

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Special event merupakan salah satu cara untuk mengenalkan sebuah lembaga atau sebuah produk kepada khalayak banyak, *special event* memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat karena biasanya dikemas sedemikian rupa agar dapat meninggalkan kesan dibenak masyarakat. *Event* biasanya diselenggarakan untuk memperingati hal penting dan digunakan sebagai sebuah cara atau strategi merealisasikan tujuan sebuah perusahaan (Noor,2013:8)

Special event menurut Ruslan (1998:297) dalam bukunya Kiat dan Strategi Kampanye *Public Relations*, adalah merancang atau mengemas produk, gengsi, trendi, hingga menanamkan daya ingat lebih kuat (*awarenes*) di benak konsumen atau khalayak sasarannya. *Special event* merupakan suatu peristiwa yang berlangsung dan dirancang secara khusus dalam program acara atau kegiatan kehumasan yang dikaitkan dengan *event* tertentu. Dikatakan *special event* karena merupakan sesuatu yang tidak umum, tidak biasa atau istimewa.

Special event dipandang sebagai media komunikasi yang cukup berpengaruh, karena melalui *special event*, *Public Relations* dapat memberikan informasi secara langsung yang telah dipersiapkan dengan matang dan dikemas secara menarik. Selain itu *special event* juga mampu meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), kesadaran

(*awareness*), upaya pemenuhan selera (*pleasure*), serta menarik simpati atau empati dari konsumen sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua belah pihak.

Pada umumnya, *special event* diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan informasi dan sekaligus menjadi media publikasi perusahaan atau *brand*. Berdasarkan fungsi dari *special event* yang menjadi media alternatif bagi perusahaan atau lembaga untuk melakukan publikasi, era sekarang ini hal tersebut menjadi sebuah fenomena yang sering kita lihat. Banyak perusahaan besara atau lembaga menyelenggarakan sebuah *event* yang bertujuan untuk mempublikasikan produk atau jasa.

Disaat *event* tersebut memiliki unsur publikasi didalamnya, maka event tersebut masuk kedalam kategori *special event*. Dalam penciptaan sebuah *special event*, terdapat proses manajemen komunikasi yang berfungsi sebagai proses penciptaan dan pengelolaan pesan sehingga menjadi sebuah informasi atau nilai berita yang kuat untuk mendapatkan daya tarik publisitas. Manajemen komunikasi secara umum merupakan suatu proses pengelolaan pesan dan informasi. Sebagai sebuah proses, manajemen komunikasi didefinisikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan penyampaian pesan (*ide, gagasan*) dari satu pihak kepada pihak lain untuk mencapai suatu tujuan (*goals*) secara efektif dan efisien.

Kaitannya dengan *special event*, manajemen komunikasi berfungsi sebagai proses pengelolaan pesan sehingga mengandung nilai berita dan informasi yang layak

menjadi daya tarik publikasi yang kuat. *Special events* dalam praktiknya merupakan sebuah kegiatan untuk meraih nilai publikasi yang digunakan oleh humas suatu perusahaan atau lembaga. Humas menyelenggarakan *special event* dengan tujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik eksternal dan juga untuk mendapatkan daya publisitas yang kuat.

Keberhasilan sebuah *event* atau acara tergantung pada kesesuaian antara merek, *event* dan pasar sasaran, karena pada dasarnya *event* diselenggarakan untuk menciptakan suasana hati yang santai dan bahagia, dan pada saat itulah orang-orang lebih mudah untuk menerima pesan persuasi yang disampaikan oleh pemilik merek.

Chintia (Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, Volume 2, No. 1, Agustus 2017, hlm. 13-22) mengatakan bahwa *special event* melibatkan banyak pihak. Apabila tidak ada koordinasi yang baik, setiap komponen dalam *special event* akan berjalan sendiri-sendiri sehingga tidak dapat menjadi satu kesatuan yang utuh untuk mencapai tujuannya, Sehingga perlu sekali perencanaan dan pengkoordinasian *special event* dengan baik

Dalam pelaksanaan *special event* terdapat pengelolaan acara atau yang biasa dikenal dengan manajemen *special event*, dimana dalam manajemen *special event* sebuah acara dirancang dan disusun sedemikian rupa menggunakan proses manajemen yang telah disesuaikan dengan karakteristik pelaksanaan acara. Seperti yang dilakukan dalam penyelenggaraan Upacara adat seren taun oleh pemerintah kabupaten kuningan.

Upacara Seren Taun merupakan salah satu tradisi yang dimiliki oleh masyarakat agraris Sunda sebagai ungkapan rasa syukur pada pemberian Tuhan yang melimpah melalui tanah yang subur serta hasil yang melimpah. Upacara ini juga merupakan bentuk ajaran moral yang disampaikan secara nonverbal supaya manusia berlaku adil terhadap alam. Ungkapan syukuran tersebut disimbolkan dengan penyerahan berbagai hasil pertanian yang dihasilkan, terutama padi, Karena padi tidak bisa dipisahkan dengan kisah Pwah Aci Sanghyang Asri (Dewi Sri) pemberi kesuburan yang turun ke Marcapada, seperti yang ada dalam kisah klasik masyarakat Pasundan. Pada upacara Seren Taun inilah, kisah klasik Karuhun masyarakat agraris Sunda digambarkan termasuk tentang perjalanan turunnya Pwah Aci Syanghyang Asri, ke muka bumi. Pwah Aci Syanghyang Asri adalah salah satu dewa yang penting artinya. Dewa ini pemberi kesuburan pada tanah, tumbuhan, dan hewan-hewan.

