

## **Strategi Komunikasi Concept Plus Dalam Mempromosikan Komunitas Pecinta Hewan Di Pekanbaru**

**Oleh: Febri Arianto Djufri**  
**Email : febri.arianto.djufri@gmail.com**  
**Pembimbing: Evawani Elysa Lubis, M,Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi – Hubungan Masyarakat  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293  
– Telp/Fax. 0761-63277

### **ABSTRAK**

Dalam proses pelestarian hewan, beberapa pihak memiliki inisiatif untuk membuat sebuah perkumpulan atau komunitas yang melindungi dan melestarikan hewan. Komunitas ini membutuhkan sebuah wadah sebagai tempat mereka mensosialisasikan dan mempromosikan tentang pelestarian hewan. Concept Plus Organizer ialah *Event Organizer* yang bertujuan mempromosikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru.

Penelitian deskriptif ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa tanpa menjelaskan hubungan dan menguji hipotesis atau membuat sebuah prediksi. Subjek dari penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan Concept Plus Organizer, anggota komunitas pecinta hewan, dan masyarakat umum di Pekanbaru yang dipilih menggunakan purposive sampling. Objek dari penelitian ini adalah strategi komunikasi Concept Plus Organizer dalam mensosialisasikan keberadaan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis khalayak yang dilakukan Concept Plus sangatlah berpengaruh terhadap banyak tidaknya komunitas yang melakukan registrasi dan penonton yang hadir. *Concept Plus* menggunakan proses komunikasi persuasif dalam menarik minat komunitas pecinta hewan di Pekanbaru. Strategi pesan yang digunakan oleh Concept Plus seperti media cetak dan elektronik menunjukkan hasil yang cukup efektif untuk mengajak khalayak ramai untuk berpartisipasi pada event event yang mereka adakan. Metode redundancy dan metode persuasive yang digunakan oleh Concept Plus untuk meningkatkan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru. Penggunaan media cetak seperti *flyers* dan media sosial merupakan salah satu langkah yang digunakan oleh Concept Plus organizer untuk mengembangkan keberadaan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi Concept Plus dalam mempromosikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru

*Communiucation Strategy of Concept Plus Organizer in Promoting The  
Community of Animal Lovers in Pekanbaru*

**By: Febri Arianto Djufri**  
**Email : dsuryaner@gmail.com**  
**Counselor: Dr. Nurjanah. M,Si**

*Major of Communication Science – Public Relation  
Faculty of Social Political Science  
Riau University  
Campus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293 –  
Telp/Fax. 0761-63277*

**ABSTRACT**

*In the process of animal preservation, some parties have the initiative to create an association or community that protects and conserves animals. This community needs a place for them to socialize and promote animal conservation. Concept Plus Organizer is Event Organizer which aims to promote animal lovers community in Pekanbaru.*

*This descriptive study used a qualitative approach in which researchers only describe the situations or events without explaining relationships and testing hypotheses or make a prediction. The subject of this study is the leader and employees of Concept Plus Organizer, community members, animal lovers, and the general public in Pekanbaru selected using purposive sampling. The object of this study is the communication strategy used by Concept Plus Organizer in socializing the existence of community of animal lovers in Pekanbaru. Data were collected through interviews, observation, and documentation.*

*The results showed that the audience analysis conducted by Concept Plus effect on the amount of communities registered and the audience attended. Concept Plus uses persuasive communication process in attracting community of animal lovers in Pekanbaru. Messaging strategies used by Concept Plus are printing and electronic media showing quite effective results at attracting public to participate in their community events they organized. Redundancy methods, by influencing the public by repeating the message to the audience, and the method of persuasion, by persuading the community of animal lovers with frequent communication and discussion are also used by Concept Plus to improve the existence of a community of animal lovers in Pekanbaru. Using printing media such as flyers and social media is one of the strategies used by Concept Plus to promote the community of animal lovers in Pekanbaru*

*Keyword : Communiucation Strategy of Concept Plus Organizer in Promoting  
The Community of Animal Lovers in Pekanbaru*

## Pendahuluan

Perubahan iklim yang ekstrim, lingkungan, dan perilaku manusia menyebabkan keberadaan hewan semakin hari semakin berkurang dan semakin langka. Untuk mengantisipasi agar kuantitas hewan tidak terus merosot sehingga akhirnya punah. Berbagai cara ditempuh baik oleh pemerintah maupun lembaga yang peduli melalui gerakan pelestarian hewan. Sebenarnya pelestarian hewan bukan semata-mata tugas dan tanggung jawab pemerintah. Pelestarian hewan adalah tanggung jawab semua pihak. Hal ini terkait dengan kondisi bahwa manusia adalah satu pihak yang memiliki peran terbesar dalam proses musnahnya beberapa jenis spesies hewan. Meskipun manusia berada dalam jalur yang berlainan dengan dunia hewan dalam sebuah rantai makanan, namun pada kenyataannya manusia adalah salah satu predator dalam kehidupan hewan

