

ANALISIS MANAJEMEN EVENT HALO BANDUNG ON THE SPOT PADA SUB BAGIAN PROTOKOL KOMUNIKASI PIMPINAN KOTA BANDUNG

Jasmine Fitria Desiana¹, Agus Rahmat²

^{1,2}fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Sumedang, Indonesia
¹jasmine20001@unpad.ac.id, ²Agus.rahmat@unpad.ac.id

ABSTRAK

Manajemen *event* merupakan salah satu bidang yang memegang peranan penting dalam dunia modern, di mana berbagai acara dan kegiatan seringkali digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai beragam tujuan, mulai dari pemasaran hingga pembangunan komunitas. Studi ini berfokus pada analisis manajemen *event* "Halo Bandung On The Spot" yang diselenggarakan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam seluruh tahapan manajemen *event*, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen *event* yang terstruktur dan dilakukan dengan cermat mampu mendukung pencapaian tujuan acara, yaitu peningkatan kesadaran masyarakat terhadap kinerja dan program pemerintah Kota Bandung. Setiap tahapan dalam manajemen *event* saling terkait dan berkontribusi terhadap keberhasilan acara, dengan perencanaan dan evaluasi sebagai kunci utama untuk meningkatkan kualitas acara di masa mendatang.

Kata Kunci: *Manajemen event; Halo Bandung On The Spot; Protokol Komunikasi Pimpinan*

ABSTRACT

Event management is one of the fields that plays an important role in the modern world, where various events and activities are often used as strategic tools to achieve a wide range of objectives, from marketing to community development. This study focuses on analyzing the event management of "Halo Bandung On The Spot," organized by the Protocol and Leadership Communication of Bandung City. The research employs a descriptive qualitative approach with the aim of providing an in-depth description of all stages of event management, from planning, organizing, and execution to evaluation. The findings of this study indicate that structured and carefully conducted event management can support the achievement of event objectives, specifically increasing public awareness of the performance and programs of the Bandung City government. Each stage of event management is interconnected and contributes to the success of the event, with planning and evaluation being the key elements for improving the quality of events in the future.**

Keywords: *Event management; Halo Bandung On The Spot; Leadership Communication Protocol*

A. Pendahuluan

Di tengah era globalisasi dan pesatnya perkembangan industri kreatif, manajemen acara telah menjadi salah satu bidang yang semakin penting dan berkembang dengan cepat. Acara atau *event* tidak lagi hanya sekadar pertemuan sosial atau perayaan, tetapi telah berkembang menjadi alat strategis bagi organisasi, perusahaan, dan individu untuk mencapai berbagai tujuan. Tujuan tersebut meliputi pemasaran dan promosi, edukasi, penggalangan dana, serta pembangunan komunitas. (Dewanty, 2019).

Manajemen acara melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi dengan tujuan menciptakan pengalaman yang bermakna bagi peserta serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh penyelenggara. Proses ini mencakup berbagai aspek, seperti logistik, pengelolaan anggaran, koordinasi tim, pemasaran, dan manajemen risiko. Setiap tahap dalam manajemen acara membutuhkan keterampilan khusus dan perhatian terhadap detail untuk memastikan acara berjalan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.

Salah satu aspek dalam ruang lingkup *Public Relations* adalah pemasaran yang bisa melalui suatu *event*. Oleh karena itu, PR dapat dianggap sebagai alat pemasaran yang berfungsi untuk mengevaluasi serta memahami persepsi, sikap, dan pandangan masyarakat umum maupun konsumen sebagai publik khusus. Melalui berbagai aktivitas dan kebijakan, PR bertujuan menciptakan citra positif di mata publik (Supriyatna et al., 2023). Menurut buku *Professional Public Relations* (Sitepu, 2020), Manajemen acara adalah salah satu kegiatan dalam *public relations* yang bertujuan untuk mengorganisir acara agar sesuai dengan perencanaan. Menurut (Goldblatt, 2013) manajemen acara adalah aktivitas profesional yang mempertemukan individu dengan individu lain untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran, atau reuni. Dalam proses ini, sekelompok individu atau tim yang terlibat bertanggung jawab untuk melakukan penelitian, merancang, dan mendesain acara, serta mengoordinasikan semua aspek yang diperlukan untuk merealisasikan kegiatan tersebut.

Oleh karena itu, manajemen acara dapat dilihat sebagai proses

pembentukan dan pengorganisasian yang dilakukan secara profesional dan terstruktur. Pendekatan ini dinilai efektif dan efisien dalam menciptakan sebuah acara. Dalam manajemen acara, terdapat serangkaian aktivitas yang mencakup mulai dari pembuatan konsep (perencanaan) hingga pelaksanaan dan pengawasan acara yang telah direncanakan. (Goldblatt, 2013).

Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung merupakan salah satu instansi yang memiliki tugas dalam melaksanakan Asisten Administrasi Umum dalam penyiapan pelaksanaan kebijakan, pengoordinasian pelaksanaan tugas Perangkat Daerah, pemantauan dan evaluasi pelaksanaan kebijakan daerah di bidang protokol. Komunikasi pimpinan, dan dokumentasi. Lalu di dalam Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung ini memiliki beberapa program kerja dalam menunjang tugasnya, di antaranya adalah Halo Bandung On The Spot. (Putra, 2023)

Halo Bandung On The Spot ini adalah *special event* yang dilakukan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, karena Halo

Bandung On The Spot merupakan program kerja yang bertujuan untuk memperkenalkan Walikota Bandung kepada masyarakat, memberikan informasi mengenai kinerja yang sudah dilakukan oleh pimpinan atau Walikota Bandung, dan memperkenalkan apa saja program-program dari pemerintah Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana manajemen *event* Halo Bandung On The Spot dengan menganalisis tahapan-tahapan yang dilakukan sebelum dan sesudah dilaksanakannya Halo Bandung On The Spot.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah sebuah cara untuk merumuskan masalah yang menjadi panduan penelitian dalam menjelajahi atau menggambarkan secara menyeluruh, luas, dan mendalam situasi sosial yang sedang dipelajari. Menurut (Moleong, 2017), pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang

diamati. Penelitian kualitatif fokus pada fenomena sosial, memberikan perhatian pada perasaan dan persepsi partisipan yang menjadi objek penelitian.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung diperoleh oleh pengumpul data dari sumber pertama atau lokasi tempat penelitian dilakukan (Sugiyono, 2017). Sementara itu, data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen. (Sugiyono, 2017).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi. Menurut (Sugiyono, 2017), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik unik dibandingkan dengan teknik lainnya. Teknik ini tidak hanya terbatas pada pengamatan terhadap manusia, tetapi juga mencakup pengamatan terhadap objek-objek alam. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan Halo Bandung On The Spot, mulai dari tahap perencanaan hingga

evaluasi. Selain itu, wawancara juga digunakan sebagai metode pengumpulan data. Wawancara adalah komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden terkait. Wawancara juga dapat diartikan sebagai percakapan tatap muka antara pewawancara dan narasumber, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan langsung mengenai objek yang diteliti dan telah direncanakan sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai tim Halo Bandung On The Spot yang terdiri dari 10 orang.

C. Hasil dan Pembahasan



Sumber: Instagram

Gambar 1. Logo Halo Bandung On The Spot

Halo Bandung On The Spot merupakan salah satu *event* yang dilakukan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung. *Event* ini dilaksanakan dengan cara membuka *booth* dalam sebuah acara

seperti hari-hari besar atau *event* yang berkaitan dengan Kota Bandung.

Dengan menggunakan sistem *booth activation*, terdapat berbagai informasi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh pimpinan atau Walikota Bandung. Selain itu terdapat juga *live podcast* yang dengan narasumber berbeda-beda setiap *eventnya*. Selanjutnya untuk menarik perhatian masyarakat Halo Bandung On The Spot membuat *photo booth* di mana masyarakat yang berkunjung ke dalam *booth* Halo Bandung On The Spot dapat berfoto dan mendapatkan fotonya dalam bentuk fisik, dan ada juga pembagian *doorprize* yang bisa didapatkan masyarakat dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Tujuan diadakannya Halo Bandung On The Spot adalah sebagai salah satu strategi *public relations* yang berguna untuk memberitahu kinerja yang sudah dilakukan oleh Walikota Bandung dan sekaligus memperkenalkan program-program pemerintah Kota Bandung.

Analisis Manajemen Event Halo Bandung On The Spot

Dalam program Halo Bandung On The Spot terdapat tahapan manajemen *event* yang harus

dilakukan sebelum dilaksanakan program tersebut. Dalam *special event* Halo Bandung On The Spot memiliki tujuan utama yaitu memperkenalkan pimpinan atau Walikota Bandung kepada masyarakat Kota Bandung. Adanya Halo Bandung On The Spot ini memberikan *awareness* kepada masyarakat mengenai pimpinan/Walikota Bandung, apa saja yang sudah dikerjakan oleh pimpinan, dan juga memberikan informasi terkait mengenai tema *event* yang sedang berlangsung.

Analisis Tahap Menentukan Tujuan

Pada persiapan Halo Bandung On The Spot, tim melakukan tahap menentukan tujuan dengan cara berikut: tim melakukan *brainstorming* dengan melihat *event* apa yang nanti akan Halo Bandung On The Spot ikuti, berdiskusi dengan sesama tim mengenai tujuan apa saja yang akan dicapai, dan tim membuat KPI tersendiri untuk menjadi target pencapaian tujuan tersebut. Setelah melakukan tahap menentukan tujuan, maka Halo Bandung On The Spot mendapati tujuan-tujuan yang sesuai dengan apa yang sudah disepakati.

Analisis Tahap Riset

Untuk menunjang setiap tujuan yang sudah disepakati, maka tim Halo Bandung On The Spot melakukan riset/pencarian informasi berdasarkan tema dari *event* yang akan dilaksanakan, seperti berikut: tim Halo Bandung On The Spot mencari informasi terkait *event* besar tersebut, tim Halo Bandung mengumpulkan data/informasi yang didapat, dan data atau informasi tersebut diolah menjadi pertanyaan kuis juga *script live podcast* yang nanti akan dilakukan. Hal ini bertujuan agar nanti ketika melakukan tahap selanjutnya bisa mengetahui apa saja yang harus dipersiapkan berdasarkan hasil riset atau pencarian informasi.