Inti dari tujuan diadakannya upacara Seren Taun ini, menurut P. Djatikusumah (Jurnal Upacara Seren Taun di Cigugur, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat: Tradisi Sebagai Basis Pelestarian Lingkungan, Jurnal Biologi Indonesia 4(5): 399-415 (2008)) adalah bahwa Upacara adat seren taun disamping sebagai bentuk syukur dan permohonan berkah dan limpahan kesejahteraan kepada Tuhan, juga sebagai sarana yang efektif untuk mewarisi tradisi luhur leluhur yang dimiliki bangsa dan penggalian kearifan lokal yang bisa menemukan dan menumbuhkan jati diri dan perilaku manusia yang seharusnya, baik sebagai makhluk ciptaan Tuhan maupun sebagai bangsa. Karena

dalam upacara ini yang dikejar adalah kekayaan batin bukan perolehan materi yang melimpah.

Upacara adat seren taun merupakan salah satu tradisi yang masih dilaksanakan oleh warga adat di Indonesia, bukan hanya di Kuningan namun juga di beberapa daerah lain seperti Ciptagelar dan Baduy. Hal yang menarik dari upacara adat seren taun yang dilaksanakan di Kuningan salah satunya adalah toleransi keberagaman yang ada didalamnya, dimana dalam pelaksanaannya terdapat lima agama berbeda yang ikut serta melaksanakan upacara adat seren taun ini, hal ini dirasa cukup unik dalam pelaksanaan acara seren taun yang sejatinya merupakan warisan budaya sunda wiwitan namun tetap dapat menyesuaikan dengan berbagai agama yang dianut oleh warga sekitar.

Dengan perkembangan zaman yang ada, kegiatan upacara adat seren taun ini semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman, dimana upacara adat seren taun sudah menjadi wisata budaya yang mendunia dengan rangkaian kegiatan yang menarik minat wisatawan namun tanpa mengurangi nilai-nilai yang dianut dalam kepercayaan setempat.

Tanggung jawab pengelolaan acara dinaungi oleh pemerintah kabupaten kuningan, khususnya dinas pendidikan dan kebudayaan kabupaten kuningan dimana acara disusun dan dirangkai sedemikian rupa dan ditingkatkan kualitas serta keamanan dan kenyamanan pelaksanaan acara guna mengkondisikan dan juga memaksimalkan daya tarik masyarakat untuk ikut berpartisipasi dan menyaksikan

rangkaian acara seren taun. Pengunjung acara seren taun saat ini tidak hanya warga sekitar namun juga wisatawan asing yang tertarik dengan budaya Indonesia, sehingga pengelolaan yang harus dikemas sedemikian rupa guna tetap meningkatkan dan mempertahankan daya tarik upacara adat seren taun ini.

Pemerintah Kabupaten Kuningan ikut berperan aktif dalam penyelenggaraan upacara adat seren taun sebagai salah satu *special event* yang diadakan oleh pemerintah kabupaten Kuningan. Dalam penyelenggaraannya humas Pemerintah Kabupaten Kuningan melakukan berbagai kegiatan kehumasan, seperti melakukan Publikasi, Dokumentasi, hingga persiapan penyelenggaraan acara.

Publikasi yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten Kuningan memungkinkan adanya penyebaran informasi kepada khalayak mengenai acara yang akan diselenggarakan. Dengan publikasi kegiatan, maka sasaran kegiatan akan lebih mudah mendapatkan informasi. Publikasi kegiatan dilakukan dengan berbagai cara, seperti melalui media *online* hingga media konvensional.

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mencari berita dan publikasi yang berkaitan dengan acara seren taun, dapat diketahui bahwa pengunjung acara seren taun ini semakin berkembang dan datang dari berbagai kalangan, seperti kutipan dari media milik pemerintah kabupaten Kuningan berikut :

“Kuningan - Upacara ini berlangsung sangat ramai dan dihadiri ribuan masyarakat sekitar di berbagai desa di daerah Sunda. Tidak hanya dari daerah sekitar saja tapi masyarakat dari berbagai daerah dan wisatawan mancanegara datang untuk menyaksikan upacara adat tersebut. Upacara adat Seren Taun

konon sudah dilakukan secara turun-menurun sejak zaman Kerajaan Sunda purba seperti kerajaan Pajajaran” ([https:// www. kuningankab.go.id /berita/ puncak-acara-seren-taun-dipadati-ribuan-warga \)](https://www.kuningankab.go.id/berita/puncak-acara-seren-taun-dipadati-ribuan-warga))

Kutipan *Press release* diatas menunjukkan bahwa upacara adat seren taun saat ini sudah sangat terbuka untuk berbagai kalangan. Upacara adat seren taun ini memiliki daya tarik wisata tersendiri bagi para warga sekitar dan mancanegara. Hal ini dikarenakan upacara adat seren taun merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang dalam rangkaian acaranya banyak ditampilkan berbagai seni budaya oleh masyarakat adat cigugur Kuningan.

Selain masyarakat sekitar yang menghadiri upacara adat seren taun, pemerintah kabupaten kuningan juga mengundang pejabat tinggi dan juga raja-raja dari kerajaan kesultanan baik dari dalam negri ataupun Negara Negara tetangga.

Radar Cirebon – ”Sejumlah pejabat penting pun telah diundang untuk hadir dalam acara Seren Taun kali ini, mulai dari Presiden RI Joko Widodo, para menteri, gubernur dan para kepala daerah serta para raja yang tergabung dalam Forum Keraton Nusantara dan raja-raja kesultanan negara tetangga seperti Malaysia, Singapura dan Brunei Darussalam”. ([http://www. Radarcirebon.com/ warga -cigugur-bersiap-sambut-seren-taun.html](http://www.Radarcirebon.com/warga-cigugur-bersiap-sambut-seren-taun.html))

Dengan mengundang tamu-tamu penting dan juga pejabat tinggi, manajemen acara upacara adat seren taun ini menjadi lebih rumit, mengingat pejabat dan tamu penting harus diberikan pelayanan maksimal sehingga dibutuhkan persiapan yang lebih matang.

