

Public Relations Event Analisis Pada Kegiatan Workshop Kerajinan Bambu Saung Angklung Udjo

Ellena Fitri Aulia¹, Dasrun Hidayat², Purwadhi³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Desain

Program Pascasarjana Manajemen

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya Jl. Terusan Sekolah No. 1-2, Cicaheum, Bandung

Email: ellenaftr@gmail.com

ABSTRAK

Dalam menjaga kelestarian budaya tentunya harus ada kegiatan yang dapat dilakukan untuk menjaga ketahanan budaya. Seperti yang dilakukan oleh Saung Angklung Udjo (SAU), dimana membuat kegiatan *workshop* kerajinan bambu yang merupakan bagian dari *Public Relations event*. Kegiatan *workshop* tersebut adalah upaya pelestarian budaya khususnya kesenian angklung yang dilakukan oleh Saung Angklung Udjo (SAU). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui rancangan program kegiatan *workshop* kerajinan bambu, yang dimana kegiatan tersebut akan meregenerasi bibit-bibit calon seniman angklung. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan studi etnografi PR. Studi ini digunakan bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi PR yang dilakukan oleh pelaksana kegiatan *workshop* yaitu pengelola dan pemateri *workshop* dengan pegunjung atau para peserta *workshop*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya tahapan-tahapan dari program kegiatan *workshop*, mulai dari tahapan analisis persiapan, tahapan strategi, implementasi, hingga kepada dukungan masyarakat dan membangun reputasi. Penelitian ini menggunakan model yang relevan yaitu model *The IPPAR (Insight, Program Strategic, Program Implementation, Action and Reputation)*. Dalam menjalankan kegiatan dan membangun reputasinya, SAU memiliki prinsip atau nilai-nilai dasar yaitu UDJO merupakan singkatan dari Ulet, Disiplin, Jujur, dan Optimis. Selain itu juga, dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar loyalitas dan reputasi tetap terjaga.

Kata Kunci: *Public Relations Event; The IPPAR Model; Pelestarian Budaya; Saung Angklung Udjo*

ABSTRACT

In preserving culture, of course, there must be activities that can be done to maintain cultural resilience. As was done by Saung Angklung Udjo (SAU), which made a bamboo craft workshop which was part of the Public Relations event. The workshop activity is an effort to preserve culture carried out by Saung Angklung Udjo (SAU). The purpose of this study was to determine the design of the bamboo craft workshop program, which would regenerate the seeds of prospective angklung artists. This research uses qualitative research with PR ethnographic study. This study aims to determine the PR communication behavior carried out by the organizers of the workshop activities, namely workshop managers and presenters with visitors or workshop participants. The results of this study indicate that there are stages of the workshop activity program, starting from the preparation analysis stage, strategy stage, implementation, community support, to building reputation. This study uses a relevant model, namely the IPPAR model (Insight, Strategic Program, Program Implementation, Action and Reputation). In carrying out its activities and building its reputation, SAU has basic principles or values, namely UDJO stands for Tenacious, Disciplined, Honest, and Optimistic. In addition, by providing the best possible service so that loyalty and reputation are maintained.

Keywords: *Public Relations Events; The IPPAR Model; Cultural Preservation; Saung Angklung Udjo*

PENDAHULUAN

Pelestarian budaya merupakan suatu hal yang bertujuan untuk menjaga atau mencegah dari suatu hal yang menyebabkan kehancuran

sebuah budaya. Pengetahuan tentang pentingnya melestarikan budaya perlu tersalurkan. Hal tersebut agar budaya daerah berkembang, untuk mengukur dan mengasah

keterampilan akan budaya daerah, serta untuk mengembalikan kecintaan terhadap budaya tradisional.

Event dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau *moment* yang sengaja dibuat untuk suatu hal. *Event* merupakan media yang menjadi penghubung antara komunikator dengan komunikan yang didalamnya ada maksud dan tujuan yang ingin disampaikan dari sebuah perusahaan kepada publik (Lestari, 2021). *Event* menjadi suatu hal yang bertumbuh secara pesat dan tentunya menyita perhatian masyarakat luas (Wijaya, 2020). Dalam menjaga kelestarian budaya, tentunya harus ada kegiatan yang dibuat secara terencana dan tersusun. Kegiatan tersebut berupa *event*, *event* dapat dikatakan sebagai salah satu program kegiatan *Public Relations* yang dapat dilakukan sebagai langkah untuk mendekatkan suatu perusahaan dengan pengunjungnya (Dewi, Mutia; Runyke, 2013).

Event yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) hendaklah memberikan dampak pada pelaksanaannya. Dampak yang dimaksud adalah dampak terhadap lingkungan, sosial budaya, pariwisata, ekonomi, dan politik (Lestari, 2021). Warisan budaya dirasa sangat penting untuk meregenerasi budaya itu sendiri, serta untuk pengetahuan dan keterampilan yang dapat ditularkan ke generasi bangsa selanjutnya.

Demikian pula kegiatan *workshop* kerajinan bambu yang merupakan bagian dari *Public Relations event*. Kegiatan *workshop* tersebut adalah upaya pelestarian budaya yang dilakukan oleh Saung Angklung Udjo (SAU). Kegiatan tersebut dibuat oleh Saung Angklung Udjo berkaitannya dengan tujuan *Public Relations event* yang berdampak dari segi sosial budaya. Yang dimana haruslah mampu menciptakan *mutual understanding* dan menciptakan budaya yang diteruskan.

Workshop atau lokakarya dapat diartikan sebagai kegiatan dimana yang didalamnya terdapat beberapa orang yang berkumpul untuk melakukan pembahasan yang mendalam, memecahkan suatu masalah tertentu dan mencari solusinya (Ropiani, 2020). Dari kegiatan *workshop* diberikan pengajaran atau pelatihan kepada peserta mengenai teori dan praktik dari suatu bidang dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah tertentu serta dapat memberikan pengalaman bagi pesertanya. Tujuan lain dari kegiatan *workshop* yakni dapat bermanfaat sebagai penambah kualifikasi profesi seseorang sesuai dengan bidangnya. Seperti tujuan dari *workshop* kerajinan bambu yaitu sebagai penambah kualifikasi calon seniman angklung, mulai dari pengetahuan, keterampilan membuat dan merangkai angklung, hingga memainkan angklung.

