

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Referensi karya sebelumnya memainkan peran yang sangat penting dalam memberikan dasar teoritis serta konsep-konsep kunci yang mendasari pemahaman terhadap topik yang dibahas dalam karya ini. Dengan merujuk pada karya-karya terdahulu, penulis dapat mengidentifikasi berbagai pendekatan dan metode yang relevan yang telah diterapkan dalam kajian serupa. Pendekatan-pendekatan tersebut kemudian dapat diadaptasi atau dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan proses perancangan karya yang sedang berlangsung, sehingga membantu memperkuat argumen dan kerangka pemikiran karya ini. Melalui literatur yang ada, penulis juga memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai perkembangan isu yang diangkat, serta memahami posisi karya ini dalam konteks kajian-kajian sebelumnya.

Selain itu, penelaahan terhadap referensi dari karya terdahulu memungkinkan penulis untuk menemukan celah atau kekurangan yang belum dibahas secara mendalam, yang kemudian dapat dijadikan peluang untuk mengeksplorasi topik ini lebih jauh. Hal ini membuka ruang bagi karya ini untuk memberikan kontribusi yang lebih spesifik dan inovatif, serta memperkaya literatur di bidang yang sedang diteliti.

Dengan demikian, tinjauan pustaka tidak hanya berfungsi sebagai landasan teoritis yang kokoh, tetapi juga sebagai alat analisis yang membimbing arah dan fokus karya, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Berdasarkan hal tersebut, penulis merujuk pada sejumlah buku dan jurnal yang relevan untuk memperkuat argumen serta menjawab kesenjangan yang ditemukan. Berikut ini adalah rincian referensi yang digunakan dalam karya ini:

Tabel 2.0 Referensi Karya

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel (Karya)	Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Lingkungan Ekowisata Di Mangrove Center Kabupaten Tuban.	Seminar Kesadaran Lingkungan: Pengurangan Plastik Dan Pengelolaan Sampah Yang Berkelanjutan.	Perancangan Sistem Informasi Penyelenggara an <i>Event</i> Lokakarya dan Seminar (Studi Kasus: UNIKOM Bandung)	Pengembangan Ekowisata Marimbunna Melalui Pelatihan Berbasis Kreativitas	Penyelenggara an <i>Event</i> Marimba Season 2 untuk Rumah Baca Marimba di Desa Panggarangan	Pelatihan Penerapan Standar Pelayanan Ekowisata Bagi Masyarakat Daerah Pulau Pedalaman, Kabupaten Mempawah

2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Ditri Asma Mustika Rahmawati, Agustus 2020, BIOEDUKASI: Jurnal Pendidikan Biologi	Anita Ninasari & Suleyman, Mei 2024, Community Development Journal (Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai)	K Aryansyah, R Sidik, 2020, Jurnal Teknologi dan Informasi (JATI)	Roni La'biran, Theresyam Kabanga', Roberto Salu Situru', Resnita Dewi, Weldi Basongan, 2024, Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat Pendidikan	Melody Dennise Allegra, 2024, Universitas Multimedia Nusantara	Yunita Margima Anzani, Achmad Mulyadi, Inpurwanto, 2023, Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)
3.	Fokus Penelitian	Penelitian ini berfokus pada bagaimana	Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan	Merancang sistem informasi	Pendidikan dan pemberdayaan	Penelitian ini berfokus dalam	Penelitian ini berfokus dalam

partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan ekowisata Mangrove Center di Kabupaten Tuban sebagai bentuk pelestarian lingkungan.	pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pengurangan penggunaan plastik serta pengelolaan sampah yang berkelanjutan.	manajemen untuk <i>event</i> lokakarya dan seminar di UNIKOM Bandung.	masyarakat merupakan titik fokus utama dari penelitian ini dengan tujuan meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.	meningkatkan kesadaran masyarakat Desa Panggarangan tentang pentingnya literasi dan membaca sejak dini, serta meningkatkan kunjungan rumah baca Marimba.	meningkatkan kapasitas masyarakat di Desa Pulau Pedalaman dalam mengelola kegiatan ekowisata, khususnya terkait penerapan standar pelayanan untuk mendukung kegiatan
--	---	---	---	--	--



