

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Referensi Karya

Referensi karya merupakan sebuah sumber informasi yang cukup relevan dan digunakan untuk mendukung sebuah argumen dan ide dalam sebuah laporan skripsi berbasis karya. Terdapat 6 karya terdahulu yang akan dijadikan sebagai referensi. Penelitian ini dibuat menjadi salah satu acuan atau landasan bagi perancang karya untuk melakukan karya yang dirancang penulis. Referensi karya memiliki peran penting dalam mengarahkan penelitian karya baru dan memberikan wawasan mengenai kemajuan serta kelemahan pada sebuah bidang tertentu. Pentingnya mencantumkan referensi karya dalam laporan ini terletak pada kemampuan referensi untuk memberikan landasan teoritis dan praktis yang kokoh bagi penelitian yang dilakukan. Dengan mengaitkan karya yang dihasilkan dengan penelitian sebelumnya, penulis dapat menunjukkan bagaimana hasil karya yang diselenggarakan terhadap pemahaman yang luas mengenai topik yang akan dibahas.

Dalam pengembangan kegiatan *workshop* 3S dari acara PATRIOT SIGA, terdapat enam referensi karya terdahulu yang telah menjadi acuan yang cukup dapat diperhatikan dan penting untuk dapat mendukung ide dan implementasi program yang akan diselenggarakan. Tujuan dari merujuk pada karya-karya tersebut adalah untuk penulis dapat menggali strategi yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan dalam perancangan dan ide yang dapat diterapkan dalam kegiatan *workshop* yang akan diselenggarakan dan berfokus kepada audiens anak-anak.

## 2.1. Tabel Referensi Karya

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	<b>Judul Artikel (Karya)</b>	Sosialisasi Mitigasi Bencana dan Pemetaan Jalur Evakuasi untuk Mendukung Desa Sengkol Sebagai Desa Tanggap Bencana	Aplikasi Game Edukasi Mitigasi Bencana Alam (Gempa Bumi dan Tsunami) Menggunakan Metode Waterfall Berbasis Android	Mitigasi Bencana Berbasis Moda Media Interaktif (MMI) Pada Masyarakat Desa Tupa, Kabupaten Bone Bolango	Peningkatan Literasi Mitigasi Bencana Gempa Melalui <i>Booklet</i> Ringkas Inovatif Bagi Siswa SDN Wonoayu Kecamatan Wajak Kabupaten Malang	Penggunaan Buku Cerita Digital untuk Mengenalkan Mitigasi Bencana Kebakaran Bagi Anak Usia Dini	Edukasi Mitigasi Bencana di Desa Cintamulya, Kecamatan Jatinagno, Kabupaten Sumedang, Provinsi Jawa Barat
2.	<b>Nama Lengkap</b>	Lalu Zulkifli, Elma Vanani	Ferdy, Wahyuddin – 2024 -	Candra Cuga, Yuli Adhani,	Armelia Tsalsa Pradina,	Fajar Mauludiyah,	Ivan Darmawan,

<b>Peneliti,</b>	Emilga, Muh.	Universitas	Abdul Haris	M.Mirza	Yuliani Nuraini,	Kahirunnisa
<b>Tahun</b>	Gibran	Muhammadiyah	Panai, Pupung	Abdillah	Hikmah Hikmah	Della, Putri
<b>Terbit, dan</b>	Abdurrahman,	Parepare	Puspa Ardini,	Pratama – 2021	– 2024 –	Avelia,
<b>Penerbit</b>	Lingga		Muhammad	– Universitas	Universitas	Muhammad
	Daniswara,		Sarlin, Sri	Negeri Malang	Negeri Jakarta	Dhiyaul Haq –
	Amista, Maratun		Handayani,			2020 –
	Basitha, M. Galih		Sahrul Alfitrah –			Universitas
	Dwi Ariesta. –		2022 –			Padjajaran
	2022 -		Universitas			
	Universitas		Negeri			
	Mataram		Gorontalo			

<b>3. Fokus Penelitian</b>	Mengedukasi dan meningkatkan kewaspadaan masyarakat Desa Sengkol dalam mengurangi dampak risiko	Membuat aplikasi game edukasi untuk meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat dan mampu memberi informasi untuk meningkatkan	Mengurangi risiko dan dampak dari bahaya bencana	Memberikan wawasan umum terkait sadar bencana alam gempa bumi.	Mengembangkan media buku cerita digital dalam mengenalkan mitigasi bencana kebakaran untuk anak usia 5-6 tahun.	Menjadikan Desa Cintamulya dapat lebih paham mengenai segala faktor, risiko, dan hal-hal yang
----------------------------	---	--	--	--	---	---

dalam menghadapi bencana yang mungkin terjadi.	kesiapsiagaan masyarakat terhadap menghadapi bencana gempa bumi dan tsunami.	menyebabkan potensi bencana, serta edukasi tentang mitigasi bencana itu sendiri.
--	--	--