Dalam proses pelestarian hewan, beberapa orang memiliki inisiatif untuk membuat sebuah perkumpulan atau komunitas yang melindungi dan melestarikan hewan. Biasanya komunitas ini ialah orang-orang yang memiliki rasa kepedulian dalam pelestarian hewan di Indonesia. Dalam kegiatannya sendiri, komunitas ini membutuhkan sebuah wadah sebagai tempat mereka mensosialisasikan dan mempromosikan tentang pelestarian hewan dan memperlihatkan keberadaan mereka. Munculnya beberapa pihak yang membantu dalam pelestarian hewan bukan hanya dari komunitas atau lembaga yang peduli dengan hewan saja, tetapi juga dari pihak yang tidak berkaitan dengan pelestarian hewan. Pihak-pihak ini juga memiliki peran

walaupun secara tidak langsung membantu dalam pelestariannya.

*Event Organizer* merupakan usaha penyelenggaraan kegiatan. Prinsipnya usaha ini mengelola sumber daya manusia untuk membuat sebuah acara. *Event Organizer* sanggup menangani acara mulai dari ulang tahun, *wedding party*, seminar, *outbound*, *training*, promo perusahaan, launching produk, hingga penyelenggara acara olahraga dan konser musik internasional. Tapi biasanya masing-masing *Event Organizer* memiliki spesifikasi kegiatan yang ditangani. Menurut motivator bisnis Andrias Harefa (2005), spesifikasi ini perlu karena berbisnis *Event Organizer* harus fokus. Seorang pengusaha *Event Organizer* harus benar-benar mengetahui lebih dalam bidang yang dikerjakannya. Jangan sampai berbisnis *Event Organizer* hanya sekedar untuk coba-coba tanpa disertai pengetahuan dan kemampuan.

Modal besar saja belum bisa menjadi jaminan keberhasilan. Maka sebelum memutuskan untuk terjun ke bisnis penyelenggara kegiatan ini, sebaiknya melakukan observasi bisnis yang ingin di jalankan. *Event Organizer* yang telah maju dan berkembang pasti memiliki strategi yang bagus, bahkan untuk strategi komunikasinya. Strategi ini juga didukung oleh *man power*, *talent*, *vendor*, dan komunitas yang mendukung dan membantu dalam strategi tersebut. Kalau kita perhatikan dengan cermat dunia *Event Organizer*, tentu kita akan melihat bahwa saat ini di Indonesia jasa *Event Organizer* sudah berkembang dengan sangat pesat, apalagi khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung,

Surabaya. Tentu hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan akan kebutuhan jasa *event organizer* yang juga disebut dengan penyelenggara acara, bisnis ini juga merupakan pilihan bisnis yang menjanjikan untuk meraih kesuksesan besar atau bahkan meraup keuntungan besar dengan cepat. Agar bisnisnya beralan sesuai dengan perencanaan dan berjalan sukses, maka *event organizer* harus memiliki strategi komunikasi yang terstruktur dan organisir.

Dikota Pekanbaru terdapat sebuah penyedia jasa penyelenggara acara atau lebih biasa disebut *EO (Event Organizer)* yang bernama Concept Plus Organizer, dimana Concept Plus Organizer ini merupakan sebuah *Event Organizer* yang bertahap mengadakan acara - acara untuk para komunitas di kota Pekanbaru dan sekitarnya, dari mulai *gathering* para komunitas hewan hingga acara kontes serta seminar untuk pecinta hewan. *Event Organizer* yang sering mengadakan kegiatan untuk komunitas bukan hanya Concept Plus, ada juga seperti White And Blue Production, Radja Production, dan Indika Kreasindo. Akan tetapi Concept Plus Organizer ialah *Event Organizer* yang mampu menampung dan merangkul serta menjadi wadah bagi komunitas pecinta hewan di kota Pekanbaru, bahkan di Provinsi Riau.

Concept Plus Organizer sendiri merupakan sebuah organisasi karena mereka mempunyai kestrukturan organisasi dan *jobdesk*. Organisasi sendiri menurut Prajudi Atmosudirjo (2009) mengemukakan bahwa organisasi adalah: Struktur tata pembagian kerja dan struktur tata hubungan kerja antara sekelompok orang-orang pemegang

posisi yang bekerja sama secara tertentu untuk bersama-sama mencapai suatu tujuan tertentu. Selain itu organisasi dapat pula didefinisikan sebagai suatu himpunan interaksi manusia yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama yang terikat dalam suatu ketentuan yang telah disetujui bersama. Kehadiran Concept Plus Organizer sebagai sebuah *Event Organizer* yang memiliki kepedulian terhadap kegiatan komunitas pecinta hewan. Diwaktu sekarang adanya Concept Plus sangat memberikan peluang bagi komunitas tersebut, karena dengan hadirnya Concept Plus Organizer memberikan mereka kesempatan untuk menunjukkan keberadaan mereka di hadapan khalayak umum. Hal ini untuk menunjukkan bahwa komunitas hewan ini ialah para pecinta hewan yang memiliki tujuan untuk melestarikan serta mensosialisasikan hewan-hewan yang mereka pelihara dan lestarikan. Baik itu hewan yang sudah dikenal sebagai hewan peliharaan pada umumnya seperti kucing dan anjing, hingga hewan yang tidak banyak diketahui oleh orang-orang bahwa hewan itu bisa dipelihara dan dijinakan atau bisa dibilang hewan liar ataupun hewan buas seperti reptil, musang, dan lain lainnya.

