

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Proyek dirancang menggunakan *framework event management* sebagai pedoman untuk pendekatan acara yang terstruktur. Pendekatan ini terdiri dari lima tahapan utama yang saling berurutan dari riset hingga evaluasi. Model tahapan ini menunjukkan bahwa setiap tahapan saling terkait sehingga menghasilkan aktivitas yang terfokus dan efektif.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Strategi pengumpulan data yang dirancang untuk mencari informasi yang dapat membantu mengembangkan dan menanamkan konsep tersebut. Metode kualitatif & kuantitatif dari pengumpulan data metode campuran digunakan secara bersamaan untuk menangkap hasil yang detail. Lee & Goldblatt (2020) mengklaim bahwa penggunaan kedua pendekatan ini untuk mendapatkan pemahaman yang objektif tentang data dan sekaligus menangkap aspek sosial budaya yang tersebar di berbagai aktivitas sebagaimana adanya.

a. Survei

Survei digunakan untuk menggali data kuantitatif benchmark kesiapsiagaan anak-anak di Kampung Gardu Timur. Karya menggunakan dua jenis survei, yaitu *pre-post tests* dengan skoring dan survei opini menggunakan model CIPP.

Tujuan dari penggunaan survei *pre-test* adalah sebagai *benchmarking* tingkat pengetahuan peserta primer (SD Kelas 4-6) terkait literasi bencana. Pertimbangan penggunaan metode *pre-post test* didasarkan pada kemampuannya dalam memberikan gambaran kuantitatif mengenai efektivitas intervensi edukasi yang diberikan. Hasil *pre-test* berfungsi sebagai data awal (*benchmark*) untuk memetakan tingkat kesiapsiagaan dan pemahaman peserta sebelum kegiatan, sehingga dapat menyesuaikan kedalaman dan penyampaian materi. Sementara itu, *post-test* digunakan

untuk melihat sejauh mana terjadi peningkatan pengetahuan setelah peserta mengikuti rangkaian kegiatan edukasi.

Namun, penggunaan survei *pre-post test* memiliki keterbatasan dalam konteks usia responden. Anak-anak pada rentang usia sekolah dasar memiliki keterbatasan dalam memahami pertanyaan tertulis secara abstrak serta kecenderungan untuk menjawab secara acak atau mengikuti arahan teman. Selain itu, *pre-post test* lebih menekankan pada aspek kognitif dan belum sepenuhnya menangkap dimensi afektif maupun proses pemaknaan yang dialami peserta selama kegiatan.

Untuk melengkapi keterbatasan tersebut, penelitian ini juga menggunakan survei evaluatif dengan model CIPP. Model CIPP dipilih karena mampu mengevaluasi kegiatan secara menyeluruh, mulai dari konteks lingkungan peserta (*context*), kesesuaian materi dan sumber daya (*input*), proses pelaksanaan kegiatan (*process*), hingga hasil akhir kegiatan (*product*). Pertimbangan penggunaan model ini adalah kemampuannya dalam mengaitkan desain kegiatan dengan pengalaman peserta, sehingga evaluasi tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada kualitas proses komunikasi dan pembelajaran yang berlangsung selama *event*.

Meskipun demikian, survei CIPP juga memiliki keterbatasan, khususnya dalam penerapannya pada anak-anak yang belum sepenuhnya mampu mengisi survei secara mandiri. Selain itu, interpretasi anak terhadap skala penilaian dapat berbeda-beda dan tidak selalu mencerminkan pengalaman sebenarnya.

