

PENGELOLAAN *INTERNATIONAL SPECIAL EVENT* DALAM MEMPROMOSIKAN KEBUDAYAAN NASIONAL DI AMERIKA SERIKAT (STUDI KASUS *EVENT "A WALK THROUGH INDONESIA"*)

Bonaventura Stainley Alexander Wuisang¹, Erna Febriani², Kaan Erdogmus³, Fajarina⁴
^{1,2,4}Universitas Esa Unggul, Jakarta,
³University of Pennsylvania, United States of America
Jl. Arjuna Utara No.9, RT.1/RW.2, Duri Kepa, Kb. Jeruk, Jakarta 11510
bonaventurastainley@gmail.com

Abstract

A Walk Through Indonesia is a special event that was organized by the awardee of the Indonesian International Mobility Awards (IISMA) at the University of Pennsylvania to promote Indonesian culture on an international scale. The goal of this research is to uncover the management process of the International Special Event "A Walk Through Indonesia" in promoting national culture. This research uses a qualitative descriptive approach with a type 1 single case and single analysis unit case study method. The theory that is used in this research is Excellence Theory Two-Way Symmetrical and uses Joe Goldblatt's Special Event Management Process as its applied theory. The results of this study found that there was a process of research, design, planning, coordination, and evaluation in which two-way symmetrical communication existed at each stage; in the research process, a research target is carried out, in the design process there is reciprocity between the sponsor and target in how the layout of the venue and souvenirs are decided with the committee, in the planning process there is reciprocity between the sponsor and the committee as well reciprocal consideration of target research at the research stage, in the coordination process there exists cooperation between sponsors and the committee to ensure the smooth running of the event, and in the evaluation process there exists reciprocity between sponsors, the committee and visitors as well, for the committee to assess the results of the International Special Event "A Walk Through Indonesia", in which the data will be used for subsequent special events.

Keywords: *A Walk Through Indonesia, special event, management, Excellence Theory, Two-Way Symmetrical*

Abstrak

A Walk Through Indonesia merupakan special event yang diselenggarakan oleh penerima beasiswa Indonesian International Mobility Awards (IISMA) di University of Pennsylvania dalam rangka mempromosikan kebudayaan Indonesia di kancah internasional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pengelolaan International Special Event "A Walk Through Indonesia" dalam mempromosikan kebudayaan nasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus tipe 1 kasus tunggal unit analisis tunggal. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Excellence Theory dua arah simetris dan landasan konsep menggunakan Proses Pengelolaan Special Event dari Joe Goldblatt. Hasil penelitian ditemukan bahwa terjadi proses penelitian, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi yang didalamnya terdapat

komunikasi dua arah yang simetris yang pada masing-masing tahap sebagai berikut; pada penelitian dilakukan riset target, pada desain terjadi timbal balik antara sponsor dan target dengan panitia dalam memutuskan *layout venue* dan cinderamata, pada perencanaan terjadi timbal balik antara sponsor dengan panitia dan pertimbangan timbal balik riset target pada tahap penelitian, pada koordinasi terjalin kerjasama antar sponsor dengan panitia demi lancarnya acara, dan pada evaluasi terjadi timbal balik antar sponsor dengan panitia juga pengunjung dengan panitia untuk menilai hasil dari *International Special Event "A Walk Through Indonesia"* yang mana datanya akan digunakan dalam *special event* selanjutnya.

Kata kunci: *A Walk Through Indonesia, special event, pengelolaan, Excellence Theory, Two-Way Symmetrica*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan aktifitas yang dibutuhkan oleh setiap manusia dan tidak pernah lepas dari kehidupan sehari-hari. Effendy (2017:5) mendefinisikan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung (secara lisan), maupun tidak langsung melalui media.

Komunikasi itu sendiri pun dapat terjadi dalam berbagai aktifitas, salah satunya adalah *special event*. *Special event* sendiri biasanya diadakan suatu badan dalam rangka special atau acara penting dalam kurun waktu tertentu demi suatu tujuan yang ingin dicapai.

Program *Indonesian International Mobility Awards* (IISMA) adalah program beasiswa penuh yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang mengirimkan 1000 mahasiswa ke berbagai universitas di penjuru dunia dan peneliti adalah salah satu penerima dari beasiswa tersebut yang mendapatkan *host university* atau universitas tujuan, *University of Pennsylvania* di Amerika Serikat.

Pada 5 November 2021, para 39 penerima beasiswa di *University of Pennsylvania* mengadakan *international special event* yang bernama "*A Walk Through Indonesia*" untuk

mempromosikan juga memperkenalkan budaya Indonesia dengan mendirikan *booth-booth* dan membagikan kuliner Indonesia untuk para pengunjung yang ikut serta dalam acara tersebut.

Walau tujuan dari *international special event "A Walk Through Indonesia"* adalah memperkenalkan kebudayaan nasional di Amerika Serikat, namun mempromosikan kebudayaan ini hanya terbatas pada snack, batik, sumpah pemuda, dan cinderamata bertema Indonesia, hal ini dikarenakan untuk ajang kebudayaan utama akan di pertunjukkan pada *special event* selanjutnya yang akan diadakan yaitu *Penn Indonesian Culture Fair* (PICF). Disini *international special event*

"*A Walk Through Indonesia*" mempromosikan kebudayaan nasional Indonesia dengan memperkenalkan tema-tema yang telah ditentukan yaitu berupa *booth-booth*.

Pada penyelenggaraan *international special event* ini tentunya ada berbagai persiapan yang harus dilakukan agar acara dapat berjalan dengan lancar dan dapat sukses dalam usaha mempromosikan kebudayaan nasional di Amerika Serikat. Maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana pengelolaan *international special event "A Walk Through Indonesia"* yang akan ditinjau menggunakan proses pengelolaan *special*

event milik Joe Goldblatt. Berdasarkan pokok permasalahan yang diangkat, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Pengelolaan *International Special Event "A Walk Through Indonesia"* Dalam Mempromosikan Kebudayaan Indonesia di Amerika Serikat.

Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu sebagai referensi, acuan dan juga sebagai tolak ukur demi mencapai hasil penelitian yang diinginkan. Penelitian terdahulu ini pun membantu peneliti dalam menentukan tahap apa yang tepat untuk diambil demi penyusunan penelitian yang terstruktur secara teoritis maupun konsep.

Penelitian terdahulu yang pertama dengan judul "*Special Event* Sebagai Komunikasi Pemasaran PT. Telkom Akses Dalam Mempromosikan Produk Indihome" oleh Rizky Nadzir sebagai peneliti. Judul kedua yaitu "Manajemen Informasi *Special Event* Huttel 62 oleh SMA Negeri 3 Jakarta" oleh Syahidatia Aulia, Yanti Setianti, dan Priyo Subekti. Penelitian ketiga berjudul "Pelaksanaan Kegiatan *Special Event* Jakarta Goes Pink Oleh Lovepink Indonesia" oleh Nugroho Hartono, Susanne Dida, Hanny Hafiar.

Dari penelitian terdahulu yang disebutkan diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam melaksanakan *special event* diperlukan proses persiapan juga manajemen yang matang dan hati-hati agar tujuan dari diadakan *special event* itu dapat tercapai. Hal yang sama dapat dikatakan dengan apa yang dilakukan peneliti lakukan dalam penelitian ini, dimana peneliti akan melihat bagaimana pengelolaan *special event* dalam mempromosikan kebudayaan Indonesia di Amerika Serikat.