Penyelenggaraan upacara adat seren taun sebagai *special event* memiliki tujuan untuk memperkenalkan kabupaten kuningan sebagai tempat dan tujuan wisata yang

ada di Indonesia. Dengan adanya upacara adat seren taun Pemerintah kabupaten Kuningan berhasil meningkatkan jumlah kunjungan pariwisata ke kabupaten Kuningan. Seperti yang dilansir dari Kompas berikut ini :

Kompas – “Berdasarkan badan pusat statistik kabupaten kuningan, saat ini tiap tahunnya terdapat lebih dari tiga juta wisatawan mengunjungi kuningan, jumlah ini melonjak dibandingkan pada tahun 2011 sekitar satu juta wisatawan.”
(<https://www.pressreader.com/indonesia/kompas/20170917/281487866520930>)

Berita diatas menunjukkan bahwa tingkat pengunjung wisata kabupaten kuningan meningkat dari sekitar satu juta wisatawan di tahun 2011 menjadi tiga juta wisatawan pertahun. Hal ini tentunya tidak mudah dilakukan, perlu adanya perencanaan dan pengelolaan wisata dan juga pengadaan acara yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kuningan.

Upacara adat seren taun yang merupakan upacara adat yang masih dilestarikan ini menarik minat masyarakat banyak dan juga mampu menyesuaikan dengan perkembangan zaman, sehingga dirasa menarik untuk diteliti mengenai bagaimana perencanaan dan penyelenggaraan acara yang dilakukan dalam pelaksanaan Upacara adat Seren Taun

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara langsung dan mendalam mengenai objek yang diteliti. Metode deskriptif yang digambarkan pada konteks penelitian diatas mendasari keinginan peneliti untuk mendeskripsikan mengenai Manajemen *Special Event* Upacara Adat Seren Taun dengan tidak mengurangi dan

merubah data yang ada dengan peneliti sebagai instrumen utama penelitian, data dan informasi yang diperoleh dari narasumber dan didukung dokumen sesuai penelitian lapangan.

1.2 Perumusan dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah untuk membatasi wilayah penelitian, yaitu :

1. Bagaimana tahapan *pra-event* dalam pelaksanaan *special event* upacara adat Seren Taun oleh pemeritah kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana tahap koordinasi dalam pelaksanaan *special event* upcara adat Seren Taun oleh pemeritah kabupaten Kuningan?
3. Bagaimana tahap evaluasi dalam manajemen *special event* upacara adat Seren Taun oleh pemeritah kabupaten Kuningan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menghasilkan data kualitatif melalui studi deskriptif dalam meneliti Manajemen *Special Event* Upacara Adat Seren Taun Pemerintah Kabupaten Kuningan. Tujuan penelitian ini meliputi :

1. Untuk menggambarkan bagaimana kegiatan *pra-event* dalam pelaksanaan *special event* upacara adat Seren Taun oleh pemeritah kabupaten Kuningan?
2. Untuk menggambarkan bagaimana tahap koordinasi dalam pelaksanaan *special event* upcara adat Seren Taun oleh pemeritah kabupaten Kuningan?

3. Untuk menggambarkan bagaimana tahap evaluasi dalam manajemen *special event* upacara adat Seren Taun oleh pemerintah kabupaten Kuningan?

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan serta kajian baru dalam penerapan Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi, literatur, inspirasi, atau dasar pijakan bagi penelitian yang lebih lanjut.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manajemen *special event* upacara adat seren taun oleh pemerintah kabupaten kuningan sebagai salah satu kegiatan budaya yang mendunia sehingga dapat memperkaya studi-studi dan data mengenai manajemen *special event* bagi bidang kajian *public relations* yang berlandaskan studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan serta dapat dijadikan rujukan dalam mengaplikasikan manajemen *special event* bagi pemerintah kabupaten kuningan untuk melaksanakan kegiatan *special event* upacara adat seren taun atau bahkan acara *special event* lainnya.

1.5 Landasan Pemikiran

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini diawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki ketertkaitan serta relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan agar peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Kesatu, penelitian yang dilakukan oleh MF Dinda Feraranti A, Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Penelitian ini berjudul Manajemen *Special Event* (Kasus : Perayaan Ulang Tahun Lembaga Indonesia Perancis ke-35) dan dilakukan pada tahun 2011. Hasil penelitian yang dilakukan adalah bahwa PR LIP menjalankan keempat tahapan manajemen *special event* tersebut walaupun nama pada setiap tahapan tidak sama dengan teori. Manajemen *special event* pada perayaan ulang tahun LIP ke-35 bersifat praktis dan bukan teoritis, jadi pada setiap tahapan tidak dilakukan secara mendalam dan hanya yang dianggap penting dan dibutuhkan saja. Pada dasarnya, setiap *special event* yang terselenggara merupakan manifestasi ke arah tujuan jangka panjang sebuah organisasi. Perbedaan penelitian MF Dinda Feraranti A dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah objek penelitian yang diambil. Dimana MF Dinda Feraranti, menjadikan Perayaan Ulang Tahun Lembaga Indonesia Perancis sebagai objek penelitian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengambil

objek Upacara adat seren teun oleh pemerintah kabupaten kuningan sebagai bahan penelitian.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Johan Saputro, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini berjudul *Perencanaan Event Management Festival Kesenian Yogyakarta sebagai Media Komunikasi Identitas Yogyakarta*, penelitian ini dilakukan pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang event managemen festival kesenian Yogyakarta, dimana hasil dari penelitian yang dilakukan adalah bahwa Pengimplementasian tahapan *managemen event* dalam Festival Kesenian Yogyakarta telah dilakukan, namun masih kurang maksimal. Dimana tahapan perencanaan dan juga persiapan dilakukan dalam waktu singkat dan kurang mendalam.