Untuk meminimalkan bias yang mungkin muncul dari instrumen survei, menerapkan beberapa strategi mitigasi. Pertama, instrumen survei disederhanakan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan usia responden. Kedua, pengisian survei dilakukan dengan pendampingan fasilitator yang berfungsi menjelaskan pertanyaan tanpa mengarahkan jawaban. Ketiga, hasil survei tidak diinterpretasikan secara tunggal, melainkan dibandingkan dan dikonfirmasi dengan temuan kualitatif survei *pre-post test*.

b. Wawancara & FGD

Wawancara digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai konteks sosial, ekonomi, budaya, dan geografis masyarakat. Wawancara dilakukan dengan Deni Apriatna selaku perwakilan DESTANA (Desa Tangguh Bencana) untuk memperoleh informasi tentang pengalaman masyarakat menghadapi bencana dan tingkat kesiapsiagaan warga. Selain itu, FGD informal bersama anak-anak dan warga dilaksanakan untuk memahami persepsi masyarakat terhadap bencana serta bentuk komunikasi edukatif yang sesuai dengan karakter sosial mereka.

c. *Transect Walk*

Metode *transect walk* digunakan untuk mendapatkan pemahaman langsung tentang kondisi sosial, geografis, dan infrastruktur di Kampung Gardu Timur sebagai lokasi kegiatan. Untuk mengumpulkan data kualitatif, peneliti berjalan menyusuri rute tertentu bersama masyarakat lokal. Metode ini dalam praktiknya, memungkinkan peneliti untuk melihat pola permukiman, akses jalan, titik rawan bencana, ruang publik, dan kebiasaan mobilitas sehari-hari masyarakat. Untuk mendokumentasikan temuan lapangan secara menyeluruh, metode ini juga menggunakan observasi, wawancara spontan, dan dokumentasi foto dan video.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Berikut tahapan perancangan karya menggunakan tahapan event management Lee & Goldblatt (2020). Meliputi *research, design, planning, coordination, dan evaluation*.

3.1.2.1 Research

Proses penelitian adalah langkah pertama dan paling penting dalam proses perancangan karya karena menentukan jalan, strategi, dan efektivitas pelaksanaan tugas. Pada fase ini, data, kebutuhan, tujuan, dan audiens sasaran diidentifikasi untuk memahami konteks sosial, budaya, dan geografis masyarakat yang dituju. Tujuan ini mengacu pada model *event management* Lee & Goldblatt (2020), yang

membagi penelitian sebelum peristiwa menjadi tiga pendekatan utama: penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif, dan metode campuran.

Proses riset tidak hanya diposisikan sebagai pengumpulan data awal, tetapi juga sebagai ruang partisipasi awal anak-anak, dalam kerangka komunikasi kebencanaan yang berpusat pada anak. Pendekatan ini selaras dengan konsep komunikasi bencana partisipatif yang dikemukakan Dufty (2020), anak sebagai *agents of change* yang perlu dilibatkan sejak tahap awal perencanaan, termasuk dalam proses identifikasi kebutuhan dan pemetaan risiko.

Didukung dengan wawancara dan *transect walk* untuk mendapatkan pendukung validasi data utama. Sejalan dengan konsep *local wisdom* yang dibahas pada Bab 2, yang menekankan pentingnya memahami konteks dan pengalaman masyarakat setempat agar pesan komunikasi dapat disesuaikan secara relevan dan bermakna. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses riset, desain kegiatan yang dirancang tidak bersifat top-down, melainkan berangkat dari realitas dan kebutuhan lokal.

Analisis ini membantu menerjemahkan temuan riset ke dalam keputusan desain komunikasi, seperti penentuan siapa audiens utama (anak-anak), pesan apa yang relevan untuk disampaikan, bagaimana strategi penyampaian pesan dilakukan melalui *storytelling* dan *special event*, serta mengapa pendekatan partisipatif dan kontekstual dipilih.

3.1.2.2 Design

Tahap kedua adalah penerjemahan hasil temuan penelitian menjadi rencana yang spesifik. Pada tahap ini, seluruh data yang diperoleh dari proses riset diolah menjadi dasar bagi pengembangan ide, struktur, serta strategi komunikasi. Tahap desain berfungsi sebagai perumusan antara data riset dan implementasi kegiatan, di mana temuan lapangan secara langsung mengarahkan perancangan pesan dan pengalaman komunikasi dalam special event.

