

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

##### 3.1.1 *Participatory Action Research*

Salah satu tahapan dalam proses penelitian adalah metode penelitian, yang pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu. Tujuan metode penelitian adalah untuk mendapatkan informasi tentang masalah atau tujuan penelitian dengan cara ilmiah.

Penelitian PAR (*Participatory Action Research*) merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Metode ini melibatkan semua pihak yang relevan untuk memantau tindakan yang sedang berlangsung, guna melakukan perubahan dan perbaikan. Penelitian PAR didasarkan pada tiga tolok ukur utama: partisipasi, riset, dan aksi. Ketiga tolok ukur ini saling terkait dan harus diterapkan secara bersamaan dalam tindakan nyata. Tujuan dari tolok ukur tersebut adalah untuk bekerja sama dalam mengubah atau meningkatkan kondisi yang ada sebelumnya. (Hermawan Arfianto, 2019).

Dalam melakukan pengumpulan data menggunakan *Participatory Action Research* (PAR) yang dilakukan penulis saat berada di lapangan yaitu wilayah Panggarangan, Lebak Selatan, terdapat enam langkah yang dilakukan penulis untuk mengumpulkan data untuk pelaksanaan kegiatan Niskala pada 30 November 2024 nanti, diantaranya:

##### A. *Learning in Action*:

Penulis pada tanggal 04 Oktober 2024 pukul 14:00 melakukan kegiatan diskusi wawancara bersama ketua-ketua komunitas PKC dan ZIPAC yaitu Kang Elon dan Kang Asep. Isi wawancara tersebut menggali informasi terkait keberadaan lokasi pedagang biasa berjualan, permasalahan dan keluhan pedagang terkait aktivitas berdagang sehari-hari. Sekaligus penulis memberitahu mengenai agenda kegiatan Niskala yang akan diadakan untuk

melihat dan menyesuaikan kegiatan Niskala dengan kebutuhan pedagang-pedagang di Panggarangan.

B. *Exploring Problems:*

Pada tanggal 04 Oktober 2024 pukul 20:00 WIB, setelah melakukan riset wawancara, penulis bersama tim membuat rancangan yang berisi tentang hasil penuturan serta tanggapan pedagang yang telah di wawancarai, dan melakukan pemetaan mengenai tema pembahasan apa yang harus diangkat untuk memenuhi kebutuhan para pedagang-pedagang di Panggarangan.

C. *Fact, Finding, and Listening:*

Penulis dan tim mengetahui dari fakta, temuan, dan mendengarkan informasi apa saja dari pedagang-pedagang di Panggaran dan melakukan konfirmasi serta mendiskusikan lebih lanjut bersama Abah Lala terkait hasil riset wawancara tim Niskala untuk memperdalam fakta-fakta mengenai target dampingan yang akan mengikuti kegiatan Niskala Project.

D. *Knowing the Actors:*

Penulis bersama tim melakukan identifikasi lebih lanjut dari semua pihak yang relevan (*stakeholders*) meliputi analisis sosial yaitu mengenai budaya, kekuatan dan ketertarikan target dampingan, perilaku masyarakat, kondisi lingkungan dan alam di Panggarangan, Lebak Selatan.

E. *Assesing Options:*

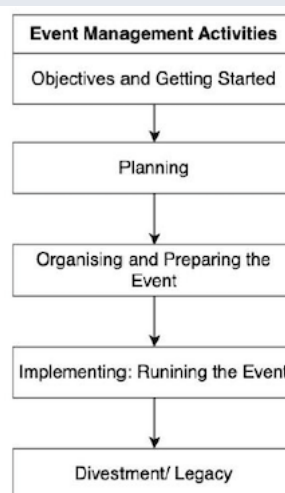
Penulis bersama tim menerima saran dari pihak yang terkait yaitu Abah Lala sebagai penanggung jawab atau supervisor kegiatan Niskala Project mengenai penyesuaian apa yang harus dilakukan sebelum dan saat hari-h kegiatan acara Niskala dilaksanakan. Kemudian saran dari Kang Asep dan Kang Elon sebagai ketua dari komunitas PKC dan ZIPAC mengenai penyesuaian kegiatan yang akan dilaksanakan seperti berdasarkan hasil tuturan Kang Asep dalam sesi wawancara kami pada tanggal 04 Oktober 2024 yaitu; “*Jangan pakai bahasa yang ketinggian, kami hanya lulusan SMK dan berdagang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tapi kami sangat ingin mendapatkan ilmu untuk berkembang*”.