Excellence Theory

Excellence theory adalah buah dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Grunig beserta timnya dimana, mereka melakukan studi untuk mencari bagaimana cara seorang praktisi humas dapat menjalankan perannya juga menjadikan organisasi menjadi lebih efektif. *Excellence theory* adalah sebuah alat yang dapat memberikan suatu acuan mengenai kriteria ideal yang dapat membawakan keberhasilan kepada organisasi melalui penerapan humas dalam manajemen strategi dan eksekusinya, juga membangun komunikasi yang simetris antara organisasi dengan publik, dengan humas mengetahui dan menjalankan peran-perannya maka organisasi dapat menjadi *excellence* (Grunig 2002:32).

Grunig & Hunt (1984) pada buku Teknik Praktis Riset Komunikasi milik Kriyantono (2014:78) berkata bahwa *excellence theory* dalam ranah *public relation* adalah pengembangan dari teori *situational of the public* dan 4 model *public relations* dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan 1 dari 4 model tersebut dikarenakan adanya penerapan dari model tersebut pada permasalahan yang diangkat pada penelitian ini yaitu *Two-way Symmetrical*.

Two-way Symmetrical (Dua Arah Simetris)

Model *two-way symmetrical* adalah model yang dianggap ideal dalam pelaksanaannya juga efeknya dikarenakan pada model ini komunikasi terjadi secara dua arah dan juga terjadi secara simetris yaitu organisasi tidak hanya hadir sebagai mempersuasi publiknya tapi mereka juga siap untuk mendengarkan feedback dari publiknya dan juga mempelajari dan berusaha beradaptasi dengan perilaku publiknya. Grunig dan Hunt (1992:289) dan Butterick (2012:33) mengatakan bahwa model yang komunikasinya bersifat

two-way ini, menunjukkan adanya proses timbal balik dan antara pihak yang ikut dalam prosesnya memiliki posisi yang setara atau *balanced effect*, yang dilakukan secara jujur dan dua arah, saling menerima juga memberi, saling menghargai, dan berfokus kepada keseragaman pengertian antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

Dilihat dari model *public relations* diatas dan apabila peneliti bandingkan dengan pokok permasalahan yang diangkat pada penelitian ini, melihat apa yang terjadi pada acara "*A Walk Through Indonesia*" dimana komunikasi terjadi dua arah namun juga terjadi secara simetris, dapat dikatakan demikian karena pada eksekusi acara komunikasi terjadi secara timbal balik antar mahasiswa IISMA dengan mahasiswa *University of Pennsylvania*, dapat dikatakan simetris juga dapat dilihat dari tahap *research* atau penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu dalam mencari tema pada acara tersebut, penyelenggara melakukan *research* langsung kepada beberapa mahasiswa *University of Pennsylvania* untuk mendengar apa yang menurut mereka menarik untuk diangkat namun juga tidak lepas dari tema utama acara yaitu sumpah pemuda. Dengan demikian peneliti memiliki hipotesa bahwa acara "*A Walk Through Indonesia*" masuk kepada model *twoway symmetrical*.

Special Event

Yaverbaum dalam Pudjiastuti (2010:17) mendefinisikan *special event* merupakan media publisitas yang efektif karena dapat membantu dalam memasarkan perusahaan atau produk dan jasa tertentu kepada publik, juga memiliki sifat promosi, serta mampu mendapatkan *exposure* atau publisitas yang besar dari berbagai media massa yang tertarik. Sedangkan menurut Joe Goldblatt (2014:8) mengemukakan *special event* merupakan sebuah perayaan yang memiliki

karakteristik tertentu dengan bentuk ritual dan seremonial demi memenuhi kebutuhan spesifik dari penyelenggara.

Special event dapat disimpulkan sebagai suatu acara khusus yang diselenggarakan agar dapat mencuri perhatian publik yang luas dalam upaya membuat citra positif untuk badan penyelenggara. Walaupun *special event* lebih condong kearah *marketing* dan penjualan perusahaan, namun *special event* tetap acara khusus yang memang diselenggarakan untuk melakukan promosi dan sama halnya yang terjadi pada kasus yang sedang dibahas dimana acara "*A Walk Through Indonesia*" adalah event yang dibuat dalam upaya mempromosikan kebudayaan Indonesia di Amerika Serikat yang pada dasarnya memiliki prinsip yang sama.

Special Event Management Process Goldblatt

Dalam melaksanakan suatu *special event* terkadang banyak masalah yang dapat terjadi walaupun acara tersebut sudah melewati persiapan dan perencanaan. Kunci dalam mengatasi kemungkinan munculnya masalah-masalah tersebut adalah manajemen yang baik. *Event management* menurut Goldblatt (2014: 12) merupakan sebuah kegiatan profesional dalam mempertemukan dan mengumpulkan sekelompok orang dengan tujuan pendidikan, perayaan, reuni, dan pemasaran, serta bertanggung jawab dalam mengadakan penelitian, merumuskan desain kegiatan, dan melaksanakan perencanaan dan melakukan koordinasi juga pengawasan untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Dalam upaya membuat berhasil suatu *special event*, Goldblatt mengemukakan 5 tahap yang harus dilakukan untuk dapat menghasilkan *special event* yang sukses yaitu penelitian (*research*), desain (*design*), perencanaan (*planning*), koordinasi (*coordinating*), evaluasi (*evaluation*):

1. *Research*

Penelitian biasa dilakukan dengan teliti dan komprehensif untuk mengurangi resiko kegagalan pada *event* yang akan dilaksanakan. Penelitian biasa dilakukan untuk mencari target pasar seperti kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi dari sasaran.

2. *Design*

Special event yang baik diharuskan memiliki nilai kreativitas dalam menciptakan perpaduan cahaya area, suara, permainan, gerakan, warna, dan lain sebagainya. Untuk dapat melakukan tahap desain, beberapa ide harus dikembangkan menjadi serangkaian elemen yang telah dirumuskan dari catering, iklan, hiburan, dekorasi, dan lainnya.

3. *Planning*

Tahap perencanaan dilaksanakan setelah penelitian dan desain telah dilewati. Tahap ini adalah tahap yang dinilai sebagai yang paling krusial karena data yang didapat dari tahap *research* dan *design* akan sia-sia saja jika perencanaan tidak dilakukan dengan matang dan secara hati-hati. Dalam tahap ini sering dilakukan perubahan, penambahan, pengurangan dan penyesuaian dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki misalnya dana, *venue*, dan seterusnya. Selain masalah sumber daya yang bersifat internal, juga harus dilihat dari sisi eksternal seperti kondisi cuaca, peraturan pemerintah, dan seterusnya.

4. *Coordination*

Dalam mengadakan *special event*, membutuhkan beberapa *skill* dan kelihaihan yang harus dikombinasikan agar dapat menghasilkan *special event* yang berhasil dan sukses. Menurut Julia R. Silver (2012:32) koordinasi merupakan sinkronisasi, organisasi,

visualisasi elemen acara dan *jobdesk* yang dibutuhkan dalam pengimplementasiannya. Untuk membuat daftar ini, seorang koordinator acara yang profesional, diharuskan menentukan kemana tujuan acara juga menganalisis apa saja asumsi, tuntutan, keinginan, dan hambatan yang ada untuk menentukan pemasok, produk, layanan, dan bahan untuk diimplementasikan pada acara yang ingin dilakukan.

5. *Evaluation*

Setelah *event* selesai, penyelenggara acara harus melakukan evaluasi dari acara yang telah berlangsung. Evaluasi diadakan untuk mengukur keberhasilan, apakah tujuan dari acara tersebut dapat terpenuhi atau tidak, juga kekurangan acara harus divalusi sebagai referensi untuk acara berikutnya yang mungkin akan diselenggarakan.