Merujuk pada hasil tersebut, maka lahirlah sebuah konsep kegiatan pada Festival Sagara Asih yaitu sebuah festival edukasi berbasis kearifan lokal dengan menghadirkan permainan interaktif bagi anak-anak. Perwujudan konsep ini

tercermin secara menyeluruh, mulai dari identitas acara seperti logo, tagline, pemilihan warna, media kolateral. Pendekatan ini sejalan dengan karakteristik *special event* menurut Shone dan Parry (2019), khususnya aspek *uniqueness*, di mana sebuah acara harus memiliki identitas yang kuat dan faktor pembeda yang jelas dibandingkan kegiatan serupa.

Tahap ini juga meliputi penyusunan alur cerita, karakter, dan pesan utama yang akan disampaikan selama kegiatan berlangsung. Kisah yang diangkat adalah “Bayah di Kumbah” atau kerap disebut “Caah Laut Bayah”, salah satu cerita rakyat lisan yang berasal dari masyarakat pesisir Bayah yang mencerminkan nilai pengetahuan masyarakat adat dalam menghadapi bencana. Penyusunan narasi ini dirancang dengan mengacu pada panduan praktis *Storytelling for Disaster Education* yang dikemukakan Hou (2024) melalui prinsip 5C, yaitu *contextual*, *comprehensible*, *compelling*, *conducive to action*, dan *coherent*. Pendekatan ini memungkinkan terbentuknya memori kolektif dalam masyarakat yang berfungsi sebagai rujukan perilaku ketika menghadapi ancaman bencana.

Langkah selanjutnya adalah pengembangan kegiatan utama yang akan berlangsung selama acara. Berdasarkan temuan riset terdahulu yang menekankan bahwa edukasi kebencanaan bagi anak akan lebih efektif apabila dilakukan secara *experiential* dan *immersive*. Oleh karena itu, kegiatan permainan dalam Festival Sagara Asih dirancang untuk mensimulasikan situasi mitigasi bencana, seperti mengenali tanda-tanda awal bencana, menentukan rute evakuasi, serta menumbuhkan keberanian dan inisiatif untuk mengajak orang lain bergerak menuju titik aman.

Selama proses perancangan desain, karya merujuk pada acara-acara komersil. Referensi ini digunakan karena event komersial terbukti mampu menciptakan pengalaman yang menarik dan imersif bagi anak-anak. Perancangan diadaptasi untuk meningkatkan *engagement* dan pemahaman pesan mitigasi bencana tanpa menghilangkan tujuan edukatif kegiatan. Beberapa referensi yang digunakan antara lain:

1. POPMART X Chagee (Hacipupu x Chagee : Grape Milk Tea)

Salah satu referensi desain kegiatan adalah event kolaborasi Hacipupu Popmart x Chagee untuk peluncuran *Green Grape Milk Tea* yang diselenggarakan di Kota Kasablanka Mall pada 26 September–5 Oktober 2025.

Acara ini menghadirkan permainan interaktif (non edukasional) berbasis *booth games* berurutan dengan sistem pengumpulan stempel dan hadiah, didukung oleh identitas visual yang konsisten dengan tema dan produk. Event ini dijadikan rujukan karena mampu menciptakan pengalaman partisipatif dan imersif yang mendorong keterlibatan aktif pengunjung.



Gambar 3.1 Referensi Karya POPMART X Chagee
Sumber: Chagee Indonesia (2025)

2. Sociolla Beauty Museum

Referensi berikutnya adalah Sociolla Beauty Museum, sebuah acara edukatif dan interaktif yang diselenggarakan untuk merayakan 10 tahun Sociolla pada 21 Maret - 27 April 2025 di Agora Mall.

Acara ini menghadirkan pengalaman berjenjang melalui ruang-ruang tematik yang membahas kulit, warna, dan wangi secara bertahap. Event ini dijadikan rujukan karena mampu menyampaikan konten edukatif melalui pengalaman ruang yang imersif dan terstruktur.