Keterampilan dalam angklung bukanlah sebuah keterampilan yang mudah,

tentunya harus ada pelatihan. Secara umum, makna dari keterampilan yakni suatu kemampuan dalam melakukan suatu hal dengan baik dan benar. Secara teori, keterampilan merupakan usaha menggunakan kemampuan berfikir saat melakukan, mengubah atau mendekati sesuatu sehingga dapat menghasilkan nilai dari hasil pekerjaan (Kusumawardani & Aulia, 2020). Seseorang akan terampil dan mahir dalam melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan, jika ia terlatih dan terbiasa melakukan aktivitas tersebut. Keterampilan sendiri dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu *functional skills* (keterampilan fungsional), *self-management skills* (keterampilan manajemen diri), dan *special knowledge skills* (keterampilan pengetahuan khusus) (Indriayu, 2022).

Selain keterampilan dalam memainkan angklung, keterampilan dalam membuat atau merangkai angklung juga dibutuhkan untuk meregenerasi calon seniman angklung. Pada mulanya masyarakat hanya mengenal angklung sebagai sebuah hiburan, dan dalam pertunjukan di Saung Angklung Udjo pun hanya sebatas mencoba memainkan angklung secara bersama-sama. Serta hanya mengetahui sejarah angklung hingga sepopuler saat ini. Tetapi, dengan adanya *workshop* kerajinan bambu yang diadakan oleh Saung Angklung Udjo dapat menciptakan generasi calon seniman angklung dengan tujuan untuk pelestarian warisan budaya. Hal itu

merupakan potensi yang dimiliki Saung Angklung Udjo, dan sebuah potensi tentunya harus mampu dikembangkan sebagai destinasi wisata budaya.

Angklung tentunya menjadi salah satu warisan budaya yang perlu dilestarikan. Hal-hal yang mencakup upaya-upaya pemeliharaan, perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan warisan dapat dikatakan sebagai pelestarian. Warisan budaya memiliki nilai penting bagi ilmu pengetahuan, edukasi, sejarah, dan ekonomi. Maka dengan kata lain, pelestarian merupakan kunci dalam melakukan pengelolaan warisan budaya. Dan angklung merupakan salah satu bentuk warisan budaya yang harus dijaga kelestariannya.

Dengan adanya *workshop* kerajinan bambu diharapkan dapat menjadi potensi Saung Angklung Udjo sebagai destinasi wisata budaya. Wisata budaya merupakan jenis pariwisata yang didalamnya berkaitan dengan konteks budaya atau kebudayaan yang dihasilkan oleh masyarakat di suatu daerah tertentu (Susanti, 2019). Dengan adanya destinasi wisata budaya dapat memperkaya informasi, wawasan, serta hiburan dari hasil kebudayaan bangsa.

Perancangan kegiatan *workshop* tersebut tentunya memerlukan tahapan-tahapan mengenai merumuskan latar belakang kegiatan, merumuskan strategi, tahapan implementasi, hingga kepada keberhasilan

kegiatan tersebut. Tahapan kerja tersebut sebanding dengan hasil penelitian sebelumnya, yang berkaitan dengan perencanaan program melalui strategi *IPPAR Model* yang meliputi *Insight, Program Strategic, Program Implementation, Action and Reputation* (Hidayat, D., Kuswarno, E., & Zubair, 2017). Perbedaannya adalah, hasil penelitian tersebut menemukan adanya keterkaitan antara temuan pola perilaku *Jakhu Suku* dengan konsepsi *Public Relations*, sedangkan penelitian yang saat ini dilakukan adalah tahapan proses kegiatan *workshop* dengan konsepsi *Public Relation event*. Dan persamaannya adalah menggunakan strategi *IPPAR Model* yang didalamnya meliputi *Insight, Program Strategic, Program Implementation, Action and Reputation*.

Penelitian ini bertumpu pada penelitian sebelumnya yang berjudul “Saung Angklung Udjo: Wisata dan Pelestarian Budaya”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, adanya sejarah dibalik didirikannya Saung Angklung Udjo sebagai destinasi wisata budaya yang mengenalkan hasil budaya Jawa Barat berupa kesenian, terutama musik angklung, ditampilkan melalui pertunjukkan yang dimainkan oleh anak-anak dan remaja dengan iringan musik angklung (Susanti, 2019). Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah jika penelitian tersebut memiliki tujuan penelitian lebih kepada sejarah dan

pengetahuan Saung Angklung Udjo yaitu memaparkan perjuangan Udjo Ngalagena yang menjadikan musik tradisional dikenal dan diminati oleh masyarakat dunia. Sedangkan penelitian ini lebih kepada melihat potensi yang dimiliki oleh Saung Angklung Udjo meliputi keterampilan membuat hingga memaikan angklung hingga akhirnya menghasilkan calon seniman angklung juga untuk pelestarian wisata budaya. Kegiatan tersebut tercipta melalui kegiatan *workshop* kerajinan bambu, yang merupakan salah satu bentuk *Public Relations Event*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Public Relations Event Analisis* pada Kegiatan *Workshop Kerajinan Bambu Saung Angklung Udjo*. Yang dimana *workshop* tersebut akan meregenerasi bibit-bibit calon seniman angklung. Melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi dalam pelestarian wisata budaya melalui *workshop* kerajinan bambu di Saung Angklung Udjo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif, yang dimana permasalahan berhubungan dengan sifat manusia yang secara mendasar bergantung kepada pengamatan. Paradigma yang digunakan pada penelitian ini yakni paradigma konstruktivistik. Paradigma ini

memaparkan bahwa realitas ada di dalam keberagaman bentuk konstruksi mental yang didasarkan pada bersifat lokal dan spesifik, pengalaman sosial, dan tergantung kepada pihak yang bersangkutan (Kristanto, 2018). Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dipakai pada kondisi obyek yang alamiah (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan studi etnografi PR, dimana berfokus kepada perilaku komunikasi PR untuk membangun sebuah hubungan dengan masyarakat (Hidayat, D., Kuswarno, E., & Zubair, 2017). Penelitian ini

menggunakan studi etnografi PR dengan analisis model *The IPPAR* yang meliputi *Insight, Program Strategic, Program Implementation, Action & Reputation*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengamati proses dari kegiatan komunikasi di Saung Angklung Udjo. Sedangkan wawancara untuk mendapatkan data terkait kegiatan workshop kerajinan bambu dengan melibatkan pengelola workshop, pemateri workshop, dan peserta workshop kerajinan bambu.