F. *Understanding System:*

Penulis berusaha memahami sistem keseluruhan yang terkait meliputi melakukan analisis target dampingan, solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi target dampingan, dan penyesuaian penulis bersama tim dalam melakukan pendekatan komunikasi bersama target dampingan ataupun pihak-pihak lain yang terlibat seperti Abah Lala dan Teh Resti ataupun pihak-pihak GMLS lain yang membantu melakukan riset pengumpulan data ini.

### 3.2 Metode Perancangan Karya

Metode perancangan karya ini merupakan tahapan penulis dalam melakukan perencanaan *special event* Niskala Project “Sukses Babarengan 2024” menggunakan konsep manajemen *event* yang dikemukakan oleh Shone & Parry (2019), yaitu *objectives, planning, preparing, implementing*, serta *divestment/legacy*.



Gambar 3.1 Aktivitas *Event Management*  
Sumber: Shone & Parry (2019)

#### 3.2.1 *Objectives and Getting Started*

Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) *Humanity Project Batch 5*, Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) dan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) melaksanakan berbagai program yang berfokus pada pembangunan resiliensi masyarakat, khususnya di Desa Panggarangan, Kabupaten Lebak. Mahasiswa yang tergabung dalam

MBKM Humanity Project Batch 5 diberi tugas sebagai penyelenggara program dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat di wilayah Lebak Selatan.

Niskala Project “Sukses Babarengan” 2024 dirancang dengan tujuan memberikan pengetahuan mendalam kepada pelaku usaha UMKM mengenai dasar fundamental bisnis, literasi keuangan, dan jaringan usaha (*networking*). Melalui *event* ini, diharapkan para pelaku usaha UMKM khususnya usaha mikro bisa ikut turut serta hal ini menjadi salah satu komponen utama dalam membangun ketangguhan masyarakat di Lebak Selatan serta berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi, khususnya di desa masing-masing.

Pada tahap ini, penyelenggara acara menetapkan tujuan utama dari pelaksanaan acara melalui riset sederhana di lapangan serta diskusi dan brainstorming bersama tim.

### **3.2.1.1 Pertanyaan 5W+1H**

Dalam tahap riset awal untuk merumuskan konsep acara, diperlukan berbagai aspek yang menjadi dasar pembentukan konsep tersebut. Oleh karena itu, penulis menerapkan metode 5W+1H (*Who, Where, What, Why, When, dan How*) untuk menentukan elemen-elemen yang mendasari penyelenggaraan Niskala Project 2024. Serangkaian pertanyaan berdasarkan metode ini dirancang untuk membantu tim penyelenggara dalam merumuskan tujuan acara serta strategi pelaksanaannya.

#### **1) *Who***

Penulis bersama tim memulai dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan *special event* Niskala Project 2024. Pertanyaan tersebut meliputi, "*Siapa saja pihak yang mendukung dan berkontribusi dalam penyelenggaraan acara*

ini?" serta "Siapa target peserta yang diharapkan mengikuti kegiatan ini?".

2) *Where*

Penulis bersama tim memulai pertanyaan yang berhubungan dengan tempat atau lokasi pelaksanaan *special event* Niskala Project 2024, seperti "Dimanakah Niskala Project 2024 diselenggarakan?" atau "Dimanakah para calon peserta bisa mendapatkan informasi terkait Niskala Project 2024?".

3) *What*

Penulis bersama tim memulai dengan merumuskan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan tujuan pelaksanaan dan penyelenggaraan kegiatan ini. Pertanyaan tersebut meliputi, "Apa yang dimaksud dengan Niskala Project 2024?", "Apa tujuan utama dari pelaksanaan Niskala Project 2024?", serta "Apa hasil yang diharapkan dapat dicapai oleh peserta setelah mengikuti Niskala Project 2024?".

4) *Why*

Pertanyaan yang diajukan berfokus pada alasan pentingnya pelaksanaan dan partisipasi dalam Niskala Project 2024, seperti "Mengapa kami perlu mengikuti Niskala Project 2024?" dan "Mengapa Niskala Project 2024 perlu dilaksanakan?" Hal ini bertujuan untuk menggali urgensi dan manfaat program bagi target dampingan.

5) *When*

Pertanyaan yang berkaitan dengan aspek waktu dan durasi kegiatan mencakup hal-hal seperti, "Kapan Niskala Project 2024 dilaksanakan?" Pertanyaan ini bertujuan untuk menentukan jadwal pelaksanaan serta memastikan kesiapan semua pihak yang terlibat.