Pos Kulit



Pos Warna



Pos Wangi

Gambar 3.2 Referensi Karya Sociolla Beauty Museum
Sumber: Dokumentasi Pribadi & Sociolla (2025)

3. Museum of Broken Hearts

Referensi lainnya adalah Museum of Broken Heart, sebuah pameran berskala kecil yang diselenggarakan oleh Posergirl di Studio Posergirl.

Pameran ini dirancang secara runut untuk menggambarkan lima tahap patah hati, mulai dari *denial* hingga *acceptance*, melalui pengalaman ruang yang berurutan. Pada tahap akhir, pengunjung mengikuti aktivitas reflektif dan menerima *personalized keychain* sebagai artefak pengalaman, sehingga narasi emosional tidak hanya dialami tetapi juga diingat.



Pos 1 : Denial



Pos 2 : Anger



Activity Pos 5

Gambar 3.3 Referensi Karya Museum of Broken Hearts
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

4. Galeri Indonesia Kaya

Galeri Indonesia Kaya merupakan pameran edukatif berkelanjutan yang berlokasi di Grand Indonesia dan berfokus pada pengenalan budaya Indonesia,

seperti cerita rakyat, tarian, kuliner, dan seni lainnya. Menghadirkan cerita rakyat Empat Raja, Lutung Kasarung, dan lain-lain yang dinarasikan dengan visual dan interaktif.

Pameran ini disajikan dalam bentuk virtual *exhibition* berbasis *booth* tanpa alur terstruktur, batasan waktu, maupun penanda progres aktivitas. Referensi ini digunakan untuk melihat bagaimana pengunjung dapat belajar secara bebas dan mandiri sesuai minat serta preferensi masing-masing.



Gambar 3.4 Referensi Karya Galeri Indonesia Kaya
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

5. Acara-acara lainnya seperti Promotion Film Zootopia 2 (Passport, Mission Card, Booth), Wednesday 2 (Mission Cards, Interactive Activities), BEM UMN's CSR Aporion (Interactive educational activity, booth games).

Sepanjang proses perancangan, Festival Sagara Asih menjadi kumpulan kegiatan kolaboratif dalam satu nama. Kegiatan utamanya sendiri, Festival Sagara Asih, dibentuk oleh perancang karya (Lovenia Megumi) sambil berbagi ruang untuk karya-karya lain tampil, termasuk Kampanye Digital Sagara Asih (@sagara.asih oleh Fransisco Anderson Gultom), Buku Aktivitas Si Komi (oleh Fidellia Geisca Manayang), Permainan Papan Opat Kawani Elod (oleh Clarence Sabrina Chantal Hidayat), dan Video Musik "Pahlawan Siaga" (oleh Nashita Nashwa). Setiap karya merupakan kesatuan dibawah Sagara Asih yang mendukung kesiapsiagaan bencana bagi anak-anak di Kampung Gardu Timur.

Proses desain ini juga melibatkan persetujuan dan koordinasi lintas pemangku kepentingan, termasuk GMLS, DESTANA, ketua RT setempat, dan

dosen pembimbing untuk memastikan program ini sesuai dengan kebutuhan akademis, kebutuhan masyarakat, dan lembaga mitra. Berikut banyak pihak yang dikoordinasikan untuk tahapan desain acara;

Tabel 3.1 Daftar Approval Proyek Sagara Asih

No	Nama	Peran	Kepentingan
1.	Anis Faisal Reza (GMLS)	Supervisor Lapangan GMLS	Koordinasi, Representatif GMLS & Approval berjalannya acara
2.	Helga Liliani Cakra Dewi	Advisor (Dosen Pembimbing)	Koordinasi & Approval sisi akademis dan acara
3.	Deni Apriatna	Ketua Komunitas Destana Lapangan	Koordinasi untuk teknis acara
4.	Ahmad	Ketua RT Lapangan	Koordinasi & Perizinan untuk teknis acara

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Semua dilakukan dengan tujuan mencapai keseimbangan antara kualitas acara dan anggaran, serta strategi jangka panjang sebagaimana disarankan oleh Lee & Goldblatt (2020). Desain yang telah tervalidasi melalui proses konsultasi dan persetujuan kemudian menjadi acuan resmi untuk tahap berikutnya, yaitu *planning*.