Pelaksanaan suatu *special event* pastinya ada proses-proses yang harus dilaksanakan para penyelenggara demi lancarnya berlangsungnya acara tersebut, begitu juga yang terjadi pada *special event* "A Walk Through Indonesia" yang pada penelitian ini akan dilihat proses pelaksanaannya menggunakan *special management process* milik Goldblatt yaitu: (1) *research* (tahap riset untuk mengetahui keinginan pasar agar mengurangi resiko kegagalan event tersebut), (2) *design* (tahap untuk cara kreatif yang akan dilakukan), (3) *planning* (tahap yang dilakukan setelah riset dan desain yang krusial karena persiapan dari ide-ide yang dikumpulkan harus dipersiapkan dengan matang), (4) *coordination* (dalam persiapan dan pelaksanaan acara, ada elemen-elemen yang harus disatukan agar *special event* dapat berjalan sukses), (5) *evaluation* (evaluasi dilaksanakan sebagai alat untuk mengukur

apakah *special event* berjalan sesuai ekspektasi keberhasilan di awal atau tidak dan dapat dijadikan referensi untuk acara selanjutnya).

Metode Penelitian

Peneliti memilih menggunakan penelitian deskriptif kualitatif Penelitian ini juga menggunakan metode studi kasus dan studi kasus pada penelitian ini menggunakan studi kasus tipe 1 kasus tunggal unit analisis tunggal. Menurut Creswell (2013:4) Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Sedangkan Sugiyono (2017:8) mengemukakan bahwa pendekatan penelitian kualitatif terkadang disebut suatu metode penelitian yang naturalistik dikarenakan penelitiannya yang dilakukan pada kondisi yang alamiah atau *natural setting*.

Alasan peneliti menggunakan penelitian pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus tipe 1 adalah untuk mengungkap dan membahas fakta, keadaan, pendapat dan juga variabel mengenai Pengelolaan *Special Event* Dalam Mempromosikan Kebudayaan Nasional di Amerika Serikat.

Bahan Penelitian

Bahan penelitian untuk penelitian ini adalah *international special event "A Walk Through Indonesia"*

Sumber Data

1. Key Informan.

Key informan merupakan orang yang dipandang lebih tau tentang situasi dan kondisi yang berkaitan tentang penelitian. Mukhtar (2013:95). Adapun *key informan* dalam penelitian yang dilakukan ini berjumlah 2 (dua) orang yaitu

Nadhifah Akbari Habibie mahasiswi Universitas Andalas jurusan management dan Sarah Milenia Lie mahasiswi Universitas Tarumanegara jurusan akuntansi sebagai *Student Representatives* (SR) yang menjadi representatif dari 39 mahasiswa IISMA di University of Pennsylvania.

2. Informan tambahan.

Menurut Burhan Bungin (2013:76-77) informan dari suatu penelitian merupakan subyek yang mengerti informasi dari objek penelitian sebagai pelaku maupun pihak lain yang juga mengerti objek penelitian. Adapun juga informan tambahan dalam penelitian yang dilakukan ini yaitu 1 (satu) representatif dari sponsor acara ini yaitu komunitas mahasiswa Asia.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti akan mengumpulkan data dengan cara wawancara mendalam dengan *key informan* dan informan tambahan, kemudian peneliti juga melakukan observasi di tempat terjadinya acara tersebut. Teknik pengumpulan data adalah rangkaian cara yang dilakukan demi memperoleh data yang dibutuhkan, sehingga data yang didapatkan menjadi bermanfaat juga dapat dipertanggungjawabkan. Teknik pengumpulan data yang peneliti terapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Lexy J. Moleong (2018:35) mendefinisikan wawancara merupakan percakapan yang dilakukan dengan motif tertentu. Percakapan itu dilakukan antara dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan miliki pewawancara. Peneliti memilih

wawancara sebagai teknik pengumpulan data utama karena dengan wawancara, peneliti dapat mengulik data lebih dalam dan lebih detail.

2. Observasi

Observasi langsung dilaksanakan pada objek di lokasi berlangsungnya suatu kegiatan, sehingga *observer* ada bersama objek yang diteliti (Hadari Nawawi, 2019: 61). Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan observasi berdasarkan observasi yang peneliti telah lakukan pada persiapan sampai pelaksanaan dari event "A Walk Through Indonesia".

Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data yang disajikan pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan triangulasi metode, triangulasi teori dan triangulasi data Menurut Patton dalam Afifuddin (2012:143) . Menggunakan triangulasi teori untuk dipastikannya data yang telah diperoleh sesuai dengan teori-teori yang telah ada. Triangulasi data digunakan dalam penelitian ini dikarenakan penelitian ini memanfaatkan berbagai sumber data seperti hasil wawancara dan hasil dari observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki perspektif yang berbeda sehingga dapat mempengaruhi jawaban yang diberikan kepada peneliti. Triangulasi metode karena peneliti membandingkan data-data yang didapatkan dari pengumpulan data yang telah dilakukan.

Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah menggunakan *Analysis Interactive Model* milik Miles dan Huberman (2014:173-

177) yang dibagi menjadi empat langkah yaitu:

1. Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data ini akan menggunakan hasil wawancara, hasil observasi, berdasarkan kategori juga *filter* yang disesuaikan dengan pokok masalah penelitian yang lalu dikembangkan penajaman data melalui pengumpulan data selanjutnya.

2. Reduksi Data

Menurut Prastowo (2012:244) proses reduksi data adalah melakukan pemilihan tentang bagian data mana yang dikode, mana yang tidak dibutuhkan, polapola mana yang dirangkum beberapa bagian yang tersebar, dan cerita-cerita yang akan dikembangkan.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan adanya kemungkinan pengambilan tindakan dan ditariknya kesimpulan berdasarkan data yang didapatkan (Prastowo 2012:244).

4. Penarikan Kesimpulan

Ditariknya kesimpulan saat peneliti menyusun arahan sebab akibat, dan berbagai proposisi, konfigurasi, pencatatan, pernyataan-pernyataan, polapola (Harsono, 2008: 169).

Hasil Dan Pembahasan

Research International Special Event "A Walk Through Indonesia"

Tahap pertama dari sebuah *special event* menurut Joe Goldblatt adalah *research* atau penelitian. Menurut Soekanto (2015:3) penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah berdasarkan pada konstruksi dan analisis yang dilakukan secara metodologis, konsisten, dan sistematis yang bertujuan untuk mengungkapkan fakta pada lapangan.

Dalam konteks permasalahan yang diangkat, kita dapat melihat bahwa penelitian adalah langkah yang krusial dalam perencanaan sebuah *special event*.

Research yang dilakukan oleh panitia acara "A Walk Through Indonesia" pun harus memiliki beberapa point yang dijadikan acuan dikarenakan target pasar mereka adalah mahasiswa-mahasiswa dari *University of Pennsylvania* yang mana harus dipertimbangkan apa yang menarik bagi mahasiswa yang masih di kalangan muda.

"Kebetulan juga ada volunteer/intern dari sponsor gitu dan mereka ngehubungan kita dengan sponsor ini dan si intern ini kan sebagai student she know what kind of things that might interest the students gitu, jadi kita dapet pendapat dari intern juga dari sponsor gitu sih." Ucap Sarah sebagai *student representative* dari hasil wawancara yang dilakukan dan ditemukan bahwa panitia acara melakukan *research* dengan mewawancarai sejumlah mahasiswa *University of Pennsylvania* untuk mendapatkan opini dari mereka tentang apa yang mereka ingin lihat dan juga apa yang mungkin menarik untuk di pertunjukkan.