Analisis Tahapan Planning

Pada tahap *planning*, tim Halo Bandung On The Spot merencanakan apa saja yang akan dilakukan pada saat penyelenggaraan Halo Bandung On The Spot. Berikut Langkah-langkah pada tahap *planning* yang dilakukan oleh tim Halo Bandung On The Spot: tim Halo Bandung On The Spot berdiskusi apa saja yang akan dilakukan ketika Halo Bandung On The Spot dilakukan dengan cara melihat tujuan apa saja yang akan dicapai, tim

Halo Bandung On The Spot menyepakati 3-4 rangkaian, dimulai dari *live podcast*, membagikan hadiah *random* kepada masyarakat, dan juga ada kuis berhadiah, dan selanjutnya, tim Halo Bandung On The Spot berdiskusi mengenai tema apa yang akan dibawakan untuk *live podcast* dan juga kuis berhadiah.

Analisis Tahap Pelaksanaan

Setelah melewati beberapa tahapan persiapan, acara "Halo Bandung On The Spot" dilaksanakan melalui beberapa rangkaian kegiatan. Persiapan *booth* dilakukan dengan penataan area *live podcast*, meja penukaran *doorprize*, dan *photobooth*. Tim melakukan *briefing* untuk memastikan kelancaran acara. Pelaksanaan dimulai dengan *live podcast* yang disiarkan melalui Instagram. Kemudian, ada pembagian *doorprize* yang menarik antusiasme masyarakat dengan syarat mengikuti akun Instagram tertentu. lalu kegiatan terakhir yaitu bermain gim menggunakan Quizizz, di mana peserta bersaing menjawab pertanyaan untuk mendapatkan hadiah.

Analisis Tahap Evaluasi

Setelah melaksanakan program Halo Bandung On The Spot, tim akan

melakukan evaluasi. Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam sebuah manajemen *event*. Tujuan diadakan evaluasi ini untuk memberikan masukan dalam perencanaan dan pelaksanaan program, memperoleh informasi tentang faktor pendukung dan penghambat program, juga untuk memberikan masukan dalam pembinaan pengelola dan pelaksanaan program.

Dalam tahap evaluasi setelah pelaksanaan Halo Bandung On The Spot, tim Halo Bandung On The Spot dengan staf Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung akan melakukan rapat untuk membahas Halo Bandung On The Spot. Dalam rapat evaluasi, biasanya hanya akan berfokus kepada dampak yang diberikan oleh masyarakat terhadap Instagram Halo Bandung. Karena pada rangkaian pembagian hadiah gratis memiliki syarat *follow* dan *tag* akun @halobandung, maka dampaknya adalah banyak yang mengikuti akun Instagram Halo Bandung juga akun Instagram pimpinan Walikota Bandung yaitu @emasumarna_. Di tahap ini, Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung khususnya bagian *social*

media specialist melakukan rekapitulasi terhadap berapa banyak *postingan* yang men *tag* @halobandung. Lalu setelah direkap akan dibandingkan dengan hasil dari kegiatan Halo Bandung On The Spot sebelumnya.

Selain itu, tim Halo Bandung On The Spot akan membicarakan mengenai hambatan yang dirasa, lalu setelahnya staf Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung memberikan arahan dan masukan untuk Halo Bandung On The Spot ke depannya.

D. Kesimpulan

Dari penelitian mengenai manajemen event "Halo Bandung On The Spot" yang dilakukan oleh Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung, dapat disimpulkan bahwa proses manajemen event yang terstruktur dan terencana dengan baik sangat penting untuk keberhasilan sebuah acara. Penelitian ini menunjukkan bahwa setiap tahap, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi, dilakukan dengan terstruktur

Keberhasilan event "Halo Bandung On The Spot" dalam

meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program pemerintah Kota Bandung menjadi bukti nyata bahwa manajemen *event* yang dijalankan dengan baik tidak hanya berdampak pada kelancaran acara itu sendiri, tetapi juga pada pencapaian tujuan strategis organisasi yang menyelenggarakannya. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip manajemen event yang tepat sangat disarankan bagi organisasi atau instansi yang ingin mengadakan acara dengan hasil yang optimal.

Supriyatna, A., Perbawasari, S., & Annisa, R. (2023). Strategi Marketing Public Relations Dinas Kepemudaan Olahraga Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Purwakarta Dalam Menstimulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Of Digital Communication Science*, 1(2).

REFERENSI

- Dewanty. (2019). *Peran PR Plaza Ambarrukmo dalam Manajemen Event JFF 2019*.
- Goldblatt, J. (2013). *Special Events*.
- Moleong, L. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Putra, A. (2023). *Protokol dan Komunikasi Pimpinan Kota Bandung*.
https://prokopim.bandung.go.id/Home/Profil_organisasi.
- Sitepu, E. (2020). Professional Public Relations. *Research Gate*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*.