#### 6) *How*

Pertanyaan yang berhubungan dengan mekanisme akses terhadap kegiatan meliputi, "*Bagaimana cara mengikuti Niskala Project 2024?*" dan "*Bagaimana pendaftaran Niskala Project dibuka dan ditutup?*" Pertanyaan-pertanyaan ini bertujuan untuk merancang prosedur yang jelas dan sistematis agar target peserta dapat dengan mudah mengakses dan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut.

#### **3.2.1.2 Screening Process**

Shone & Parry (2019) menjelaskan bahwa ide-ide dapat disaring melalui proses *screening*. Oleh karena itu, penulis bersama tim akan melaksanakan proses *screening* untuk mengidentifikasi kebutuhan acara yang selaras dengan tujuan penyelenggaraan *event*. Proses *screening* ini terdiri dari tiga jenis, yaitu *marketing screening*, *operational screening*, dan *financial screening*.

##### 1) *Marketing Screening*

Dalam tahap ini, penyelenggara acara akan melaksanakan *brainstorming* dan riset sederhana untuk menentukan target pasar serta strategi pemasaran yang paling sesuai untuk *event* Niskala Project 2024.

##### 2) *Operational Screening*

Pada tahap ini, penyelenggara acara akan mengadakan sesi *brainstorming* bersama tim untuk mengidentifikasi kebutuhan operasional yang harus dipersiapkan dalam rangka pelaksanaan *event* Niskala Project 2024.

##### 3) *Financial Screening*

Pada tahap ini, penyelenggara acara akan mengadakan sesi *brainstorming* bersama tim untuk menentukan anggaran yang diperlukan untuk keseluruhan *event* serta merumuskan strategi penggalangan dana yang akan diterapkan.

### **3.2.1.3 SWOT Analysis**

Setelah menetapkan tujuan, penyelenggara acara melakukan analisis *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan acara tersebut. Melalui analisis *SWOT*, penulis dan tim dapat memahami kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memastikan keberhasilan acara, serta mengetahui kelemahan dan ancaman yang perlu diwaspadai untuk meminimalkan risiko kegagalan dalam pelaksanaan *event* ini.

### **3.2.2 Planning**

Menurut Shone & Parry (2019), perencanaan (*planning*) adalah tahap di mana penyelenggara acara merumuskan dan memutuskan langkah-langkah yang akan diambil dalam penyelenggaraan *event*. Rencana ini tidak terbentuk secara spontan, melainkan melalui sebuah proses yang bertahap yang melibatkan kerja sama antara anggota tim penyelenggara *event*.

#### **3.2.2.1 Marketing Planning**

Pada tahap ini, penyelenggara acara akan merancang cara untuk mempromosikan dan memasarkan *event* kepada calon peserta yang menjadi sasaran target dampingan. Untuk itu, penyelenggara perlu memahami karakteristik target pasar dan merencanakan strategi pemasaran atau promosi yang paling efektif dan sesuai untuk menjangkau pasar tersebut.

##### **1) Target Pasar**

Penyelenggara acara mengidentifikasi target pasar dengan mengacu pada hasil *screening* yang telah dilakukan bersama tim.

##### **2) Marketing Planning**

Penyelenggara acara menentukan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan target audiens atau peserta yang telah diidentifikasi sebelumnya.



### 3) *List Media*

Penyelenggara acara menyusun daftar media yang akan menerima siaran pers terkait kegiatan Niskala Project, yang selanjutnya akan diberitakan melalui media tersebut.

### 3.2.2.2 *Operational Planning*

Pada tahap ini, penyelenggara acara akan merencanakan semua aspek operasional yang diperlukan mulai dari persiapan hingga pelaksanaan event. Berdasarkan hasil *screening* yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa hal yang perlu dipersiapkan untuk mendukung kelancaran penyelenggaraan *special event* Niskala Project 2024

#### 1) *Lokasi/Venue*

Tempat pelaksanaan kegiatan selama satu (1) hari, meliputi tempat/lokasi target dampingan mengikuti materi yang akan dibawakan dan tempat *event* berlangsung.

#### 2) *Waktu Pelaksanaan*

Waktu pelaksanaan kegiatan meliputi hari dan tanggal pelaksanaan kegiatan, durasi atau berapa lama kegiatan ini akan berlangsung, serta *rundown* kegiatan selama durasi yang telah ditentukan.

#### 3) *Narasumber/Pembicara*

Event ini berbentuk *workshop* sehingga membutuhkan tenaga ahli untuk dijadikan narasumber atau pembicara yang sesuai dengan target dampingan yang dituju.

