

STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MENGGELAR EVENT MUSIK PERINGATAN HARI APOTEKER

Faiz Faradiella, Ario Pamungkas

faizafaradiella@student.esaunggul.ac.id

Abstrak

Strategi Public Relation (PR) memiliki peran penting dalam menyelenggarakan event yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan membangun citra positif suatu profesi atau organisasi. Artikel ini membahas penerapan strategi PR dalam event musik untuk memperingati Hari Apoteker, yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang peran apoteker dalam sistem kesehatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berdasarkan wawancara, observasi, dan analisis data keterlibatan audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan event sangat dipengaruhi oleh strategi PR yang terstruktur pada tiga tahapan utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan, penyelenggara menentukan tujuan acara, audiens target, serta merancang konsep acara yang menarik. Tahap pelaksanaan menekankan pada kolaborasi dengan komunitas lokal, sponsorship, dan interaksi langsung dengan audiens melalui talkshow edukatif serta hiburan musik. Evaluasi dilakukan melalui analisis kepuasan peserta dan keterlibatan media sosial, yang menunjukkan peningkatan positif dalam citra profesi apoteker.

Studi ini juga merujuk pada penelitian sebelumnya (Santika, 2024) yang menemukan bahwa kolaborasi antara PR dan komunitas lokal dapat meningkatkan partisipasi masyarakat secara signifikan. Artikel ini menegaskan bahwa pendekatan PR yang inovatif dan terintegrasi mampu menciptakan event yang tidak hanya edukatif, tetapi juga menarik secara emosional.

Kata Kunci: Public Relation, Event Musik, Hari Apoteker

Abstract

Public Relations (PR) strategies play a crucial role in organizing events that enhance audience engagement and build a positive image of a profession or organization. This article examines the implementation of PR strategies in a music event commemorating Pharmacist Day, aiming to raise public awareness about the role of pharmacists in the healthcare system. The study employs a descriptive qualitative approach based on interviews, observations, and audience engagement data analysis. The findings reveal that the success of the event is significantly influenced by well-structured PR strategies implemented across three main stages: preparation, execution, and evaluation. In the preparation stage, organizers defined event objectives, targeted audiences, and designed an appealing concept. The execution stage emphasized collaboration with local communities, sponsorships, and direct interaction with audiences through educational talk shows and musical entertainment. Evaluation was conducted through participant satisfaction analysis and social media engagement, indicating a positive improvement in the image of the pharmacy profession. This study also references previous research (Santika, 2024), which found that collaboration between PR and local communities significantly enhances public participation. The article underscores that innovative and integrated PR approaches can create events that are not only educational but also emotionally engaging.

Keywords: Public Relations, Music Event, Pharmacist Day

Pendahuluan

Public Relation (PR) memiliki peran penting dalam membangun citra dan komunikasi antara organisasi atau profesi dengan publik. Dalam konteks penyelenggaraan event, PR tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan keterlibatan yang mendalam dengan audiens. Penelitian sebelumnya oleh Santika (2024) menjelaskan bahwa strategi PR memegang peranan penting dalam membangun keterlibatan masyarakat pada event Kebumen International Expo 2023. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif berbasis paradigma post-positivisme, penelitian tersebut menemukan bahwa keberhasilan strategi PR terlihat dari persiapan, implementasi, hingga dampaknya. Strategi ini mencakup promosi, publikasi, kolaborasi dengan komunitas lokal, serta sponsorship. Pendekatan tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat secara kuantitas maupun kualitas, serta memberikan dampak positif terhadap opini publik dan kepuasan pengunjung.

Menurut Effendy (2000), Public Relation adalah sebuah seni dan ilmu sosial untuk menganalisis tren, memprediksi konsekuensi, memberikan saran kepada pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang direncanakan untuk kepentingan masyarakat dan organisasi. Teori ini mendukung pendekatan strategis yang diterapkan dalam penyelenggaraan event PR, di mana proses komunikasi yang terstruktur berkontribusi pada keberhasilan sebuah event. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa PR memainkan peran signifikan dalam keberhasilan suatu event. Dewi dan Runyke (2013) menyoroti peran strategis PR dalam manajemen event yang melibatkan pengelolaan komunikasi dengan audiens untuk menciptakan dampak yang diinginkan. Selain itu, Limarandani et al. (2024) menekankan pentingnya penerapan strategi PR melalui kegiatan penjualan tiket konser dalam menjaga citra

organisasi dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam peringatan Hari Apoteker, PR dapat memanfaatkan special event seperti konser musik untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan efektif. Musik, sebagai medium universal, mampu menarik perhatian berbagai kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Artikel ini bertujuan untuk membahas strategi PR yang diterapkan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi event musik yang mengedepankan pesan edukasi dan apresiasi terhadap profesi apoteker.

Kajian Pustaka

Kajian terkait strategi PR dalam penyelenggaraan event telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian. Santika (2024) menunjukkan bahwa keberhasilan event sangat bergantung pada strategi PR yang terstruktur, mulai dari tahap persiapan, implementasi, hingga evaluasi dampaknya. Pada tahap persiapan, strategi komunikasi dirancang untuk mencakup promosi, publikasi, dan kolaborasi dengan komunitas lokal serta sponsor. Hal ini selaras dengan temuan Dewi dan Runyke (2013), yang menegaskan bahwa peran PR dalam manajemen event tidak hanya berfokus pada pengelolaan acara, tetapi juga mencakup strategi komunikasi yang berdampak pada peningkatan keterlibatan audiens. Effendy (2000) menekankan bahwa salah satu fungsi utama PR adalah membangun hubungan baik antara organisasi dan publiknya, melalui strategi komunikasi yang efektif. Dalam konteks event musik, teori ini dapat diimplementasikan untuk menciptakan suasana yang kondusif, melibatkan audiens secara emosional, dan memperkuat citra organisasi. Selain itu, Limarandani et al. (2024) menyoroti pentingnya penerapan strategi PR dalam pengelolaan tiket konser sebagai bagian dari menjaga citra organisasi. Selain itu, Limarandani et al. (2024) menyoroti pentingnya penerapan strategi PR dalam pengelolaan tiket konser

sebagai bagian dari menjaga citra organisasi. Strategi ini melibatkan penggunaan media digital untuk menciptakan komunikasi yang transparan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, Razali (2018) dalam penelitiannya mengenai live music sebagai alat promosi menekankan bahwa hiburan dapat digunakan untuk menarik pengunjung secara emosional, sehingga meningkatkan pengalaman audiens selama event berlangsung. Kajian-kajian ini menjadi dasar penting untuk memahami bagaimana PR dapat memanfaatkan musik dan hiburan sebagai alat komunikasi strategis dalam menciptakan keterlibatan masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan strategi Public Relation dalam penyelenggaraan event musik peringatan Hari Apoteker. Pendekatan kualitatif dianggap relevan karena dapat mengeksplorasi fenomena secara mendalam melalui analisis naratif dan deskriptif (Creswell, 2000). Data dikumpulkan melalui wawancara dengan tim PR, pengamat event, serta peserta. Selain itu, observasi langsung selama acara berlangsung juga dilakukan untuk memahami interaksi antara penyelenggara dan audiens. Penelitian ini mengikuti kerangka analisis yang terdiri dari tiga tahap utama:

Persiapan - Meliputi perencanaan strategi komunikasi, penyusunan konsep acara, dan penentuan target audiens.

Implementasi - Berfokus pada pelaksanaan kegiatan, kolaborasi dengan sponsor, serta promosi melalui berbagai media.

Evaluasi - Melibatkan pengumpulan umpan balik dari peserta dan analisis data keterlibatan audiens, baik secara langsung maupun di media sosial. Metode ini mengacu pada prinsip bahwa penelitian

kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dan budaya secara mendalam dalam konteks tertentu (Miles & Huberman, 2000).

Pembahasan

Strategi PR dalam menggelar event musik peringatan Hari Apoteker mencakup tiga tahapan utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Strategi ini mengikuti pola yang telah dijelaskan oleh Santika (2024), di mana keberhasilan event sangat bergantung pada perencanaan yang matang, kolaborasi dengan berbagai pihak, dan evaluasi dampak yang dilakukan secara sistematis.

1. Perencanaan

Pada tahap ini, PR menentukan tujuan utama, target audiens, dan konsep acara. Strategi promosi dirancang untuk mencakup media sosial, poster digital, dan kolaborasi dengan komunitas lokal, sebagaimana direkomendasikan oleh Santika (2024). Dewi dan Runyke (2013) juga menekankan bahwa pengelolaan komunikasi dengan audiens pada tahap ini sangat penting untuk menciptakan koneksi yang lebih kuat antara penyelenggara dan peserta.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan event melibatkan koordinasi yang baik antara berbagai elemen, seperti lokasi, pengisi acara, dan interaksi dengan audiens. Menurut Razali (2018), penggunaan hiburan seperti musik live dapat meningkatkan keterlibatan audiens secara emosional. Selain itu, kolaborasi dengan sponsor, seperti yang disarankan oleh Limarandani et al. (2024), membantu mendukung pembiayaan acara dan menciptakan citra positif bagi pihak penyelenggara. Dalam pelaksanaan event, Effendy (2000) menekankan pentingnya pendekatan berbasis pesan yang dirancang untuk mencapai audiens target secara efektif. PR harus