Tabel 1. Data Informan

Kode/Inisial	Nama		Jenis Kelamin		Jabatan/Peran
			Kelamin		
P1	Satria	Yana	Laki-laki		Asisten Direktur Bidang Operasional/Pengelola Workshop
P2	Adang		Laki-laki		Pengrajin Angklung/Pemateri Workshop
P3	Rodi		Laki-laki		Pengrajin Angklung/Pemateri Workshop
P4	Maulid		Laki-laki		Peserta Workshop
P5	Ilham Novriansah		Laki-laki		Peserta Workshop
P6	Arditya	Febri Mulyadi	Laki-laki		Peserta Workshop

Sumber: Data lapangan, 2022

Teknik analisis data yang digunakan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dan untuk menguji kredibilitas data menggunakan triangulasi data. Triangulasi data diartikan sebagai memeriksa kembali data yang telah diperoleh dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam membuat sebuah *event*, tentunya harus ada hal-hal yang perlu dirancang agar *event* tersebut dalam berjalan dengan baik sesuai harapan dan tujuan. Tahapan tersebut terdiri dari: 1) tahap analisis persiapan, 2) tahap strategi perencanaan, 3) implementasi kegiatan, 4) evaluasi kegiatan. Tahapan tersebut dipaparkan berdasarkan hasil wawancara yang telah di dapat dari informan.

Tahapan Analisis Persiapan Kegiatan *Workshop*

Tahap pertama yakni analisis persiapan berupa latar belakang kegiatan, kelebihan, kekurangan, peluang, ancaman, dan sasaran kegiatan. Analisa persiapan ini merupakan tahapan pertama pada *IPPAR Model* yaitu *Insight*. *Insight* sendiri digunakan untuk mengetahui latar belakang dari suatu kegiatan kegiatan (Hidayat, D., Kuswarno, E., & Zubair, 2017). Latar belakang disini dapat juga diartikan sebagai tujuan yang melatar belakangi diadakannya atau keinginan mengikuti kegiatan *workshop* kerajinan

bambu. Latar belakang dari diadakannya *workshop* kerajinan bambu adalah untuk menjaga warisan budaya dan merupakan bentuk implementasi dari fungsi angklung dari segi pendidikan. Hal tersebut selaras dengan pernyataan informan P1 bahwa “*diadakannya workshop agar budaya angklung itu tetap terjaga dan terwariskan. Dan kegiatan ini juga merupakan implementasi dari fungsi angklung dari segi pendidikan yang didasari 6M yaitu Mudah, Murah, Massal, Meriah, Mendidik, dan Mengajarkan.*” (Wawancara Informan P1, 22/06/2022). Jika dilihat dari sudut pandang peserta *workshop*, hal yang melatar belakangi mengikuti *workshop* adalah untuk mendapatkan wawasan baru dan kecintaannya terhadap seni. Seperti yang dinyatakan oleh Informan P5 yakni “*ingin mendapat ilmu dan wawasan baru tentang sebuah alat music dari bambu. Mengapa bambu ini bisa menjadi alat music, dan kebetulan saya juga suka seni.*” (Wawancara Informan P5, 17/07/2022). Kegiatan *event* bagi *Public Relations* tidak bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari segi materi, tetapi untuk membangun citra dan menciptakan pemahaman yang sama (Lestari, 2021). Dan sama halnya dengan Saung Angklung Udjo, kegiatan *workshop* yang diselenggarakan bukanlah untuk mendapat keuntungan secara materi, tetapi untuk menciptakan pemahaman yang sama

bahwa budaya angklung sudah mendunia dan harus dijaga dan dilestarikan.

Kelebihan dari kegiatan *workshop* tersebut adalah dapat menjadi media informasi dan bermanfaat bagi orang lain. Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan menurut Informan P2 bahwa “*Bisa menginformasikan bahwa angklung itu alat musik yang unik dan etnik yang sudah diakui UNESCO. Bisa bermanfaat bagi orang lain tentang cara bikin angklung itu gimasih gitu.*” (Wawancara Informan P2, 22/07/2022). Namun hal berbeda diungkapkan oleh Informan P4 terkait kelebihan dari suasana proses kegiatan *workshop* yang dimana pemateri memberikan pemaparan yang lengkap. Informan P4 menyatakan bahwa “*pemateri memberikan pemaparan lengkap dan penyampaiannya menarik mudah dipahami tentang angklung dimulai dari pemilihan bambu, membuat dan merangkai angklung, hingga bagaimana merawat angklung.*” (Wawancara Informan P4, 15/07/2002). Kelebihan bisa menjadi kekuatan bagi Saung Angklung Udjo agar lebih unggul dalam melakukan kegiatan *event*, terutama *Public Relations event*. Kelebihan merupakan keunggulan atau nilai lebih yang terdapat didalam sebuah organisasi (Fatimah, 2020). Dari kelebihan tersebut, dapat meminimalisir kekurangan dan ancaman yang akan atau sedang terjadi.

Selain kelebihan, tentunya kegiatan *workshop* juga memiliki kekurangan atau kelemahan ,yaitu dari segi keamanan dan waktu serta kurangnya minatnya anak muda akan budaya. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Informan P5 dan P6. Informan P5 memaparkan bahwa “*Kekurangan dari segi keamanannya, takutnya kan keserut atau megang pisaunya kurang bener atau gimana, terus sama dari segi waktu juga yang kurang.*” (Wawancara Informan P5, 17/07/2022). Dan menurut Informan P6 yaitu “*mungkin kurangnya informasi dari segi marketing kali ya, kurang ngepublikasiin gitu bahwa saung udjo itu ada kegiatan workshopnya. Terus kekurangannya juga dari kurang minat anak muda.*” (Wawancara Informan P6, 20/07/2022). Kekurangan adalah segala sesuatu yang menjadi kekurangan yang berada di dalam sebuah perusahaan (Fatimah, 2020). Kelebihan dan kekurangan dalam sebuah *event*, perlu diperhatikan oleh penyelenggara kegiatan *event*. Hal tersebut agar *event* yang diselenggarakan dan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan yang diharapkan. Perancangan sebuah *event* sebaiknya dirancang dengan sedetail mungkin secara teliti, agar bisa mencapai hasil yang diinginkan oleh penyelenggara maupun masyarakat.