							pemanduan wisata.
4. Teori	Teori partisipasi masyarakat dan teori pengelolaan berbasis komunitas	Teori Ekologi Politik, Pertimbangan Budaya, Transformasi Sosial	Manajemen Event, Sistem Informasi	Pemberdayaan masyarakat, Manajemen ekowisata	<i>Event, Fun Learning, SBCC</i>	<i>Community Development, Service Quality</i>	
5. Metode Penelitian	Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif melalui metode pengumpulan	Penyusunan materi, pemilihan narasumber, pengaturan teknis, promosi dan registrasi, pelaksanaan	Pendekatan kualitatif dan metode deskriptif, dengan pengembangan sistem	Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, menggunakan observasi	Metode kualitatif dengan wawancara dan studi pustaka	Penelitian ini menggunakan pendekatan <i>participatory training</i> dengan evaluasi	

		data kuisioner dan wawancara.	seminar, evaluasi dan tindak lanjut.	menggunakan model prototype.	partisipasi dan analisis dokumen.		langsung di lapangan.
6.	Persamaan	Keduanya memiliki fokus pada partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan ekowisata untuk menjaga kelestarian lingkungan.	Keduanya memiliki fokus menggunakan metode seminar sebagai media komunikasi dan topik yang berhubungan dengan lingkungan.	Keduanya berfokus pada pengelolaan acara dengan sistem yang terintegrasi.	Keduanya fokus pada pengembangan ekowisata dan pemberdayaan masyarakat.	Keduanya memiliki fokus pada meningkatkan sebuah awareness melalui <i>event</i> kepada masyarakat desa.	Keduanya bertujuan memberdayakan masyarakat lokal untuk mengoptimalkan sumber daya alam mereka (ekowisata dan hutan) sebagai sumber ekonomi, serta menggunakan

						pendekatan edukatif.
7.	Perbedaan	Penelitian ini lebih menekankan pada pengelolaan ekosistem mangrove secara spesifik, sementara pada penelitian yang sedang dilakukan penulis, fokusnya pada komunikasi	Penelitian ini lebih menekankan pada pengurangan plastik dan pengelolaan sampah yang berkelanjutan, sementara jurnal ini berfokus pada ekowisata	Penelitian ini lebih menekankan pada sistem yang dirancang khusus untuk lokakarya dan seminar di UNIKOM Bandung dengan prosedur spesifik yang diadaptasi.	Penelitian ini lebih menekankan pada pelatihan berbasis kreativitas dalam konteks pengembangan ekowisata, sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada	Peneliti ini lebih berfokus pada kesadaran literasi pada anak-anak. Penelitian ini berfokus pada kelompok masyarakat yang berbeda dan kegiatan ekowisata berbasis sungai dan hutan, serta lebih fokus pada pelatihan teknis terkait SOP dan

		melalui seminar untuk meningkatkan kesadaran warga.			seminar dan diskusi.		standar pelayanan
8.	Hasil Penelitian	Hasil penelitiannya menunjukkan partisipasi aktif masyarakat sangat berperan dalam keberhasilan pengelolaan ekowisata berbasis lingkungan di	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara keseluruhan, kegiatan Seminar Kesadaran Lingkungan mengenai Pengurangan Plastik dan Pengelolaan	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sistem informasi manajemen <i>event</i> berbasis web yang dapat mengatasi masalah dalam penyelenggara	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendampingan telah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana dan prasarana seperti rumah baca yang nyaman, media permainan edukatif, dan akses bahan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan penerapan standar pelayanan berhasil meningkatkan pemahaman dan

<p>Mangrove Center Tuban. (Rahmawati, 2020)</p>	<p>Sampah Yang Berkelanjutan telah berhasil meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan komitmen peserta dalam menghadapi masalah lingkungan ini. (Ninasari & Suleyman, 2024)</p>	<p>an acara di UNIKOM Bandung. (Aryansyah & Sidik, 2020)</p>	<p>mengelola ekowisata, serta mendorong kerjasama antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta. (La'biran et al., 2024)</p>	<p>bacaan yang memadai dapat meningkatkan antusias anak-anak untuk mengunjungi rumah baca Marimba (Dennise Allegra, 2024)</p>	<p>keterampilan masyarakat dalam mengelola ekowisata. Pelatihan ini diterima baik oleh masyarakat (Anzani et al., 2023)</p>
---	--	--	---	---	---