<b>4. Teori</b>	Teori Komunikasi Partisipatif, <i>Intercultural Communication Theory</i> (Teori Komunikasi Antarbudaya), Teori Pertukaran Sosial	Teori Psikologi Perilaku, <i>Risk Communication Theory</i> (Teori Komunikasi Risiko)	Teori Perubahan Perilaku, Teori Resiliensi, <i>Risk and Crisis Communication Theory</i>	Teori Perubahan Perilaku, <i>Social Cognitive Theory</i> (Teori Kognitif Sosial), Problem-Based Learning, Teori Literasi Visual	Teori Sosial Kognitif, Teori Perubahan Perilaku, Teori Multimodalitas.
-----------------	--	--	---	---	--

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

5. <b>Metode Penelitian</b>	Metode partisipatif	Metode penelitian kuantitatif berupa eksperimen, metode <i>waterfall</i> berbasis <i>android</i> menggunakan bahasa pemrograman C# dan <i>unity</i>	Metode media edukatif interaktif yang dipandu dengan media <i>role playing</i> terhadap masyarakat terutama paa lingkungan keluarga.	Metode kontekstual berbantuan media <i>booklet</i>	Metode model ADDIE ( <i>analyse, design, development, implementation, and evolution</i> )	Metode pendekatan partisipatif.
6. <b>Persamaan</b>	Fokus dalam pelaksanaan pemberian materi sosialisasi berupa pemetaan jalur evakuasi, dan memfokuskan sasaran	Melakukan kegiatan pembelajaran dengan menggunakan media hiburan untuk memberikan edukasi mengenai mitigasi bencana.	Metode pelaksanaan kegiatan yang berupa program mitigasi bencana alam melalui moda media edukatif interaktif yang	Jurnal memiliki fokus pada kalangan audiens yang sama yaitu kepada siswa sekolah dasar. Metode yang digunakan	Tahapan yang dilakukan pada penelitian yang terdiri dari Analisis, Perancangan, Perencanaan dan pengembangan,	Metode pendekatan partisipatif yang digunakan pada program ini dengan sebuah output yang

	satunya kepada kalangan anak-anak	Terdapat penyampaian dengan pendekatan storytelling agar kegiatan berlangsung lebih menyenangkan.	dipandu. Terdapat salah satu target audiens yang juga sama dengan acara PATRIOT SIAGA yaitu tingkat anak-anak.	adalah metode kontekstual dengan bantuan media cetak (booklet).	Penerapan, dan Evaluasi untuk tahap implementasi agar apakah produk memiliki kelemahan atau tidak.	berupa <i>workshop</i> .
<b>7. Perbedaan</b>	Memfokuskan target audiens tidak hanya ke kalangan anak-anak tetapi kepada tiga pengelompokan masyarakat, yaitu tokoh masyarakat desa, karang	Perelaisasian kegiatan lebih memfokuskan sebuah perancangan dari sebuah aplikasi game, sehingga berbeda dengan perealisasiian kegiatan	Jurnal lebih fokus pada pengembangan dengan metode <i>role playing</i> , sedangkan kegiatan yang saya jalankan dengan menggunakan	Fokus kegiatan pada jurnal lebih memfokuskan pada peningkatan literasi, sedangkan pada kegiatan PATRIOT	Produk yang dihasilkan dalam bentuk media digital berupa buku cerita digital, sedangkan pada kegiatan yang dijalankan oleh PATRIOT SIAGA	Fokus penelitian lebih kepada kalangan bapak-bapak dan karang taruna, sedangkan pada kegiatan yang dijalankan

	taruna, dan anak-anak.	PATRIOT SIAGA yang hanya memfokuskan dalam produksi dari sebuah media cetak (poster)	metode <i>story telling</i> .	SIAGA lebih memfokuskan dari peningkatan pemahaman	lebih menggunakan produk dengan hasil media cetak berupa poster	oleh PATRIOT SIAGA tuju lebih memfokuskan kepada anak-anak sekolah dasar
<b>8. Hasil Penelitian</b>	Dari observasi yang telah dilakukan di Desa Sengkol, Penulis melakukan mekanisme sosialisasi yang dilakukan berupa edukasi bencana, seperti pemberian materi berupa	Menghasilkan sebuah aplikasi <i>game</i> edukasi mitigasi bencana alam (gempa dan tsunami) yang menampilkan simulasi sebelum, pada saat, dan setelah bencana alam itu terjadi.	Pelaksanaan sosialisasi dengan ada 3 pola pelaksanaan yakni 1) <i>door to door</i> rumah masing-masing keluarga 2) mengundang beberapa kelompok anak-anak untuk	Menyediakan media pembelajaran yang menarik digunakan SDN Negeri Wonoayu dengan sebuah <i>booklet</i> mitigasi bencana gempa bumi yang berisi informasi penting terkait	Memberikan pemahaman kebencanaan dengan subjek penelitian 6 anak di lembaga BKB PAUD Mutiara RW.05 mendapatkan hasil sebesar 80.1% dengan kategori "Layak".	Melakukan kegiatan workshop mengenai edukasi mitigasi bencana kepada perwakilan bapak-bapak Desa Cintamulya.