Hal - hal yang telah disebutkan sebelumnya, Concept Plus Organizer merupakan sebuah *Event Organizer* yang menjadi wadah tempat berkumpul dan berdiskusi bagi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru. Untuk mencapai tujuan tersebut maka dari itu Concept Plus Organizer haruslah membutuhkan dan mempunyai strategi komunikasi yang khusus apabila mereka ingin merangkul dan

menjadi wadah bagi para komunitas pecinta hewan di Pekanbaru.

Dalam melancarkan strategi komunikasinya Concept Plus Organizer melakukan beberapa tahapan terlebih dahulu, agar mereka berhasil dalam misi mereka untuk membina para komunitas pecinta hewan di Pekanbaru, yaitu bagaimana mereka menganalisis khalayaknya terlebih dahulu sebelum melaksanakan sebuah acara, bagaimana strategi komunikasinya untuk menarik para komunitas pecinta hewan, bagaimana penggunaan metode komunikasinya, dan bagaimana strategi seleksi penggunaan media yang dilakukan oleh Concept Plus Organizer dalam mengembangkan dan memperkenalkan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru

Dengan *event* besar seperti *gathering* akbar semua komunitas pecinta hewan di Pekanbaru tepatnya di Kebun Binatang Kasam Kulim, yang diselenggarakan pada bulan September 2015. *Event* ini diselenggarakan bukan hanya untuk silaturahmi dengan komunitas pecinta hewan lainnya melainkan juga sebagai solidaritas sesama pecinta hewan dan memberikan donasi serta dukungan untuk kebun binatang Kasam Kulim, karena Kebun Binatang Kasam Kulim sudah banyak satwanya yang tidak terurus mengakibatkan sakit bahkan hingga mati dan tempatnya sudah tidak ramai dikunjungi banyak orang.

Oleh sebab itu, strategi komunikasi merupakan salah satu senjata untuk mencapai keberhasilan dari tujuan organisasi. Sebagaimana telah diuraikan diatas bahwa Concept Plus Organizer merupakan *Event Organizer* yang bergerak dalam

bidang *gathering*, *launching*, dan konser sekalipun dan juga mempunyai tujuan juga untuk memsosialisasikan komunitas-komunitas pecinta hewan Di Pekanbaru melestarikan budaya mencintai hewan dan tidak menganiayanya. Strategi komunikasi seperti apakah yang digunakan oleh Concept Plus Organizer dalam mencapai tujuannya. Untuk itulah penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Concept Plus Organizer dalam mempromosikan keberadaan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru”.

### **Strategi Komunikasi**

Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain dibutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi (Effendy, 2005:10).

Agar komunikasi secara tepat mengena pada sasaran yang hendak dicapainya, maka suatu komunikasi haruslah dilakukan secara terencana dan strategis. Suatu komunikasi yang diharapkan efektivitasnya tidaklah dilakukan secara asal, melainkan membutuhkan persiapan-persiapan dan perencanaan yang matang. Suatu perencanaan komunikasi meliputi strategi, dimana strategi ini menyangkut tindakan yang akan dilakukan serta manajemen.

Menurut Chandler (dalam Rangkuti, 2006:3) mengatakan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Strategi menurut Stephanie K. Marrus (dalam Umar, 2003:31) adalah proses penentuan rencana para pimpinan puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi yang disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Effendy (2005:32) dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* menyatakan bahwa strategi adalah:

”Keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas”.

Dapat disimpulkan bahwa suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain dibutuhkan perumusan tujuan yang jelas, juga terutama memperhitungkan kondisi dan situasi. Untuk mencapainya maka diperlukan beberapa hal, sebagai berikut:

- a. Mengetahui khalayak atau sasaran  
Mengetahui khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha pencapaian strategi, karena khalayak dapat dipengaruhi.
- b. Pengetahuan serta komunikator dipilih, sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

Dalam perumusan strategi diperlukan penyusunan pesan yaitu menentukan tema dan materi, syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dari pesan ialah mampu

membangkitkan perhatian. Individu dalam saat yang bersamaan, kadang-kadang dirangsang oleh banyak pesan dari berbagai sumber, tetapi tidak semua rangsang itu dapat mempengaruhi khalayak.

### **Event Organizer**

*Event Organizer* adalah istilah untuk penyedia jasa profesional penyelenggara acara. Meski biasa dialih bahasakan, namun umumnya istilah aslinya tetap dipergunakan, atau untuk mudahnya disebut *EO*. Pada dasarnya, tugas dari *EO* adalah membantu kliennya (*client*) untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Biasanya hal ini karena keterbatasan sumber daya atau waktu yang dimiliki klien, namun penggunaan jasa *EO* juga dimungkinkan dengan alasan agar penyelenggaraannya profesional sehingga lebih bagus daripada bila dikerjakan sendiri.