Penelitian yang dilakukan Johan Saputro dengan yang peneliti lakukan memiliki beberapa perbedaan, diantaranya penggunaan teori mengenai event sebagai media komunikasi yang dipakai oleh johan saputro dalam penelitiannya.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dwina Astrina Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Unversitas Sumatera Utara. Dimana judul penelitiannya adalah "*Special Event dan Product Knowledge (Studi Korelasional Event "Pocari Sweat Conference" Terhadap Product Knowledge Peserta Di Kota Medan)*", penelitian ini dilakukan pada tahun 2013. Penelitian ini menggunakan Teori Public Relations, Teori Special Event dan Teori Product Knowledge. Metode yang

digunakan adalah studi korelasional. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tabel tunggal, analisis tabel silang dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data Terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara Special Event "Pocari Sweat Conference" terhadap Product Knowledge Peserta di Kota Medan" dengan angka korelasi sebesar 0,337 dan nilai tabel signifikansi 0,25, dimana lebih kecil dari 0,05. Jadi, hasil yang diperoleh pada penelitian ini bahwa hubungan kedua variabel adalah signifikan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Dwina Astrina dengan yang peneliti lakukan adalah, bahwa penelitian yang dilakukan oleh Dwina Astrina menggunakan pendekatan kualitatif untuk melihat hubungan antara *special event* dengan *product knowledge*.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Nugroho Ajie Hartono, Susanne Dida, dan Hanny Hafiar Mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran dengan judul penelitian Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan special event yang dilakukan Lovepink Indonesia dalam menyelenggarakan Jakarta Goes Pink 2015 untuk meningkatkan kesadaran. Penelitian ini menggunakan Event Management Process Joe Goldblatt sebagai landasan konsep.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi

partisipan pasif, dan studi kepustakaan, dengan teknik pengumpulan key informan purposive sampling. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa manajemen special event Jakarta Goes Pink dikategorikan dalam riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Riset yang dilakukan meliputi analisis situasi terkait kesadaran masyarakat Indonesia tentang kanker payudara, hasil riset menyatakan bahwa kesadaran masih rendah, terutama dibandingkan dengan aktivitas Pink Ribbon diluar negeri dan evaluasi acara tahun sebelumnya.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho Ajie Hartono, Susanne Dida, dan Hanny Hafiar dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah bahwa dalam penelitian yang dilakukan Nugroho Ajie Hartono, Susanne Dida, dan Hanny Hafiar juga membahas mengenai kampanye yang dilakukan dalam event yang dilaksanakan. Dimana dalam kegiatan Jakarta *Goes Pink* Oleh Lovepink Indonesia ini didalamnya terdapat kampanye mengenai kanker payudara di Indonesia.

Kelima, Dewi Erlina Syahlindra Rahmat, Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, penelitian yang berjudul Evaluasi Special Events Periodik Lenmarc Mall 2013 ini dilakukan untuk mengetahui hasil evaluasi dari pelaksanaan special events yang dilakukan secara berkesinambungan oleh Marketing Public Relations Lenmarc Mall. Penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan menggabungkan berbagai sumber data. Hasil dari penelitian ini adalah setiap special events memiliki jangka waktu yang berbeda pada setiap tahapan, dan juga setiap

special events memiliki kelemahan pada bagian riset dimana mempengaruhi tahapan selanjutnya dan juga bagian evaluasi yang berpengaruh pada kesuksesan special events berikutnya, tetapi secara keseluruhan special events yang diadakan sudah dapat memenuhi tujuan perusahaan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Erlina Syahlindra Rahmat dengan yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus penelitian, dimana penelitian Dewi Erlina Syahlindra Rahmat memfokuskan pada hasil evaluasi dari special event yang dilaksanakan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memfokuskan pada siklus *special event* secara keseluruhan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan dilaksanakan	Perbedaan dengan Penelitian yang akan dilaksanakan
MF Dinda Feraranti A, Mahasiswa Progra m Studi Ilmu Komun ikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Univers	Manajemen <i>Special Event</i> (Kasus : Perayaan Ulang Tahun Lembaga Indonesia Perancis ke-35)	Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif	Hasil penelitian yang dilakukan adalah bahwa PR LIP menjalankan keempat tahapan manajemen <i>special event</i> tersebut walaupun nama pada setiap tahapan tidak sama dengan teori.	Penelitian ini memberikan sumbangsih pemikiran positif bahwa judul yang diambil layak untuk diteliti mengingat penelitian ini memiliki judul yang sama namun dapat dilihat dari hasil penelitian bahwa secara aplikatif teori yang ada tidak sepenuhnya	Perbedaan penelitan MF Dinda Feraranti A dengan penelitan yang dilakukan peneliti adalah objek penelitian yang diambil