---

pengertian  
bencana,  
dampak, tanda-  
tanda, hingga  
upaya mitigasi  
dengan  
pemetaan jalur  
evakuasi  
tsunami

datang ke  
sekolah 3)  
bekerja sama  
dengan SDN 3  
Bulango Utara  
untuk  
mempraktekan  
mitigasi  
bencana  
berbasis moda  
media interaktif  
yang terintgrasi  
pada program  
pembelajaran  
luring di  
sekolah.

mitigasi  
bencana gempa  
bumi yang  
disampaikan  
kepada  
kalangan siswa  
sekolah dasar.





## **2.2 Landasan Konsep**

### **2.2.1 Event**

*Event* mengacu pada suatu kejadian atau peristiwa yang berlangsung pada waktu, tempat, dan situasi tertentu. *Event* merupakan bagian yang saling terhubung dengan kehidupan manusia dan masyarakat yang memiliki beragam makna dan tujuan, seperti untuk hiburan, pengembangan bisnis, atau pendidikan. *Event* biasanya disusun untuk menciptakan pengalaman yang bermakna dan dapat memberikan dampak kepada berbagai aspek kehidupan.

Teori *event* merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk dapat memahami bagaimana sebuah acara atau kegiatan dapat dikelola secara efektif, serta dampak yang dihasilkan terhadap peserta lingkungan sekitar. Sebuah manajemen acara juga mencakup perencanaan strategis, pelaksanaan, evaluasi, serta keberlanjutan dari sebuah acara. (Getz, 2008). Keberhasilan dari suatu *event* tentu tidak hanya dilihat dari segi jumlah peserta atau keuntungan ekonomi yang dihasilkan, tetapi juga dari kontribusinya terhadap pembangunan sosial, budaya, dan lingkungan di daerah tersebut (Getz, 2008).

Sistem yang terdapat pada *event* menekankan pentingnya kekuatan, ruang lingkup, dan frekuensi peristiwa dalam menentukan seberapa signifikan dampak yang dihasilkan terhadap perilaku dan proses dari sebuah organisasi. Menurut Joe Goldblatt (Joe Goldblatt, n.d.), *event* sebagai pertemuan yang direncanakan dengan tujuan memberikan pengalaman yang unik kepada audiensinya, yang melibatkan berbagai unsur seperti waktu, tempat, ide, dan komunikasi, untuk menciptakan pengalaman yang dapat mempengaruhi peserta. (Goldblatt, 2013)

#### **2.2.1.1 Tujuan Event**

Sebuah *event* dirancang untuk dapat menciptakan peluang bagi peserta agar dapat berinteraksi, membangun sebuah jaringan, serta memperkuat hubungan sosial dan komunitas. Selain itu tujuan dari *event* juga sering kali digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan sebuah produk, layanan, atau ide baru kepada target audiens. *Event* juga bertanggung jawab dalam mengadakan

penelitian, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan dan melaksanakan koordinasi serta pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan.

### **2.2.1.2 Jenis-Jenis *Event***

Setiap *event* tentu memiliki tujuan yang beragam, maka dari itu terdapat jenis-jenis dari *event*. Menurut Noor (2013), *event* terbagi menjadi 4 jenis yang berdasarakan tujuannya yaitu:

#### **a) *Personal Event***

*Personal event* merupakan jenis acara yang dirancang untuk merayakan, memperingati, atau menciptakan momen penting dalam sebuah kehidupan individu atau sebuah kelompok kecil seperti keluarga atau teman dekat. Tujuan utama dari *personal event* ini adalah untuk mempererat hubungan sosial dan memperingati momen-momen penting dalam siklus hidup seseorang. Dari *personal event* juga dapat dikatakan bersifat privat dan umumnya dihadiri oleh orang-orang yang memiliki hubungan personal dengan penyelenggara. Contoh dari *personal event* adalah seperti pesta ulang tahun, pernikahan, pesta perpisahan, dan lain-lain.

#### **b) *Leisure Event***

*Leisure event* merupakan jenis acara yang diselenggarakan untuk memberikan hiburan dan relaksasi kepada para peserta. *Leisure event* ini juga bertujuan untuk dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memfasilitasi kegiatan rekreasi, sehingga pada *event* ini biasanya hanya berfokus pada aspek rutinitas sehari-hari. Karakteristik dari *leisure event* juga menggunakan elemen hiburan untuk para peserta. Contoh dari *leisure event* adalah seperti konser musik, festival film, acara olahraga rekreasi, dan lain lain.

#### **c) *Cultural Event***

*Cultural event* sendiri merupakan sebuah jenis acara yang bertujuan untuk melestarikan, menampilkan, atau merayakan warisan budaya dari suatu komunitas atau kelompok masyarakat. *Cultural event* juga biasanya bersifat edukatif, informatif, dan kadang-kadang seremonial, serta melibatkan pertunjukan seni, adat istiadat, atau perayaan keagamaan. Pada *cultural event* terdapat karakteristik seperti melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat ataupun peserta sebagai upaya mempertahankan identitas budaya mereka. Contoh dari *cultural event* adalah festival budaya, upacara adat, perayaan keagamaan, dan lain-lain.