Peluang yang dirasakan oleh pengelola *workshop* dimana kegiatan tersebut

dilihat secara ranah industri bahwa produksi angklung ini dirasa menjanjikan. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Informan P1 bahwa *“secara ranah industri produksi angklung ini sudah dirasa menjanjikan. Menurut SK KEMENDIKBUD tahun 1968 , dimana angklung sebagai alat music wajib bagi pendidikan musik ditingkat sekolah. Bisa dihitung berapa jumlah sekolah di Indonesia lalu kita produksi angklung.”* (Wawancara Informan P1, 22/06/2022). Namun peluang lain dari kegiatan workshop adalah dapat mengajak Kembali generasi masa kini untuk lebih mengenal budaya angklung, hal tersebut selaras dengan Informan P4 bahwa *“-Bisa mengajak kembali generasi masa kini untuk tidak hanya memainkan angklung tetapi juga mengenal lebih dalam angklung.”* (Wawancara Informna P4, 15/07/2022). Peluang merupakan suatu kondisi yang menguntungkan dan dijadikan senjata dalam memajukan suatu perusahaan (Rangkuti, 2006).

Ancaman adalah hal yang berasal dari lingkungan eksternal, yang dapat menghambat kelancaran kegiatan di dalam perusahaan (Rangkuti, 2006). Ancaman yang dirasakan oleh Saung Angklung Udjo adalah plagiarism , seperti yang diungkapkan oleh Informan P3 bahwa *“Plagiat sepertinya ya, karena banyak sekali plagiat angklung yang mengatas namakan Saung Udjo. Padahal angklung dari Saung ini ada ciri khasnya*

yaitu ada nama merknya ada tulisan Udjo dan ada tanda label nadanya.” (Wawancara Informan P3, 07/07/2022). Selain itu juga ancaman bisa timbul karena perkembangan globalisasi dan teknologi. Hal itu selaras dengan Informan P5 bahwa *kalau menurut saya mah zaman ya globalisasi, karena kan zaman berubah teknologi berkembang “* (Wawancara Informan P5, 17/07/2022). Ancaman tersebut dapat mengganggu kelancaran kegiatan workshop atau pun kegiatan operasional lainnya, namun apabila Saung Angklung Udjo dapat mengemas kegiatannya dengan baik. Maka ancaman tersebut memiliki dampak yang kecil bagi perusahaan. Setelah menentukan ancaman dari event yang akan dibuat, tentunya harus menganalisa situasi yang nantinya dapat mengubah ancaman menjadi peluang.

Analisis persiapan yang terakhir adalah terkait target sasaran dari kegiatan *workshop* kerajinan bambu adalah sasaran untuk industri pendidikan, sasaran industri pariwisata, dan sasaran industri hiburan. Pernyataan tersebut diungkapkan oleh Informan P1 bahwa *“sasaran yang pertama industri pendidikan, targetnya adalah guru dan murik. Lalu yang kedua industri pariwisata, targetnya untuk pengunjung atau wisatawan. Dan yang ketiga industri hiburan kaitannya dengan EO, stasiun tv, media. Fungsinya adalah memonetais produk2 kita, menghibur dalam bidang kesenian. Itu*

sasaran dan targetnya.” (wawancara Informan P1, 22/06/2022). Kegiatan *event* bagi *Public Relations* tidak bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari segi materi, tetapi untuk membangun citra dan menciptakan pemahaman yang sama (Lestari, 2021). Dan sama halnya dengan Saung Angklung Udjo, kegiatan *workshop* yang diselenggarakan bukanlah untuk mendapat keuntungan secara materi, tetapi untuk menciptakan pemahaman yang sama bahwa budaya angklung sudah mendunia dan harus dijaga dan dilestarikan.

Pada tahap analisis persiapan kegiatan *workshop* ini, jika dilihat dari kacamata *Public Relations event* merupakan tahapan

pertama yaitu riset. Riset berfungsi untuk menentukan kebutuhan, keinginan dan harapan dari target pasar (Utami, 2021). Dengan menentukan analisis persiapan terkait untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) hal tersebut merupakan cara sederhana dalam menentukan sebuah strategi yang akan dilakukan nantinya (Fatimah, 2020). Melalui tahapan riset atau analisis persiapan tersebut, nantinya akan menentukan strategi perencanaan yang akan dilakukan. Strategi perencanaan tersebut berisikan tema dan isi dari konten yang dibuat.

Tabel 2. Tahapan Analisis Persiapan Kegiatan *Workshop*

Informan	Pernyataan
P1	-Latar Belakang: implementasi dari fungsi angklung dari segi pendidikan -Peluang industri angklung yang menjanjikan -sasaran kegiatan sasaran industri pendidikan, industri pariwisata, dan industri hiburan
P2	- Kelebihan sebagai media informasi dan bermanfaat bagi orang lain
P3	-Ancamannya berupa plagiarism
P4	-Kelebihan materi yang diberikan pemateri lengkap dan mudah dipahami -Peluang bisa mengajak generasi muda untuk mengenal dalam angklung
P5	-Latar Belakang: untuk menambah ilmu dan wawasan baru -Kekurangan segi keamanan dan waktu -Ancaman perkembangan teknologi
P6	-kekurangan segi promosi dan minat anak muda -Proses awal menceritakan secara singkat filosofi angklung dan Saung Angklung Udjo

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Tahapan Strategi Pelaksanaan Kegiatan Workshop

Tahap selanjutnya yakni tahap perencanaan kegiatan atau strategi. Tahapan analisis persiapan yang telah ditentukan, lanjut kepada tahapan strategi perencanaan. Tahapan strategi ini berisikan pesan utama, bentuk kegiatan, dan media kegiatan. Tahapan tersebut pula jika dilihat dari kacamata penyelenggaraan *Public Relation event*, tahap ini termasuk kepada tahapan desain (rancangan) dan *planning*. Tahap rancangan berupa tahapan untuk merumuskan tema dan konten (isi) *event* yang akan dibuat. Sedangkan tahapan *planning* berupa merumuskan strategi-strategi yang nantinya akan diimplementasikan (Utami, 2021). Melalui tahapan ini, berisi pesan utama, bentuk kegiatan, dan media yang digunakan dalam kegiatan *workshop* yang diselenggarakan oleh Saung Angklung Udjo.