itas Atma Jaya Yogyak arta				sama dengan yang ada di lapangan	
Johan Saputro , Mahasi swa Ilmu Komun ikasi Univers itas Islam Negri Sunan Kalijag a Yogyak arta.	Perencanaa n <i>Event Manageme nt Festival Kesenian Yogyakarta</i> sebagai Media Komunikas i Identitas Yogyakarta	Penelitian ini menggunak an metode deskriptif dengan metode kualitatif.	Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah bahwa Pengimplement asian tahapan <i>managemen event</i> dalam Festival Kesenian Yogyakarta telah dilakukan, namun masih kurang maksimal. Dimana tahapan perencanaan dan juga persiapan dilakukan dalam waktu singkat dan kurang mendalam.	Dalam penelitia terdahulu ini memiliki sumbangsih pemikiran yang positive mengenai managemen special event yang dalam aplikasinya masih kurang maksimal	Penelitian yang dilakukan Johan Saputro dengan yang peneliti lakukan memiliki beberapa perbedaan, diantaranya penggunaan teori mengenai event sebagai media komunikasi yang dipakai oleh johan saputro dalam penelitianny a.
Dwina Astrina Mahasi swi Ilmu Komun ikasi Fakulta s Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Unversi	<i>Special Event dan Product Knowledge</i> (Studi Korelasion al Event "Pocari Sweat Conference " Terhadap <i>Product Knowledge</i> Peserta Di	Penelitian ini menggunak an metode penelitian korelatif dengan pendekatan kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data Terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara Special Event "Pocari Sweat Conference" terhadap Product	Dalam penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih pemikiran positive serta pemahaman baru mengenai korelasi atau hubungan <i>special event</i> dengan <i>product knowledge</i>	Perbedaan dengan penelitian terdahulu ini adalah dalam hal metode dan pendekatan. Dimana penelitian ini menggunaka n metode korelasional

<p>tas Sumatera Utara.</p>	<p>Kota Medan)</p>		<p>Knowledge Peserta di Kota Medan” dengan angka korelasi sebesar 0,337 dan nilai tabel signifikansi 0,25, dimana lebih kecil dari 0,05. Jadi, hasil yang diperoleh pada penelitian ini bahwa hubungan kedua variabel adalah signifikan.</p>		<p>dengan pendekatan kuantitatif.</p>
<p>Nugroho Ajie Hartono, Susanne Dida, dan Hanny Hafiar Mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran</p>	<p>Pelaksanaan Kegiatan Special Event Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis data kualitatif.</p>	<p>Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa manajemen special event Jakarta Goes Pink dikategorikan dalam riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Riset yang dilakukan meliputi analisis situasi terkait kesadaran masyarakat Indonesia tentang kanker payudara, hasil riset menyatakan</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsi pemikiran yang positive mengenai tahapan manajemen event yang memiliki tujuan kampanye kepedulian sosial.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan Nugroho Ajie Hartono, Susanne Dida, dan Hanny Hafiar juga membahas mengenai kampanye yang dilakukan dalam event yang dilaksanakan. Dimana dalam kegiatan Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia</p>

			<p>bahwa kesadaran masih rendah, terutama dibandingkan dengan aktivitas Pink Ribbon diluar negeri masih rendah, terutama dibandingkan dengan aktivitas Pink Ribbon diluar negeri dan evaluasi acara tahun sebelumnya.</p>		<p>ini didalamnya terdapat kampanye mengenai kanker payudara di Indonesia.</p>
<p>Dewi Erlina Syahlindra Rahmat, Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya.</p>	<p>Evaluasi Special Events Periodik Lenmarc Mall 2013</p>	<p>menggunakan metode penelitian studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah setiap special events memiliki jangka waktu yang berbeda pada setiap tahapan, dan juga setiap special events memiliki kelemahan pada bagian riset dimana mempengaruhi tahapan selanjutnya dan juga bagian evaluasi yang berpengaruh pada kesuksesan special events</p>	<p>Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangsih pemikiran mengenai tahapan special event, khususnya tahap evaluasi</p>	<p>penelitian Dewi Erlina Syahlindra Rahmat memfokuskan pada hasil evaluasi dari special event yang dilaksanakan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti memfokuskan pada siklus <i>special event</i> secara keseluruhan</p>

			berikutnya, tetapi secara keseluruhan special events yang diadakan sudah dapat memenuhi tujuan perusahaan		
--	--	--	---	--	--

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

1.5.2 Landasan Konseptual

A. Manajemen *Special Event*

Menurut Shone dan Parry dalam buku “*Succesful Event Management*” (2012:3) ,*special event* meliputi semua aktivitas hidup manusia, *special events* merupakan kegiatan yang sangat besar dan kompleks. *Special events* dapat diselenggarakan mulai dari jenis *event* perorangan yang sederhana dan kecil seperti pesta ulang tahun atau pesta pernikahan sampai dengan *events* yang besar. Karena jenis kegiatannya, maka setiap *events* yang memiliki kekhasan tersendiri dari *event* dapat mendukung terselenggaranya *special events*.

Sedangkan pendapat Goldblatt (2001:3) mengenai *special events* adalah,

“a special event recognices a unique moment in time with ceremony and ritual to satisfy specific needs.”

Arti dari definisi tersebut bisa dikatakan bahwa *special event* memberikan sebuah moment unik yang tidak terlupakan dengan maksud untuk memberikan kepuasan pada pengunjung.

Getz (2004:3) juga mengungkapkan bahwa,

“a special event is an opportunity for a leisure, social or cultural experience outside the normal range of choices beyond everyday experience.”

Arti dari definisi tersebut adalah, *special event* adalah sebuah kesempatan atau sebuah peluang untuk sebuah *event* sosial atau pengalaman baru mengenai kebudayaan, yang mana *event* tersebut memberikan kepada pengunjung sesuatu yang berbeda dari apa yang pernah didapat atau dirasakan sebelumnya.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *special event* adalah sebuah kegiatan besar dengan konsep unik yang dilakukan pada momen tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan simpati atau menarik perhatian khalayak.