#### 4) *Materi Wokrshop*

Materi *workshop* menjadi hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini, penyelenggara *event* menetapkan materi apa saja yang akan dibawakan dan akan dibawakan dengan metode apa.



#### 5) Transportasi dan Akomodasi

Penyelenggara *event* merencanakan bagaimana peserta dan narasumber akan datang ke lokasi kegiatan dengan berbagai alternatif transportasi yang tersedia. Selain itu, akomodasi atau tempat tinggal narasumber ataupun pihak eksternal lain juga menjadi pertimbangan bagi penyelenggara *event*.

#### 6) Logistik dan Perlengkapan

Perencanaan perlengkapan dan logistik seperti kebutuhan *sound system*, spanduk, tenda, kursi, meja, alat tulis, serta konsumsi juga menjadi hal yang perlu dipersiapkan oleh penyelenggara *event*.

#### **3.2.2.3 Finansial Planning**

Pada tahap ini, penyelenggara acara akan menerapkan dua strategi pengumpulan dana, yaitu dengan menggunakan dana pribadi penyelenggara dan mencari dana dari sponsor. Selanjutnya, untuk menetapkan target pengumpulan dana, penyelenggara akan menyusun Rencana Anggaran Biaya.

### **3.2.3 Organizing and Preparing the Event**

Menurut Shone & Parry (2019), koordinasi berbagai kegiatan, fasilitas, dan layanan yang berbeda, termasuk yang tidak biasa, dapat menjadi sangat menantang. Manajemen *event* harus dijalankan dengan efektif, dan ketua pelaksana *event* harus mampu mengelola situasi yang mungkin terus berubah. Perencanaan dan persiapan yang matang sangat penting karena dapat mengurangi variabilitas dan ketidakpastian selama pelaksanaan acara, serta memungkinkan koordinator acara untuk fokus pada hal-hal yang membutuhkan perhatian segera atau lebih sering. Dengan demikian, perencanaan dan persiapan yang baik sangat diperlukan dalam penyelenggaraan *special event* Niskala Project 2024.

### 3.2.3.1 Struktur Kepanitiaan

Menurut Shone & Parry (2019), dibutuhkan sebuah organisasi informal yang memiliki berbagai tugas dan fungsi yang berbeda untuk mengelola *event* yang telah direncanakan. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan Niskala Project 2024, diperlukan kepanitiaan yang akan mempersiapkan dan menjalankan kegiatan pada hari pelaksanaan *event*. Berikut adalah pembagian tugas dalam kepanitiaan acara Niskala Project 2024:

- A. *Project Leader*
- B. Dokumentasi
- C. Publikasi
- D. Konsumsi
- E. Logistik
- F. *Operator*
- G. *Time Keeper*
- H. *MC*

Delapan divisi kepanitiaan tersebut akan bekerja sama dan berkoordinasi sepanjang proses persiapan hingga pelaksanaan *special event* Niskala Project 2024.

### 3.2.3.2 Undangan Target Peserta / Target Dampingan

Dalam pelaksanaan *special event* Niskala Project yang berbentuk workshop, diperlukan peserta yang akan berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Oleh karena itu, tim penyelenggara acara melakukan undangan terbuka kepada seluruh pelaku UMKM, khususnya usaha mikro di Panggarangan, Lebak Selatan, sesuai dengan yang telah ditentukan pada tahap perencanaan. Target peserta yang diharapkan mengikuti acara ini adalah sekitar 10 hingga 15 orang.

### ***3.2.4 Implementing / Running the Event***

Pada tahapan ini, semua panitia akan menjalankan peran, fungsi, dan tugas masing-masing sesuai dengan perencanaan yang sudah dirancang demi mencapai tujuan yang diharapkan dari *event* ini. Dalam pelaksanaan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan menurut Shone & Parry (2019), antara lain:

- A) Tanggung jawab untuk menjaga kesehatan dan keselamatan pengunjung serta peserta, termasuk mekanisme pelaporan untuk situasi darurat, cara mengakses bantuan, dan prosedur pemanggilan manajer *event* dalam keadaan darurat.
- B) Penjelasan tentang tata letak lokasi, yang mencakup pintu darurat, titik kumpul, fasilitas toilet, katering, akses untuk pengunjung dengan kebutuhan khusus, serta jalur untuk kendaraan dan staf darurat.
- C) Masalah terkait manajemen kerumunan, termasuk operasi pintu keluar, pembukaan, dan penutupan pintu keluar, serta memastikan pintu darurat tetap terbuka sepanjang acara.
- D) Cara mengarahkan dan membantu publik, penonton, atau peserta, serta pentingnya pendekatan yang tenang dan sopan dalam berinteraksi dengan semua pihak yang terlibat.
- E) Cara mengenali dan merespons tanda-tanda tekanan baik pada kerumunan maupun individu, serta tindakan yang perlu diambil untuk menangani kepadatan, seperti membuka pintu keluar tambahan atau memindahkan kerumunan.
- F) Langkah-langkah yang harus diambil jika terjadi penumpukan sampah atau potensi risiko kebakaran, termasuk tindakan dalam menghadapi kebakaran, cara membunyikan alarm, serta respons terhadap kebakaran kecil atau keadaan darurat lainnya.
- G) Prosedur komunikasi antara pengawas dan manajer, termasuk penggunaan pesan berkode untuk mengidentifikasi jenis keadaan

darurat dan merencanakan respons yang tepat terhadap situasi tersebut.

### 3.2.5 *Divestment or Legacy*

Pada tahap ini, penulis bersama tim menggunakan dua jenis tes untuk mengevaluasi penyelenggaraan acara. Pertama, tes *Pre-Test* dan *Post-Test* digunakan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang diterima, sehingga penyelenggara dapat menilai apakah tujuan utama dari acara ini berhasil tercapai. Tes kedua yang diterapkan adalah *CIPP (Context, Input, Process, Product) Model Evaluation*, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekurangan dari event ini, agar perbaikan dapat dilakukan untuk acara berikutnya.

### 3.3 Rencana Anggaran

Dalam penyelenggaraan special event Niskala Project “*Sukses Babarengan*” 2024, diperlukan Rencana Anggaran Biaya yang akan menjadi tolak ukur pencarian dan pengumpulan dana demi terlaksananya event ini. Berikut adalah RAB yang diperlukan yang telah dikalkulasi berdasarkan hasil riset penulis bersama tim Niskala Project:

Tabel 3.1 Rencana Anggaran Biaya  
Sumber: Data Penulis (2024)

Uraian	Qty	Harga Satuan	Harga Total
<b>Kebutuhan Acara</b>			
Pendopo Kiarapayung + Sound System	1	Rp300,000	Rp300,000
Aqua Gelas / Mineral (Dus)	5	Rp38,000	Rp190,000
Kebersihan	1	Rp150,000	Rp150,000
Plastik sampah	5	Rp15,000	Rp60,000
Banner/Spanduk	2	Rp200,000	Rp400,000
Honor Narasumber	2	Rp1,000,000	Rp2,000,000
Transport Narasumber	2	Rp400,000	Rp800,000
Penginapan Narasumber	2	Rp175,000	Rp300,000
<b>Konsumsi</b>			
Makan Siang	20	Rp25,000	Rp500,000

Snack (Teh & Kopi)	20	Rp8,000	Rp160,000
<b>Souvenir</b>			
Sertifikat Peserta	10	Rp4,000	Rp40,000
Souvenir Kit (Waistbag, Buku, Pulpen, dan Gantungan Kunci)	10	Rp200,000	Rp2,000,000
<b>Kebutuhan Panitia</b>			
Vest Kelompok	3	Rp150,000	Rp450,000
<b>Dana Darurat</b>			
Dana Darurat	3	Rp1,000,000	Rp3,000,000
<b>TOTAL: Rp10,050,000</b>			

### 3.4 Publikasi/Target Luaran

Berdasarkan metodologi yang telah dijelaskan sebelumnya, target luaran dari *special event* Niskala Project 2024 mencakup pembuatan logo dan identitas acara, produk-produk kolateral seperti spanduk, poster acara, souvenir kit, serta perencanaan acara yang terperinci. Selain itu, materi promosi juga meliputi konten-konten di media sosial Instagram dan WhatsApp, serta siaran pers yang akan disebarluaskan ke berbagai media untuk dipublikasikan.

Niskala Project 2024 akan didokumentasikan dan dipromosikan melalui media sosial Instagram dengan akun @niskalaproject\_\_ dan website gmls.org sebagai media milik (*owned media*), serta dipublikasikan melalui media massa online dan cetak sebagai media berbayar (*paid media*) atau diperoleh (*earned media*). Selain itu, rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan akan dirangkum dalam sebuah video *aftermovie* yang akan diunggah di media sosial Instagram dan YouTube GMLS.