Dalam pengertian sederhana yang disebut sebagai *Event Organizer* adalah prasangka pengelola suatu kegiatan (Pengorganisir acara). Setiap kegiatan yang diselenggarakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan dikedua belah pihak, baik penyelenggara maupun yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. Keuntungan ini tidak harus bersifat material namun juga bisa bersifat non material.

Bentuk sebuah *Event Organizer* sendiri sebenarnya telah dikenal di berbagai organisasi kemasyarakatan, lingkungan pendidikan (*in-house production*). Diantaranya, kepanitiaan peringatan HUT RI di lingkungan tempat tinggal kita, kepanitiaan *Out Bond* di lingkungan kerja, kepanitiaan ulang

tahun sekolah yang di selenggarakan oleh OSIS, dan lain sebagainya.

Event Organizer juga merupakan sebuah peluang bisnis yang menjanjikan untuk dijalankan. Perkembangan dunia usaha di Indonesia dewasa ini telah memperlihatkan ke arah yang menggembirakan. Terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa, baik itu skala kecil maupun besar. Salah satunya adalah Event Organizer.

Dalam pengertian ini yang dimaksudkan dengan Event Organizer lebih mengarah pada profesi, yaitu suatu lembaga baik formal maupun non formal, yang dipercaya untuk melakukan kegiatan. Misal; peluncuran suatu produk baru, pesta, seminar, pagelaran musik, dan lain sebagainya, disesuaikan dengan permintaan pengguna jasa atau inisiatif Event Organizer sendiri.

Disini yang membedakan sebuah Event Organizer dalam bentuk kepanitian (in-house production) dan Event Organizer yang mengarah pada profesi, dapat dilihat dari keberlangsungan Event Organizer tersebut. Apabila dalam bentuk kepanitian, setelah kegiatan selesai dilaksanakan maka selesai pula tugas orang-orang yang terlibat didalam kepanitiaan. Sedangkan dalam Event Organizer yang mengarah pada profesi, meskipun kegiatan telah berakhir, akan tetapi kegiatan orang-orang didalamnya akan tetap berlangsung.

### **Concept Plus**

Concept Plus Organizer ialah suatu perusahaan jasa yang menangani suatu event atau acara lebih akrab disebut dengan Event

Organizer. Awal berdirinya Concept Plus Organizer ialah dari kecintaan terhadap musik dan komunitas yang mendorong untuk membuat suatu aktifitas yang berhubungan dengan dunia Entertainment. Sebelumnya Concept Plus Organizer bernama Concept Pro Organizer, namun pada awal tahun 2014 berganti menjadi Concept Plus Organizer. Awal berdiri Concept Plus berdiri sejak tahun 2008 sewaktu masih dengan nama Concept Pro, mereka bertujuan agar memenuhi kebutuhan *entertainment* yang semakin meningkat. Concept Plus Organizer atau yang lebih akrab disebut C Plus Organizer bertujuan menjadi perusahaan yang dilengkapi semua kebutuhan yang diperlukan dalam menggelar sebuah acara. Selain dengan berkembangnya industri entertainment. Concept Plus Organizer sebagai perusahaan yang mempunyai berbagai pengalaman dalam beberapa acara dengan sistem kerja yang detail sehingga kemungkinan untuk gagal sangat kecil. Tujuan C Plus Organizer untuk selalu memuaskan Client ( Mitra Kerja ). Sehingga untuk mencapai suatu kesuksesan dalam suatu pekerjaan C Plus Organizer selalu selektif dalam memilih, baik itu dari pengisi acara sampai dengan volunteer yang terlibat dalam suatu pekerjaan. Memiliki team yang berkarakter fokus, antusias, *creative, team work, spirit*, dan mengutamakan *Customer Satisfaction*

Concept Plus Organizer sendiri tidak hanya bertujuan untuk memuaskan *client* atau mencari profit untuk perusahaan. Melainkan juga menjadi salah satu tempat untuk para komunitas untuk berkarya dan menampilkan kreatifitasnya.

Komunitas juga salah satu kunci sukses dari perjalanan karir C Plus Organizer. Karena tanpa andil dari Komunitas, Concept Plus Organizer tidak bisa berdiri sampai sekarang.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, *Cara Ilmiah, Data, Tujuan, dan Kegunaan*. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri – ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

Metode yang penulis pakai pada penelitian ini adalah metodologi penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana peneliti hanya memaparkan situasi atau peristiwa saja dan tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tanpa menguji hipotesis atau membuat sebuah prediksi.

Penelitian deskriptif seperti telah diuraikan di muka hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Beberapa penulis memperluas penelitian deskriptif kepada segala penelitian selain penelitian historis dan eksperimental.