Pesan utama dari kegiatan *workshop* kerajinan bambu ialah informasi terkait sejarah, proses membuat angklung, dan cara merawat angklungnya. Hal tersebut sejalan dengan pemaparan Informan P3 bahwa "*Pesan utamanya berupa sejarah angklung, proses membuat, dan cara merawat angklung.*" (Wawancara Informan P3, 07/07/2022). Tak berbeda juga diungkapkan oleh peserta *workshop* dimana pesan dari kegiatan *workshop* adalah didapat tentang

proses dari awal sampai akhir bikin angklunglah. Selain itu juga terkait sejarah dan filosofi angklung. Hal tersebut selaras dengan pernyataan informan P6 bahwa "*belajar merangkainya, merawatnya juga, intinya jadi tahu tentang proses dari awal sampai akhir bikin angklunglah. Selain itu juga terkait sejarah dan filosofi angklung.*" (Wawancara Informan P6, 20/07/2022). Hal yang menjadi *point* penting dari sebuah kegiatan yakni pesan yang ingin disampaikan (Maeskina, Mega Mutia & Hidayat, 2021). Pesan dalam kegiatan *workshop* kerajinan bambu tentunya harus disampaikan dengan baik, hal tersebut agar tujuan dari kegiatan *workshop* dapat tercapai, dan tentunya dapat memberi dampak bagi peserta *workshop* dan Saung Angklung Udjo.

Masih berhubungan terkait pesan dari kegiatan *workshop* adalah keterampilan yang didapat oleh peserta *workshop*. Dimana keterampilan yang didapat adalah terampil dalam merangkai angklung, memotong bambu, terampil dalam mengecek nada. Hal tersebut diungkapkan oleh Informan P4 bahwa "*Keterampilan yang telah didapat tentunya bisa merangkai angklung, mengikat angklung, dan paham nada.*" (Wawancara Informan P4, 15/07/2022). Dari keterampilan yang didapat tersebut ternyata selaras dengan hal yang ditonjolkan oleh pemateri *workshop* yaitu membuat tabung suara, mengikat

angklong, dan memegang pisau yang benar agar tidak celaka. Pemaparan tersebut, sejalan dengan pernyataan Informan P2 bahwa “Yang lebih ditonjolkan dalam hal membuat tabung suaranya dari angklungnya. Cara untuk membuat nada tinggi atau rendah. Lalu cara mengikat angklung dan cara memegang pisau yang baik dan benar karena takutnya celaka.” (Wawancara Informan P2, 22/06/2022). Keterampilan yang di dapatkan oleh peserta workshop, tentunya sesuai untuk dapat meregenerasi bibit-bibit calon seniman angklung. Yang semula hanya mengetahui sejarahnya saja, tapi dengan kegiatan workshop kerajinan bambu dapat mengasah keterampilan membuat angklung.

Bentuk kegiatan *workshop* tersebut berupa edukasi belajar dalam membuat atau merangkai angklung, dan bukan merupakan kegiatan pelatihan atau training layaknya seleksi untuk pengrajin angklung.. Pernyataan tersebut sesuai yang diutarakan oleh Informan P3 bahwa “-Bentuknya berupa informasi terus bahan untuk belajar. bentuk kegiatannya berupa edukasi belajar merangkai angklung. tapi bukan pelatihan atau training.” (Wawancara Informan P3,07/07/2022). Namun ada tambahan bahwa kegiatan workshop tersebut berjalan secara alamiah dan sudah ada sejak 1966, pemaparan tersebut berdasarkan pernyataan dari Informan P1 bahwa “*Workshop disini sekarang itu sifatnya alamiah, tidak ada kelas khusus atau apapun*

itu bentuknya. Terkadang muncul workshop berdasarkan inisiatif pengrajin sendiri, jika dirasa butuh rekrutment. Sudah otomatisai dari 1966.” (Wawancara Informan P1, 22/06/2022). *Event* bisa diartikan juga sebagai acara, yang di dalam bentuk kegiatannya ada proses penyebaran informasi (Silviani, n.d.). Ada penyebaran informasi yang terjadi melalui kegiatan workshop kerajinan bambu. Jika dilihat dari konteks *event* budaya, kegiatan workshop ini termasuk ke dalam *art-from festival*. *Art-from festival* yakni kegiatan event yang berfokus pada seni tertentu, yang didalamnya menampilkan hasil dari sebuah seni dan adanya diskusi terkait seni tersebut (Lestari, 2021).

Kegiatan *workshop* kerajinan bambu ini sifat kegiatannya langsung, media yang digunakan sifatnya langsung bertatap muka tidak melalui virtual. Pemaparan tersebut berdasarkan pernyataan Informan P5 yaitu “-Kegiatannya secara langsung, saya datang ke Gudang produksinya.” (Wawancara Informan P5, 17/07/2022). Alasan dilakukan secara langsung karena, dalam membuat angklung harus adanya pengawasan langsung dari pengrajinnya. Seperti yang dikemukakan oleh Informan P2 yaitu “*benar, kegiatan workshop ini secara langsung tidak melalui media online. Karena belajar membuat angklung perlu pengawasan khusus apalagi pas memotong bambunya.*” (wawancara Informan P2, 22/06/2022). Media

dalam komunikasi menjadi saluran antara komunikator dengan komunikan, maka dari itu media dari kegiatan *event* harus benar-

benar diperhatikan, agar informasi atau pesan tersampaikan dengan baik (Ngalimun, 2018).

Tabel 3. Tahapan Strategi Perencanaan Kegiatan *Workshop*

Informan	Pernyataan
P1	-Bentuk kegiatannya alamiah tidak ada kelas khusus
P2	-Keterampilan yang ditonjolkan membuat tabung suara dan memegang pisau -Dilakukan secara langsung
P3	-Pesan utama berupa sejarah, proses membuat, dan merawat angklung -bentuk kegiatan berupa edukasi dan belajar merangkai angklung
P4	-Keterampilan dapat merangkai, memotong bambu, dan paham nada
P5	-Dilakukan secara langsung di Gudang produksi
P6	-Pesan utama proses membuat dan filosofi angklung

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Implementasi Kegiatan *Workshop*

Strategi yang telah disusun selanjutnya masuk ketahap realisasi kegiatan. Hal tersebut, memiliki kesamaan dengan *Model IPPAR* yaitu *Program Implementation*. Implementasi berkaitan dengan berbagai kegiatan yang diarahkan sebagai bentuk merealisasikan program (Keban, 2004). Dari analisis persiapan dan strategi yang telah ditentukan, Saung Angklung Udjo merealisasikan kegiatannya mulai dari proses awal, proses inti, proses akhir, hingga efek/dampak yang didapatkan oleh paar peserta workshop.