Hasil penelitian sebelumnya memberikan panduan untuk merancang seminar edukatif yang efektif, yang tidak hanya membuka wawasan masyarakat tentang potensi ekowisata, tetapi juga memberikan keterampilan praktis untuk mengelola Hutan Dungus Kihaji. Seminar ini diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk menjadikan Kampung Nagajaya sebagai *sister village* yang lebih siap, dengan sumber daya manusia yang kompeten dan dukungan ekosistem yang berkelanjutan. Adapun kontribusi karya terdahulu secara spesifik terhadap karya ini:

1. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Lingkungan Ekowisata Di Mangrove Center Kabupaten Tuban: Studi ini menekankan pentingnya partisipasi masyarakat lokal dalam keberhasilan pengelolaan ekowisata. Temuan ini menjadi dasar untuk merancang seminar yang bertujuan mengedukasi dan melibatkan warga Kampung Nagajaya secara aktif dalam pengelolaan Hutan Dungus Kihaji sebagai aset ekowisata
2. Seminar Kesadaran Lingkungan: Pengurangan Plastik Dan Pengelolaan Sampah Yang Berkelanjutan: Penelitian ini menunjukkan bahwa seminar dapat meningkatkan kesadaran dan komitmen masyarakat terhadap isu lingkungan. Hal ini relevan dengan proyek penelitian, di mana seminar dirancang untuk membuka wawasan masyarakat tentang ekowisata, terutama dalam konteks keberlanjutan ekonomi dan lingkungan.
3. Perancangan Sistem Informasi Penyelenggaraan an *Event* Lokakarya dan Seminar (Studi Kasus: UNIKOM Bandung): Penelitian ini membantu penulis memahami pentingnya sistem manajemen yang terstruktur untuk pelaksanaan seminar. Pengetahuan ini diterapkan dalam pengelolaan seminar *mind-opening*, termasuk penyusunan agenda, pemilihan narasumber, dan strategi promosi.
4. Pengembangan Ekowisata Marimbunna Melalui Pelatihan Berbasis Kreativitas: Studi ini menggarisbawahi pentingnya pelatihan berbasis kreativitas untuk meningkatkan keterampilan masyarakat

dalam pengelolaan ekowisata. Pendekatan ini menjadi inspirasi untuk mendesain materi seminar yang interaktif dan aplikatif bagi masyarakat Kampung Nagajaya.

5. Penyelenggaraan *Event* Marimba Season 2 untuk Rumah Baca Marimba di Desa Panggarangan: Penelitian ini menyoroti bagaimana *event* dapat digunakan sebagai media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu penting, seperti literasi anak-anak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain *event* yang relevan dan didukung oleh sarana edukatif dapat meningkatkan antusiasme masyarakat terhadap tujuan acara. Temuan ini menjadi inspirasi dalam merancang seminar ekowisata di Kampung Nagajaya, dengan menekankan pentingnya desain acara yang menarik dan sarana pendukung untuk membuka wawasan masyarakat tentang potensi Hutan Dungus Kihaji sebagai destinasi ekowisata.
6. Pelatihan Penerapan Standar Pelayanan Ekowisata Bagi Masyarakat Daerah Pulau Pedalaman, Kabupaten Mempawah: Penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan standar pelayanan ekowisata dapat meningkatkan kapasitas masyarakat. Hal ini relevan untuk memberikan masyarakat Kampung Nagajaya keterampilan yang diperlukan dalam mengelola destinasi ekowisata secara profesional.

Dengan demikian, proyek ini tidak hanya mendasarkan diri pada teori, tetapi juga berusaha menjawab celah yang belum banyak dibahas, yaitu mengintegrasikan ekowisata dengan konsep *sister village* sebagai bagian dari strategi mitigasi bencana di daerah Lebak Selatan.

2.2 Landasan Konsep

2.2.1. *Social Behaviour Change Communication*

Social and Behavior Change Communication (SBCC) adalah pendekatan berbasis komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi perubahan sosial dan perilaku melalui strategi komunikasi terencana. Menurut McKee, SBCC menggunakan berbagai alat komunikasi untuk mengatasi hambatan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang memengaruhi perilaku manusia. Fokus utamanya adalah menciptakan perubahan berkelanjutan pada individu, komunitas, dan masyarakat dengan pendekatan yang interaktif, partisipatif, dan berbasis bukti. Berikut ini tiga karakteristik teori Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku (McKee, 2014; *Social Behavior Change Communication (SBCC) Demand Reduction Guidebook*, 2020):

a. *SBCC is a Planned Process*

SBCC didasarkan pada proses yang direncanakan secara matang. Pendekatan ini menggunakan data, riset, dan analisis konteks sosial untuk merancang strategi komunikasi yang spesifik sesuai kebutuhan target audiens. Proses ini memastikan bahwa intervensi yang terstruktur dan terencana, serta dampak yang berkelanjutan menggunakan kerangka *C-Planning* yang mencakup langkah-langkah berikut:

1) *Understanding the Situation*

Tahap pertama pada *C-Planning* adalah melakukan analisis mendalam terhadap masalah yang ingin diatasi, termasuk konteks sosial, budaya, ekonomi, dan politik yang memengaruhi perilaku masyarakat.