**d) *Organizational Event***

*Organizational event* adalah jenis acara yang diselenggarakan oleh organisasi atau perusahaan untuk dapat mencapai tujuan tertentu, seperti dengan memperkenalkan produk, meningkatkan hubungan dengan klien, atau mengadakan pelatihan untuk para karyawan. Tujuan utama dari *organizational event* ini adalah untuk mendukung keberhasilan dan pertumbuhan organisasi melalui kegiatan yang melibatkan pihak internal maupun pihak eksternal dari organisasi tersebut. *Event* ini juga memiliki karakteristik seperti dapat bersifat formal ataupun semi-formal tergantung pada tujuan dan audiens yang telah disasar, yang dimana biasanya juga telah memiliki struktur yang lebih terencana dan telah dikelola secara profesional. Contoh dari *organizational event* adalah seperti konferensi dan seminar, peluncuran produk, dan lain-lain.

**2.2.1.3 Karakteristik *Event***

Setiap *event* tentu akan memiliki perbedaan sesuai dari karakteristiknya masing-masing yang dimana gua mencapaikan tujuan tertentu. Terdapat 5 karakteristik dalam sebuah *event* (Anindya, 2015). Berikut merupakan karakteristik dari *event*.

**a) Kenunikan**

Keunikan adalah salah satu karakteristik utama dari sebuah *event* yang dimana dapat membedakan dari produk lain atau layanan lain. Keunikan ini mencakup elemen-elemen yang tidak dapat ditiru oleh *event* lainnya, seperti tema acara, konten, lokasi, atau pengalaman keseluruhan yang ditawarkan kepada para peserta. Keunikan dari sesuatu *event* juga pasti akan sangat berpengaruh pada daya tarik dan nilai tambah yang dirasakan oleh peserta, sehingga penyelenggara *event* perlu untuk mempertimbangkan faktor-faktor seperti inovasi dan kreativitas untuk dapat menciptakan sebuah pengalaman yang orisinal dan eksklusif. *Event* yang memiliki keunikan yang menonjol lebih cenderung akan dapat lebih mudah untuk diingat oleh peserta dan dapat menciptakan loyalitas yang tinggi.

**b) Perishability**

Karakteristik *perishability* atau keterbatasan waktu merujuk pada sebuah karakteristik *event* yang tidak dapat disimpan atau diulang dengan cara yang sama seperti produk fisik lainnya. *Event* bersifat sementara dan memiliki batas waktu yang jelas, baik itu dari segi perencanaan maupun pelaksanaannya. Hal ini menjelaskan bahwa *event* hanya akan dapat dirasakan pada waktu tertentu dan tidak dapat ditunda atau digantikan di kemudian hari. Jika peserta tidak dapat hadir pada saat pelaksanaannya, maka mereka kehilangan kesempatan untuk menikmati pengalaman dari *event* tersebut. Oleh karena itu, karakteristik *perishability* ini juga berimplikasi pada sebuah perencanaan yang matang dan promosi yang efektif untuk memastikan bahwa *event* tersebut bisa menjangkay audies yang diinginkan pada saat yang tepat.

**c) Intangibility**

Pada karakteristik *intangibility* atau tidak berwujud ini menunjukkan bahwa sebuah *event* bukanlah sebuah produk fisik yang dapat dilihat

atau disentuh sebelum pelaksanaannya. Sebagai produk yang tidak berwujud, *event* lebih terkait dengan pengalaman, emosi, dan persepsi dari para peserta. *Intangibility* memiliki sifat yang cukup membuat sulit bagi para calon peserta untuk menilai kualitas *event* sebelum mereka mengalaminya secara langsung. Oleh karena itu, penyelenggara sebuah acara sering kali menggunakan materi promosi, ulasan, dan testimoni dari banyak acara yang sebelumnya untuk mengkomunikasikan nilai dan pengalaman yang ditawarkan. Mengingat sifat dari karakteristik ini yang tidak berwujud, penyelenggara perlu dapat mengelola harapan peserta melalui komunikasi yang cenderung jelas dan perencanaan pengalaman yang menyeluruh.

**d) Suasana dan Pelayanan**

Suasana dan pelayanan adalah faktor penting yang dapat membentuk keseluruhan pengalaman peserta selama *event* berlangsung. Suasananya mencakup elemen-elemen seperti dekorasi, tata cahaya, tata suara, serta interaksi sosial yang tercipta selama *event* berlangsung. Dalam pelayanan tentu juga mencakup beberapa hal seperti sikap dan kemampuan staf penyelenggara dalam memberikan bantuan, serta memastikan kenyamanan dan kepuasan peserta. Kualitas suasana dan pelayanan sangat dapat berpengaruh terhadap kesan yang ditinggalkan setelah *event* telah berakhir, sehingga cukup penting bagi penyelenggara untuk menciptakan sebuah atmosfer yang positif dan menyediakan pelayanan yang responsif serta profesional.