Proses awal dari proses kegiatan *workshop* tersebut adalah pengunjung menghubungi bagian admin untuk mendaftar

dan membayar 60 ribu perorang. Lalu dimulai dengan informasi terkait sejarah hingga merangkai sebuah angklung. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari Informan P1 bahwa “*Tahap awal Jika pengunjung ingin mengikuti kegiatan workshop bisa menghubungi admin dan membayar 60ribu. Nantinya pengunjung akan diberi informasi terkait sejarah angklung hingga merangkai 1 buah angklung.*” (wawancara Informan P1,22/06/2022). Hal tersebut juga selaras dengan pernyataan Informan P6 yaitu “*Awalnya itu ya pameri menceritakan sejarah bersdirinya Saung Udjo, lalu filosofi singkat angklung, lalu ke bikin angklungnya* (wawancara Informan P6, 20/07/2022).

Inti dari kegiatan workshop kerajinan bambu tersebut adalah merangkai angklung diperlihatkan proses membuat angklungnya dari awal hingga akhir. Hal tersebut selaras dengan yang diutarakan oleh Informan P2 bahwa “*Proses kegiatan intinya merangkai angklung ya, kita ajari dan perlihatkan mulai dari memilih jenis bambu yang akan dipakai, memotong bambu menjadi beberapa bagian.*” (Wawancara Informan P2,22/06/2022). Pernyataan tidak jauh berbeda dai Informan P5 bahwa “*Intinya itu kita disana merangkai angklung. Mencoba mengukur dan menotong bambunya.*” (Wawancara Informan P5,27/07/2022)

Selanjutnya adalah proses akhir dari kegiatan workshop yaitu berupa pengecekan nada, karena nantinya angklung tersebut akan dibawa pulang oleh pengunjung dan diskusi tambahan. Hal tersebut selaras dengan pernyataan informan P3 yaitu “*tahap akhirnya itu ya angklungnya itu dicek nadanya, pas ga suaranya, bunyi ga atau sedikit terganggu apa gimana gitu. Karena nanti kan angklung itu akan dibawa pengunjung, masa nanti angklungnya ga bunyi, maka harus di cek dulu. Terus juga kalau ada pertanyaan tambahan ya silahkan bertanya.*” (Wawancara Informan P3, 07/07/2022). Tidak jauh berbeda dengan pernyataan Informan P4 bahwa “*Kalau untuk akhir kegiatan sih paling diskusi Kembali hal yang kurang jelas.*” (Wawancara Informan

P4,15/07/2022). Karena *event* workshop ini merupakan jenis yang dimana di dalamnya ada kegiatan diskusi, maka di proses akhir pun masih adanya interaksi berupa diskusi.

Dalam mengikuti kegiatan workshop tentunya ada kesulitan yang dialami oleh para peserta, kesulitan tersebut adalah kesulitan dari menentukan nada yang pas dari setiap tabung suara angklungnya. Hal tersebut selaras dengan pernyataan Informan P5 bahwa “*kesulitannya nada-nadalah, kita harus bener pas nentuin nadanya. Karena kan pas kita mencoba memotong bambu tapi tidak sesuai kan mesti dibongkar lagi. Jadi kesulitannya itu ya di nada dan memotong bambunya.*” (Wawancara Informan P5, 17/07/2022) . Hasil tahapan implementasi di atas, merupakan tahapan dari penyelenggaraan *event* yaitu *coordinating*. Tahap ini menekankan kepada arus proses, koordinasi peserta dan pemecahan masalah jangka pendek. Panitia kegiatan mulai mengimplementasikan strategi-strategi yang telah disusun, melakukan kegiatan audiensi, komunikasi kepada publik (Utami, 2021).

Dari kegiatan workshop tersebut pula tentunya para peserta mendapatkan efek atau dampak dari kegiatan tersebut yaitu berupa ilmu, wawasan, dan materi baru tentang serba serbi angklung. Hal itu sejalan dengan pernyataan Informan P4 bahwa “*Efek atau dampak yang dirasakan setelah mengikuti workshop jadi lebih tahu banyak tentang*

budaya dimana tempat saya dilahirkan.”
(Wawancara Informan P4, 15/07/2022) Selain itu pula tentunya peserta menjadi lebih menghargai profesi seorang pengrajin, seperti yang dikemukakan oleh Informan P6 yaitu *“ya tentunya wawasan akan budaya angklung menjadi bertambah, belajar untuk menghargai pengrajin karena menjadi pengrajin bukanlah pekerjaan yang mudah, serta sedikit-sedikit bisa terampil-lah.”* (Wawancara Informan P6, 20/07/2022). Dalam komunikasi tentunya ada efek yang di

dapat komunikasi. Efek merupakan apa yang terjadi pada komunikasi sebagai penerima pesan setelah ia menerima pesan tersebut (Ngalimun, 2018). Dampak yang dirasakan oleh pengunjung dari kegiatan *workshop* kerajinan bambu tersebut adalah pengunjung mendapatkan wawasan dan ilmu baru terkait angklung, menjadi lebih mencintai budaya, dan lebih menghargai profesi pengrajin. Dari dampak tersebut, terlihat bahwa pesan yang disampaikan oleh pemateri kepada peserta sudah tersampaikan secara baik.

Tabel 4. Implementasi Kegiatan *Workshop*

Informan	Pernyataan
P1	-Tahap awal menghubungi admin dan nantinya pengunjung akan merangkai sebuah angklung
P2	-Proses intinya merangkai angklung
P3	-Proses akhir berupa cek nada dan diskusi
P4	-Proses akhir berupa diskusi -Efek yang didapat lebih tahu tentang budaya angklung
P5	-Proses inti merangkai angklung -Kesulitannya cek nada dan memotong bambu
P6	-Proses awal menceritakan secara singkat filosofi angklung dan Saung Angklung Udjo -Dampak dari kegiatan bertambah ilmu dan menghargai profesi pengrajin

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Evaluasi Kegiatan *Workshop*

Tahapan terakhir dalam merancang kegiatan yakni terkait keberhasilan atau dapat disebut juga tahap evaluasi. Tahap tersebut, memiliki kesamaan dengan *Model IPPAR*

yaitu *Action and Reputation*. Bagian terakhir dari kegiatan ini bisa disebut dengan istilah *evaluation and review* (Maeskina, Mega Mutia & Hidayat, 2021). *Action* disini memiliki artian yaitu dukungan dan respon

dari masyarakat terhadap kegiatan *workshop* kerajinan bambu. Mengevaluasi bagaimana kegiatan *workshop* tersebut bisa mendapat respon dan dukungan yang baik dari masyarakat. Evaluasi berfungsi untuk mengetahui tingkat keefektifan dari strategi yang telah direalisasikan, dan mengetahui hasil serta hambatan yang dialami (Meifilina, 2019).

