

**ANALISIS MANAJEMEN *EVENT* PASAR WIGUNA YOGYAKARTA
SEBAGAI UPAYA MENGENALKAN GAYA HIDUP RAMAH
LINGKUNGAN**



**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

**Abdurrahman Aziz Muafa
(22107030036)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Abdurrahman Aziz Mu'afa

Nomor Induk : 22107030036

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kosentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah dijadikan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 04 Mei 2026

Yang menyatakan,



Abdurrahman Aziz Mu'afa
Abdurrahman Aziz Mu'afa
NIM 22107030036

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Abdurrahman Aziz Muafa
NIM : 22107030036
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

ANALISIS MANAJEMEN EVENT PASAR WIGUNA SEBAGAI UPAYA GAYA HIDUP RUMAH LINGKUNGAN

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 27 April 2026
Pembimbing

Latifa Zahra, M.A.
NIP. 19900327202203 2 001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1915/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Manajemen Event Pasar Wiguna Sebagai Upaya Mengenalkan Gaya Hidup Ramah Lingkungan

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABDURRAHMAN AZIZ MU' AFA
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030036
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Mei 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Latifa Zahra, M.A
SIGNED

Valid ID: 6a1a7f6e6c67



Penguji I

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.
SIGNED

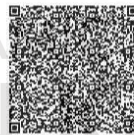
Valid ID: 6a16bd82f0282



Penguji II

Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a18de21664ed



Yogyakarta, 20 Mei 2026
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a1e33e4d44be

MOTTO

**“Berjalan tak seperti rencana adalah jalan yang sudah biasa, dan jalan satu
satunya adalah jalani sebaik kau bisa”**

FSTVLST – GAS



“Manner Maketh Man”

Kingsman



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Dipersembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Sunan Kalijaga



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam, dengan limpahan rahmatnya, Sholawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang tercerahkan.

Atas limpahan rahmat dari Allah SWT, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Manajemen *Event* Pasar Wiguna Yogyakarta sebagai Upaya Mengenalkan Gaya Hidup Ramah Lingkungan”.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan serta bimbingan dari para pihak-pihak pendukung yang telah membantu mensukseskan dibalik “layar”. Oleh karena itu peneliti ingin memberikan ucapan terimakasih kepada para pihak tersebut, diantaranya:

1. Ibu Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S. Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga
2. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si. selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu peneliti memberikan arahan akademik dari semester pertama hingga saat skripsi ini diselesaikan
3. Ibu Latifa Zahra, M.A. selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah membantu, mengarahkan, serta membimbing peneliti sampai bisa menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom. selaku penguji satu peneliti serta Bapak Tariq Yazid, M.A penguji dua yang membantu menyempurnakan skripsi ini
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi, serta dosen dosen yang pernah memberikan teori atau praktik kepada peneliti saat mengenyaman pendidikan di bangku perkuliahan
6. Bapak Fadjar Harminto dan Ibu Tutin Tusmiantini selaku orang tua peneliti yang telah memberikan banyak dukungan berupa doa dan bantuan lain yang tidak dapat ternilai harganya sampai saat ini dan seterusnya
7. Tuhfah Fauzan Ramadhan dan Muhammad Naufal Thufail selaku saudara kandung peneliti yang telah memberikan dukungan dalam segala aspek sekaligus bimbingan motivasi kepada peneliti baik dari awal masa perkuliahan sampai seterusnya
8. Seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan doa dan semangat kepada peneliti sampai proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar
9. Gilang Ramadhan, Nur Laili Apriliyani, Hartini, Nuha Khairunisa selaku narasumber primer peneliti, serta Muhammad Chandra Kurniawan selaku triangulasi ahli yang sudah membantu kelancaran data dalam penyelesaian penelitian ini
10. Desfina Citra Puspita selaku wanita berhati mulia kedua setelah ibu saya yang selalu menyempatkan waktu, usaha, perhatian, hingga materi yang telah disisihkan untuk peneliti. Wanita kedua yang mendampingi peneliti melewati segala dinamika kehidupan yang selalu naik turun, tetap menyadarkan peneliti bahwasannya setiap masalah pasti punya solusinya. Semoga ketulusan, kesabaran, dan segala hal baik yang ada dalam dirimu selalu dapat membersamai peneliti

menyelesaikan penelitian ini, bahkan sampai rencana terindah Allah SWT yang tidak pernah terbayangkan oleh manusia manapun dimuka bumi ini