Jadi, penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintetis). Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi. Dari penelitian

deskriptiflah dikembangkan berbagai penelitian korelasional dan eksperimental. (Drs. Jalaluddin Rakhmat Bandung, 2005)

Metode kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan post positivistic karena berlandaskan pada postivism. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai metode interpretive, karena dari data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pada bagian ini penulis akan menguraikan dan membahas hasil dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan secara langsung di lapangan mengenai Strategi komunikasi Concept Plus Organizer dalam mempromosikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru.

Strategi Komunikasi Concept Plus Organizer dalam mempromosikan Komunitas Pecinta Hewan di Pekanbaru menjadikan salah satu kunci penting suksesnya Concept Plus Organizer menjadi *Event Organizer* yang dikenal banyak orang. Selain itu ada berapa faktor yang mendukung suksesnya Concept Plus Organizer. Pada bab ini akan dideskripsikan bagaimana hasil dari penelitian mengenai Peran Concept Plus Organizer Dalam mempromosikan Komunitas Pecinta Hewan di Pekanbaru. Hasil Penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara langsung yang terstruktur maupun tidak terstruktur disertai dengan proses observasi di lapangan. Peneliti sendiri menguraikan hasil penelitian ini dengan berlandaskan dengan identifikasi masalah yang

sudah peneliti buat, yaitu bagaimana proses komunikasi Concept Plus Organizer dalam menarik komunitas – komunitas hewan di Pekanbaru untuk bergabung dan masuk kedalam manajemen dan database. Bagaimana peran Concept Plus Organizer dalam meningkatkan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru, dan bagaimana Concept Plus Organizer dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru

### **Analisis khalayak yang dilakukan oleh Concept Plus Organizer Dalam Mempromosikan Komunitas Pecinta Hewan di Pekanbaru**

Sebenarnya sasaran khalayak untuk *event* Concept Plus terhadap perkembangan dan kemajuan komunitas pecinta hewan ialah untuk semua umur, akan tetapi untuk menarik massa dan khalayak yang ramai, Concept Plus Organizer sendiri lebih menitik beratkan kepada remaja dan anak muda. Para remaja dan anak muda yang antara umur 12 tahun sampai dengan 26 tahun. Remaja, yang dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa latin *adolescence* yang artinya “ tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”.

Masa Remaja yang umum digunakan oleh para ahli adalah antara 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu 12 – 15 tahun = masa remaja awal, 15 – 18 tahun = masa remaja pertengahan, dan 18 – 21 tahun = masa remaja akhir. Tetapi Monks, Knoers, dan Haditono membedakan masa remaja menjadi empat bagian, yaitu masa pra-remaja 10 – 12 tahun, masa remaja awal 12 – 15 tahun, masa

remaja pertengahan 15 – 18 tahun, dan masa remaja akhir 18 – 21 tahun (Deswita, 2006: 192).

Hal ini terungkap ketika peneliti mewawancarai Pihak Concept Plus mengenai kisaran umur berapa saja yang menjadi sasaran khalayak Concept Plus Organizer. Concept Plus sendiri tidak terlalu mengspesifikan umur berapa yang bakalan menjadi sasaran khalayak mereka, hal ini disebabkan yang namanya melestarikan dan merawat hewan sifatnya *universal*, semua orang berhak memelihara dan melestarikan hewan yang apendik ataupun tidak apalagi untuk masuk dikomunitasnya hanya sebagian orang yang bisa dan mau membagi waktunya. Untuk mereka sendiri pin mayoritas khalayak yang datang kisaran umur dari 8 – 25 tahun, kadang ada yang diatas itu. Hal ini disebabkan biasanya mereka datang dengan keluarga ataupun kerabat.

### **Strategi Pesan Concept Plus dalam menarik komunitas pecinta hewan di Pekanbaru**

Dalam sebuah organisasi *Event Organizer* tidaklah lepas dari pelaksanaan sebuah *event*, baik *event sponsorship* maupun *event* yang dibuat sendiri. Seperti yang dilakukan oleh Concept Plus yang memilih bergerak dibidang musik dan komunitas mereka setiap bulannya selalu mengadakan *event* komunitas walau terkadang hanya kegiatan yang skalanya kecil. Dalam pelaksanaannya pihak *Event Organizer* selalu melampirkan proposal kepada pihak yang ingin menjadi *sponsor* dalam *event* yang akan dilaksanakan. Adapun *sponsor* yang telah memberikan *respon* terhadap propal Concept Plus yaitu, : *provider* telepon seluler, klinik hewan, media massa dan instansi

pemerintahan serta banyak lainnya. Adapun alasan mengapa mereka lebih memilih menjadi sebuah *Event Organizer* untuk sebuah komunitas. Concept Plus sendiri memiliki basic ilmu mereka dalam menggarap sebuah *event* komunitas.