2) *Focusing and Designing*

Tahap kedua ini adalah mengidentifikasi sasaran spesifik dan merancang strategi komunikasi berdasarkan data dan bukti yang relevan. Tahapan ini meliputi pemilihan pesan utama, media, dan saluran komunikasi.

3) *Creating*

Pada tahap ini, perlu dilakukan pengembangan materi komunikasi yang menarik, relevan, dan berbasis budaya lokal untuk mendukung pelaksanaan strategi.

4) *Implementing and Monitoring*

Tahap ini adalah saatnya mengaplikasikan strategi melalui aktivitas komunikasi yang terkoordinasi sambil memantau pelaksanaan program secara berkala. *Monitoring* ini dilakukan untuk mengetahui apakah output sudah sesuai dengan tujuan awal.

5) *Evaluating and Replanning*

Tahap akhir dari *C-Planning* ini dilakukan setelah kegiatan telah selesai. Disini diperlukan evaluasi dampak intervensi untuk mengukur efektivitasnya dan menggunakan hasil evaluasi tersebut untuk menyusun perencanaan ulang jika diperlukan.

b. *SBCC Uses a Socio-Ecological Model (SEM)*

Pendekatan SBCC menggunakan kerangka Socio-Ecological Model (SEM) untuk memahami kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi perilaku manusia, ia dapat memahami hingga hambatan yang terjadi dan peluang apa yang muncul untuk membentuk perubahan sosial serta perilaku. Pada umumnya, SEM digunakan dalam analisis serta membentuk sebuah perencanaan serta penerapan konsep seperti penentu lingkungan, kapasitas masyarakat serta hubungan sosial. SEM mengidentifikasi berbagai tingkatan pengaruh yang mencakup individu, interpersonal, komunitas, organisasi, dan kebijakan. Dengan menggunakan SEM, SBCC dapat merancang pendekatan yang lebih komprehensif dan terfokus pada berbagai tingkatan pengaruh secara simultan.

c. *SBCC Uses a Three Strategies*

SBCC mengadopsi tiga strategi utama untuk mencapai perubahan sosial dan perilaku:

1) *Advocacy*

Strategi ini bertujuan untuk memengaruhi pembuat kebijakan pemimpin opini, dan pihak-pihak berpengaruh lainnya agar mendukung kebijakan

atau program tertentu. *Advocacy* seringkali menggunakan data dan fakta untuk membangun argumen yang kuat.

2) *Social and Interpersonal Communication*

Strategi ini melibatkan komunikasi langsung melalui diskusi kelompok, konseling individu, atau aktivitas komunikasi untuk memengaruhi norma sosial dan perilaku individu.

3) *Mass Communication*

Mass Communication menggunakan media seperti televisi, radio, internet, dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan pesan-pesan yang menarik dan relevan.

Penerapan *Social and Behavior Change Communication (SBCC)* dalam seminar ini difokuskan pada proses perubahan sosial melalui komunikasi, dengan menekankan kesadaran, pemahaman, penerimaan, hingga aksi konkret masyarakat terhadap pengelolaan ekowisata. Melalui penyampaian materi edukatif yang menarik, dialog interaktif, dan pendekatan berbasis budaya lokal, seminar dirancang untuk membuka wawasan masyarakat tentang potensi Hutan Dungus Kihaji sebagai destinasi ekowisata. Proses ini diharapkan dapat mengubah cara pandang masyarakat terhadap hutan, dari sekadar sumber daya alam menjadi aset yang bernilai ekonomi dan ekologis. Dengan komunikasi yang strategis dan partisipasi aktif warga, seminar ini menjadi langkah awal untuk menciptakan perubahan sosial yang mendukung pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan kesiapan Kampung Nagajaya sebagai *sister village* yang tangguh.