**e) Interaksi Personal**

Pada karakteristik interaksi personal juga dapat diidentifikasi dengan bagaimana peserta dapat berinteraksi satu sama lain dan dengan penyelenggara selama *event* berlangsung. Interaksi ini dapat berupa bentuk komunikasi, kerja sama, atau partisipasi aktif yang didorong oleh desain *event*. Interaksi personal yang baik dapat meningkatkan rasa

kebersamaan dan keterlibatan peserta dalam sebuah *event*, menciptakan hubungan yang lebih erat antar peserta, serta antara peserta dengan penyelenggara. Penyediaan ruang untuk interaksi yang spontan dan terencana sangatlah penting dalam menciptakan pengalaman yang bermakna dan membangun jaringan sosial yang baru bagi para peserta.

### **2.2.2 Event Management**

*Event management* merupakan proses perencanaan, penyelenggaraan, dan evaluasi dari sebuah acara dengan pendekatan yang sistematis, terstruktur, dan strategis. Menurut Joe Goldblatt (Goldblatt, n.d.-a), seorang pakar *event management*, proses itu dapat diuraikan ke dalam lima tahapan utama. Tahapan ini memiliki tujuan spesifik yang harus dicapai agar pelaksanaan acara dapat berjalan sukses, sesuai target, dan memberikan dampak positif yang cukup optimal.

#### **a) Research**

Pada tahap *research* atau penelitian merupakan langkah awal dalam manajemen acara yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan guna memahami konteks dari acara tersebut, kebutuhan, dan harapan audiens. Pada tahap penelitian juga dapat berupa penelitian primer maupun sekunder yang dimana melibatkan survei, wawancara, observasi, atau analisis dari data sebelumnya. Tahap penelitian ini juga menerapkan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) yang diterapkan untuk dapat mengambil keputusan dalam menjalankan penelitian.

#### **b) Design**

Tahap *design* adalah proses kreatif dimana konsep dan ide dasar dari sebuah acara mulai ditentukan dan direalisasikan. Pada tahapan ini tidak hanya melibatkan penciptaan elemen visual dan tema besar dari sebuah acara, tetapi juga dengan menentukan bagaimana acara akan dirancang agar dapat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Tentu terdapat juga aspek yang harus dapat diperhatikan yaitu desain tata letak, suasana, serta alur

kegiatan. Tujuan dari tahap *design* ini juga sebagai menciptakan konsep acara yang menarik, inovatif, dan relevan dengan audiens serta tujuan acara. Elemen penting yang dapat diperhatikan dari tahap ini adalah penentuan tema, pemilihan tempat, tata letak, dekorasi, konten acara, serta pengalaman yang ingin diberikan kepada para peserta. Contohnya seperti dalam pelaksanaan acara pernikahan, sebuah desain dapat mencakup tema warga, gaya dekorasi, tata letak *venue*, susunan panggung, pencahayaan yang sesuai dari sebuah nuansa dan konsep pernikahan yang diinginkan. Kesuksesan sebuah *event* akan sangat bergantung pada desain yang matang dan efektif, berikut rincinnya *DARI SI GOLDBLATT B*

- ***Brainstorming and Mind Mapping***

*Brainstorming* adalah teknik pengembangan ide yang dimana sekelompok orang berkumpul untuk dapat menghasilkan berbagai gagasan yang berkaitan dengan konsep acara. *Mind mapping* juga merupakan alat visual yang digunakan untuk memetakan ide-ide tersebut menjadi hubungan yang lebih jelas dan terstruktur. Tujuan dari tahapan ini menciptakan sejumlah besar ide yang beragam terkait dengan tema, konsep, dan elemen acara, dan juga menyusun dan menghubungkan ide-ide tersebut secara visual untuk membentuk kerangka dasar dari acara yang akan diadakan.

- ***The Creative Process in Event Management***

Proses kreatif dalam manajemen acara adalah pendekatan sistematis untuk mengubah ide-ide abstrak menjadi konsep acara yang jelas dan dapat diimplementasikan. Tahap ini melibatkan berbagai tahapan berpikir, mulai dari pencarian inspirasi, penyusunan konsep, hingga pengembangan strategi kreatif untuk pelaksanaan acara.

- ***Making the Perfect Match Through Needs Assessment and Analysis***

Pada tahap ini adalah proses untuk memahami kebutuhan dan harapan dari para pemangku kepentingan serta audiens yang akan hadir dalam acara. Penilaian kebutuhan ini melibatkan analisis kualitatif dan

kuantitatif mengenai preferensi audiens, tujuan penyelenggara, serta batasan yang ada.

- ***Event Eligibility***

Kelayakan sebuah acara merupakan proses untuk mengevaluasi apakah konsep acara yang dirancang layak dilaksanakan berdasarkan kriteria tertentu seperti tujuan acara, anggaran sumber daya, serta kesesuaian dengan audiens dan lokasi

c) ***Planning***

Tahap *planning* atau perencanaan adalah tahap dimana konsep acara yang sudah didesain diimplementasikan menjadi rencana yang konkret. Pada tahap ini, manajer acara menentukan jadwal, mengalokasikan sumber daya, serta menetapkan anggaran dan strategi komunikasi, sehingga semua aspek dari acara tersebut mulai dari pemasaran hingga logistik di perhatikan secara terperinci. Tujuan dari tahap ini yaitu agar dapat menyusun jadwal pelaksanaan dengan sesuai, menetapkan anggaran, dan mengatur semua kebutuhan teknis logistik untuk mendukung pelaksanaan sebuah acara. Tetapi pada tahap perencanaan terdapat elemen penting yang perlu diperhatikan seperti perencanaan anggaran, jadwal, kontrak, dan persiapan teknis untuk koordinasi.

- ***Time***

Waktu merujuk pada pengelolaan waktu yang terkait dengan jadwal keseluruhan acara serta durasi dari setiap aktivitas yang direncanakan dalam acara yang dilaksanakan tersebut. Waktu juga mengoptimalkan penggunaan waktu selama acara berlangsung agar setiap kegiatan dapat berjalan dengan tepat waktu dan sesuai dengan rencana.

- ***Space***

Ruang mengacu pada pengelolaan dan penggunaan fisik dari area di mana acara berlangsung. Hukum ruang juga mencakup perencanaan seperti detail dari tata letak ruangan dalam area acara. Kaitan dari waktu



an ruang juga dapat dihubungkan dengan hubungan yang konstan sepanjang keseluruhan proses peristiwa.

- ***Tempo***

Tempo dalam konteks perencanaan acara merujuk pada kecepatan atau ritme dari alur terjadinya acara secara keseluruhan. Tempo menentukan bagaimana setiap bagian acara terhubung secara harmonis, bagaimana audiens terlibat, dan bagaimana acara bergerak dari satu segmen ke segmen lainnya tanpa adanya gangguan.

**d) *Coordination***

Tahap koordinasi dalam manajemen acara merupakan proses yang cukup penting yang melibatkan pelaksanaan semua rencana yang telah dibuat pada tahap planning. Koordinasi adalah bagaimana acara dijalankan secara operasional dan mengelola sumber daya untuk memastikan semua elemen acara berjalan sesuai rencana. Pada proses koordinasi tentu diperlukan manajemen waktu yang baik, pengawasan yang cermat, komunikasi yang efektif, serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah yang mungkin akan berpotensi muncul di lapangan. Agar sebuah koordinasi dapat berjalan dengan lancar, tentu pemangku acara perlu adanya mengumpulkan informasi-informasi dan mempertimbangkan hal pro dan kontra dari sebuah keputusan dari pemangku acara.

**e) *Evaluation***

Tahap evaluasi dalam manajemen acara merupakan proses yang dilakukan setelah acara telah selesai diselenggarakan untuk dapat menilai apakah tujuan-tujuan acara telah tercapai. Evaluasi membantu penyelenggara acara memahami dampak keseluruhan acara, baik itu dari segi operasional, keuangan, hingga pengalaman peserta. Pada proses evaluasi ini juga mencakup pengumpulan umpan balik, analisis data, dan juga refleksi atas keseluruhan pelaksana acara. Sebuah evaluasi yang

komprehensif memungkinkan penyelenggara untuk dapat belajar dari pengalaman dan membuat perbaikan untuk acara berikutnya

### **2.2.3 Komunikasi Visual**

Komunikasi visual memiliki sebuah peran yang cukup penting dalam mendukung media edukasi, terutama dalam menyampaikan pesan yang kompleks secara sederhana dan menarik. Menurut Lester (2011), komunikasi visual cenderung mengandalkan elemen-elemen seperti gambar, warna, tipografi, dan tata letak untuk dapat memfasilitasi pemahaman audiens terhadap sebuah pesan tertentu.

Komunikasi visual bagi anak-anak cukup memerlukan pendekatan khusus. Visual yang menarik, warna cerah, dan media interaktif seperti permainan, cerita, dan animasi dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman anak-anak (Wilson & Wilson, 2010). Menurut Piaget (1964), anak-anak usia 6-12 tahun berada pada tahap operasional konkret, sehingga mereka cenderung dapat memahami konsep dengan lebih baik melalui representasi visual dan pengalaman langsung.

Prinsip desain visual seperti keseimbangan, kontras, dan kesederhanaan menjadi kunci dalam pembuatan media edukasi. Menurut Lupton (2017), media edukasi yang efektif cenderung lebih dapat menarik perhatian audiens dengan elemen visual yang mencolok. Kemudian dengan sebuah penyampaian informasi secara terstruktur melalui tata letak yang jelas dan dengan menggunakan warna dan gambar yang relevan untuk memengaruhi emosi dan fokus juga menjadi hal yang cukup efektif dalam menarik perhatian audiens.

Menurut Wisner et al (2004), edukasi mitigasi bencana bagi anak-anak juga harus dapat bersifat partisipatif dan interaktif agar mereka dapat menginternalisasi langkah-langkah perlindungan diri. Pendekatan ini dapat diterapkan melalui aktivitas berbasis pengalaman seperti bermain dan mendengar cerita, Aktivitas ini membantu anak-anak mengenali potensi bahaya dan merespon situasi darurat dengan tepat.

Desain komunikasi visual merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan ide, cerita, konsep, atau informasi dengan memanfaatkan elemen visual (Wijaya & Hilmi, 2002). Salah satu bentuknya adalah poster, yakni media grafis yang terdiri atas teks dan gambar yang dicetak pada kertas berukuran besar. Poster seringkali digunakan untuk menyampaikan informasi seperti iklan atau pengumuman dan ditempatkan di ruang publik agar dapat mudah terlihat oleh banyak orang. Tujuan utama dari poster adalah untuk memberikan informasi sekaligus mendorong audiens untuk dapat melakukan tindakan tertentu sesuai pesan yang disampaikan. Poster didesain dengan memprioritaskan visual yang menarik, warna mencolok, dan teks yang singkat namun cukup jelas (Yohana et al., 2019).

Poster juga berfungsi sebagai sarana promosi dan media informasi. Selain itu, poster juga kerap digunakan untuk mengundang atau memberikan pesan dengan kata-kata yang ringkas dan menarik. Dengan demikian, poster diharapkan mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada masyarakat melalui kombinasi teks dan visual yang menarik (Yohana et al., 2019).

#### **2.2.4 Disaster Risk Reduction**

*Disaster Risk Reduction* adalah sebuah strategi penting untuk dapat mengurangi dampak bencana. Upaya ini perlu difokuskan pada pemantauan, penilaian, dan pemahaman risiko bencana, termasuk penyebaran informasi tentang penyebab dan pola terjadinya bencana. Selain itu, diperlukan juga penguatan tata kelola risiko bencana melalui koordinasi lintas lembaga dan sektor, serta melibatkan pemangku kepentingan secara aktif sesuai dengan tingkat relevansinya (Sendai Framework for Disaster Risk Reduction 2015-2030).

Investasi pada ketahanan ekonomi, sosial, kesehatan, budaya, pendidikan, serta lingkungan hidup juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Berbagai aspek seperti sistem peringatan dini, kesiapsiagaan, tanggap darurat, pemulihan, rehabilitasi, dan rekonstruksi untuk berbagai jenis bencana perlu ditingkatkan.

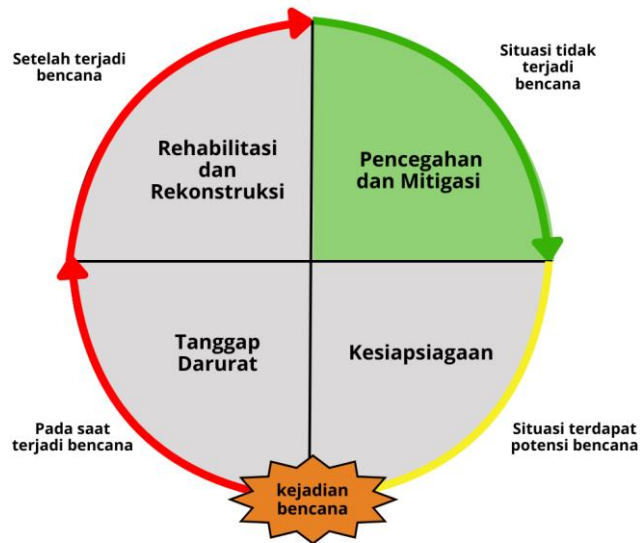
Dalam konteks ini, terdapat pula konsep komunikasi dalam Pengurangan Risiko Bencana.

*Disaster Risk Reduction Communication* adalah sebuah strategi yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko bencana dan mendorong mereka mengambil langkah yang tepat untuk mengurangi dampaknya. Tujuan utamanya adalah membangun pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan dalam komunitas terkait risiko bencana, sekaligus memotivasi tindakan proaktif guna mengurangi kerentanan (Haddow & Haddow, 2014). Strategi ini melibatkan dialog dua arah antara penyedia informasi dan masyarakat, dengan memanfaatkan berbagai metode komunikasi seperti kampanye edukasi, pelatihan, media massa, media sosial, hingga komunikasi berbasis komunitas. Pendekatan ini bertujuan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih mendalam sehingga dapat melakukan tindakan pencegahan yang sesuai saat menghadapi potensi ancaman bencana.

Tahap pencegahan dan mitigasi merupakan bagian integral dari siklus penanggulangan bencana yang bertujuan untuk mengurangi risiko bencana sebelum kejadian terjadi. Pencegahan mencakup upaya untuk menghindari timbulnya bencana, sedangkan mitigasi berfokus pada langkah-langkah yang mengurangi dampak bencana terhadap manusia, lingkungan, dan infrastruktur.



## SIKLUS PENANGGULANGAN BENCANA



Gambar 2. 1 Grafik Siklus Penanggulangan Bencana

Pencegahan melibatkan kebijakan dan tindakan proaktif seperti pengelolaan tata ruang yang memperhitungkan potensi bencana, penegakan regulasi bangunan tahan gempa, serta edukasi masyarakat tentang risiko bencana. Di sisi lain, mitigasi mencakup pembangunan infrastruktur yang tangguh, restorasi ekosistem untuk mengurangi risiko bencana, serta peringatan dini yang efektif.

Menurut Carter (2008), mitigasi merupakan langkah yang dilakukan untuk dapat meminimalkan kerentanan dan dampak bencana melalui pendekatan struktural maupun non-struktural. Pendekatan ini sejalan dengan adanya prinsip-prinsip pengurangan risiko bencana yang menekankan pentingnya membangun ketahanan masyarakat melalui kolaborasi lintas sektor.

Tahapan pencegahan dan mitigasi merupakan langkah awal dalam siklus penanggulangan bencana yang bertujuan untuk mengurangi kemungkinan terjadi bencana serta meminimalkan dampaknya jika bencana benar terjadi. Pencegahan mencakup berbagai upaya untuk menghindari atau mengurangi risiko bencana, seperti penegakan regulasi tata ruang yang melarang pembangunan di wilayah

rawaan bencana, seperti daerah yang memiliki rawan longsor atau tsunami. Selain itu pencegahan juga melibatkan edukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga lingkungan, seperti reboisasi di daerah aliran sungai untuk mencegah banjir. Sementara itu, motivasi berfokus pada langkah-langkah untuk mengurangi kerentanan terhadap bencana, baik melalui pendekatan struktural maupun non-struktural. Pendekatan struktural mencakup pembangunan infrastruktur seperti bendungan, tanggul, atau bangun tahan gempa, sedangkan pendekatan non-struktural melibatkan penyusunan kebijakan, perancangan kontingensi, dan pelatihan masyarakat dalam kesiapan menghadapi bencana. Tahapan ini memerlukan kolaborasi lintas sektor, termasuk pemerintah, organisasi masyarakat, dan sektor swasta, untuk memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil berkelanjutan dan berbasis pada analisis risiko yang komprehensif. Dengan investasi yang tepat pada tahap ini, potensi kerugian akibat bencana dapat diminimalkan, sekaligus memperkuat ketahanan masyarakat terhadap ancaman bencana di masa depan.

*Disaster Risk Communication* adalah strategi yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko bencana dan mendorong mereka untuk mengambil langkah yang tepat dalam mengurangi dampaknya. Salah satu pendekatan inovatif yang semakin banyak digunakan dalam komunikasi risiko bencana, khususnya untuk anak-anak, adalah penerapan teori *gamification*. Teori *gamification* mengacu pada penerapan elemen-elemen permainan ke dalam konteks non-permainan untuk meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan partisipasi audiens. Dalam konteks mitigasi bencana, *gamification* dapat diterapkan untuk merancang alat dan media pembelajaran yang menarik, khususnya bagi anak-anak yang cenderung lebih responsif terhadap pendekatan berbasis permainan. Menurut Werbach dan Hunter (2012), elemen-elemen utama *gamification* meliputi poin, level, tantangan, penghargaan, dan cerita naratif, yang dapat menciptakan pengalaman pembelajaran yang menyenangkan sekaligus edukatif.

Menurut Kapp (2012) dalam bukunya “*The Gamification of Learning and Instruction*”, *gamification* dapat membantu meningkatkan perhatian dan daya ingat anak-anak dengan mengintegrasikan beberapa elemen. Seperti yang pertama

terdapat elemen berupa tantangan, dengan memberikan anak-anak tugas mitigasi yang harus terselesaikan, seperti menentukan jalur evakuasi pada peta atau memilih barang-barang penting untuk tas siaga bencana. Kemudian pada elemen yang kedua terdapat sistem penghargaan, yang dimana pemberian penghargaan seperti poin, bintang, atau medali virtual dapat memotivasi anak untuk menyelesaikan tugas dengan baik. Selanjutnya terdapat elemen narasi yang dimana dengan menggunakan cerita tentang situasi bencana dapat membantu anak-anak dalam memahami konteks dan konsekuensi dari tindakan mitigasi secara lebih mendalam. Selanjutnya elemen yang terakhir terdapat *feedback* langsung yang memberikan umpan balik saat anak-anak telah menyelesaikan tugas untuk meningkatkan pembelajaran mereka.

Menurut Ryan dan Deci (2000) dalam teori *Self-Determination Theory*, elemen-elemen permainan yang mengedepankan kompetensi, keterhubungan, dan otonomi, dapat memberikan rasa puas kepada anak-anak saat mereka menyelesaikan tugas atau tantangan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan tujuan edukasi mitigasi bencana, yaitu tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga menanamkan keterampilan praktis. Dengan demikian, penerapan *gamification* dalam komunikasi risiko bencana memberikan nilai tambah bagi keberhasilan edukasi mitigasi yang ramah anak, sekaligus memastikan pesan yang disampaikan dapat diinternalisasi secara mendalam dan aplikatif.