



**EVENT LOMBA RAP (HIP-HOP)
DALAM RANGKA PERINGATAN HARI AIDS SEDUNIA TAHUN 2010**

**Project Event Tahunan di BKKBN
Menyambut Hari AIDS Sedunia 1 Desember 2010**

SUMMARY TUGAS AKHIR

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan
Program Studi Diploma III Ilmu Komunikasi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Nama: Dievi Widiastuti

NIM : D0C007027

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2010

PENDAHULUAN

Sekarang ini cukup banyak kasus yang melibatkan remaja menjadi korban AIDS, bisa dilihat dari data yang kami dapat dari Liputan6.com Semarang, korban meninggal dunia akibat HIV/AIDS di Jawa Tengah pada 2009 meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, yakni dari 56 orang menjadi 72 orang. Namun secara keseluruhan jumlah penderita AIDS turun menjadi 12,5 % yakni 424 orang menjadi 375 orang, hal ini disebutkan Gubernur Jawa Tengah dalam rapat paripurna DPRD Jateng di Semarang (rabu 0303).¹ Dari data yang kami dapat, penulis ingin menyampaikan pentingnya bagi remaja untuk mengetahui pengetahuan tentang HIV/AIDS karena remaja sering menjadi korban.

Kami memilih BKKBN sebagai tempat untuk diadakannya event ini karena BKKBN merupakan organisasi yang berpengaruh penting terhadap penanggulangan HIV AIDS, dan pemberantasan narkoba dan seks bebas. Humas BKKBN mempunyai program tahunan guna membangun citra positif masyarakat dan menerapkan strategi komunikasi humas BKKBN.

Salah satu strategi komunikasi humas BKKBN adalah mengadakan *event* guna membangun dan meningkatkan hubungan serta kemitraan antara BKKBN dan masyarakat. Melalui *event*, humas dapat memberikan informasi secara langsung kepada masyarakat. Informasi tersebut dapat dikemas secara menarik agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Hal ini yang mendasari penulis untuk membuat *event* sebagai alat komunikasi humas BKKBN dengan masyarakat.

Setiap tahunnya BKKBN memperingati hari AIDS sedunia yang jatuh pada tanggal 1 desember. Dua tahun terakhir ini, BKKBN berpartisipasi dengan cara mengadakan Lomba RAP sebagai *event* tahunan. RAP merupakan budaya modern, yang bisa dikembangkan

¹ (<http://kesehatan.liputan6.com/berita/201003/266285/korban.AIDS.di.jateng.meningkat>, diakses tanggal 29 september 2010 pukul 23.50

menjadi hal positif. RAP biasa dalam bentuk *omongan* cepat penyanyi. Dan disini dibutuhkan kata – kata yang bisa menarik perhatian pendengar agar apa yang mau disampaikan bisa dimengerti. Lomba ini adalah Lomba yang sudah diadakan tahun lalu, dan tahun ini akan diadakan dengan konsep yang berbeda.

Maka Lomba RAP, diadakan untuk upaya penyebaran informasi dan pengetahuan yang berfungsi membuat masyarakat khususnya remaja yang belum tahu menjadi tahu tentang penanggulangan HIV dan AIDS, pemberantasan narkoba dan seks bebas.

Peneliti merumuskan masalah Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan humas BKKBN dalam melaksanakan program tahunan yaitu *event* Lomba RAP tingkat provinsi dalam rangka peringatan hari AIDS sedunia.

Penulis ingin terlibat dalam pelaksanaan strategi komunikasi humas BKKBN. Bentuk strategi yang akan dilaksanakan pun adalah *event* perusahaan dalam bentuk Lomba RAP Dalam Rangka Peringatan Hari AIDS Sedunia Tahun 2010 yang bertujuan sebagai media komunikasi antar BKKBN dengan masyarakat dalam memberikan informasi dan hiburan serta sebagai sarana untuk memberikan pengetahuan terhadap masyarakat.

Komunikasi akan efektif jika kebutuhan khalayak terpenuhi dengan usaha khalayak yang tidak begitu sulit. Untuk mengatasi masalah ini, hal-hal yang harus diperhatikan pemberi pesan dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi adalah meliputi factor-faktor sarana dan prasarana yang ada. Kebiasaan audiens, kemampuan membaca dari audiens dan pengetahuan awal dari audiens.