3.1.2.3 Planning

Tahap *planning* merupakan fase terpanjang dan paling substansial dalam perancangan karya karena seluruh temuan riset dan desain diterjemahkan menjadi rencana operasional yang konkret. Pada tahap ini digunakan prinsip *time*, *space*, dan *tempo* dari Lee & Goldblatt sebagai dasar penyusunan strategi implementasi.

Prinsip *time* mencakup penentuan waktu pelaksanaan yang tepat serta penyusunan jadwal kegiatan secara rinci. Festival Sagara Asih direncanakan pada akhir pekan (*weekend*) agar anak-anak sebagai target utama tidak terhalang kegiatan sekolah dan agar partisipasi komunitas lebih optimal. Sekaligus acara diharapkan bisa diselenggarakan di jam yang tidak bertabrakan dengan waktu Sholat setempat & rutinitas harian anak-anak di kampung tersebut. Selain *time* acara hari-H, dilakukan penyusunan timeline mencakup tahapan produksi media pembelajaran, penyusunan narasi dan alur permainan, persiapan logistik, serta koordinasi relawan. Selain itu, disediakan pula *contingency time*, yaitu waktu cadangan untuk menghadapi kemungkinan hambatan seperti cuaca buruk,

keterlambatan distribusi logistik, atau kebutuhan teknis tambahan. Berikut perencanaan *timeline* acara Festival Sagara Asih;

Tabel 3.2 Timeline Proyek Sagara Asih

Kegiatan Sagara Asih	Sep				Okt				Nov				Des	
Minggu Ke-	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Observasi & Pemetaan Kampung Elod														
Perumusan Konsep & Tujuan Acara														
Perancangan Program & Alur Kegiatan														
Pengembangan Materi & Permainan														
Produksi Media & Desain Visua														
Publikasi & Pre-Promotion Event														
Persiapan Teknis & Logistik Acara														
Briefing & Koordinasi Panitia														
Pelaksanaan Festival Sagara Asih														
Evaluasi & Pengolahan Data														
Publikasi Pasca-Acara														

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Konsep ruang berpusat pada pengaturan ruang yang memungkinkan aktivitas yang aman dan edukatif untuk dilakukan oleh anak-anak. Perencanaan ruang harus mempertimbangkan keselamatan anak-anak, seperti memastikan permukaan tanah tidak licin atau berlubang untuk mencegah terjatuh, membuat jalur yang mudah bagi anak untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain, dan memasang batas area untuk mencegah anak memasuki area yang berbahaya.

Ruang Sagara Asih akan di rancang dengan referensi *event* komersil yang menggunakan atrium mall. Hal ini dilakukan untuk memvisualisasikan keterbatasan ruang bergerak dan *flow control* pengunjung. Sekaligus untuk menunjukkan alur pos yang eksplisit bagi peserta anak-anak.



Gambar 3.5 Referensi Ruang dalam *Event*
Sumber: Sociolla & Chagee (2025)