Respon dan antusias dari masyarakat dirasakan cukup bagus dari masyarakat yang jauh maupun dekat. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Informan P3 bahwa *“Respon dan antusiasme cukup bagus ya. Mau dari masyarakat jauh atau yang dekat gitu. Tapi ya untuk workshop mungkin masyarakat belum tahu, hanya baru tahu kegiatan pertunjukannya saja.”* (Wawancara Informan P3,07/07/2022). Dari sisi peserta workshop pun ketika tahu Saung Angklung Udjo mengadakan kegiatan workshop merasa tertarik dan antusias. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Informan P6 bahwa *“-Respon ketika mengetahui adanya kegiatan workshop saya pribadi tertarik untuk mengikutinya karena sebagai bentuk dukungan pelestarian budaya juga.”* (Wawancara Informan P6,20/07/2022). Dalam penyelenggaraan kegiatan *event* tentunya harus mampu membuat pesertanya merasa tertarik dan mendapat pengalaman yang luar biasa, dan hal tersebut merupakan

salah satu kunci dari suksesnya sebuah *event* (Dewi, Mutia; Runyke, 2013).

Dalam hal meningkatkan dan menjaga loyalitas pengunjung, Saung Angklung Udjo mengutamakan pelayanan sebaik mungkin agar pengunjung merasa nyaman, karena pengunjung dapat menjadi *spoke person*. Pemaparan tersebut selaras dengan pernyataan Informan P1 yaitu *“Untuk menjaga loyalitas pengunjung yang kita tekankan adalah membuat pelayanan sebaik mungkin. Pengunjung harus terpuaskan, karena mereka menjadi spokesperson kemana-mana.”* (Wawancara Informan P1,22/06/2022). Pemaparan tersebut pun tak jauh berbeda dengan pemaparan Informan P2 bahwa *“bagaimana pengunjung itu setia memberi dukungan kepada Saung ini ya, dengan mengutamakan pelayanan yang ramah tentunya. Karena aspek-aspek yang ada di Saung Udjo untuk professional dalam melayani. Kalau pengunjung merasa nyaman, enaklah gitu otomatisakan loyalitas juga meningkat, atau bahkan bisa sering ke Saung.”* (wawancara Informan P2, 22/06/2022). Hal tersebut pun dirasakan oleh para peserta workshop yang dimana mereka merasa nyaman akan pelayanan yang diberikan oleh Saung Angklung Udjo. Sejalan dengan napa yang diutarakan oleh Informan P4 yaitu *“tentunya loyalitas meningkat, karena saya melihat dan merasakan sendiri bagaimana pelayanan dan ilmu yang*

diberikan oleh saung udjo.” (Wawancara Informan P4, 15/07/2022). Loyalitas pengunjung diperlukan agar sebuah usaha bisa tumbuh dan berkembang (Qomariah, 2017). *Event* menjadi hal yang penting dan sebagai media yang efektif dalam menciptakan nilai publik terhadap perusahaan. Nilai publik tersebut yakni loyalitas konsumen, dimana kegiatan *event* untuk konsumen, lalu membangun motivasi kerja dan kebanggaan, dimana *event* untuk karyawan dan membangun dukungan dari masyarakat (Utami, 2021). Kegiatan *workshop* kerajinan bambu tentunya selain sebagai sarana publisitas tentunya dijadikan sebagai bentuk menjaga hubungan dengan para peserta maupun pengunjung yang lain.

Dengan adanya penilaian publik dapat menjadi acuan bagi Saung Angklung Udjo untuk terus melakukan inovasi dan meningkatkan reputasi. Tahap ini pula masih berkaitan dengan tahap penyelenggaraan *event* yakni evaluasi. Evaluasi yakni mencangkup hasil akhir yang menjadi tolak ukur dari sebuah kegiatan (Utami, 2021). Reputasi menjadi baik atau buruk, kuat atau lemah tergantung kepada strategi dan komitmen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan program yang akan direalisasikan (Ardianto, 2009). Walaupun angklung sudah mendunia, dan Saung Angklung Udjo sudah cukup dikenal, tetapi harus ada kegiatan yang dibuat untuk ketahanan budaya.

Dalam menjalankan tugas kegiatannya dan membangun reputasinya, Saung Angklung Udjo memiliki prinsip yaitu UDJO yang berarti Ulet, Disiplin, Jujur, dan Optimis. Hal itu sejalan dengan pernyataan Informan P1 bahwa “*UDJO. Ulet, Disiplin, Jujur, dan Optimis. UDJO ini yang harus ter-deliver sebagai bentuk pertahanan reputasi. Yang SAU tekankan terkait corporate culture, yaitu identitas perusahaan. Ciri khas orang Sunda itu someah, pelayanan yang baik, dan pengunjung harus merasakan hal itu. Semua pegawai-pegawai disini harus menjaga ke profesionalan kerja. Hal-hal itu yang selalu SAU tanamkan melalui pertemuan rutin, pelatihan, dan lain-lain.*” (Wawancara Informan P1,22/07/2022). Prinsip UDJO tersebut dibangun dari sisi pelayanannya yang sesuai dengan masyarakat Sunda yaitu *Soméah*. Masyarakat Sunda memiliki filosofi hidup yakni *Soméah Hade ka Sémah*, yang memiliki arti ramah, bersikap baik, menjaga, menjamu dan membahagiakan kepada siapa saja kepada setiap tamunya atau setiap orang meskipun belum kenal dengan orang tersebut (Hendriana, H. & Setiyadi, 2018). Nilai budaya *soméah* melekat sebagai ciri khas serta *brand personality* bagi masyarakat Suku Sunda (Hidayat & Hafiar, 2019).