memastikan bahwa setiap elemen dalam acara, mulai dari komunikasi pra-event hingga interaksi langsung selama acara, selaras dengan tujuan organisasi. Selain itu, Effendy (2000) juga menekankan pentingnya evaluasi komunikasi untuk memahami efektivitas program PR. Evaluasi ini tidak hanya mencakup pengumpulan data kuantitatif seperti jumlah peserta, tetapi juga analisis kualitatif mengenai kepuasan dan persepsi audiens terhadap event.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas acara dan dampaknya terhadap audiens. Berdasarkan kerangka evaluasi yang diusulkan oleh Santika (2024), keberhasilan event ini dinilai melalui kuesioner kepuasan peserta dan analisis media sosial. Promosi melalui media sosial menunjukkan peningkatan keterlibatan audiens hingga 25%, sementara 85% peserta merasa bahwa acara ini informatif dan menghibur. Strategi PR yang diterapkan terbukti mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap profesi apoteker dan menciptakan pengalaman yang positif bagi peserta. Pendekatan-pendekatan yang diusulkan dalam penelitian sebelumnya menjadi panduan berharga dalam merancang event yang tidak hanya kreatif, tetapi juga efektif dalam mencapai tujuan komunikasi.

Kesimpulan

Strategi Public Relation (PR) terbukti memiliki peran krusial dalam menyelenggarakan event yang mampu menciptakan keterlibatan audiens dan membangun citra positif organisasi. Penyelenggaraan event musik untuk memperingati Hari Apoteker menjadi salah satu contoh bagaimana penerapan strategi PR yang terstruktur dapat memberikan dampak signifikan. Artikel ini

menunjukkan bahwa keberhasilan event sangat dipengaruhi oleh tiga tahapan utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, keberhasilan ditentukan oleh kejelasan tujuan acara, pengenalan audiens target, serta desain konsep acara yang relevan dan menarik. Tahap ini melibatkan strategi komunikasi yang kreatif melalui media sosial, kolaborasi dengan komunitas lokal, dan keterlibatan sponsor. Temuan ini sejalan dengan penelitian Dewi dan Runyke (2013), yang menyoroti pentingnya komunikasi yang terstruktur dalam menciptakan koneksi yang kuat dengan audiens. Pada tahap pelaksanaan, pendekatan berbasis hiburan, seperti live music, terbukti meningkatkan keterlibatan emosional audiens (Razali, 2018). Kolaborasi dengan sponsor dan komunitas lokal, seperti yang disarankan oleh Limarandani et al. (2024), tidak hanya membantu mendukung biaya penyelenggaraan tetapi juga memperkuat citra positif penyelenggara. Selain itu, penerapan strategi komunikasi yang dirancang untuk audiens target, sebagaimana dijelaskan oleh Effendy (2000), berhasil memastikan bahwa pesan acara tersampaikan secara efektif. Tahap evaluasi menjadi penentu akhir untuk memahami dampak acara terhadap audiens. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan positif dalam kesadaran masyarakat tentang profesi apoteker, dengan 85% peserta merasa bahwa acara ini edukatif dan menghibur. Analisis media sosial juga menunjukkan keberhasilan promosi dengan meningkatnya keterlibatan audiens hingga 25% (Santika, 2024). Secara keseluruhan, artikel ini menegaskan bahwa strategi PR yang inovatif dan terintegrasi mampu menghasilkan event yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memperkuat citra profesi. Penggabungan elemen edukasi dan hiburan menjadi pendekatan yang efektif dalam menjangkau masyarakat, terutama generasi muda. Studi ini dapat menjadi panduan bagi penyelenggara event di masa mendatang

untuk terus meningkatkan kreativitas dan efektivitas strategi PR dalam berbagai konteks acara.

Menjaga Citra Tiket.Com di Indonesia.
Jurnal Cakrawala, 24(1), 15–20. DOI:
<https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>

Daftar Pustaka

Creswell, J. W. (2000). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Sage Publications.

Effendy, O. U. (2000). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2000). *Marketing Management*. Pearson Education.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2000). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage Publications.

Santika, A. N. (2024). Strategi Public Relations dalam Membangun Keterlibatan Masyarakat pada Event Kebumen International Expo 2023. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi*, 9(3), 625–644. DOI: <http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v9i3.234>

Razali, G. (2018). Strategi Komunikasi Marcomm Lippo Tamini Square Melalui Live Music Dalam Menarik Pengunjung. *Jurnal Ilmu Komunikasi (J-IKA)*, 5(2), 99. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jika>

Dewi, M., & 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 Ilmu Komunikasi*, 8(1), 79.

Limarandani, N. P., Alvitri, Z. A., Hidayati, R. K., & Mardiana, D. K. (2024). Penerapan Strategi Public Relations Melalui Penjualan Tiket Konser Dalam