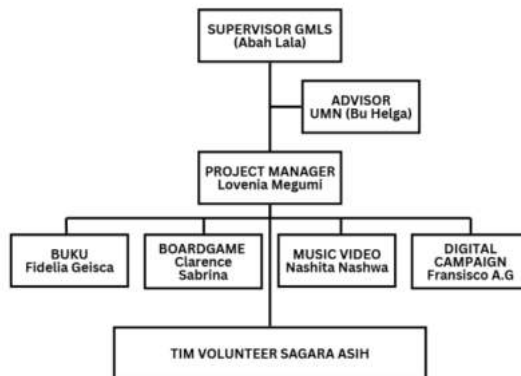
Prinsip tempo mengatur ritme kegiatan sehingga anak-anak dapat menikmatinya. Kegiatan dirancang untuk menyeimbangkan aktivitas dan istirahat karena peserta adalah anak usia sekolah dasar dengan tingkat energi dan rentang perhatian yang berbeda. Untuk memastikan bahwa anak-anak tidak lelah selama acara, ritmenya disesuaikan. Selain ritme dasar, ada fleksibilitas tempo, yang berarti kemampuan untuk menyesuaikan *rundown* sesuai dengan keadaan di lapangan. Sangat penting untuk memiliki fleksibilitas ini karena *mood* anak dapat berubah dengan cepat, cuaca di pantai bisa tidak menentu, dan kehadiran undangan dapat mengubah jalan acara.

Tahap ini juga melibatkan analisis gap untuk meningkatkan kualitas perencanaan. Analisa gap dilakukan untuk mengidentifikasi tantangan yang mungkin terjadi, seperti cuaca ekstrim, keterbatasan fasilitas, atau kebutuhan logistik tambahan. Selain faktor teknis, analisis gap juga mencakup proses evaluasi tentang seberapa efektif pendekatan cerita yang digunakan. Penyelenggara meminta ahli cerita untuk melihat apakah ada perbedaan antara kemampuan anak-anak untuk membaca dan memproses cerita dengan narasi yang dirancang.

3.1.2.4 Coordination

Tahap koordinasi merupakan fase implementasi dari seluruh rencana yang telah disusun secara sistematis pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, penyelenggara bertanggung jawab memastikan bahwa seluruh elemen acara mulai dari tim internal, relawan, mitra kerja, hingga pihak eksternal dapat bekerja secara selaras

untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks perancangan dan pelaksanaan Festival Sagara Asih, Lovenia Megumi, berperan sebagai *Project Manager* yang memimpin keseluruhan proses koordinasi. Struktur organisasi kegiatan digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 3.6 Bagan Tim Sagara Asih
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Manajer proyek bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh tim, termasuk anggota batch HUMPRO 7 dan FTI HUMPRO Batch 4, bekerja secara terarah. Selama kegiatan berlangsung, kedua kelompok ini bertindak sebagai tim registrasi, dokumentasi, fasilitator lapangan, dan teknis.

Menurut Lee & Goldblatt (2020), kepemimpinan yang adaptif, kemampuan komunikasi yang efektif, dan kemampuan pengambilan keputusan yang cepat dan tepat adalah faktor penting dalam keberhasilan koordinasi. Dalam praktik, koordinasi mencakup penyebaran informasi secara teratur melalui rapat internal, briefing sebelum acara, dan komunikasi secara langsung selama kegiatan berlangsung. Untuk memastikan bahwa seluruh kebutuhan acara terpenuhi, koordinasi juga mencakup mengelola hubungan dengan pihak eksternal seperti mitra GMLS, Destana, perangkat desa, dan pemerintah kabupaten Lebak dan pihak undangan lainnya.

Ketika dinamika acara berubah, penyelenggara di lapangan harus cepat membuat keputusan dan bertanggung jawab. Menurut Lee & Goldblatt, proses koordinasi melibatkan kemampuan untuk membuat ratusan keputusan secara etis dan analitis selama satu hari acara.

Selain itu, koordinasi mencakup pengawasan menyeluruh terhadap alur kegiatan, penyesuaian jadwal acara, dan pengendalian situasi untuk memastikan bahwa pelaksanaan tetap berjalan sesuai jadwal. Untuk memastikan alur perpindahan peserta berjalan lancar dan setiap area pengamanan dapat diawasi dengan baik untuk mengurangi risiko kecelakaan, koordinasi dengan relawan juga sangat penting. Secara keseluruhan, tahap koordinasi merupakan jembatan antara perencanaan dan pelaksanaan, di mana seluruh konsep diuji secara nyata. Dengan manajemen yang baik, kegiatan dapat berlangsung sesuai dengan tujuan edukatif Festival Sagara Asih.