Research juga dilakukan oleh panitia dengan mewawancarai mahasiswa yang sedang magang di sponsor *venue* yang mana merupakan rumah komunitas Asia. Mahasiswa tersebut pun yang menjadi tali informasi antara sponsor dengan panitia, juga karena ia seorang mahasiswa juga, maka dia pun mengetahui hal-hal apakah yang akan menarik perhatian mahasiswa lainnya.

"Kita pengen ngebagi pengalaman kita sebagai mahasiswa di kampus indo dan dari situ aja kita udah ngeliat bahwa there is a difference between uni student di us sama di indo, that's why kita butuh this kind of penelitian kayak nanya-nanya dan saran saran dari mereka kalau kita gini gimana, kalo kita lakuin ini gimana,

apakah bakal narik perhatian penn students gitu gitu so, kayak kita bisa melaksanain eventnya tepat sasaran sama sesuai sama penn student" Ucap Sarah dalam wawancara.

Kepanitiaan melakukan penelitian dengan dasar bahwa adanya perbedaan antara kultur mahasiswa Amerika dengan mahasiswa Indonesia, dan itu menjadi salah satu alasan bahwa harus dilakukannya penelitian agar acara yang dilaksanakan tepat sasaran dan juga menarik bagi mahasiswa *University of Pennsylvania*. "Kita kan sering juga ngumpul di komunitas sponsor dan kita tanya tentang apa aja yang mereka ketahui tentang Indonesia, dan hasil dari wawancara kita adalah booth apa aja yang bakal di showcase lalu juga kita dapat feedback dari sponsor untuk coba promosi UMKM Indonesia di sini berupa cinderamata masker" Ucap Sarah dalam wawancara.

"Juga ada talk sesama medical student yang satu umurnya 28 tahun yang satu umurnya seumuran kita 20 thn padahal mereka sama sama medical school jadi interesting buat mereka to find out about that." Ucap Nadhifah dalam wawancara.

Sebelum melakukan *research*, panitia sudah memiliki beberapa ide untuk apa yang akan dilakukan seperti mempromosikan batik, juga memperkenalkan snack khas Indonesia, tetapi setelah melakukan penelitian dan melihat hasilnya akhirnya penelitian ini berbuah bahwa akan diberikannya masker dengan design batik sebagai cinderamata berkat masukan dari sponsor untuk coba mempromosikan UMKM Indonesia yang ada di kota Philadelphia. Juga ada penelitian yang dilakukan oleh panitia yang mana merupakan mahasiswa kedokteran di Indonesia dengan mahasiswa kedokteran di *University of Pennsylvania* yang mana ada perbedaan bahwa untuk mahasiswa di Amerika harus

sudah mengantongi gelar sarjana baru bisa masuk ke sekolah kedokteran dimana hal tersebut tidak terjadi di Indonesia, dari situlah dapat ide untuk *booth UniLife* yang menunjukkan kehidupan mahasiswa di Indonesia. dan itulah hasil dari *research* yang dilakukan dimana ide-ide terus masuk dan diolah menjadi suatu event yaitu "*A Walk Through Indonesia*".

Analisis Teori Pada Tahap *Research*

Dilihat dari penjelasan diatas tentang tahap *research* yang dilakukan mahasiswa penerima beasiswa IISMA di *University of Pennsylvania*, sangat terlihat adanya elemen terjadinya komunikasi dua arah secara simetris (*two-way symmetrical*) dimana dilakukannya penelitian kepada sejumlah mahasiswa *University of Pennsylvania* dan mendengarkan *feedback* dari mereka tentang apa yang menurut mereka menarik dan apa yang ingin mereka lihat. Perlu juga dipertimbangkan aspek *relateable* atau yang berhubungan dengan target yaitu mahasiswa *University of Pennsylvania* dan dalam meraih hal tersebut disitulah penelitian dilakukan dengan cara komunikasi dua arah secara simetris antara panitia dengan mahasiswa *University of Pennsylvania*, maupun dengan sponsor.

Tahap *research* sangat berperan besar pada dijalankannya *international special event "A Walk Through Indonesia"* karena input-input juga timbal balik dari target pasar yaitu mahasiswa *University of Pennsylvania* sangat berguna dalam perumusan tahap-tahap selanjutnya yang akan diambil.

Tahap ini adalah tahap dimana komunikasi *two-way symmetrical* sangat berperan besar seperti yang dinyatakan diatas, hal itu dikarenakan oleh setelah mendengar dan mendapatkan timbal balik dari target pasar, panitia memulai untuk merubah agenda acara mengikuti

kemauan, kebutuhan, juga saran-saran dari mahasiswa *University of Pennsylvania*.

Disini *action* dan keputusan yang diambil oleh panitia sangat dipengaruhi oleh timbal balik yang diberikan target pasar dengan melakukan tahap *research*, itu mengapa peneliti dapat mengatakan bahwa tahap ini adalah tahap dimana komunikasi *two-way symmetrical* memiliki peran besar pada jalannya *international special event "A Walk Through Indonesia"* dan juga kesuksesannya yang dinilai oleh sponsor dari orang yang datang sesuai ekspektasi dari sponsor juga *feedback* yang diterima merupakan *feedback* yang positif.

Design International Special Event "A Walk Through Indonesia"

Tahap kedua selanjutnya yang dilakukan setelah *research* adalah *design*. Menurut *The American College Directory* pada Sachari (2005:7) desain adalah sketsa, rencana, garis besar seperti yang ada dalam kegiatan seni, bangunan, gagasan tentang mesin yang ingin diwujudkan. Dari definisi desain diatas, hal yang akan diwujudkan disini adalah *international special event "A Walk Through Indonesia"* dan pada acara ini tahap desain ada di ranah kreatifitas dari acara yang di selenggarakan seperti dekorasi, *layout venue*, dan ide ide kreatif lainnya.

"Dari sebelumnya kita juga udah ada buat tim kreatif juga yah dari temen temen iisma kita ada beberapa orang 4-5 orang yang ngasih input ideas ideas dan aku sama Sarah Cuma sekedar realisasi dan mengembangkan ide mereka." Ucap Nadhifah dalam wawancara.

Tahap ini berhubungan langsung dengan tahap penelitian dikarenakan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh panitia yaitu berdasarkan hasil wawancara, mengenai *booth-booth* langsung masuk ke tahap desain dimana *Student*

Representative melakukan *brainstorming* bersama panitia dokumentasi (yang mana juga berperan sebagai tim kreatif) juga mendapatkan *input* dari sponsor dan juga dari *University of Pennsylvania*.

"*Brainstorming dan pitch ideas dan gue sama Sarah udah sempet ke sponsor juga untuk kaya bener bener mastiin layout nya kaya gimana.*" Ucap Nadhifah dalam wawancara." "*Pada saat pertemuan design pertama sponsor dan student representative brainstorm mengenai tema untuk acara dan dapatlah "A Walk Through Indonesia" untuk menunjukkan keberagaman dan perbedaan culture mahasiswa Amerika dengan Indonesia, geografi, juga memberi rasa pariwisata pada saat event berlangsung. Kemudian, student representative bersama kami berdiskusi untuk dimana meletakkan meja dan segmentasi dari program apa yang akan dilaksanakan.*" Ucap representatif sponsor dalam wawancara.

Proses dari tahap desain ini adalah panitia melakukan *brainstorming* dan *pitch ideas* lalu setelah mendapatkan keputusan, panitia kemudian komunikasi dengan sponsor *venue* untuk menentukan bagaimana *venue* akan digunakan.