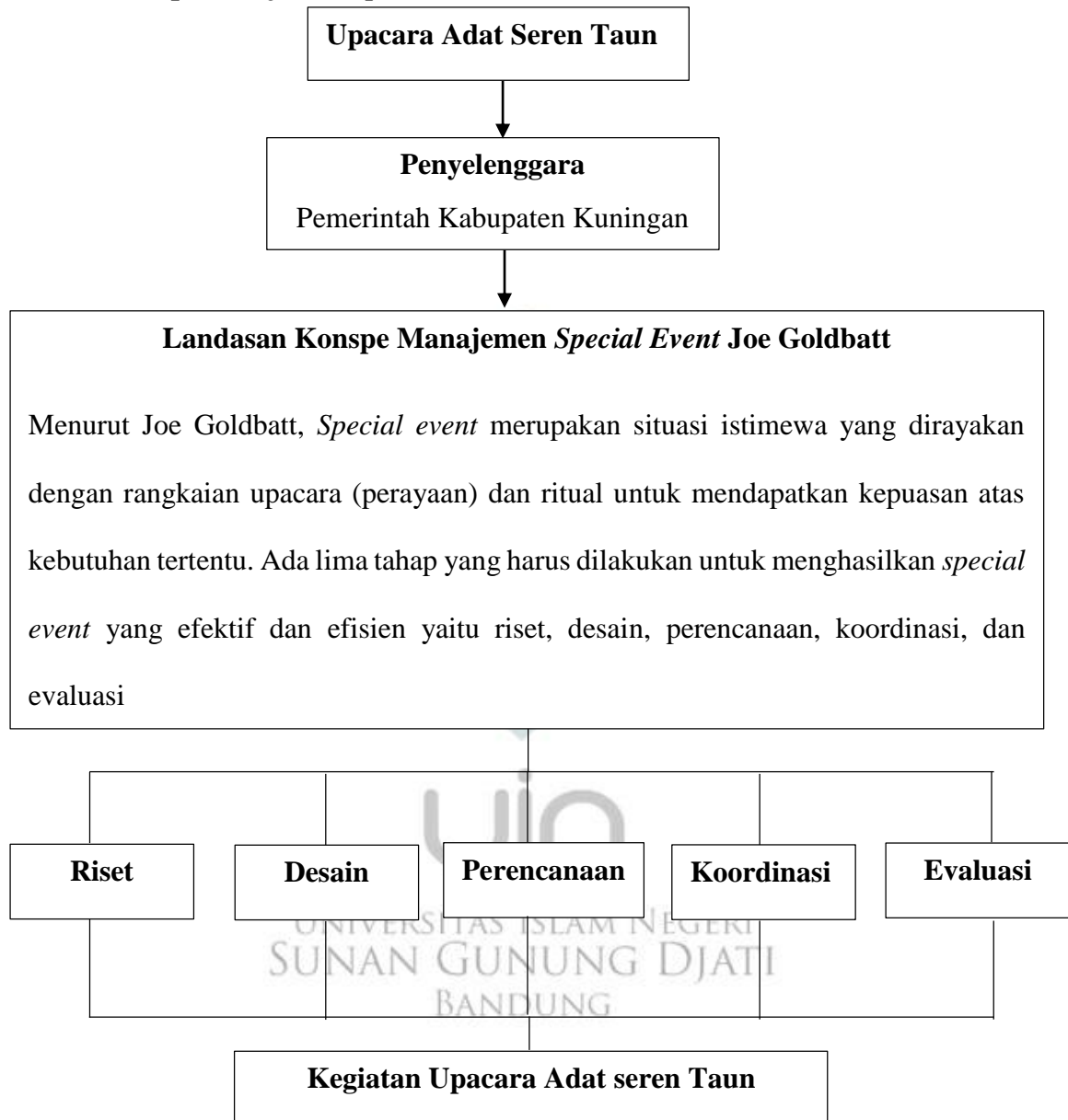
Dalam bukunya Wahyuni Pudjiastuti yang berjudul *special event* (2010) menurut Goldbatt (2010) ada 5 tahap yang harus dilakukan untuk menghasilkan special event, yaitu penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. 5 tahapan ini merupakan tahapan dalam manajemen *special event*.

1. *Research*, yaitu penelitan yang dilakukan dengan baik akan mengurangi resiko kegagalan dalam pelaksanaan *special event*, penelitian ini dilakukan untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran,

jadi mereka diharapkan tertarik untuk hadir pada ajang atau acara yang diadakan.

2. *Design*, yaitu ajang khusus yang spektakuler memerlukan kreativitas yang luar biasa dari pelaksanaannya. Kemampuan dalam merangkai dan menata area acara serta penataan latar utama acara sangat dibutuhkan guna menciptakan kesan yang mendalam bagi pengunjung.
3. *Planning*, dilakukan setelah analisis situasi dilakukan bersamaan dengan desain. Dua tahapan ini seharusnya dilakukan paling lama dibandingkan tahapan lainnya, mengingat banyak yang harus direncanakan secara hati-hati dan mendalam, sehingga seringkali terjadi pengurangan atau penambahan acara disesuaikan dengan sumber daya yang ada.
4. *Coordinating*, dalam special event dibutuhkan berbagai macam keahlian dari berbagai sumber daya manusia yang ada, dimana perbedaan pandangan dan pemikiran harus dikoordinasikan menjadi satu agar special event dapat terlaksana dengan sukses.
5. *Evaluating*, pada dasarnya setiap acara harus dievaluasi untuk melihat tingkat keberhasilan acara yang telah dilakukan. Tahap evaluasi berguna untuk melihat kekurangan dan kelebihan cara sebagai bahan informasi tambahan untuk pelaksanaan acara kedepannya.