3.1.2.5 Evaluation

Tahap evaluasi, yang merupakan fase penutup sekaligus titik awal. Hal ini karena evaluasi berfungsi sebagai dasar untuk refleksi, yang memungkinkan proses diperbaiki secara berkala.

Untuk mengetahui seberapa efektif kegiatan di Festival Sagara Asih, evaluasi dilakukan dengan menggunakan kombinasi pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pertama, karya menggunakan *pre-test* dan *post-test* sebagai alat untuk mengukur pengetahuan anak-anak tentang mitigasi bencana yang lebih baik. *Post-test* dilakukan setelah seluruh rangkaian permainan dan cerita selesai, sedangkan *pre-test* dilakukan sebelum kegiatan dimulai untuk mengetahui tingkat pemahaman dasar peserta. Dengan membandingkan hasil tes sebelum dan setelahnya, karya dapat diukur secara objektif sejauh mana festival berkontribusi terhadap pembelajaran peserta.

Selain itu, karya menggunakan survei CIPP yang diberikan kepada anak-anak setelah acara. Survei dirancang dalam format sederhana yang sesuai dengan usia peserta dan dilakukan secara individu untuk memastikan bahwa setiap anak merasa aman untuk menyuarakan pendapatnya. Untuk meminimalkan risiko bias jawaban, khususnya kecenderungan anak-anak untuk menjawab secara afirmatif tanpa pemahaman yang sebenarnya, melakukan klarifikasi ulang secara lisan terhadap beberapa jawaban kunci. Apabila peserta menyatakan telah memahami suatu materi, survei di tindaklanjuti dengan pertanyaan sederhana atau contoh

singkat untuk memastikan bahwa jawaban tersebut mencerminkan pemahaman yang sesungguhnya.

Dengan model CIPP, evaluasi tidak hanya berfokus pada hasil akhir; itu juga berfokus pada konteks program, kualitas input, efektivitas proses pelaksanaan, dan manfaat produk atau hasil kegiatan. Metode ini memungkinkan penilaian yang lebih menyeluruh terhadap kelebihan dan kekurangan festival dari berbagai sudut pandang

3.2 Rencana Anggaran

Penyelenggaraan Festival Sagara Asih memerlukan perencanaan anggaran biaya yang matang agar rangkaian acara dapat berjalan secara nyaman, layak, dan efektif untuk mencapai tujuan edukatif yang ada. Anggaran ini berfungsi sebagai aset finansial untuk memenuhi kebutuhan dari penyediaan perlengkapan permainan dan *storytelling*, bahan ajar edukasi kebencanaan, fasilitas untuk peserta, konsumsi peserta, serta kebutuhan dokumentasi.

Selain itu, sebagai kegiatan berbasis komunitas dan melibatkan banyak pihak, penyelenggaraan festival ini juga memerlukan dukungan logistik tambahan, biaya infrastruktur, kebersihan, serta alokasi dana untuk keperluan tak terduga sebagai bentuk antisipasi. Rincian rencana anggaran sebagai dasar perhitungan biaya dan acuan pelaksanaan adalah sebagai berikut;

Tabel 3.3 Rancangan Anggaran Biaya Sagara Asih

SEGMENTASI	QTY	HARGA/PCS	TOTAL	KETERANGAN
Operational				Rp1,416,667
Uang Kebersihan	1	Rp66,667	Rp66,667	
Tenda	1	Rp500,000	Rp500,000	
Listrik	1	Rp100,000	Rp100,000	
Uang Jasa Kang Deni	1	Rp250,000	Rp250,000	
Storyteller	1	Rp300,000	Rp300,000	
sound	1	Rp200,000	Rp200,000	
Registrasi				Rp407,000
Stationary	1	Rp50,000	Rp50,000	Alat Tulis
Tas Spunbond	100	Rp1,000	Rp100,000	Warna Biru
ZipTie	3	Rp4,000	Rp12,000	5 x 2,5 (100)