2.2.2. *Marketing Communication Mix*

Konsep *Marketing Communication Mix* atau bauran komunikasi pemasaran adalah pendekatan yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk, layanan, atau gagasan dengan menggabungkan berbagai metode komunikasi. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Philip Kotler dan Kevin Keller dalam buku “*Marketing Management*”. Menurut Kotler dan Keller, *Marketing Communication Mix* mencakup tujuh elemen utama, yaitu (Kotler & Keller, 2016):

1) *Advertising*

Advertising adalah metode komunikasi pemasaran yang menggunakan media berbayar untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Periklanan bertujuan untuk menciptakan kesadaran merek dan memberikan informasi kepada audiens dalam skala luas. Media yang dapat digunakan meliputi televisi, radio, cetak, billboard, dan media digital seperti media sosial dan situs web.

2) *Sales Promotion*

Sales Promotion adalah pendekatan komunikasi pemasaran yang memberikan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau partisipasi segera. Promosi penjualan bertujuan untuk menarik perhatian audiens dengan penawaran menarik.

3) *Events and Experiences*

Events and Experience adalah salah satu elemen dari bauran komunikasi pemasaran yang berfokus pada penyelenggaraan kegiatan atau acara yang melibatkan interaksi langsung antara penyelenggara dengan target audiens. *events and experiences* adalah kegiatan yang dirancang secara khusus untuk menciptakan kesan mendalam dan membangun hubungan emosional antara brand, gagasan, atau tujuan dengan audiens.

4) *Public Relations and Publicity*

Public Relations (PR) bertujuan untuk membangun citra positif melalui hubungan baik dengan publik. PR melibatkan berbagai kegiatan seperti konferensi pers, artikel media, dan kegiatan sosial.

5) *Direct Marketing*

Direct Marketing adalah pendekatan komunikasi pemasaran yang menysasar audiens secara langsung melalui email, telepon, atau pesan pribadi.

6) *Interactive Marketing*

Interactive Marketing memanfaatkan teknologi digital untuk berinteraksi secara real-time dengan audiens.

7) *Personal Selling*

Personal Selling melibatkan komunikasi tatap muka yang bertujuan untuk memberikan informasi dan membangun hubungan personal.

Dalam karya ini, *Events and Experience* menjadi elemen utama yang digunakan untuk menyampaikan pesan terkait potensi ekowisata dan pentingnya konservasi Hutan Dungus Kihaji. Melalui pendekatan ini, kegiatan seminar tidak hanya memberikan edukasi secara teoritis, tetapi juga menciptakan pengalaman langsung yang berharga bagi peserta. Interaksi aktif, demonstrasi, dan diskusi bersama diharapkan mampu meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta keterlibatan masyarakat dalam mendukung upaya pelestarian lingkungan dan pembangunan ekonomi berkelanjutan di wilayah tersebut. Dengan demikian, *Events and Experience* menjadi strategi efektif dalam mencapai tujuan karya.

2.2.3. Event

Event menurut Any Noor adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dirancang secara khusus untuk menciptakan pengalaman, interaksi, atau momen tertentu bagi individu atau kelompok. *Event* dapat digunakan sebagai alat komunikasi strategis yang bertujuan untuk menyampaikan pesan, menghibur, mengedukasi, atau mempererat hubungan sosial. Sebuah *event* dirancang dengan pendekatan terencana, mulai dari tahap ide hingga eksekusi, agar sesuai dengan kebutuhan dan tujuan audiens (Noor, 2009).

2.2.3.1 Jenis Event

Any Noor mengklasifikasikan *event* ke dalam empat kategori utama yaitu:

1) Leisure Event

Leisure event adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan hiburan, relaksasi, dan kesenangan kepada peserta. Jenis *event* ini mencakup konser musik, festival, pameran seni, dan pertandingan olahraga. *Leisure event* ini sering kali dirancang untuk membangun emosi positif dan pengalaman yang menyenangkan.

2) Personal Event

Personal event bersifat personal dan berfokus pada momen penting dalam kehidupan seseorang; seringkali berpusat pada

pengalaman emosional dan hubungan yang mendalam dengan orang-orang terdekat. Contoh *personal event* meliputi pernikahan, ulang tahun, reuni keluarga, dan lain-lain sebagainya.

3) *Cultural Event*

Cultural event adalah kegiatan yang bertujuan untuk merayakan, melestarikan, atau memperkenalkan budaya, tradisi, dan warisan masyarakat tertentu. Contoh dari *cultural event* adalah festival budaya, pertunjukan seni tradisional, pameran sejarah, dan lain-lain. *Event* jenis ini seringkali memiliki elemen edukasi untuk meningkatkan pemahaman audiens terhadap suatu budaya.