B. Konsep Manajemen *Special Event*



Gambar 1.1
Bagan Konsep Manajemen *Special Event*

1.6 Langkah Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Sugiyono dalam bukunya *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2011:2-3) menjelaskan bahwa metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat tiga kata kunci yang perlu diperhatikan yakni, Cara Ilmiah, Data, dan Kegunaan.

Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Data yang diperoleh dari penelitian adalah data yang empiris yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid. Metode adalah suatu prosedur untuk melakukan sesuatu melalui langkah-langkah yang sistematis. Sedangkan metodologi merupakan pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Jadi metodologi penelitian adalah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian.

Metode atau jenis studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dimana penelitian deskriptif ini hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari tahu atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat 2009 : 24)

Penelitian deskriptif ini ditujukan untuk : (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek – praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan yang akan datang. (Rakhmat 2009 : 25)

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. (Denzin & Lincoln dalam Creswell, 2014: 58) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu aktivitas berlokasi yang menempatkan peneliti di dunia. Penelitian kualitatif terdiri dari serangkaian praktik penafsiran material yang membuat dunia menjadi terlihat. Praktik-praktik ini mentransformasikan dunia. Sugiyono (2012:3) menyatakan dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan.

Sugiyono juga menambahkan bahwa pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, yaitu suatu data yang mengandung makna. Makna tersebut merupakan data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Itulah mengapa dalam kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi pada makna. Mengacu pada pandangan Patton, Poerwandari dalam Herdiansyah (2012:13) mengemukakan ciri-ciri penelitian kualitatif, yaitu:

“(1) studi dalam situasi ilmiah; (2) analisis induktif; (3) kontak personal langsung peneliti di lapangan; (4) perspektif holistic; (5) perspektif dinamis; (6) orientasi pada kasus unik; (7) netralitas empatik; (8) fleksibilitas rancangan; (9) peneliti sebagai instrument kunci.”

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme dalam Salim (2006:71-72) menempatkan pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atas ilmu pengetahuan. Realitas tersebut merupakan hasil konstruksi manusia yang didasarkan pada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung pada pihak yang

melakukannya. Oleh karena itu, realitas yang dihadapi seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang.

Paradigma konstruktivisme juga bersifat reflektif dan dialektikal, artinya terjadi empati dan interaksi antara peneliti dan subjek yang diteliti untuk merekonstruksikan realitas yang ada. Penelitian pun terjalin melalui observasi dan wawancara, sehingga terjadi interaksi antara peneliti dan narasumber.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti memilih pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif serta penerapan paradigma konstruktivisme untuk membuat pemaparan, gambaran, faktual dan akurat mengenai sebuah fakta – fakta, sifat – sifat, situasi kondisi atau sebuah fenomena dengan menggunakan kata – kata atau berupa data baik itu tulisan atau lisan dari informan untuk mengetahui tahapan manajemen *special event* upacara adat seren taun Kabupaten Kuningan, kemudian penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karena peneliti berusaha untuk tidak memanipulasi data, melainkan melakukan studi dalam situasi dimana fenomena tersebut terjadi dan kemudian dilihat dalam konteks alamiah atau apa adanya dan dapat terkonstruksikan secara jelas.

1.6.2 Sumber dan Jenis Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penelitian, artinya penelitian tidak akan sempurna tanpa data, dan data dipergunakan dalam suatu penelitian merupakan data yang benar. Secara umum, kegunaan data dalam penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui dan memperoleh gambaran tentang sesuatu keadaan atau permasalahan yang dihadapi oleh peneliti.
2. Sebagai dasar untuk mengambil keputusan atau pemecahan suatu persoalan tertentu yang dihadapi.
3. Sebagai dasar utama untuk penyusunan suatu perencanaan kerja dalam rangka memecahkan masalah.
4. Sebagai alat kontrol dalam pelaksanaan suatu perencanaan, biasanya memerlukan data masa lampau, sekarang dan yang akan datang. Dapat juga berupa ramalan (*forecasting*) dimasa mendatang. Dan ramalan tersebut mengandung unsure ketidakpastian (*uncertainty*). Maka kontrol yang dilaksanakan bertujuan untuk menghilangkan adanya kesalahan dalam pelaksanaan melalui tindakan koreksi.
5. Sebagai dasar untuk evaluasi, baik bersifat kualitatif, maupun kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif, sedangkan sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis :
 - a). Data Primer (*Primary Data*)

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, organisasi. Peneliti akan menggunakan sumber data Primer dalam setiap pengambilan data, bahwasanya peneliti akan berusaha mencari sumber data yang asli berasal dari objek penelitian sesuai dengan yang telah dijelaskan di atas.

b). Data Sekunder (*Secondary Data*)

Memperoleh data dalam bentuk sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Data Sekunder pada penelitian ini akan digunakan sebagai data penunjang sebagai penguat data pada saat penyajian analisis hasil wawancara yang dilaksanakan oleh penulis kepada objek penelitian.

Narasumber yang menjadi sumber rujukan pertama dan utama pada penelitian ini yaitu pegawai pemerintah kabupaten kuningan serta para staf dan juga warga kampung adat cigugur yang dianggap memiliki kepentingan dan terjun langsung baik itu untuk perencanaan, pengelolaan dan penanganan pada upacara adat seren taun.