Concept Plus sendiri memanglah sebuah *Event Organizer* yang menggarap tentang *event* komunitas akan tetapi mereka seringkali juga mengadakan acara selain acara komunitas. Concept Plus sebagai sebuah organisasi *Event Organizer* yang menjadi salah satu wadah bagi para komunitas pastilah ingin disetiap acaranya selalu ramai dihadiri oleh para penonton/*audience*, oleh sebab itu pihak Concept Plus haruslah mempunyai strategi yang jitu dalam mempromosikan *event* tersebut kepada khalayak, salah satu caranya dengan memanfaatkan media – media massa yang ada. Media massa yang ada untuk mempromosikan *event – event* mereka, dari mulai media sosial seperti *BBM, Facebook, Instagram*, dan lain sebagainya. Media cetak juga seperti *Koran, Banner, Flyer, dan Pamflet.*”

### **Strategi Penggunaan Metode Komunikasi yang dipilih Concept Plus dalam meningkatkan eksistensi Komunitas Pecinta Hewan di Pekanbaru**

Concept Plus pada dasarnya memiliki misi dan tujuan untuk bisa meningkatkan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru, oleh karena itu mereka selalu merangkul dan mengajak komunitas – komunitas pecinta hewan di Pekanbaru untuk maju sama – sama agar dapat mengeksiskan komunitas pecinta hewan khususnya di Daerah Pekanbaru. Concept Plus sendiri memiliki tujuan meningkatkan

eksistensi komunitas – komunitas pecinta hewan di Pekanbaru, supaya bisa bersaing dengan komunitas lain yang ada dikota besar lainnya serta bisa membuktikan bahwa Komunitas pecinta hewan di Pekanbaru juga punya wadah dan bagus namanya.

Dengan seringnya pihak Concept Plus mengadakan sebuah acara/*event* komunitas pecinta hewan banyak sekali komunitas – komunitas pecinta hewan yang tertarik untuk mengikuti *event* tersebut, dengan demikian bahwa pihak Concept Plus secara tidak langsung telah melakukan metode komunikasi secara persuasif yaitu dengan cara mempengaruhi khalayak dengan jalan membujuk, dalam hal ini khalayak (*komunitas pecinta hewan/masyarakat*) digugah baik pikirannya, maupun perasaannya dengan cara rutusnya membuat sebuah *event* untuk para komunitas pecinta hewan, agar mereka termotivasi untuk tetap berkarya dan bertahan dalam penanganan hewan

Dapat diketahui bahwa dari berbagai macam kutipan wawancara dan hasil observasi yang peneliti lakukan dapat diketahui juga bahwa secara tidak langsung Concept Plus telah menerapkan pula metode komunikasi secara Redundancy (*Repetition*), Redundancy sendiri menurut Anwar Arifin adalah:

“Mempengaruhi khalayak dengan cara mengulang – mengulang pesan kepada khalayak, manfaat lainnya ialah bahwa khalayak tidak akan mudah melupakan hal yang penting yang disampaikan berulang – ulang.”

Hal ini dapat dilihat dari bagaimana cara mereka mengirimkan pesan dengan menggunakan media massa elektronik dengan rutin dan

berulang – ulang jadi otomatis khalayak mereka pun akan selalu mengingatnya.

### **Strategi seleksi dan penggunaan media yang dipilih Concept Plus dalam mengembangkan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru**

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan media memberikan kemudahan untuk melakukan komunikasi termasuk dalam mengembangkan suatu komunitas di Pekanbaru. Dalam proses komunikasinya dalam mengembangkan eksistensi Komunitas di Pekanbaru, Concept Plus haruslah memilih saluran komunikasi dan media komunikasi yang tepat, agar sampai kepada komunikannya, saluran komunikasi adalah jalan yang dilalui pesan komunikator untuk sampai ke komunikannya. Terdapat dua jalan agar pesan komunikator sampai ke komunikannya, yaitu tanpa media (*nonmediated communication*) yang berlangsung *face to face*, atau dengan media sebagai alat perantara untuk menyampaikan pesan tersebut. Seperti apa yang dilakukan oleh Concept Plus.

Penggunaan media untuk menyebarluaskan sesuatu hal pada zaman sekarang memang sebuah keharusan, sebab selain media massa dapat menjangkau jumlah besar khalayak dan manusia pada zaman sekarang tidaklah dapat lepas dari yang namanya surat kabar, radio, televisi bahkan internet. Alat – alat tersebut muncul sebagai alat komunikasi massa yang berfungsi sebagai alat penyalur dan juga fungsi sosial.

Oleh karena itu pihak Concept Plus sangatlah benar – benar memanfaatkan media massa terutama

internet dalam hal untuk mengeksistensikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru. Concept Plus dalam proses ini sangat mengandalkan yang namanya media, terutama media sosial yang ada diinternet seperti *Facebook*, *Instagram*, *Path*, dan lain sebagainya. Hal ini disebabkan dengan media sosial tersebut Concept Plus bisa menyebarkan pesan kepada khalayak luas apabila kita akan melangsungkan sebuah event, jadi khalayak bisa tahu acara apa yang akan diselenggarakan, apa temanya, dalam rangka apa, siapa pemateri atau bintang tamu acara tersebut, berapa biaya pendaftaran kalau ada kontes serta dengan media sosial juga kita bisa mempromosikan komunitas – komunitas pecinta hewan yang berada dinaungan mereka, sehingga mereka bisa dikenal oleh khalayak.