4) *Organizational Event*

Organizational event dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan suatu organisasi. *Event* ini dapat berupa seminar, konferensi, pelatihan karyawan, dan lain-lain. Pada umumnya, *organizational event* memiliki fokus profesional atau strategis untuk membangun hubungan bisnis, berbagi pengetahuan, atau mempromosikan produk atau layanan.

2.2.3.2 Karakteristik *Event*

Menurut Any Noor, terdapat lima karakteristik utama yang harus ada dalam sebuah *event*:

1) *Uniqueness*

Uniqueness atau keunikan adalah elemen utama yang membedakan satu *event* dengan *event* lainnya. Hal ini bisa berasal dari tema, lokasi, atau konsep kreatif yang dirancang khusus untuk menciptakan pengalaman yang berbeda dan berkesan bagi audiens. Keunikan ini penting untuk menarik perhatian dan menciptakan daya tarik tersendiri.

2) *Perishability*

Event bersifat tidak tahan lama dan hanya berlangsung dalam kurung waktu tertentu. Nilai dari sebuah *event* terletak pada momen yang

diciptakan saat itu, sehingga pengalaman tersebut tidak dapat diulang dengan cara yang persis sama.

3) *Intangibility*

Sebagian besar nilai yang ditawarkan dalam *event* bersifat tidak berwujud, seperti suasana, emosi, dan pengalaman yang dirasakan oleh peserta. Faktor ini menjadi alasan mengapa penyelenggara harus fokus pada penciptaan pengalaman yang berkesan melalui elemen visual, audio, dan interaksi sosial.

4) *Suasana & Pelayanan*

Lingkungan atau atmosfer dari sebuah *event* memiliki dampak besar terhadap persepsi audiens. Suasana dapat diciptakan melalui elemen seperti dekorasi, pencahayaan, tata suara, serta kualitas pelayanan. Semua elemen ini harus dirancang untuk mendukung tema dan tujuan *event*.

5) *Personal Interaction*

Interaksi personal antara peserta, penyelenggara, dan elemen lain dalam *event* menjadi salah satu kunci keberhasilan. Melalui interaksi yang baik, audiens dapat merasakan keterlibatan yang lebih mendalam, menciptakan hubungan emosional yang kuat, dan meningkatkan pengalaman secara keseluruhan.

Pengelolaan *event* memerlukan pemahaman mendalam tentang jenis-jenis *event* dan karakteristik yang harus ada untuk menciptakan pengalaman yang berkesan. Dengan memahami konsep *event* menurut Noor, penulis dapat merancang *event* yang tidak hanya efektif, tapi juga relevan dengan kebutuhan audiens dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam karya ini, acara seminar yang akan diselenggarakan adalah *organizational event*.

2.2.4. Event Management

Event management adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi acara untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. *Event management* tidak hanya sekadar

mengelola acara, tetapi juga mencakup aspek strategis untuk menciptakan pengalaman yang berdampak, baik bagi peserta maupun penyelenggara. Goldblatt menekankan bahwa setiap acara, termasuk seminar, harus dirancang dengan pendekatan yang holistik, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga pengukuran dampaknya terhadap target audiens. Menurutnya, semua acara yang sukses memiliki lima tahapan penting yang sama untuk memastikan efektivitasnya secara konsisten (Goldblatt, 2014), yaitu:

1) *Research*

Tahap riset merupakan langkah awal dalam perencanaan acara, ini dilakukan untuk memahami audiens target, kebutuhan mereka, dan konteks lingkungan yang memengaruhi acara.

2) *Design*

Tahap desain melibatkan proses kreatif untuk merancang struktur acara berdasarkan hasil penelitian. Dua langkah utama dalam tahap ini adalah *brainstorming* dan *mind mapping*. *Brainstorming* dilakukan melalui diskusi tim untuk menghasilkan berbagai ide acara. Setelah itu, *mind mapping* digunakan untuk mengorganisasi dan menghubungkan ide-ide tersebut, sehingga membentuk hubungan logis yang mendukung pengambilan keputusan. *Mind mapping* sendiri mencakup mengidentifikasi komponen utama acara dan format acara, mulai dari tema acara, target audience, tujuan utama, format, narasumber, dll; Serta menyusun materi visual pendukung dan filosofi acara. Proses ini membantu menyusun filosofi acara (*event philosophy*), yang menjadi panduan utama dalam menentukan aspek keuangan, sosial, dan budaya acara. Spesifiknya, membantu merancang konsep seminar, sehingga sesuai dengan tujuan edukasi dan pemberdayaan masyarakat.