1.6.3 Teknik Pemilihan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong 2007: 132). Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, pemilihan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Purposive sampling termasuk satu dari beberapa jenis pengambilan sampel nonprobabilitas, karena peneliti tidak bertujuan untuk menggeneralisasikan temuan penelitian. (Mulyana, 2008:187). Penentuan *informan* dalam penelitian ini ditentukan dengan syarat sebagai berikut :

- a) *Informan* adalah bagian dari Pemerintah Kabupaten Kuningan Peneliti menentukan kriteria ini dengan alasan bahwa *informan* merupakan individu yang berhubungan langsung dalam kegiatan manajemen *Special Event* Upacara Adat Seren Taun
- b) *Informan* merupakan pegawai aktif Pemerintah Kabupaten Kuningan, terutama kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan pemerintah kabupaten kuningan yang telah mengetahui proses pelaksanaan acara Seren Taun Kabupaten Kuningan.
- c) *Informan* adalah warga adat cigugur yang merupakan bagian dari penyelenggara dilaksanakannya upacara adat seren taun cigugur kuningan

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dipergunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

- a). Wawancara Mendalam (*Indept Interview*)

Adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong 2007:186). Wawancara ini dimaksudkan untuk memverifikasikan, mengubah dan memperluas pemikiran yang dikembangkan peneliti sebagai pengumpulan data. Wawancara yang akan dilakukan secara terstruktur bertujuan mencari data yang mudah dikualifikasi, digolongkan, dan diklasifikasikan, pada saat peneliti telah mendapatkan jawaban atas penelitian

yang dimaksud, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan untuk di ajukan kepada seluruh informan yang telah di kelompokkan oleh penulis, Dalam pelaksanaan wawancara ini peneliti akan melaksanakan wawancara sekurang kurangnya kepada empat informan yang berada di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan, Internal pemerintahan, Atau pengurus paguyuban yang mengetahui proses dan tahapan pelaksanaan acara Upacara Adat Seren Taun.

b). Observasi Partisipasi Pasif

Sugiyono (2012:227) menggolongka observasi partisipasi ke dalam empat golongan yaitu, Partisipasi Pasif, Partisipasi Moderat, observasi yang terus terang dan tersamar, Observasi yang lengkap. Partisipasi Pasif (*Passive Participations*) means in the reserch is presebt at the scene of actio but does not interact or participan, dapat diartikan observasi partisipasi pasif adalah sebuah observasi kegiatan yang akan di amati namun peneliti tidak terlibat dalam perencanaan, pengelolaan, penanganan langsung mengenai Manajemen *Special Event* Upacara Adata Seren Taun.

Peneliti akan melaksanakan kegiatan observasi Partisipasi pasif berupa pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang nyata dan jelas mengenai Manajemen *Special Event* Upacara adat Seren Taun Kabupaten Kuningan. Jenis observasi yang dilakukan penulis adalah observasi tidak langsung, dimana peneliti hanya sewaktu-waktu saja meninjau lokasi penelitian.

c). *Internet Searching*

Adalah suatu cara pencarian menggunakan fasilitas elektronik yang dikenal dengan nama internet. Internet ini dijalankan melalui browser untuk mencari informasi yang diinginkan. *Internet Searching* menampung database dari situs-situs seluruh dunia yang jumlahnya milyaran halaman. Cara penggunaannya sangat mudah, hanya dengan memasukkan kata kunci maka *Internet Searching* akan melakukan pencarian dan menampilkan beberapa pranala situs yang disertai dengan keterangan singkat mengenai suatu informasi. Peneliti akan melihat hasil publikasi dan informasi yang telah tersebar luas di internet mengenai upacara adat seren taun sebagai bahan pendukung dan informasi tambahan dalam melakukan penelitian.

1.6.5 Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses pengorganisasian dan pengurutan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesa kerja (Moleong, 1990: 103).

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, gambar, foto dan sebagainya. Setelah dibaca, dipelajari dan ditelaah, maka langkah-langkah selanjutnya adalah:

- a). Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari

catatan-catatan lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus selama penelitian berlangsung. Memilah dan memilih data yang sesuai dengan fokus penelitian sehingga data yang telah direduksi memberikan gambaran hasil penelitian.

b). Triangulasi data yaitu data yang sudah didapatkan dari responden ditanyakan dan dicek lagi kepada responden yang lain untuk menyesuaikan data-data yang telah dikumpulkan agar keabsahan data bisa didapatkan.

c). Penyajian data yaitu penyajian sekumpulan informasi yang tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

d). Menarik kesimpulan yaitu dari permulaan pengumpulan data telah dimulai mencari arti, pola, penjelasan dan sebab akibat. Sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan yang pada mulanya belum jelas kemudian menjadi lebih terperinci dan mengakar dengan kokoh.

1.6.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan yang beralamatkan di Jalan Sukamulya No 6 Cigugur – Kuningan. Lokasi penelitian ini diambil berdasarkan objek penelitian yang dikaji.

No	Daftar Kegiatan	Desember 2017	Januari 2017	Februari 2017	Maret 2017	April 2018	Mei 2018	Juni 2018	Juli 2018
1	Tahapan Pertama : Observasi lapangan dan Pengumpulan Data								
	Pengumpulan Data Proposal Penelitian								
	Penyusunan Proposal Penelitian								
	Bimbingan Proposal Penelitian								
	Revisi Proposal Penelitian								
2	Tahap Kedua : Usulan Penelitian								
	Sidang Usulan Penelitian								
	Revisi Usulan Penelitian								
3	Tahap Ketiga : Penyusunan Skripsi								
	Pelaksanaan Penelitian								
	Analisis dan Pengolahan Data								
	Penulisan Laporan								
	Bimbingan Skripsi								
4	Tahap Keempat : Sidang Skripsi								
	Bimbingan Akhir Skripsi								
	Sidang Skripsi								
	Revisi Skripsi								

Tabel 1.2.
Rencana Jadwal Penelitian