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam proses mengeksistensikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru Concept Plus sangatlah memanfaatkan yang namanya media massa, terutama media sosial melalui internet, internet atau *interconnection networking* telah membentuk ruang dan waktu, yang bersifat nirjarak dan nirwaktu, yang disebut dengan *cyberspace*, karena tidak dapat dipungkiri lagi bahwa media sosial diinternet selain tempat kita untuk bertegur sapa dengan teman – teman kita yang jauh disana, juga bisa digunakan untuk *membroadcastkan* sesuatu hal dengan cepat, dengan menggunakan biaya yang minim tetapi berefek sangat besar, yaitu banyak munculnya komunitas – komunitas yang baru. Komunitas yang yang registrasi diacara mereka pun selalu ada yang baru, tidak itu –

itu saja, ini membuktikan bahwa bertambah banyak sekali komunitas pecinta hewan di Pekanbaru dan mereka selalu didukung oleh semua elemen yang lain agar membuat acara secara rutin.

Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media yang dipilih oleh Concept Plus dalam mengeksistensikan Komunitas Pecinta hewan di Pekanbaru sudah tepat, hal ini dibuktikan oleh banyaknya Komunitas – komunitas Pecinta hewan bermunculan pada saat Concept Plus mengadakan event mereka, walaupun belum maksimal, Hal ini diperjelas oleh Concept Plus Kerja mereka walaupun belum maksimal, setidaknya dengan Concept Plus yang selalu mensupport dan mengadakan acara untuk komunitas secara berkala bisa tetap membuat komunitas – komunitas pecinta hewan tetap solid dan semangat dikomunitasnya, terutama di Pekanbaru sendiri.”

Selain menggunakan media internet, Concept Plus juga dalam mengkomunikasikan pesannya sering menggunakan media cetak, yaitu *Flyers*. *Flyers* ini biasanya dibuat seminggu atau dua minggu sebelum mereka mengadakan sebuah event, yang pastinya dengan desain – desain yang sangat unik dan kreatif.

### **Pembahasan**

Hal yang menimbulkan kesadaran bahwa ternyata komunitas pecinta hewan Di Pekanbaru sangat beraneka ragam dan memiliki anggota yang lumayan banyak dan sudah berdiri sudah lumayan lama di Pekanbaru. Concept Plus sebagai Event Organizer handal dalam menangani sebuah kegiatan ingin memberikan wadah serta kesempatan bagi komunitas pecinta hewan untuk

memberikan edukasi serta informasi terhadap publik serta mengembangkan dan mempromosikan komunitas pecinta hewan supaya eksistensinya diketahui oleh publik serta memiliki anggota atau simpatisan yang banyak di Pekanbaru dan sekitarnya.

Dalam mempromosikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru, Concept Plus menentukan strategi komunikasi yang tepat guna promosi yang akan dilakukan. Agar komunikasi secara tepat mengenai pada sasaran yang hendak dicapainya, maka suatu komunikasi haruslah dilakukan secara terencana dan strategis. Suatu komunikasi yang diharapkan efektivitasnya tidaklah dilakukan secara asal, melainkan membutuhkan persiapan-persiapan dan perencanaan yang matang. Suatu perencanaan komunikasi meliputi strategi, dimana strategi ini menyangkut tindakan yang akan dilakukan serta manajemen.

Concept Plus juga mendorong individu, kelompok, yayasan ataupun lembaga. Serta mengajak dan mengedukasi publik tentang komunitas pecinta hewan. Dalam mencapai tujuannya tersebut, Concept Plus melakukan strategi komunikasi kepada seluruh lapisan masyarakat. Strategi komunikasi yang dilakukan Concept Plus dapat dilihat dari analisa khalayak, strategi pesan, metode komunikasi, dan penggunaan media.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti strategi komunikasi Concept Plus dalam mempromosikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

### 1. Analisis Khalayak

Analisis khalayak yang dilakukan oleh Concept Plus sangatlah berpengaruh terhadap banyak tidaknya komunitas yang registrasi dan datang pada event yang mereka baut serta banyaknya penonton yang datang. Karena mereka selalu melakukan analisis khalayak terlebih dahulu sebelum mereka melaksanakan sebuah event, dengan cara mengobservasi hewan yang sedang hits diberitakan dan digemari oleh khalayak dan komunitas apa yang sedang banyak diperbincangkan oleh khalayak serta bisa menjadi salah satu pameri atau bintang tamu.

### 2. Strategi Pesan

Strategi pesan yang digunakan oleh Concept Plus sangatlah memanfaatkan media cetak dan elektronik, diantaranya seperti flyers, Facebook, Instagram, Path, dan sosial media lainnya dengan komunikasi massa. Dalam prosesnya ini terbilang cukup efektif, karena semua khalayak bisa mengetahuinya dengan jelas apabila Concept Plus mengadakan sebuah event dan memakai komunikasi yang persuasif yang tujuannya mengajak.