"*Kita juga terima saran dari representatif sponsor kalau venue itu kan tempatnya tidak luas jadi kan untuk jaga-jaga orang ramai di satu booth kan susah mobilitasnya, jadi kita bikin flyer kecil yang ngerangkumin di booth ini ada apa saja dan akhirnya mereka buat flyer untuk masing masing booth dan poster juga slides juga.*" Ucap Sarah dalam wawancara. Desain untuk *booth-booth* diserahkan kepada tim tema masing-masing. Seperti slides untuk materi dari *booth* tersebut juga masing-masing *booth* diharuskan menyiapkan brosur berdasarkan saran dari sponsor *venue* untuk mengantisipasi ramainya orang dalam 1 *booth* dilihat dari *venue* yang relatif sempit.

"*Kemarin itu jadi kita mostly di penn kalau ada event suka ngasih souvenir seperti sticker, kita terinspirasi juga bikin stiker stiker batik dan menurut gue juga itu salah satu cara paling efektif untuk mempromosikan culture batik di penn karena mereka suka dengan sticker-sticker itu.*" Ucap Sarah dalam wawancara. Panitia juga terinspirasi dari bagaimana hampir semua acara kecil maupun besar yang diselenggarakan di *University of Pennsylvania* selalu memberikan cinderamata bagi pengunjungnya, lalu insipirasi tersebut diolah menjadi bentuk *sticker* bermotif batik yang mana mahasiswa *University of Pennsylvania* sangat menyukai *sticker*, juga berguna dalam mempromosikan kultur batik itu sendiri. Tidak hanya motif batik, namun juga ada *sticker* bermotif destinasi wisata Indonesia, sumpah pemuda.

Analisis Teori Pada Tahap Design

Dapat dilihat juga adanya terjadi komunikasi *two-way symmetrical* yang dapat dilihat dari dari pengambilan keputusan desain salah satu cinderamata yang akan diberikan kepada pengunjung berupa *sticker* yang dinyatakan mahasiswa *University of Pennsylvania* bahwa sangat menyukai *sticker* sebagai cinderamata, itu karena panitia telah mewawancarai mahasiswa *University of Pennsylvania* mengenai cinderamata apa yang mereka senangi dan jawaban terbanyak adalah *sticker*. Berdasarkan observasi peneliti mengapa mahasiswa *University of Pennsylvania* menyukai *sticker*, itu dikarenakan peneliti sering melihat kamar-kamar mahasiswa yang didekorasi oleh *sticker-sticker* dan juga *laptop* mahasiswa sering dihiasi oleh *sticker*. Komunikasi dua arah simetris juga terjadi pada saat perumusan *layout venue* antara panitia dengan sponsor dimana penataan meja juga dekorasi dilakukan secara diskusi dengan representatif dari sponsor agar

tempat dapat dimanfaatkan sebaik mungkin.

Planning International Special Event "A Walk Through Indonesia"

Tahap ketiga selanjutnya yang juga krusial dalam pelaksanaan *special event* yaitu tahap *planning* atau perencanaan. Perencanaan menurut Alder (1999) dalam Rustiadi (2018:339) merupakan suatu proses dalam penentuan akan apa saja yang ingin dicapai nantinya dengan dilakukannya hal seperti menetapkan tahapantahapan secara sistematis dan terstruktur yang dibutuhkan untuk dapat mencapainya. *Planning* adalah tahap yang sangat penting dalam *special event*, karena untuk sebuah *special event* dapat berjalan dengan lancar harus dibekali perencanaan yang matang. Banyak waktu yang harus dikeluarkan dikarenakan banyaknya pertimbangan yang harus dilakukan dan dalam perencanaan pun sering terjadinya perubahan dengan berjalannya waktu. Pada *international special event "A Walk Through Indonesia"*, tahap perencanaan pun dimulai dari pertimbangan dana, promosi dan publikasi, pemutusan *booth* apa saja yang akan di tunjukkan.

"*Jadi Nadhif dari awal udah tanya-tanya mereka dan tanya untuk sponsor dana ke IGSP dan sponsor, dan karena Nadhif orangnya rajin banget bener bener berusaha sebisa mungkin, tadinya IGSP ngga mau sponsorin karena ngga pernah sponsorin event semacam kaya gini dari dulu tuh mereka gada sponsorin event international student gitu dan dari situ, oke ada budget sekian dan dari situ kita mulai rencanain uang sekian dipake buat apa aja, mostly buat snacks konsumsi.*" Ucap Sarah dalam wawancara.

"*Kami juga mengadakan meeting bersama student representative dan staff dari IGSP dan setelah mempresentasikan parameter program IISMA, IGSP pun*

setuju untuk memberikan sejumlah dana kepada mahasiswa IISMA yang mana semuanya dipakai untuk membayar makanan." Ucap representatif sponsor dalam wawancara

Perencanaan *international special event "A Walk Through Indonesia"* dimula dari pendanaan itu sendiri. Melihat mahasiswa IISMA *University of Pennsylvania* termasuk dalam program pertukaran di *University of Pennsylvania* yang bernama IGSP (*International Guest Student Program*), *Student Representative* kemudian menjalin komunikasi dengan representatif dari *International Guest Student Program* dan sponsor. Sponsor sebagai badan resmi dari kampus, berperan sebagai jembatan komunikasi antara *International Guest Student Program* dengan *Student Representative*. Setelah dilakukannya *lobbying* dan *negotiation* akhirnya pihak *International Guest Student Program* memberikan dana kepada mahasiswa IISMA untuk *international special event "A Walk Through Indonesia"* dimana menurut klaim *International Guest Student Program* melalui *Student Representative*, mereka tidak pernah memberi pendanaan untuk *special event* kepada mahasiswa *International Guest Student Program* lain sebelumnya dan ini adalah perdana, juga melalui sponsor ini adalah untuk menjalin hubungan dengan calon mahasiswa IISMA selanjutnya di masa depan. Pendanaan yang didapatkan sebagian besar digunakan untuk konsumsi bagi pengunjung yang datang seperti martabak, kue indonesia yang mana adalah UMKM Indonesia yang ada di Philadelphia.

"*Untuk newsletter kemarin dari newsletter sponsor juga dari newsletter IGSP mereka memiliki newsletter sendiri yang dikirim ke subscribarnya, terus juga ada tempel poster, post instagram dari kita (panitia).*" Ucap Nadhifah dalam wawancara.

Untuk promosi dan publikasi, panitia telah melakukan beberapa usaha agar tersebarlah kabar bahwa diadakannya *international special event "A Walk Through Indonesia"*. Usaha yang pertama adalah melalui *newsletter* sponsor sebagai komunitas di *University of Pennsylvania* namun juga *postingan* di akun *instagram* sponsor, lalu juga *newsletter* dari *International Guest Student Program*, disitu dijelaskan detail acara dan disebarakan kepada *email* mahasiswa yang berlangganan dengan masing-masing *newsletter*. Diluar dari usaha sponsor, panitia juga melakukan promosi dengan caranya sendiri, dimulai dari post *instagram* akun mahasiswa IISMA di *University of Pennsylvania*, juga beberapa panitia menyebarkan poster di berbagai tempat seperti mading, apartement mahasiswa, dan tempat publik lainnya dan menurut observasi peneliti, beberapa mahasiswa yang datang ternyata berkata bahwa mereka tertarik setelah melihat poster-poster yang ditempel.