Pada prinsipnya, tindakan komunikasi tidaklah pernah berakhir. Artinya proses komunikasi harus mengikuti putaran yang berjalan, sehingga komunikasi berjalan sesuai yang diharapkan. Ini menunjukkan arti bahwa, proses kehumasan selalu berjalan secara terus

menerus. Disinilah strategi komunikasi muncul. *Event* ini merupakan salah satu bentuk strategi komunikasi yang dilakukan setiap tahunnya, *Event* dirasa humas BKKBN merupakan bentuk komunikasi yang dengan mudah dapat diterima oleh khalayak banyak.

Dampak dari *event* ini, sangat besar pengaruhnya terhadap organisasi. Informasi yang akan disampaikan akan dengan mudah dimengerti apabila lomba RAP ini diadakan. karena informasi disampaikan lewat materi lomba RAP.

BATANG TUBUH

Lomba RAP adalah pelaksanaan dari salah satu dari empat program yang menjadi tanggung jawab BKKBN, yaitu Program Kesehatan Reproduksi Remaja. Program reproduksi remaja bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan perilaku positif remaja dalam kesehatan reproduksi sehingga betul-betul mencapai keadaan “*wellness*”, yaitu suatu keadaan dimana seorang memiliki kesehatan fisik, mental, social yang baik dan menghindari perilaku yang beresiko termasuk perilaku seksual. Program inilah yang menjadi dasar dalam melaksanakan *event* tahunan Lomba Rap dalam rangka Peringatan Hari AIDS Sedunia Tahun 2010.

Lomba RAP tahun 2010 yang diadakan kali ini memiliki konsep berbeda dari tahun lalu, kali ini waktu yang disediakan untuk pendaftaran lebih lama. Pendaftaran dibuka tanggal 20 september sampai dengan 9 oktober 2010. Setelah itu, dilakukan *technical meeting* peserta pada tanggal 19 oktober 2010 diruang pertemuan BKKBN dan *technical meeting* dengan pihak DP Mall, pada tanggal 22 oktober 2010. *Technical meeting* ini diadakan di ruang meeting DP Mall lantai 3. disini dibahas keperluan apa saja yang dibutuhkan untuk lomba ini. Lomba RAP dilakukan pada tanggal 23 oktober 2010 pada pukul 13.00 WIB di Hall A

DP Mall Semarang. Sebelum di DP Mall, acara ini sebenarnya akan terselenggara di halaman BKKBN, tetapi berhasilnya proses *lobbying* dengan pihak DP Mall membuat acara terselenggara di DP Mall.

Dari *event* ini, bisa dilihat bahwa hasil yang didapatkan pun sangat baik. Terlihat dari antusiasme peserta juga penonton. Selain itu dengan lomba RAP ini, banyak yang menjadi tahu tentang kesehatan reproduksi. Hal ini terlihat dari isi dari lagu RAP yang peserta bawa. Yang jelas dengan adanya lomba ini diharapkan kepedulian remaja pun meningkat. Sukses *event* ini diukur dari meningkatnya peserta dari tahun lalu yang berjumlah 14 menjadi 20 ditahun ini. Karena diadakan di tempat umum, *event* ini pun menjadi menarik perhatian pengunjung. Dari sini lah banyak pengunjung mall yang justru menonton *event* ini. Yang jelas antusiasme peserta, juga penonton menjadi tolak ukur berhasilnya *event* ini menyampaikan maksud dan tujuannya.

Strategi komunikasi yang dilakukan BKKBN, salah satunya dengan mengadakan *event* lomba RAP dalam Rangka Peringatan Hari AIDS Sedunia Tahun 2010 yang bertujuan sebagai media komunikasi antar BKKBN dengan masyarakat dalam memberikan informasi dan hiburan serta sebagai sarana untuk memberikan pengetahuan terhadap masyarakat khususnya untuk lebih menarik perhatian remaja dan media edukasi terhadap bahaya HIV/AIDS, narkoba, dan seks bebas, dan menambah pengetahuan tentang KB. Tujuan event lomba RAP selain itu adalah sebagai media *entertain* yang mempersuasif khalayak khususnya remaja untuk turut ambil bagian memberantas HIV/AIDS, penggunaan narkoba dan seks bebas.

Penentuan konsep penulis lakukan untuk mengetahui bagaimana konsep dan bentuk *event*. Dari mulai tempat acara sampai *music DJ* kami pilih untuk lebih menarik perhatian remaja

dalam berpartisipasi di *event* ini. Ini kami lakukan jauh sebelum waktu *event*. *Event* lomba RAP tahun lalu, dilakukan hanya 2 jam dan bergabung dengan pentas seni SMA N 3. Hal ini dilakukan karena anggaran yang ada terbatas. Saat itu, Jumlah peserta yang ikut pun hanya 14 peserta, dan *event* hanya diisi dengan penampilan peserta saja. Jumlah peserta tahun ini bertambah menjadi 20 peserta, artinya total peserta meningkat dari tahun lalu.

Penulis membuat konsep baru sebagai perubahan dari tahun lalu. Disini penulis tidak hanya memberikan suguhan hiburan saja, tetapi juga mengundang LSM mitra binaan BKKBN yaitu PIK KRR (Kesehatan Reproduksi Remaja) Risma Immanuris yang memberikan informasi dan pengetahuan tentang bahaya HIV/AIDS, narkoba, dan seks bebas. Risma Immanuris ini kami minta untuk menempatkan diri di depan meja pendaftaran agar penonton ataupun peserta bisa ikut berpartisipasi untuk bertanya kepada PIK KRR (Kesehatan Reproduksi Remaja) Risma Immanuris tentang HIV/AIDS, narkoba, dan seks bebas saat akan menonton atau tampil di lomba RAP.

Event kali ini, juga mengundang DJ Nika dari E-Plaza untuk melengkapi konsep *music DJ* yang penulis buat. Penggunaan DJ (Disc Jockey) agar nuansa RAP atau musik hip hop nya lebih hidup dan menarik. DJ menampilkan kaset CD atau CD-1 yang berasal dari setiap kelompok peserta, disaat *break* / pergantian dari urutan peserta dari no undian 1-10 ke 11-20 menampilkan *perform* dari DJ Niqa.

Leaflet (lampiran 3) merupakan alat publikasi yang digunakan penulis untuk mempromosikan *event* yang akan dilakukan. Penulis mempromosikannya dengan mengirim surat keterangan untuk Badan Pemberdayaan Masyarakat Perempuan dan KB di beberapa Kabupaten di Jawa Tengah (Wonogiri, Karanganyar, Slawi, Kudus, Boyolali, Pati). Disini penulis mempromosikan dengan cara mengirim surat keterangan lewat *fax*.

Pemasangan poster dilakukan di sekolah juga universitas di Semarang (lampiran 5). Penyebaran *leaflet* dan poster ini penulis dibantu dengan pihak BKKBN sepenuhnya. Pak Bambang, pak Bari, pak Aan dan pak Marsono menjadi *partner* kerja penulis dalam penyebaran *leaflet* dan poster ke sekolah- sekolah dan Universitas di Semarang.

Publikasi dimedia akan kami lakukan, dengan waktu sehari sebelum *event* diadakan yaitu tanggal 23 oktober 2010. Kami memilih TVRI untuk memberikan informasi tentang *event* yang akan diadakan sebagai media promosi, karena kami tidak mengeluarkan *budget* dan TVRI merupakan stasiun TV Nasional yang sudah bekerjasama dengan instansi pemerintah BKKBN dalam kurun waktu yang lama.

Penulis menyusun jadwal pendaftaran peserta untuk mengatur waktu agar acara terlaksana dengan baik, dan *event* bisa teratur. Disini penulis membuat jadwal pendaftaran peserta yang dilaksanakan 20 September sampai dengan 09 Oktober 2010.

Agar *event* dapat berjalan dengan baik, koordinasi antar panitia dalam *event* harus dapat terkontrol dengan baik. Melalui rapat panitia (lampiran 7), setiap pengurus akan dikumpulkan untuk membahas perkembangan *event*. Mulai dari awal penentuan tujuan sampai rapat evaluasi terakhir. Penulis mengikuti rapat *technical meeting* pada 19 Oktober 2010, yang membahas kelengkapan *event* seperti tempat pelaksanaan acara (DP mall), persiapan konsumsi, dokumentasi, promosi dan publikasi, DJ, pembawa acara (MC), *atribut event* (plakat, MMT, pin, kaos, piagam, souvenir juri).

Rapat *technical meeting* dengan DP mall dilakukan sehari sebelum *event*, yaitu pada tanggal 22 Oktober 2010 yang dihadiri oleh pihak DP mall Bp. Andre Suhendra *marketing promotion* dari pihak DP Mall, mas Oon dari pihak Strato *sound system*, ibu Erna Sulityowati ketua penyelenggara, didampingi pak Aan Supardan, pak Bambang Permadi, dan penulis. Rapat

panitia dan dewan juri dilaksanakan pada tanggal 20 Oktober 201 di gedung pertemuan lantai 3 BKKBN Provinsi Jawa Tengah pada pukul 10.00 WIB yang dipimpin oleh Ibu Erna Sulistyowati sebagai ketua penyelenggara sekaligus salah satu juri lomba RAP.

Anggaran disusun penulis sesuai dengan pemasukan yang didapat serta pengeluaran yang seharusnya dilakukan. Anggaran untuk acara ini berasal dari dana intern BKKBN dan bantuan dari sponsor. Pembuatan anggaran dilaksanakan sebelum hari *event* tanggal 23 Oktober 2010 terlaksana. Penyusunan anggaran terdapat dilampiran 1. Dana *intern* BKKBN adalah sebesar Rp 40.000.000,00.

Penulis mengatur siapa saja yang akan mengambil dokumentasi berupa foto, dan penulis juga memberi gambaran kapan saja pengambilan foto dilakukan saat *event* berlangsung. Penulis juga menjelaskan bahwa konsep acara ini harus tergambar jelas saat di dokumentasikan.

Pengambilan dokumentasi diperlukan dan harus tepat pada moment- moment penting agar hasil yang didapat pun sempurna. Petugas pengambilan gambar pada *event* ini penulis menjadi koordinator dibantu dalam pelaksanaan oleh Pak Marono. Untuk pengambilan gambar berupa foto panitia menggunakan kamera SLR Nikon B70S, sedangkan untuk video panitia menggunakan Panasonic MD10000. Proses editing rekaman *event*, penulis bekerjasama dengan Mas Dhana Prawira dari TVKu Semarang.

Rapat evaluasi dilaksanakan 6 hari setelah *event* yaitu pada tanggal 29 Oktober 2010. Rapat evaluasi ini dihadiri oleh seluruh panitia yang ikut ambil bagian pada pelaksanaan *event* lomba RAP ini. Kepala BKKBN ibu Sri Murtiningsih sebagai penanggung jawab juga ikut menghadiri rapat evaluasi ini. Rapat dilakukan sangat sederhana di gedung pertemuan lantai 3 BKKBN Provinsi Jawa Tengah dipimpin oleh Ketua penyelenggara Ibu Erna Sulistyowati.

Dalam pelaksanaan lomba RAP 2010 penulis berperan aktif dalam setiap bentuk kegiatan, mulai dari pra produksi hingga pasca produksi yang meliputi penentuan tujuan, penentuan konsep *event*, publikasi, penyusunan jadwal pendaftaran peserta dan jadwal rapat panitia, penyusunan anggaran properti, penyusunan properti dan pembagian atribut *event* (*setting* panggung dan tempat, *controlling soundsystem*, *technical meeting* panitia), pengambilan gambar, rapat evaluasi. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut mengacu seperti yang diungkapkan Scott M. Cutlip dan Allen H. Centre (1982), dalam bukunya *Effective Public Relations*, dimana “ *Public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara organisasi dengan kepentingan publiknya, serta merencanakan suatu program kegiatan dan komunikasi untuk memperoleh pengertian dan dukungan publiknya.”

PENUTUP

Penilaian peneliti mengenai *event* lomba RAP dalam upaya menerapkan strategi komunikasi sudah baik. Namun, perbaikan dan perubahan tetap perlu dilakukan pada beberapa hal, yaitu : Dari penyelenggaraan *event* Lomba RAP yang dilakukan mulai dari pra *event* hingga pasca *event*, diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Penulis mengetahui bagaimana cara mempromosikan *event* dengan beberapa media seperti penyebaran poster dan *leaflet*. Perijinan dengan pihak – pihak yang terkait dalam pelaksanaan *event* dilakukan penulis dengan baik, terlihat dari berhasilnya mendapatkan sponsor, serta mendapatkan tempat yang strategis untuk pelaksanaan *event*. Penyusunan anggaran yang tepat membantu penulis dalam mempersiapkan properti serta perlengkapan *event*. Pelaksanaan *rundown* yang dibuat penulis dalam pelaksanaan *event*, berhasil menarik perhatian penonton dan

melancarkan jalannya *event*. Event Lomba RAP berhasil diberitakan di media massa, Wawasan Sore dan Suara Merdeka. *Editing video* telah selesai dilakukan untuk publikasi serta dokumentasi penulis bahwa telah melaksanakan *event* dengan baik.

Saran penulis untuk kegiatan ini adalah : Meningkatkan kreativitas dalam mengadakan *event* yang ada agar setiap tahunnya *event* yang berlangsung semakin baik dan mengurangi kejenuhan penonton dengan konsep acara yang berbeda - beda pada setiap penyelenggaraan *event*. Mempertahankan cara merealisasikan strategi komunikasi dengan ide baru, agar *event* yang berlangsung akan selalu mendapat perhatian dari publik. Anggaran untuk acara bisa ditambah, supaya acara bisa terlaksana dengan maksimal. Mengurangi keterbatasan dalam masalah dana, merupakan hal yang harus dilakukan agar panitia bisa dengan lancar mempersiapkan *event*. Koordinasi antar panitia harus lebih baik agar mengurangi hambatan pelaksanaan *event*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Gregory, Anne. 2004. *Public Relations dalam Praktik*. Jakarta: Erlangga
- Hermanto, Bambang dkk. 2007. *Public Relations dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta
- Hoyle, Leonard. 2006. *Event Marketing*. Jakarta: PPM
- Husni, Ipin. 2007. *Public Relations Program KB Nasional Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: BKKBN
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relation Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Iriantara, Yosol. 2007. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, Frank. 1998. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Soemanagara, Rd. 2006. *Strategi Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta
- Uchjana, Onong. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Event Lomba Rap (Hip-Hop) Dalam Rangka Peringatan Hari AIDS Sedunia Tahun 2010

Abstrak

BKKBN (Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional) merupakan salah satu instansi pemerintah di Jateng yang bergerak dibidang Keluarga Berencana dalam rangka mensejahterakan masyarakat Indonesia. BKKBN memiliki program tahunan yang berdasarkan pada program BKKBN yaitu kesehatan reproduksi remaja. Dari dasar inilah, *event* lomba rap (hip-hop) diadakan dalam upaya menerapkan strategi komunikasi.

Event lomba rap (hip-hop) merupakan *event* tahunan BKKBN dalam rangka Peringatan Hari Aids Sedunia. Dalam menerapkan strategi komunikasi, *event* merupakan alat utama untuk memberikan informasi kepada masyarakat dengan cara yang menarik dan mudah diterima. Selain itu, *event* yang dilaksanakan ini, merupakan bentuk kreatifitas penulis dalam mewujudkan konsep acara yang biasa dilakukan menjadi lebih menarik dan segar untuk dilihat. Kurangnya pengetahuan masyarakat, khususnya remaja tentang bahaya HIV/AIDS, narkoba, dan seks bebas menjadi dasar membuat *event* ini.

Adapun *event* lomba rap (hip-hop) ini, terdiri dari pra *event*, *event*, dan pasca *event*. Masing – masing tahapan ini memberikan pengalaman dan pengetahuan baru kepada penulis.

Hasil penelitian terhadap *Event* Lomba Rap (Hip-Hop) menunjukkan bahwa *event* ini mendapatkan respon yang baik dari masyarakat khususnya remaja terlihat dari antusiasme peserta juga penonton. Segi konsep acara serta tampilan juga mendapatkan penilaian yang baik. Dapat disimpulkan bahwa *event* tahun ini lebih baik dibandingkan *event* tahun lalu.

Rap Competition Event in Commemoration World Aids Day 2010

Abstract

BKKBN is one of public Government in Central Java which move in planning of family side to make people of Indonesia more better. BKKBN have a years program, include BKKBN program is reproduction healthy of children. From this statement, we make Rap Competition to learn strategy of communication.

Rap Competition event is years event of BKKBN in commemoration Worlds Aids day. To learn strategy of communication, event is one of tools for give information to public which good job and easy to received. In other side, event which we make is our creative to build an event concept which usually happened become more interest and good for looked.

Less information from public, especially children abot dangerous of HIV/AIDS, drugs, and free sex become concept to make this event. Rap Competition event, is divide become three side, from before event, event, and after event. Each side give new experience and knowledge for us.

From this event, we know that we get a positive opinion from public, especially children. We can see from public respons. Concept this event get a good point, and we can see this event more better than last event.