### 3. Strategi Penggunaan Metode

Strategi penggunaan metode dalam rangka meningkatkan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru dilakukan dengan mengadopsi beberapa metode diantaranya adalah, metode Redundancy (Repetition) yaitu cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang – ulang pesan kepada khalayak dan metode persuasif yaitu dengan cara membujuk komunitas pecinta hewan di Pekanbaru dengan sering ngobrol dan sharing tujuan dari penggunaan

metode ini adalah agar membuat pesan menjadi efektif.

### 4. Strategi seleksi dan penggunaan media

Strategi seleksi dan penggunaan media merupakan salah satu langkah yang menentukan dalam meluncurkan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak Concept Plus untuk mengembangkan eksistensi komunitas pecinta hewan di Pekanbaru. Penggunaan media yang dipilih oleh Concept Plus adalah media cetak seperti Flyers, serta spanduk dan media baru atau internet mereka memanfaatkan media sosial yaitu Facebook, Instagram, Path, dan lain sebagainya.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Ilmu komunikasi dapat lebih mengembangkan cara mengenai bagaimana menjaga hubungan baik dalam komunikasi organisasi baik eksternal maupun internal. Apalagi diaplikasi kepada organisasi sejenis Event Organizer. Karena keberhasilan dari sebuah organisasi bisa terlihat dari adanya jalinan komunikasi yang baik disetiap individu organisasinya, baik eksternal maupun internal.
2. Sebuah organisasi terutama organisasi Event Organizer harus menghadapi era persaingan yang semakin kompetitif. Mengetahui apa yang harus dilakukan agar dapat terus menjaga eksistensi organisasinya agar tetap diakui oleh khalayaknya.
3. Organisasi dapat lebih mengembangkan potensi dari fokus kerja dan karya yang telah

dibuat, karena apabila fokus kerja tersebut dilakukan secara konsisten serta didukung dengan karya yang bagus, maka akan berdampak baik untuk organisasi tersebut. Dan khalayak disekitarnya pun akan semakin mengakui eksistensi dan keberadaan organisasi tersebut.

4. Concept Plus diharapkan bisa lebih mempromosikan komunitas pecinta hewan di Pekanbaru dan melestarikan serta mengembangkan cara pelestarian hewan melalui komunitas. Bukan hanya dengan cara yang seperti sudah dipaparkan diatas saja, melainkan dengan cara lain yang mungkin lebih efektif, disesuaikan dengan perkembangan zaman yang semakin lama semakin maju
5. Concept Plus diharapkan bisa terus menjaga iklim organisasinya, agar selalu tercipta kekompakan tanpa adanya perselisihan dalam organisasinya, sehingga dalam proses kerjanya pun akan menjadi maksimal dan mendapatkan hasil yang baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafid. 2003. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta:Rajawali Pers
- Arifin, Andwar., 1994, Strategi Komunikasi Sebuah pengantar ringkas, Bandung : Armico.
- Arni Muhammad dalam Abdullah Masmuh., 2008, Komunkasi Organisasi dalam Perspekti Teori dan Prakter.
- Cangara, Hafied., 2010, Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Donna L Wong, dkk. 2009., Buku Ajar Kepercayaan Pediatrik Vol 1 Wong. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Dharmmesta, Basu Swastha – T Hani, Hadoko., 2009, Manajemen Pemasaran “Analisa Perilaku Konsumen”. Yogyakarta : Liberty.
- Iskandar. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Gaung Persada
- Irantara, Yosol., 2010, Community Relations, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Muhammad, Arni. 2005. Komunikasi Organisasi. Jakarta:Bumi Aksara
- Kriyantun, Rachmat., 2006, Teknik Praktis Riset Komunikasi, Kencana Predana Media Group, Jakarta.
- Moleoung, Lexy J., 2005, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin., 2005, Metode Penelitian Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ruslan, Rosady, 2008, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations. PT Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, Ulbert., 1996, Strategi Komunikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Suseno, KRMT Indro., 2009, Untung Besar Bisnis Event Organizer, Galang Press, Bandung.
- Sugiono, 2008, Metode Penelitian Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung
- Toha, Miftah., 2005, Perilaku Organisasi (Konsep Dasar dan Aplikasinya), PT Raja Grafindo Persada.
- Tubbs, Stewart – Moss, Sylvia.,Human Communication (Konteks – Konteks Komunikasi), PT Remaja Rosda Karya, Bandung.

- Uchjana, Onong., 1992, Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek), Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Uchjana, Onong., 2005, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, PT Remaja Rosdakarya
- M. Natzir, 1998, Metode Penelitian, Jakarta: Galea Indonesia, 1998.
- R. Wayne Pace Don F. Faules, 1998, Komunikasi Organisasi, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998.
- Prajoedi Admosoedirjo, Dasar – dasar Manajemen dengan Office Managemen. Dalam Drs. Adam L Indrawijaya, MPA. 2009. Perilaku Organisasi. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc., Ph.D. 2014. Perencanaan dan Strategi Komunikasi Edisi Revisi. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- [www.cplusorganizer.com](http://www.cplusorganizer.com)
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
- [www.google.com](http://www.google.com)[www.riaurhytmchambers.com](http://www.riaurhytmchambers.com)
- [www.google.com](http://www.google.com)