Kemudian hasil dari tahap *planning* ini tentunya ada di bagian acara dari *special event "A Walk Through Indonesia"* itu sendiri. Pokok pembahasan panitia setelah pendanaan dan promosi dan publikasi adalah pemutusan *booth* apa saja yang akan ada di acara tersebut, dan setelah perundingan antar panitia akhirnya disetujui akan melakukan 3 *booth* yaitu yang pertama *booth* budaya dan sumpah pemuda, *booth* batik, *booth* UniLife.

Analisis Teori Pada Tahap Planning

Tahap ini mungkin secara sekilas tidak terlalu terasa langsung elemen komunikasi *two-way symmetrical* karena dalam tahap perencanaan lebih tertutup kepada panitia saja dan apabila terbuka hanya sampai ke sponsor saja tidak sampai kepada target yakni mahasiswa *University of Pennsylvania*. Namun pastinya tetap

ada "jejak" dari komunikasi *two-way symmetrical* yang terjadi dalam tahap perencanaan ini. Walaupun tidak digunakan dalam tahap *planning* secara langsung, namun analisis peneliti adalah dari komunikasi *two-way symmetrical* yang terjadi pada tahap *research* dan *design* berhubungan langsung dengan keputusan yang diambil pada tahap perencanaan, dimana panitia mempertimbangkan data-data yang didapatkan dari timbal balik yang didapatkan dari tahap *research* dan data tersebut yang menggerakkan panitia untuk meraih konklusi dan mengambil aksi sebagaimana yang terjadi yang secara tidak langsung keputusan yang diambil oleh panitia pada tahap *planning* ini dipengaruhi oleh opini-pini dan timbal balik dari mahasiswa *University of Pennsylvania* dari tahap-tahap sebelumnya. Dalam tahap perencanaan ini, sponsor juga dilibatkan seperti yang terjadi pada promosi dan publikasi juga pendanaan melalui *lobbying* dan *negotiation* dan pada tahap ini segalanya dilakukan dengan transparan yang mana dalam promosi dan publikasi sponsor akan berdiskusi dengan panitia untuk judul dan isi dari *newsletter*. Begitu juga dengan penggunaan dana, dimana panitia akan langsung memberi informasi apa saja yang akan digunakan berdasarkan jumlah dana yang diberikan.

Coordination International Special Event "A Walk Through Indonesia"

Tahap selanjutnya adalah tahap yang tidak kalah penting dari tahap-tahap sebelumnya yaitu tahap *coordination* atau koordinasi. Menurut Stoner dalam Sugandha (2011:212) koordinasi merupakan suatu proses perpaduan antara sasaran, tujuan, dan kegiatan-kegiatan dari unit-unit yang terpisah (bagian atau bidang fungsional) dari suatu badan organisasi demi mencapai tujuan badan organisasi itu sendiri secara efisien.

Untuk memulai tahap koordinasi, tentunya *Student Representative* sebagai kepala memiliki peran yang besar dalam memutuskan sumber daya mana yang akan dimanfaatkan dan kemana sumber daya tersebut akan digunakan. Disini *Student Representative* diharuskan mengetahui apa yang terjadi secara internal seperti *skill* atau kelebihan juga karakter yang dimiliki masing-masing individu agar dapat dimanfaatkan dengan baik, namun juga harus dilihat dari suasana yang terjadi agar tidak terjadinya konflik dalam satu departemen.

Untuk memulai, pertama *Student Representative* memutuskan apa yang dibutuhkan untuk *international special event "A Walk Through Indonesia"* ini dan dari situ dibuatlah departemen-departemen yang diisi oleh mahasiswa IISMA *University of Pennsylvania*. departemen tersebut ada departemen acara yang kemudian di pecah ke empat divisi yaitu divisi poster, teknis, logistik, dan *booth* yang kemudian dipecah lagi ke masing-masing *booth*. Kemudian ada departemen video yang dipecah menjadi tiga divisi yaitu dokumentasi, editing, subtitle. Selanjutnya ada departemen laporan yang berperan untuk melakukan evaluasi dan departemen *press release* untuk mengeluarkan rilis pers untuk *international special event*

"A Walk Through Indonesia" dalam 2 bahasa bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Dalam setiap departemen dan divisi, *Student Representative* berperan sebagai koordinator dan juga supervisor akan keputusan-keputusan yang akan diambil juga *Student Representative* berperan merumuskan tugas masing masing departemen dan divisi. Pihak sponsor juga berperan sebagai koordinator dari *international special event "A Walk Through Indonesia"* dimana sponsor mengutus salah satu representatifnya untuk mengawasi jalannya acara, juga

menjadi utusan untuk didiskusikannya perencanaan acara agar pemanfaatan sumber daya yang dimiliki dapat dilakukan semaksimal mungkin.

"Mereka komunikasi antar booth lewat telegram di booth masing-masing dan gue sama sarah ada di masing- masing group itu buat aware dan supervise mereka." Ucap Nadhifah dalam wawancara.

Berdasarkan hasil wawancara, masing-masing departemen dan divisi berkomunikasi melalui *meeting* yang sering dilakukan, juga tempat tinggal masing-masing panitia yang tinggal di kampus memudahkan untuk melakukan *meeting* secara spontan dikarenakan jarak yang dekat. Namun kadang masih dibutuhkan jalur komunikasi yang lebih mudah, maka dengan itu masing-masing departemen dan divisi memiliki *group chat* di aplikasi *telegram*, dan di masing-masing *group chat* ada *Student Representative* untuk memantau perkembangan juga memberikan saran dan pengingat apabila diperlukan.

"Kita menjauhkan orang yang bakal konflik dan sebisa juga deketin mereka Bersama temannya biar mereka lebih motivated untuk kerja dan ikut meeting kalo setiap divisi bakal ada acara dan gue juga tahu beberapa konflik internal yang terjadi, so sebisa mungkin gue hindarin orang orang yang bakal clash." Ucap Nadhifah dalam wawancara. *"Di bagian dokumentasi, karena kita harus bikin laporan bentuk video jadi kita gather temen temen youtuber berbakat dan kita kumpulin mereka editor berbakat di satu bagian tim dokumentasi, dan of course divisi logistic dipilih orang yang bisa trusted banget, jadi butuh trustworthy people."* Ucap Sarah dalam wawancara.

Dalam pemilihan individu di masing-masing departemen dan divisi ada beberapa pertimbangan yang harus diperhatikan oleh *Student Representative* selaku koordinator salah satunya adalah

konflik antar individu dan juga keahlian dan karakter masing-masing individu. Inilah mengapa *Student Representative* diharuskan *aware* akan apa yang terjadi diantara para mahasiswa IISMA secara internal, dan dikarenakan pada waktu *event* dilakukan ada sejumlah mahasiswa IISMA yang konflik dengan satu dan yang lainnya. Cara *Student Representative* mengatasi ini adalah memisahkan individu yang berkonflik tetapi juga memutuskan untuk menaruh beberapa mahasiswa dengan yang dipandang oleh *Student Representative* adalah teman baiknya, agar dapat lebih termotivasi dan meningkatkan moral bekerja. Pemanfaatan yang baik oleh *Student Representative* juga dapat dilihat dari panitia saat memutuskan divisi dokumentasi dimana divisi tersebut diisi oleh individu-individu yang juga adalah *youtuber* dimana *skill* mereka dapat digunakan dalam dokumentasi acara.

Analisis Teori Pada Tahap *Coordination*

Tahap *coordination* komunikasi *two-way symmetrical* dapat dilihat terjadi dikarenakan koordinasi dari *international special event "A Walk Through Indonesia"* dilakukan oleh dua pihak yaitu pihak mahasiswa IISMA yang mana dipegang oleh kedua *Student Representative* Nadhifah dan Sarah, dan untuk pihak satunya dipegang oleh sponsor dan representatifnya yang hadir dan mengawasi jalannya acara. Disini komunikasi dua arah simetris terjadi karena dalam pengkoordinasian seperti *jobdesk* dan tugas masing-masing panitia dilakukan secara diskusi bersama antara sponsor dengan *Student Representative* dan keduanya adalah figur yang berperan sangat penting dalam perjalanan *international special event "A Walk Through Indonesia"* dari awal hingga akhir.

Evaluation International Special Event "A Walk Through Indonesia"

Tahap terakhir pada *special event management process* menurut Joe Goldblatt adalah dilakukannya *evaluation* atau evaluasi. Wirawan (2012:7) mengatakan bahwa evaluasi merupakan suatu kegiatan riset dengan mengumpulkan data-data lalu menganalisisnya dan kemudian menyajikan informasi yang bermanfaat berdasarkan objek apa saja yang di evaluasi, selanjutnya menilainya dan membandingkannya dengan indikator evaluasi yang telah ditentukan yang mana hasil akhir dari evaluasi dapat dipergunakan untuk mengambil keputusan mengenai objek evaluasi tersebut. Pada *international special event "A Walk Through Indonesia"*, mungkin terasa evaluasi tidak terlalu dibutuhkan dikarenakan situasi mahasiswa IISMA yang hanya ada disana selama 1 semester dan menggunakan evaluasi untuk kemungkinan untuk mengadakan event lagi sangatlah kecil, tapi kenyataannya setelah *international special event "A Walk Through Indonesia"* akan diadakannya *special event* lagi tetapi dengan kolaborasi mahasiswa *University of Pennsylvania* yang memiliki keturunan atau berkewarganegaraan Indonesia, yang mana hasil evaluasi *international special event "A Walk Through Indonesia"* sangatlah berguna.

Evaluation yang dilakukan oleh panitia ada dua bentuk yaitu *report and evaluation* dalam bentuk tertulis dan evaluasi dalam bentuk video. Evaluasi yang dilakukan panitia digunakan untuk dua tujuan, yang pertama sebagai laporan kepada pihak IISMA, juga untuk *special event* selanjutnya yang disebutkan sebelumnya.

"Waktu itu kita expect cuma mahasiswa undergraduates doang kan yang datang"

tapi ternyata kaya graduates student kebetulan mereka nimbrung dan mereka jadi lebih tau lagi tentang budaya Indonesia dan mereka bilang "oh keren banget" karena kalau anak grad student tuh mereka tidak ada event untuk mereka gitu loh jadi mereka seneng diajakin juga involve dalam acara ini dan tau batik itu apa, sumpah pemuda seperti apa dan hal ini disampaikan oleh mayoritas pengunjung yang amazed kalau budaya Indonesia itu diverse banget." Ucap Nadhifah dalam wawancara. Dari evaluasi yang telah dilakukan pihak panitia, ada beberapa hal yang menjadi point-point dan yang pertama adalah acara berjalan diluar ekspektasi oleh *Student Representative* dan panitia tetapi dalam aspek positif dan menguntungkan. Hal ini dinyatakan oleh *Student Representative* pada wawancara dimana ia kaget betapa banyaknya donasi yang datang dari berbagai pihak, juga banyak pengunjung yang datang merupakan *graduate student* atau mahasiswa pascasarjana juga alumni menyatakan bahwa hal yang dilakukan oleh mahasiswa IISMA adalah aktifitas yang jarang dilakukan di *University of Pennsylvania* dan mereka kagum bahwa mahasiswa IISMA hanya disana sebagai pertukaran pelajar selama satu semester tetapi berambisi untuk melakukan sesuatu di negara lain. Hasil evaluasi dari pengunjung lain perihal kebudayaan Indonesia juga positif, untuk negara bebas seperti Amerika Serikat, negara dengan kebudayaan yang ternilai masih kental dan masih dijaga sangatlah menarik juga mereka mengapresiasi panitia sebagai generasi muda namun tidak melupakan sejarah dan budayanya dimana mereka membandingkan dengan remaja di Amerika Serikat yang terkadang melupakan asal mereka.

Hasil dari evaluasi yang dilakukan panitia juga sangat membantu *special event* yang akan dilaksanakan selanjutnya yaitu

special event "Penn Indonesian Culture Fair" atau disingkat *PICF* yang ternyata sukses besar dan diliput oleh beberapa media di Indonesia maupun di Amerika Serikat. *Special event* tersebut adalah kolaborasi dari mahasiswa IISMA dengan komunitas mahasiswa Indonesia reguler di *University of Pennsylvania* yang bernama "Pencasila". *Special event* yang diselenggarakan juga bertema memperkenalkan budaya Indonesia tetapi dari eksekusi berbeda dengan *special event* yang diangkat pada judul ini. Menurut *Student Representative*, evaluasi dari *international special event "A Walk Through Indonesia"* digunakan sebagai landasan bagi *PICF* dan memang hasil evaluasi dari *international special event "A Walk Through Indonesia"* dibuka untuk kepanitiaan *PICF* dimana mahasiswa IISMA juga salah satu dari kepanitiaan acara tersebut, maka pembagian informasi dapat berjalan dengan mudah.

"Kita juga ada bentuk evaluasi untuk acara *PICF* kaya coordinator *PICF* nanya ini gimana cara dapetin vendor makanan dsb, jadi kita bisa ngasih insights juga seperti kontaknya jadi untuk acara selanjutnya mereka jadi punya landasan untuk mereka bakal make vendor yang sama walau eksekusinya ga 100% sama." Ucap Nadhifah dalam wawancara.

Beberapa contoh dari hasil evaluasi yang diberikan untuk pelaksanaan acara *PICF* adalah kelebihan dan kekurangan yang diberikan dari *feedback* pengunjung "*A Walk Through Indonesia*" dijadikan referensi dan acuan bagi acara *PICF* untuk mempersiapkan acaranya yang akan dilaksanakan di kemudian hari. Selanjutnya, kontak-kontak *vendor* makanan juga *snacks* yang sudah dimiliki oleh panitia "*A Walk Through Indonesia*". Hubungan yang dijalin oleh *vendor* dan panitia *international special event "A Walk Through Indonesia"* memudahkan

untuk didapatkannya logistik untuk acara *PICF*. Kegunaan lainnya evaluasi *international special event "A Walk Through Indonesia"* berada di pengalaman kepanitiaannya yang diserap langsung oleh acara *PICF*, dimana beberapa panitia "*A Walk Through Indonesia*" dijadikan koordinator beberapa divisi yang mana pengetahuan dan pengalamannya sangat berguna bagi acara *PICF*.

"*Print sticker kita print sendiri pakai printer dari sponsor, jadi kita desainnya di satu kertas yang pas sama bolongan sama stikernya dan kertas stiker itu ga murah dan sponsor sponsorin semua jadi kita total dari banyak kita salah terus dan terbuang sia sia seperti dari 18 ada 5 lembar salah yang kita buang. Juga ada kendala sempitnya venue yang juga dimention dari pengunjung.*" Ucapan Sarah dalam wawancara.

Untuk kendala yang terdeteksi melalui evaluasi yang terjadi pada *international special event "A Walk Through Indonesia"* ada beberapa masalah teknis seperti terjadinya miskomunikasi akan *cutting sticker* yang dilakukan oleh panitia yang mengakibatkan dari 15 kertas *sticker* hanya dapat digunakan 8 lembar karena sisanya terbuang sia-sia. Kemudian juga ada masalah *venue* terlalu ramai dan sempit, memang dilihat dari tempat yang diberikan tidaklah luas tetapi padatnya mahasiswa IISMA di satu tempat mengakibatkan suasana yang terlalu ramai dan padat.

Analisis Teori Pada Tahap Evaluation

Pada tahap *evaluation* ini mungkin adanya komunikasi *two-way symmetrical* sedikit rumit untuk di temukan, tetapi setelah peneliti analisis lebih detail lagi dapat ditemukan elemen-elemen terjadinya komunikasi *two-way symmetrical*.

Komunikasi *two-way symmetrical* dapat dilihat dari *feedback* yang diberikan oleh

pengunjung "*A Walk Through Indonesia*" kepada panitia seperti pada kekurangan yang muncul yaitu *venue* dan penataan *layout* yang relatif sempit dan kadang menimbulkan keramaian di satu *booth* dikarenakan ada *booth* yang lebih populer dibandingkan *booth* lainnya, juga ada *booth* dimana penjelasan yang diberikan oleh panitianya relatif panjang yang menyebabkan pengunjung lebih lama berdiam di satu tempat, hal ini dijadikan pertimbangan pada acara perencanaan *PICF* dengan memilih *venue* yang lebih besar juga memisahkan *booth* yang pengunjung dapat datang dan hanya mengambil makanan dengan *booth* edukasi dan *booth games* yang ada di acara *PICF*.

Disinilah peneliti menemukan adanya komunikasi *two-way symmetrical* terjadi dimana evaluasi yang telah dilakukan oleh panitia, hasilnya mempengaruhi kepanitiaan *PICF* untuk mengambil *action* dan keputusan berdasarkan evaluasi yang dilakukan, yang mana digunakan untuk referensi juga acuan agar persiapan acara *PICF* yang akan dilaksanakan setelah "*A Walk Through Indonesia*" dapat berjalan lebih baik daripada yang sebelumnya. Dari pernyataan *Student Representative* dalam wawancara yang menyebutkan bahwa *international special event "A Walk Through*

Indonesia" bisa disebut sebagai "*trial*", Peneliti berasumsi bahwa *international special event "A Walk Through Indonesia"* juga berperan sebagai "*test pasar*" dimana hasilnya menunjukkan mahasiswa *University of Pennsylvania* tertarik dengan belajar budaya Indonesia dan dengan data-data nya digunakan, dapat menjadi salah satu alasan acara *PICF* dikatakan sukses besar dan diliput diberbagai media.

Kesimpulan

International Special Event "A Walk Through Indonesia" adalah acara yang diselenggarakan oleh mahasiswa penerima beasiswa dari IISMA di *University of Pennsylvania* dimana bertujuan untuk mempromosikan budaya nasional Indonesia dengan pokok acara meliputi sumpah pemuda, batik, kehidupan universitas di Indonesia, dan jajanan dan kue khas Indonesia. Dalam pelaksanaan *international special event "A Walk Through Indonesia"* ini ada beberapa proses yang harus dilalui mulai dari awal persiapan acara hingga akhir dan semua itu dilihat dari *Special Event Management Process* milik Joe Goldblatt dan akan dianalisis menggunakan *Excellence Theory Two-Way Symmetrical* yang mana terkandung dalam pelaksanaan *international special event "A Walk Through Indonesia"*, sehingga peneliti memperoleh beberapa kesimpulan yaitu pada setiap tahap mulai dari *research, design, planning, coordination* hingga *evaluation* didalamnya telah ditemukan penerapan dari *excellence theory two-way symmetrical* atau komunikasi dua arah simetris seperti yang telah di bahas pada hasil dan pembahasan diatas dimana peneliti telah memberikan data beserta analisis pada setiap poin-poin yang muncul pada pembahasan *international special event "A Walk Through Indonesia"* lalu menganalisisnya setelah itu, dari hasil dan pembahasan maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada penggelaran *international special event "A Walk Through Indonesia"* dari awal hingga akhir terdapat komunikasi *two-way symmetrical* didalam tahap-tahapnya yang mana dapat dilihat dari keputusan-keputusan yang diambil panitia selalu dipengaruhi oleh *feedback* yang masuk dari mahasiswa *University of Pennsylvania* juga dari sponsor hingga terjadi hubungan yang simetris antara semua pihak. Pada

international special event "A Walk Through Indonesia" panitia juga sukses mempromosikan kebudayaan Indonesia dengan cara memperkenalkan topik-topik yang ada nilai persamaan juga menarik bagi demografis usia mahasiswa di *University of Pennsylvania* dengan mempertunjukkan batik, sumpah pemuda, membandingkan kehidupan mahasiswa Indonesia dengan Amerika pada booth *UniLife* hingga memberikan snack dan jajanan khas Indonesia sampai dengan cinderamata yang diberikan seperti masker dengan motif batik juga *sticker-sticker* dengan motif nusantara, hal ini dinilai sangat menarik oleh pengunjung dikarenakan sangat jarang acara kebudayaan diadakan di *University of Pennsylvania* dan cara panitia memperkenalkan budaya Indonesia sangatlah cocok dengan pengunjung dan pengunjung pun merasa "*amazed*" atau terkagum akan kayanya dan beragamnya budaya Indonesia juga mereka terkagum akan pemuda-pemuda Indonesia yang masih mengingat akan budayanya sendiri dan menjaganya seperti apa yang dilakukan oleh panitia dimana generasi muda jaman sekarang dinilai mereka kurang memperhatikan asal usul mereka.

Daftar Pustaka

- Afifuddin. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Bungin, B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Putra Grafika
- Butterick, K. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Creswell, J. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, O.U. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya Grunig, L.A., Grunig, J.E., &
- Dozier, D.M. 2002. *Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Grunig, J.E. 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Goldblatt, Joe. 2014. *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc
- Harsono. 2008. *Pengelolaan Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Julia R.S. 2012. *Event: Professional Event Coordination*. New Jersey: John Wiley and Sons Inc
- Kriyantono, R. 2021. *Teknik Praktis Riset Kouminikasi Kuantitatif dan Kualitatif: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Adversiting, Organissi, Komunikasi Pemasaran Kencana*
- Kriyantono, R. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Jakarta: Kencana Lexy, J.M. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. 2014. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group
- Nawawi, H. 2019. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Pudjiastuti, W. 2010. *Special Event*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Prastowo, A. 2012. *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif: Menciptakan Metode Pembelajaran yang Menarik dan Menyenangkan*. Yogyakarta: Diva Press
- Rustiadi, E., Saefulhakim, S., & Panuju, D.R. 2018. *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Soekanto, S. 2015. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press
- Sachari, A. 2005. *Pengantar Metode Penelitian Budaya Rupa (Desain, Arsitektur, Seni Rupa, dan Kriya)*. Jakarta: Erlangga
- Sugandha, D. 2011. *Koordinasi, Alat Pemersatu Gerakan Administrasi*. Jakarta: Intermedia
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wirawan. 2012. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat
- Yin, R, K. 2013. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Jurnal**
- Pompper, D. 2004. *Linking Ethnic Diversity & Two-Way Symmetry Modeling Female African American Practitioners' Roles*. Journal of Public Relations Research
- Huang, Y.H. 2004. *Is Symmetrical Communication Ethical and*

*Pengelolaan International Special Event dalam Mempromosikan Kebudayaan Nasional
di Amerika Serikat (Studi Kasus Event "A Walk Through Indonesia")*

Effective? Journal of Business
Ethics