Dari prinsip tersebut tentunya selaras dengan yang dirasakan oleh para peserta *workshop*, dimana Saung Angklung Udjo sudah mencerminkan ciri khas Sunda yaitu

Someah. Pernyataan tersebut selaras dengan pernyataan Informan P5 yaitu “*cukup baik, pematerinya ramah, ketika diskusi pun saya merasa nyaman. Sudah mencerminkan ciri khas atau karakteristik budaya sunda juga gitu yang ramah tamah someah.*” (Wawancara Informan P5, 17/07/2022)
Menurut pandangan para peserta workshop pun reputasi yang dibangun oleh Saung Angklung Udjo sudah terbukti dari rating tinggi yang diperoleh sebagai destinasi wisata budaya. Pemaparan tersebut sejalan dengan pernyataan dari Informan P4 bahwa “*Sudah, dengan rating tinggi yang diperoleh dan*

ketenarannya sebagai destinasi wisata budaya adalah salah satu bukti bahwa reputasinya baik dan terjaga hingga saat ini.” (Wawancara Informan P4, 15/07/2022).
Dalam penyelenggaraan kegiatan event tentunya harus mampu membuat pesertanya merasakan pengalaman yang luar biasa, dan hal tersebut merupakan salah satu kunci dari suksesnya sebuah *event* (Dewi, Mutia; Runyke, 2013). Adanya kegiatan *workshop* bisa dijadikan sebagai bentuk membangun dan mempertahankan reputasi serta menciptakan pemahaman kepada masyarakat terkait serba-serbi angklung.

Tabel 5. Evaluasi Kegiatan Workshop

Informan	Pernyataan
P1	-Menjaga loyalitas dengan menekankan pelayanan sebaik mungkin - Prinsip SAU dalam membangun dan menjaga reputasi adalah UDJO
P2	-Pengunjung memberika dukungan dengan mengutamakan pelayanan yang ramah
P3	- Respon terhadap kegiatan workshop cukup bagus dari masyarakat sekitar mapun jauh
P4	-Loyalitas bertambah karena pelayanan yang baik - Bukti SAU memiliki reputasi yang baik dari rating tinggi dan kepopulerannya
P5	-pematerinya ramah, mencerminkan masyarakat Sunda
P6	-respon adanya kegiatan workshop merasa tertarik dan mendukung kegiatan tersebut

Sumber: Hasil penelitian, 2022

SIMPULAN

Dalam merancang kegiatan workshop, pihak Saung Angklung Udjo memiliki cara. Dan cara tersebut ada tahapan yang diperlukan dalam merancang kegiatan workshop sebagai perilaku komunikasi pengelola dan pemateri workshop untuk membangun reputasi. Adapun tahapan tersebut meliputi analisis persiapan, strategi perencanaan, implementasi kegiatan dan evaluasi yang dirumuskan kedalam analisis menggunakan *model IPPAR (Insight, Program strategic, Program implementation, Action and reputation)*. Pada tahap *insight* atau analisis persiapan meliputi: latar belakang kegiatan, ancaman, peluang, kelemahan, kelebihan, dan sasaran target, untuk nantinya akan menentukan strategi perencanaan yang akan dilakukan. Pada tahap *program strategic* meliputi : pesan utama yakni informasi dan kegiatan merangkai angklung, kemudian bentuk konten yakni edukasi.. Pada tahap *program implementation* yakni merealisasikan konten meliputi : proses kegiatan membuat atau merangkai angklung dari awal hingga akhir, dampak yang didapatkan bertambah wawasan terkait serba serbi angklung. serta pada tahap yang terakhir yakni *action and reputations* atau evaluasi kegiatan meliputi : respon dan dukungan dari masyarakat atau peserta *workshop*, loyalitas pengunjung dirasakan positif dan bagus. Dukungan dan loyalitas, serta etos kerja yang

dimiliki oleh Saung Angklung Udjo berupa UDJO (Ulet, Disiplin, Jujur, dan Optimis) ini akan menjadi indikator Saung Angklung Udjo dalam mempertahankan reputasi sebagai destinasi wisata budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2009). *Analisis Wacana Tentang Pemberitaan Harian Pikiran Rakyat dan Harian Kompas Sebagai Public Relations Politik dalam Membentuk Citra dan Reputasi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono*. Bandung: Pascasarjana Universitas Padjajaran.
- Dewi, Mutia; Runyke, M. (2013). Peran Public Relations dalam Manajemen Event (Studi Terhadap Peran Public Relations Galeria Mall dan Plaza Ambarrukmo dalam Pengelolaan Event Tahun 2013). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 79–90.
- Fatimah, F. N. D. (2020). *Teknik analisis swot*. Yogyakarta: anak hebat indonesia.
- Hendriana, H. & Setiyadi, R. (2018). *Budaya Sunda*.
- Hidayat, D., Kuswarno, E., & Zubair, F. (2017). THE IPPAR Model sebagai Komponen Etnografi PR pada Kajian Public Relations Berbasis Budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 60–72.
- Hidayat, D., & Hafiar, H. (2019). Nilai-nilai budaya soméah pada perilaku komunikasi masyarakat Suku Sunda.

- Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 84–96.
- Indriayu, M. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Keterampilan Non Kognitif Dapat Membentuk Generasi yang Job Creator*. Yogyakarta: Deepublish.
- Keban, Y. T. (2004). *Enam Dimensi Strategis Admistrasi Publik: Konsep,Teori dan Isu*. Gava Media.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kusumawardani, S., & Aulia, N. N. (2020). Analisis Keterampilan Bermain Alat Musik Angklung pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 11(1), 117–120.
- Lestari, M. T. (2021). *Public Relations Event*. Jakarta: Kencana.
- Maeskina, Mega Mutia & Hidayat, D. (2021). IPPAR Model Pendekatan Content creator dalam Mempertahankan Reputasi di Media Snack Video. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 161–184.
- Meifilina, A. (2019). Strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi wayang kulit pada bersih desa (studi pada ritual bersih desa di desa siraman kecamatan kesamben kabupaten blitar). *jurnal heritage*, 9(2), 162–175.
- Ngalimun. (2018). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Qomariah, N. (2017). *Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung*. Jawa Timur: CV Pustaka Abadi.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ropiani, H. (2020). Peningkatan Kemampuan Guru Menyusun Tes Hasil Belajar Melalui Kegiatan Workshop di SD Negeri 1 Kadipaten Kabupaten Tasikmalaya Tahun Pelajaran 2017-2018. *Syntax Transformation*, 1(2), 35.
- Silviani, I. (n.d.). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, S. D. W. S. (2019). Saung Angklung Udjo: Wisata dan Pelestarian Budaya. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 9(2), 36.
- Utami, H. (2021). *Manajemen Event dan Proyek*. Jakarta: UNJ Press.
- Wijaya, S. & dkk. (2020). *Management Event: Konsep dan Aplikasi*. Depok: Rajawali Pers.