3) *Planning*

Tahap *Planning* dalam manajemen acara adalah langkah penting yang berfokus pada pengorganisasian detail operasional untuk memastikan acara berjalan dengan lancar. Goldblatt dalam bukunya *Event Management* memperkenalkan model *Time/Space/Tempo Laws*, yang membantu manajer

acara mengelola sumber daya dan jadwal acara secara efisien. (1) *Time* mencakup perencanaan kronologis kegiatan dalam acara, termasuk rundown acara dan alokasi waktu untuk setiap aktivitas. (2) *Space* mencakup pemanfaatan lokasi acara dan pengelolaan area fisik secara efisien, ruang yang mendukung interaksi peserta, kenyamanan peserta dan efektivitas kegiatan. (3) *Tempo* mengacu pada alur dan ritme acara, memastikan transisi antara kegiatan berjalan lancar; contohnya seminar ini dirancang dengan ritme yang seimbang, misalnya dengan menyelingi sesi presentasi yang padat dengan diskusi interaktif.

4) *Coordination*

Tahap *Coordinating* adalah fase eksekusi di mana rencana acara dijalankan sesuai jadwal. Koordinasi melibatkan pengelolaan tim, komunikasi yang efektif, dan penanganan masalah secara cepat untuk memastikan kelancaran acara. Hal ini mencakup memastikan fasilitas, peralatan, dan materi seminar tersedia, mengatur peran tim kerja, serta menangani kendala seperti masalah teknis atau kebutuhan mendadak peserta. Dengan koordinasi yang baik, acara dapat berjalan harmonis, memberikan pengalaman terstruktur, dan mencapai tujuan yang telah direncanakan.

5) *Evaluation*

Tahap *Evaluation* menurut Goldblatt adalah proses menilai keberhasilan acara untuk memperbaiki acara berikutnya. Ini mencakup pengumpulan data, analisis umpan balik dari peserta dan tim, serta dokumentasi pelajaran yang diperoleh. Disini, evaluasi dilakukan untuk menilai pemahaman peserta, keberhasilan logistik, dan dampaknya terhadap kesadaran masyarakat, sehingga dapat menjadi dasar perbaikan untuk acara mendatang.

Goldblatt menekankan pentingnya proses terstruktur dalam merancang dan mengelola acara, yang melibatkan tahapan lengkap mulai dari riset hingga evaluasi. Dalam proyek seminar *mind-opening* potensi ekowisata Hutan Dungus Kihaji,

keseluruhan model *Event Management* Goldblatt diterapkan sebagai kerangka utama dalam perancangan acara ini. Tahap *research* digunakan untuk memahami kebutuhan dan karakteristik masyarakat Kampung Nagajaya, termasuk tantangan dan potensi lokal yang relevan dengan ekowisata. Tahap *design* berfokus pada merancang konsep seminar secara menyeluruh, termasuk tema, materi edukatif, narasumber, dan format acara seperti diskusi panel, simulasi, serta pameran hasil hutan. Selanjutnya, tahap *planning* memastikan setiap elemen seminar terorganisasi dengan baik, mulai dari jadwal, logistik, hingga alokasi sumber daya. Tahap *coordination* memainkan peran penting dalam pelaksanaan acara, dengan memastikan semua pihak, seperti narasumber, panitia, dan peserta, dapat berkolaborasi secara efektif. Terakhir, tahap *evaluation* dilakukan untuk mengukur dampak seminar terhadap pemahaman dan motivasi masyarakat dalam mendukung pengelolaan ekowisata secara berkelanjutan.

Dengan menerapkan keseluruhan model *Event Management* Goldblatt, seminar ini dirancang secara komprehensif untuk tidak hanya menyampaikan edukasi, tetapi juga menciptakan pengalaman yang bermakna bagi masyarakat. Proses yang terstruktur ini memastikan bahwa seminar dapat berfungsi sebagai platform yang efektif untuk membuka wawasan, mendorong partisipasi aktif, dan memulai perubahan sosial melalui pengembangan ekowisata di Kampung Nagajaya.