Hangtag	4	Rp15,000	Rp60,000	Jadi 25 x4 = 100 pcs
NameTag + Misi	10	Rp13,500	Rp135,000	Print A3 210/4Pcs
Tali+Plastik	50	Rp1,000	Rp50,000	
Collateral Media				Rp2,258,000
Illustrator	1	Rp1,000,000	Rp1,000,000	Vita
Keychain Pos 1	45	Rp12,800	Rp576,000	45 Pcs
Print A3 BB (Peta)	12	Rp15,000	Rp180,000	Double Sided A3 - 4 A5 (48 pcs)
Pin	70	Rp1,100	Rp77,000	45 Rahayu 35 Raksa
X Banner	1	Rp50,000	Rp50,000	TBA
Backdrop	1	Rp375,000	Rp375,000	TBA
Budget Pos				Rp216,000
Stiker Kiss Cut	5	Rp9,000	Rp45,000	U Create Shopee
Print A3 BB	3	Rp15,000	Rp45,000	Kartu Detektif Bencana
Print A3 Biasa	2	Rp9,000	Rp18,000	Peta Gede A3
Print A3 Biasa	12	Rp9,000	Rp108,000	Dekor Pos
Post Tes	-	-	-	
Konsumsi				Rp1,040,600
Jajan Anak	100	Rp5,000	Rp500,000	Roti Anget, Cilok, Cilung
Print Voucher	2	Rp15,000	Rp30,000	Buku Voucher 3k & 2k
Snack Bungkus	80	Rp3,000	Rp240,000	Snack Pouch
Air Minum	4	Rp27,000	Rp108,000	Air Minum Hass 192 pcs 4 dus
Minuman Manis	3	Rp54,200	Rp162,600	Fruit Tea Pouch 72 pcs 3 dus
Apresiasi				Rp780,000
Konsum Undangan	20	Rp16,000	Rp320,000	DTop Paha Atas & Dada Mix
Payung Sovenir	10	Rp34,000	Rp340,000	Payung Branding
Plakat Apresiasi	1	Rp120,000	Rp120,000	Kalo Bupati Dateng
TOTAL			Rp6,118,267	

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

3.1 Target Luaran/Publikasi/HKI

Sesuai syarat dari Prodi Ilmu Komunikasi UMN, *special event* memiliki target luaran publikasi *owned media* & *external media*. Publikasi digital melalui *owned media* bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang program yang dilaksanakan melalui kanal resmi penyelenggara yaitu melalui akun Instagram @sagara.asih sebagai media sosial utama acara dan akun mitra acara seperti @gugusmitigasilebakselatan, serta kanal milik Universitas Multimedia Nusantara.

Dari Press release yang ditulis dan dikurasi oleh tim GMLS, dokumentasi acara, dan informasi pendukung tentang latar belakang penyelenggara akan dikirim ke target media eksternal selama proses pengajuan. Pemilihan media disesuaikan dengan konteks geografis dan relevansi acara. Media yang berfokus pada pendidikan, kebencanaan, dan pemberdayaan masyarakat di Banten, Lebak, dan sekitarnya, serta media nasional. Dengan demikian, berita tentang Festival Sagara Asih dapat disampaikan ke audiens yang lebih luas melalui publikasi artikel oleh media.

Tabel 3.4 Target Media Rilis

No	Media	No	Media	No	Media
1	Detik	9	Republika	17	Harian Terbit
2	Kompas	10	Media Indonesia	18	Seputar Tangel
3	CNN	11	Tribunnews	19	Warta Banten
4	Tempo	12	Sindonews	20	Banten News
5	Kompas Muda	13	Radar Banten	21	Banten Satu
6	GNFI	14	Koran Banten	22	Palapa News
7	Liputan6	15	Expose Banten	23	Time News
8	Antaranews	16	Lensa Banten	24	Naratara

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA