sih pembagian peran ketika plotting itu udah didelegasikan sama RKI ke panitia pelaksana?

AS: Nah untuk itu sudah selesai ketika sudah ada pembagian tupoksi yang sudah dibentuk RKI kepada kita, jadi kita sebagai pelaksana tinggal mengikuti arahnya aja, kayak baca petunjuk gitu. Saya tinggal ngarahin aja, ini anggotaku udah di arah yang benar belum kerjanya, begitu.

Y: Nah lalu cara pembagian wewenang dan tanggung jawabnya? Khususnya di divisinya abang?

AS: Hmmm untuk cara pembagian, biasanya aku kurasi dulu dari tupoksi apa saja yang butuh dilakukan, mana yang menjadi tanggung jawabku secara perseorangan, dan mana yang jadi tanggung jawab anggotaku, jadi ya setelah mengkurasi dan mengadakan rapat divisi, kita bagi per masing individu, nah nanti baru aku pantau

apa saja yang udah dan belum dilakukan, dengan gitu jelas kemananya nih alur kerja. Saya punya wewenang dan tanggung jawab di divisi yang akhirnya setiap publikasi, soal pamphlet, foto, semuanya harus terkurasi dulu oleh saya, baru layak untuk dipublish.

Y: Nah, untuk itu apakah abang tau bentuk hierarki kepemimpinan pelaksanaan event ini bagaimana?

AS: Kalau bentuk hierarki aku lihat memang semuanya mengarah ke ketua pelaksana ya, karena memang beliaunya yang bisa komunikasi dengan anggota RKI, penanggung jawab dll. Apalagi di event kemarin 2022, ketua pelaksana kami juga ngerangkap jadi admin sosmed, jadi ya gampang aja kita tektokannya. Tapi tentunya aku sebagai kordinator tetap di bawahnya ketua pelaksana, maka dari itu yosua saya sebagai kordinator tidak boleh melangkahi ketua pelaksana, sebaliknya selain saya juga mendapatkan kewenangan dalam mengkurasi segala hal terkait publikasi, saya juga seringkali mengkomunikasikan suatu hal yang harus dan hanya diputuskan oleh ketua pelaksana.

Y: Jadi keputusan tetap satu pintu ya bang?

AS: Ya betul.

Y: Lalu, untuk dapat membedakan kepentingan pribadi dengan kepentingan kelompok gimana bang?

AS: Mungkin kalo ini semua orang punya kepentingan masing-masing ya, tapi karena semua permasalahan itu diselesaikan secara dua arah, jadi akhirnya banyak dari kita juga berfikir untuk kebaikan orang banyak.

Upaya tim publikasi untuk melakukan promosi dan marketing dalam event 1000 Tenda Toba Festival di Meat Tahun 2022.

Y: Selanjutnya untuk divisi publikasi bang, bagaimana cara awal abang dan kawan-kawan publikasi mendapatkan engagement untuk event ini?

AS: Kemarin kami harus adaptif dengan perkembangan pasar, bagaimana pola peserta, dan apa yang menjadi kebutuhan mereka, selain itu juga kami meriset apa yang sedang terjadi di media social, mau tidak mau karena hari ini kebanyakan masyarakat muda khususnya sering memakai media social. Dengan begitu kami bisa membuat kebutuhan konten seperti apa untuk event ini.

Y: Lalu sebetulnya apa yang menjadi unsur yang abang dan tim masukkan untuk kepentingan marketing ini bang?

AS: Sebetulnya banyak ya, ya tentunya yang menarik pasar itu sendiri, contohnya konten-konten digital hari ini dengan design yang menarik pasar, selain itu juga kami menggunakan arsip-arsip digital kami yang kami pakai untuk kesan bagi para peserta yang lalu agar dapat ikut kembali, yaa dan banyak lagi.

Y: Untuk konten-konten tersebut biasanya diposting atau disebarkan ke media apa saja ya bang?

AS: Tentunya Instagram kami yang punya follower lumayan ya, selanjutnya ya You Tube, lalu beberapa media mainstream, radio, dan masih banyak lagi.

Y: Media apa yang paling banyak diakses oleh publik dalam informasi ini bang?

AS: Instagram ku pikir, karena memang kita biasa lihat pasar disitu, dan viewers You Tube dengan Instagram sepertinya lebih banyak Instagram.

Y: Baik bang kalua begitu, terimakasih banyak ya bang sudah bersedia jadi narsum di penelitianku, terimakasih banyak.

AS: Sama-sama Yosua, semoga sukses selalu ya

TRANSKRIP WAWANCARA

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Via Sihombing

Usia : 35 Tahun

Posisi : Photographer

Pekerjaan : Wiraswasta

Latar Belakang Informan

Y: Malam kak Via, Apa kabar?

VS: Haloo malam Yosua, Sehat-sehat ini, Yosua gimana?

Y: Puji Tuhan, Sehat juga kak. Sebelum wawancaranya dimulai, boleh kak via untuk perkenalan terlebih dahulu? Singkat aja, nama Panjang, umur, posisi di kepanitiaan, dan pekerjaan.

VS: Baik, halo nama saya Via Sihombing, usia saya 35 tahun, pekerjaan saya sehari-hari menjadi wiraswasta, dan kebetulan di event ini saya menjadi fotografer event.

Y: Oke kak visa terimakasih, untuk pertanyaan awal, bisa ceritakan kenapa kakak bisa mengikuti komunitas ini?

VS: Awalnya karena tertarik ya, ada satu komunitas anak muda yang peduli dengan kelokalannya, dan sering juga mempromosikan budaya asli kita, jadi sekalian pengen punya kenalan baru, saya juga ingin berkontribusi di kebudayaan lokal.

Y: Baik kak, untuk selanjutnya bagaimana kakak bisa direkrut atau masuk dalam

struktur kepanitiaan?

VS: Untuk 1000 Tenda, saya sendiri yang diminta oleh kawan-kawan RKI, untuk ikut serta di event ini. Jadi sekalian saja ketika tidak ada jadwal, saya mengiyakan karena tiap tahunnya pun saya ikut.

Y: Jadi tidak ikut seleksi atau screening ya?

VS: Untuk jalur saya tidak pakai yoshua, apa ya istilahnya, orang dalam, hahahha

Y: Kalau begitu kak via udah lama ya ikut komunitas ini?

VS: Yaaa lumayan, sekitar lima tahun yang lalu saya sudah ikut.

Y: Nah kalo gitu sudah sangat lama ya kak? Kira-kira hal yang spesifik nggak kak untuk diterima jadi panitia di event ini?

VS: Sebetulnya yang lebih penting itu kalo ga salah tentang minatnya mereka ke kegiatan 1000 Tenda, dan juga dari bagaimana bakat-bakat yang mereka punya ya, yang kami butuhin di kepanitiaan.

Implementasi prinsip-prinsip organisasi oleh Rumah Karya Indonesia dalam pembentukan kepanitiaan event 1000 Tenda Toba Festival di Meut pada tahun 2022

Y: Oke mba, jadi ada beberapa syarat juga ya untuk bisa ikut di kepanitiaan.

VS: Iya, karena mempertimbangkan kebutuhan dan rencana yang dibuat oleh RKI ya.

Y: Akah RKI secara langsung menunjuk dan mengarahkan kepanitiaan kak?

VS: Setauku melewati ketua pelaksana ya yoshua, jadi ada proses secara organisasi begitu, sebelum memilih kepanitiaan juga RKI yang membuat tupoksi dari kepanitiaan tersebut.

Y: Selain itu, untuk pembagian wewenang dan tanggung jawab gimana kak?

VS: Nah, karena memang RKI yang bikin, jadinya itu sudah ada sejak adanya plotting kepanitiaan, nah kami ini nanti akan merapatkan apa yang menjadi tanggung jawab kami, dan kewenangan kami disini.

Y: Nah untuk menanggulangi perbedaan kepentingan pribadi dan kepentingan kelompok, biasanya penyelesaiannya gimana ya kak?

VS: Meskipun kami sering rapat divisi masing-masing, tak jarang juga diselingi ada rapat besar, yang dimana disitu kami bahas permasalahan-permasalahan tiap divisi, dan juga progress, jadinya kami rasa semua permasalahan itu diselesaikan secara bersama. Dan semua komunikasi, sebelum akhirnya tersampaikan ke ketua pelaksana, kami sampaikan dulu ke coordinator divisi biar alur mekanismenya jelas.

Upaya tim publikasi untuk melakukan promosi dan marketing dalam event 1000 Tenda Toba Festival di Meat Tahun 2022.

Y: Selanjutnya untuk divisi publikasi kak, bagaimana cara awal kakak dan kawan-kawan publikasi mendapatkan engagement untuk event ini?

VS: Pada rapat awal divisi, kami pelaksana biasanya melihat engagement itu dari riset pasar dulu. Kami lihat perkembangan yang ada di sosial media gimana, cara pandang anak sekarang gimana, dan bagaimana mereka menyukai suatu konten tertentu. Dari data itu kami akhirnya dapat memetakan konten apa yang harus dibikin.

Y: Biasanya konten apa aja kak?

VS: Banyak ya, karena kami ada arsip dokumentasi jadi kami mengupayakan untuk

publikasi secara berkelanjutan, artinya adalah stock dari konten harus tetap berjalan meskipun acara telah selesai, jadi kita tetap punya engagement untuk publik. Karena udah jadi kebiasaan, Tujuh hari pasca event biasanya kami udah mengkurasi banyak foto yang nantinya akan dijadikan footage, terus kami jadikan satu buat diposting kembali, karena biasanya masih ada after movie dan bagian konten lainnya.

Y: Untuk segi publikasinya, media apa aja ya kak yang dipakai?

VS: Instagram, Youtube, untuk kemarin juga kami ngundang media media, terus juga kami promosi ke radio sekitar, sama share di Whattshap. Karena itu yang kami analisa cukup banyak yang mengakses.

Y: Baik kak Via, terimakasih banyak ya atas waktunya, dan mau untuk jadi narsum saya.

VS: Terimakasih kembali ya Yoshua.