11. Naifa Puti Kamila dan Nines Latifa Puspowangi selaku sahabat peneliti yang turut hadir dan menjadi bagian dari perjalanan kehidupan peneliti, baik di dalam maupun diluar kampus. Diskusi dibalut tawa bahkan duka yang kalian berikan memberika peneliti energi positif sangat berarti selama masa perkuliahan.
12. Seluruh rekan-rekan komunikasi angkatan 2022, terkhususnya teman-teman kelas B yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu, terima kasih sudah hadir membersamai peneliti melewati fase perkuliahan ini menjadi lebih berwarna, menyenangkan, dan pastinya sangat-sangat berkesan bagi peneliti. Saya sangat yakin, Allah SWT selalu punya rencana tidak terduga untuk mempertemukan kita dalam waktu dan cara yang sering kali tidak pernah kita harapkan.
13. Aak Ujang, Aak Agus, Aak Yanto selaku pemilik Warimndo Sadulur langganan peneliti yang membersamai peneliti sejak sekolah menengah pertama hingga saat ini, terima kasih atas kebersamaannya, dukungan, doa, serta menjadi peningat peneliti dikala peneliti sedang hilang arah dan mengajak kembali ke jalan-Nya.
14. Seluruh Personil *band* Lustman berserta tim-tim dibalik layar yang selalu mau direpotkan tanpa meminta bayaran. Terima kasih sudah membuka sudut pandang peneliti, bahwa anak *band* dengan latar belakang kampus Islam negeri, juga mampu bersaing menunjukkan eksistensinya, dengan kampus-kampus negeri “besar” lainnya. Terima kasih atas kehangatan, kebersamaan, kegilaan, dan segala huru-hara yang sudah membersamai peneliti sampai saat ini. Mari bersama kita

rubah *stereotype* lulusan UIN tidak selalu jadi pemuka agama, *stay rocknroll*.

15. Pak Setyono selaku staf fakultas yang selalu mendampingi, kebersamai, memberikan dukungan terhadap peneliti dalam segala aspek baik perkuliahan sekaligus aspek yang menunjang popularitas Lustman.
16. Serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Yogyakarta, 20 Mei 2026

penulis

Abdurrahman Aziz Muafa

NIM 22107030036

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat akademis.....	12
2. Manfaat praktis.....	12
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Landasan Teori.....	20
1. <i>Public Relations</i>	20
2. Manajemen <i>Event</i>	21
3. Gaya Hidup Ramah Lingkungan	25
G. Kerangka Berpikir.....	29

H. Metodologi Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Subjek dan Objek Penelitian	31
3. Sumber Data	32
4. Metode Analisis Data	33
5. Metode Keabsahan Data.....	34
BAB II GAMBARAN UMUM	36
A. Ambarrukmo Plaza.....	36
1. Visi	37
2. Misi.....	37
B. Pasar Wiguna	39
1. Struktur Panitia.....	43
2. Lokasi	43
3. Logo.....	44
4. Susunan Acara	44
BAB III HASIL & PEMBAHASAN.....	45
A. Hasil	47
1. <i>Research</i> Pasar Wiguna dalam 3R	47
2. <i>Design</i> Pasar Wiguna dalam 3R.....	52
3. <i>Planning</i> Pasar Wiguna dalam 3R.....	57
4. <i>Coordination</i> Pasar Wiguna dalam 3R.....	65
5. <i>Evaluation</i> Pasar Wiguna dalam 3R.....	73
B. Pembahasan.....	80
1. <i>Research</i> Pasar Wiguna: <i>Spirit</i> Pasar, <i>Placemaking</i> , <i>Sustainability</i>	80

2. <i>Design</i> Pasar Wiguna: Identitas Visual, Ruang, dan Gaya Hidup ramah Lingkungan	82
3. <i>Planning</i> Pasar Wiguna: Regulasi dan <i>White label</i> Sebagai Dualisme Kepemilikan <i>Event</i>	83
4. <i>Coordination</i> Pasar Wiguna: Sinergi <i>Stakeholder</i> , Implementasi 3R, dan Tantangan Perilaku Audiens	86
5. <i>Evaluation</i> Pasar Wiguna: Adaptasi Praktik <i>Sustainability</i> dan Dinamika Pengelolaan <i>Event</i>	88
BAB IV PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Keuangan & RAPBN 2025.....	5
Gambar 2 Proses Manajemen Event oleh Goldblatt	23
Gambar 3. Logo Plaza Ambarrukmo	38
Gambar 4. Struktur Panitia Pasar Wiguna	43
Gambar 5. Logo Pasar Wiguna	44
Gambar 6. Susunan Acara Pasar Wiguna	44
Gambar 7. Pendhopo Agung Kedhaton Ambarrukmo.....	50
Gambar 8. Desain Feeds Instagram Pasar Wiguna	54
Gambar 9. Totem Pasar Wiguna	56
Gambar 10. Produk Ibu Hartini.....	62
Gambar 11. Peraturan Acara Pasar Wiguna.....	63
Gambar 12. Gilang Ramadan dan Risa Vibia membaur bersama para artisan	68
Gambar 13. Layout artistik Pasar Wiguna	70
Gambar 14. Komunitas Daur Resik	71
Gambar 15. Podcast di Pasar Wiguna.....	75
Gambar 16. Layout Artistik Pasar Wiguna	76
Gambar 17. Antrian kerabat karya yang sedang setoran sampah	77
Gambar 21. Foto Bersama Gilang Ramadan Selaku Creative Director Pasar Wiguna	113
Gambar 22. Foto Bersama Nur Laili selaku Brand Manager Pasar Wiguna	113
Gambar 23. Foto Bersama Bapak Muhammand Chandra Kurniyawan S.Sos., M.I.Kom., CPS., CT. selaku Triangulasi Ahli	114

Gambar 24. Foto Bersama Nuha Khairunisa selaku Kerabat Karya/Pengunjung
..... 114

Gambar 25. Foto Bersama Ibu Haritini selaku Artisan/pemilik tenant..... 115



DAFTAR TABEL

Table 1. Kajian Pustaka..... 18

Table 2. Kerangka Berpikir..... 29



ABSTRACT

This study examines how event management is implemented in Pasar Wiguna to promote an eco-friendly lifestyle. The growing demand for sustainability in public events highlights the need to understand how environmental concepts are translated into practice, as sustainability is often positioned more as a concept than consistently implemented. Therefore, this research aims to analyze the application of event management stages and sustainability principles within Pasar Wiguna. This study employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation, interviews with key stakeholders, and documentation. The analysis is guided by event management theory by Joe Goldblatt, which includes research, design, planning, coordination, and evaluation, alongside the principles of reduce, reuse, and recycle (3R). The findings indicate that Pasar Wiguna has integrated sustainability values into its event management process. However, challenges remain, including inconsistencies between concept and implementation, limited stakeholder compliance, and shifts in managerial decisions during evaluation. The use of a white label system also creates a duality between operational management and public event identity. These findings suggest that sustainable event management depends on stakeholder engagement, adaptive strategies, and consistent implementation.

Keywords: event management, sustainability, Eco-lifestyle, Pasar Wiguna

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Gaya hidup ramah lingkungan merupakan gerakan yang berfokus pada menjaga kelestarian alam. Sebagai sebuah gerakan, gaya hidup ramah lingkungan memiliki tujuan untuk menganalisa aktivitas manusia yang memiliki dampak terhadap lingkungan. Gaya hidup ramah lingkungan juga lebih dikenal dengan istilah *zero waste lifestyle*. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh seorang ahli kimia bernama Paul Palmer, pada tahun 1973 sebagai istilah untuk memulihkan sumber daya dari limbah kimia (Devi & Idrus, 2023). Sedangkan menurut Febrianto dalam (Iriani & Saleh, 2022) menyatakan bahwa gaya hidup ramah lingkungan menitikberatkan terhadap lingkungan dan alam sebagai acuan baru gaya hidup yang menjadikan alam sebagai sahabat bukan hanya menjadi “objek” eksploitasi semata saja.

Gerakan gaya hidup ramah lingkungan memiliki hari perayaan. Setiap tanggal 5 Juni diperingati sebagai *World Environment Day* atau Hari Lingkungan Hidup Sedunia. Pada hari tersebut, berbagai kegiatan digelar serentak secara global untuk mempromosikan kesadaran dan tindakan terhadap isu-isu lingkungan hidup yang dihadapi oleh belahan negara di dunia (Indonesia Environment & Energy Center, 2023). Sedangkan di Indonesia Hari Lingkungan Hidup Nasional diperingati setiap tanggal 10

Januari dengan tujuan yang sama yakni untuk mengingatkan warga Indonesia pentingnya tanggung jawab dalam menjaga alam.

Gaya hidup ramah lingkungan sering dikaitkan oleh kesadaran masyarakat terhadap lingkungan. Kesadaran dalam menjaga lingkungan menjadi hal yang krusial dan sering terlupakan terutama oleh manusia. Menurut (Sabrina et al., 2022), Kerusakan lingkungan ini terjadi akibat perbuatan manusia yang tidak menyadari perilaku konsumsi, hal ini menimbulkan sampah yang menjadi penyebab kerusakan lingkungan. Manusia sebagai pelaku utama kerusakan lingkungan bertanggung jawab menekan percepatan peningkatan sampah yang semakin hari tidak terhitung volumenya. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat (Dwiprigitaningtias, 2024) yang menyatakan pencemaran pada lingkungan terjadi ketika aktivitas manusia yang memicu energi, zat, atau bahan lainnya masuk ke ruang lingkup lingkungan. Hal ini mengakibatkan penurunan kualitas dan mengganggu fungsi lingkungan hidup secara keseluruhan.

Sejalan dengan kasus peningkatan sampah di bumi akibat aktivitas manusia tidak bertanggung jawab, permasalahan itu tidak mungkin dapat diselesaikan oleh segelintir orang saja, melainkan harus dilakukan secara bergotong-royong. Kerjasama dalam bergotong royong untuk lingkungan tidak hanya memperkuat solidaritas antara anggota masyarakat, tetapi juga menciptakan dampak positif yang signifikan dalam pelestarian dan pemulihan lingkungan hidup (Satria et al., 2024). Hal lainnya berkaitan

dengan takdir manusia yang harus saling bahu-membahu, serta sebagai bentuk tanggung jawab manusia dalam mengurangi percepatan peningkatan sampah di dunia ini.

Gerakan gaya hidup ramah lingkungan yang dilakukan secara bersama-sama dinilai memiliki dampak positif terhadap keberlanjutan kehidupan manusia di muka bumi. Berbagai macam upaya sudah dilakukan untuk mendukung gerakan gaya hidup ramah lingkungan, seperti halnya regulasi-regulasi yang sudah ditetapkan Pemerintah Indonesia untuk menanggulangi peningkatan sampah. Terdapat pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan pengelolaan Lingkungan Hidup, menyatakan bahwa dengan asas tanggung jawab, berkelanjutan dan manfaat, maka pengelolaan lingkungan hidup ditujukan mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup yang tercantum pada UU No. 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (Nugroho, 2022).

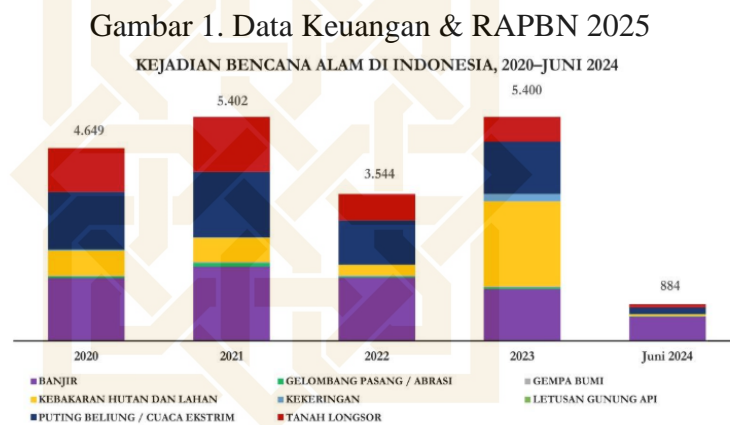
Walaupun sudah dikeluarkan berbagai regulasi terkait pengelolaan lingkungan hidup, problematika sampah serta dampaknya terhadap lingkungan belum terselesaikan secara komperhensif. Menurut (Permata, 2024), data yang dimiliki Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Bahan Berbahaya Beracun di bawah Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2018, produksi sampah mencapai 175.000 ton per hari peningkatan tersebut memicu terjadinya degradasi lingkungan. Sedangkan menurut (Herman et al., 2023)

menurunkan kualitas lingkungan yang disebabkan oleh beberapa aktivitas manusia yang destruktif tanpa memperhatikan kondisi alam disebut sebagai degradasi lingkungan. Akibat dari degradasi lingkungan ini menimbulkan berbagai macam kekhawatiran terhadap keberlangsungan umat manusia di bumi.

Seperti halnya fenomena peningkatan suhu global, perubahan iklim secara ekstrem, dan bencana alam menjadi bukti nyata timbal balik perlakuan manusia yang acuh terhadap alam. Laporan *The Global Risks Report* tahun 2023 yang disusun Forum Ekonomi Dunia (WEF), menempatkan isu lingkungan menjadi ancaman serius yang perlu diwaspadai dalam terjadinya bencana (Kompas, 2023). Salah satu contoh bencana adalah kebakaran hebat di Los Angeles. Pada Januari 2025, kota dengan sebutan “*City Of Angles*” mengalami bencana yang dipicu oleh kondisi alam yang tidak stabil akibat dari perubahan iklim yang tidak menentu (Tempo.co, 2025). Peristiwa ini menggambarkan, dampak degradasi lingkungan dapat dialami oleh siapa saja, termasuk mereka yang tidak terlibat dalam aktivitas perusakan. Oleh karena itu, menjaga keberlanjutan lingkungan menjadi suatu keharusan seluruh umat manusia.

Apabila data yang diambil tadi secara global, Indonesia juga merasakan langsung dampak ancaman bencana alam yang ditimbulkan oleh tingkah laku warganya sendiri. Bencana alam seperti banjir dan tanah longsor sangat masif terjadi di Indonesia belakangan ini. Dalam kurun waktu lima tahun terakhir terjadi peningkatan kejadian bencana alam.

Peningkatan kejadian bencana alam di Indonesia dengan keterjadian terbanyak yaitu banjir, tanah longsor, dan puting beliung, adapun kerugian yang dialami sebesar selama 15 tahun terakhir, rata-rata kerugian per tahun akibat bencana alam mencapai Rp 22,85 triliun atau hampir Rp 23 triliun (CNBC INDONESIA, 2024).



Sumber: Buku Nota Keuangan & RAPBN 2025
 Bencana Alam di Indonesia (Dok: BNPB)

Indonesia memiliki julukan “paru-paru dunia”, Hal ini tercermin dari sisi simpanan oksigen dan keberagaman hayati ataupun non hayati yang belum tentu dimiliki oleh berbagai negara lainnya. Namun, ditinjau dari sisi lainnya fakta lapangan berkata sebaliknya, Mayoritas perilaku manusia yang tidak bertanggung jawab justru menjadikan keuntungan tersebut menjadi boomerang bagi mereka. Data terbaru yang dikeluarkan oleh Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (WALHI) menyebutkan bahwa setiap tahun Indonesia kehilangan sekitar 650 ribu hektar hutan, yang merupakan terbesar di region Asia Tenggara. Sedangkan data kerusakan sungai yang di himpun oleh KLHK tercatat bahwa dari 105 sungai yang ada, 101 sungan diantaranya dalam kondisi tercemar sedang hingga berat.

Laporan dari Auriga Nusantara juga tidak kalah mengkhawatirkan, setidaknya dalam 20 tahun terakhir terjadi deforestasi di Papua seluas 663.443 hektar (Restya & Septiawati, 2025).

Dari data riset Kementerian Kesehatan, diketahui hanya 20 persen dari total masyarakat Indonesia peduli terhadap kebersihan dan Kesehatan. Dari 262 juta jiwa di Indonesia, hanya sekitar 52 juta orang yang memiliki kepedulian terhadap kebersihan lingkungan sekitar dan dampaknya terhadap kesehatan sedangkan sisanya tidak (Restya & Septiawati, 2025). Data tersebut menjadi bukti, bahwa bencana alam yang masif terjadi di Indonesia merupakan hal pantas dialami warga Indonesia, sebab kepedulian masyarakat yang masih kurang atau bahkan justru menolak untuk paham menjadi hal yang sangat lumrah menimpa warga Indonesia.

Idealnya kesadaran masyarakat tentang lingkungan yang semakin hari semakin memburuk perlu segera ditingkatkan, agar kemudian tidak menjadi bom waktu bagi seluruh umat manusia. Kesadaran masyarakat sampah memang selayaknya harus dimulai dari diri sendiri. Menurut Talu & Banggur dalam (Rohma et al., 2025) menyatakan bahwa pengetahuan individu akan pentingnya menjaga kebersihan merupakan salah satu indikator utama terbentuknya budaya hidup bersih dan sehat atau dikenal dengan perilaku hidup bersih dan sehat (PHBS). Terdapat berbagai macam cara untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait pengelolaan sampah. Edukasi lingkungan merupakan salah satu pendekatan efektif dalam mengatasi permasalahan sampah (Ramli et al., 2025). Edukasi yang

dimaksud dapat berupa pengenalan gaya hidup ramah lingkungan atau *green lifestyle*.

Pengenalan *green lifestyle* atau gaya hidup ramah lingkungan memiliki dampak besar terhadap keberlanjutan ekosistem yang ada di muka bumi. Dengan tereduksinya seluruh masyarakat tentang pentingnya merawat bumi ini, pada akhirnya manusia juga akan sadar bahwa permasalahan utama terkait kerusakan lingkungan seperti deforestasi, permasalahan air bersih, polusi, pemanasan global, pembuangan limbah, dan lain sebagainya tersebut dapat diatasi oleh seluruh elemen masyarakat. Dengan memulai hidup gaya ramah lingkungan. Permasalahan lingkungan yang dikeluarkan oleh pemerintah memiliki regulasi jelas tentang pentingnya menjaga lingkungan di bumi untuk meminimalisir kerusakan yang masih terjadi hingga detik ini. Dalam kitab Al-Qur'an juga sudah dituliskan lebih awal mengenai pentingnya menjaga bumi, salah satu surat yang menyinggung hal tersebut ialah Surah Al-A'raf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

yang artinya : “Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik”.

Tafsir dalam (Shihab, 2001) menafsirkan dalam ayat ini, Allah SWT melarang keras manusia membuat kerusakan di muka bumi, dimana seluruh isi bumi yang manusia tempati merupakan titipan Allah SWT.

Larangan membuat kerusakan ini meliputi beberapa aspek yakni merusak pergaulan, jasmani, dan seluruh rohani orang lain. Kehidupan serta sumber-sumber penghidupan (pertanian, perdagangan, dan aspek lainnya), merusak lingkungan, dan lain sebagainya. Bumi yang sudah diciptakan Allah SWT dengan segala keberagaman sumber daya alamnya seperti gunung, lembah, sungai, lautan, daratan, hutan, dan lainnya, memang ditujukan untuk memenuhi keperluan manusia agar dapat diolah serta dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin. Oleh karena itu, manusia dilarang keras oleh Allah SWT untuk membuat huru-hara terhadap keberlangsungan umat manusia di muka bumi.

Meskipun berbagai regulasi dan sosialisasi akan pengelolaan lingkungan yang dilakukan pemerintah sudah banyak berjalan di masyarakat, namun hal tersebut perlu terdapat dukungan lainnya seperti *Non Governmental Organization* (NGO). Organisasi ini terbentuk atas dasar ingin membantu membentuk nilai moral dan kebudayaan yang lebih intensif sesuai dengan lingkaran sosial serta membentuk perilaku seseorang dalam masyarakat agar lebih peduli pada sesama di lingkungan sekitar (Susanti dalam Nasuhi et al., 2021). Salah satu upaya yang dapat dilakukan pemerintah ataupun bukan pemerintah untuk merealisasikan regulasi-regulasi yang sudah dibuat adalah membuat sebuah *event* berkelanjutan.

Menurut Henderson (dalam Khadijah & Dwi Pratiwi, 2023) konsep *event* berkelanjutan merupakan proses perencanaan *event* yang tidak hanya

mementingkan sisi komersial saja, tetapi menyangkut unsur seperti manajemen yang bertanggung jawab, ramah lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), *eco-friendly*, sosial, budaya dan ekonomi. Pembuatan sebuah *event* berkelanjutan diperlukan tim yang professional agar dapat meminimalisir kesalahan mulai dari pembuatan sebuah acara sampai selesai. *Event* yang dianggap matang memiliki beberapa tahapan proses atau kiat-kiat yang perlu di lalui. Menurut (Noor, 2009), *event management* menyebutkan kunci utama *event* adalah pengunjung dapat mengetahui manfaat apa yang akan didapat melalui sebuah *event* yang sedang dijalankan, yakni dengan bagaimana *event* itu dibuat dan dikemas.

Selain itu menurut (Goldblatt, 2014), manajemen *event* merupakan aspek krusial dalam penyelenggaraan acara, perencanaan kegiatan secara profesional untuk mencapai berbagai sasaran, baik dalam konteks pemasaran maupun penyelenggaraan perayaan, dengan tujuan menghasilkan acara yang sesuai dengan harapan dan target perusahaan proses. Hal tersebut meliputi lima proses yang sudah dirangkum oleh goldblat yakni *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Belakangan ini, semakin marak acara yang hadir di Indonesia dengan berbagai konsep kreatif dan inovatif yang diusung guna menarik minat audiensnya untuk datang pada acara tersebut, namun tidak banyak juga *event-event* yang sudah dikonsept secara matang mulai dari tahap *research* hingga *evaluation* justru melupakan satu poin yakni tentang konsep mengusung gaya hidup ramah lingkungan.

Seperti *Zero Waste* Indonesia, komunitas dan advokasi berbasis online pertama dan terbesar di Indonesia yang memiliki tujuan mengajak masyarakat Indonesia menerapkan gaya hidup *zero waste* (nol sampah) (Zero Waste Indonesia, 2021). Apabila *Zero Waste* Indonesia merupakan komunitas berbasis *online*, di Yogyakarta tepatnya di Alun-alun Pendopo Agung Kedhaton Ambarrukmo yang berada di sebelah timur Plaza Ambarrukmo Yogyakarta, di sana terdapat *event* yang menghadirkan bukan sekedar pasar biasa, melainkan pasar yang mengangkat sisi historis yang lekat dengan kasultanan Yogyakarta sekaligus mengusung pola hidup *eco culture*, dengan tagar yang digaungkan #kembalikeakar untuk dapat mencapai keselarasan dengan alam.

Event tersebut bernama Pasar Wiguna. Acara ini sudah menjadi salah satu gaya hidup ramah lingkungan masyarakat Jogja, sebab *event* ini mampu menyelaraskan semua aspek mulai dari hidup sehat, budaya, serta kesenian yang ada. *Event* ini tercipta dari sebuah gagasan yang sangat fundamental yakni untuk memberikan ruang interaksi antar masyarakat yang memiliki semangat perubahan menuju gaya hidup ramah lingkungan.

Pasar Wiguna yang ada di Yogyakarta merupakan salah satu *event* berbentuk *green movement* yang memiliki visi misi yakni *less-waste*, *local*, dan *wellness*. *Event* ini cukup menonjol serta memiliki dampak sosial-ekonomi kepada pelaku usaha kecil serta masyarakat sekitar dengan mengusung konsep pasar *eco-culture*, dengan berkerja sama oleh tim PR Ambarrukmo *Group*, acara ini dibuka pertama kali pada 4 April 2021.

Sejak didirikannya pada tahun 2021, acara ini telah berlangsung bukan hanya di Yogyakarta saja, melainkan di beberapa kota lainnya seperti Semarang, Bandung, Bali, Malang, dan masih banyak lagi. Selain berkolaborasi dengan berbagai “Kerabat Karaya” atau julukan untuk para tenant yang berpartisipasi, Pasar Wiguna juga memiliki berbagai macam rangkaian acara dan program menarik yang dapat diikuti. Pengunjung yang hadir diacara tersebut dapat terjun langsung menikmati ragam aktivitas menarik yang diadakan mulai dari *workshop* kerajinan, *talkshow*, pertunjukan seni, temu komunitas, dan masih banyak aktivitas menarik lainnya yang tidak banyak acara di Yogyakarta miliki. Dengan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas peneliti memiliki ketertarikan meneliti dengan judul Analisis *Manajemen Event* Pasar Wiguna Yogyakarta Sebagai Upaya Mengenalkan Gaya Hidup Ramah Lingkungan.

B. Rumusan Masalah

Dengan paparan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah “bagaimana *management event* Pasar Wiguna di Yogyakarta dalam upaya mengenalkan gaya hidup ramah lingkungan?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis manajemen *event* Pasar Wiguna di Yogyakarta sebagai upaya mengenalkan gaya hidup ramah lingkungan.

D. Manfaat Penelitian

Dengan diadakan penelitian ini, peneliti berniat untuk bisa memberikan manfaat dalam bidang akademis dan praktis antara lain:

1. Manfaat akademis

- a. Penelitian ini membantu menambah mengenai pemahaman teori atau konsep mengenai manajemen *event* di dalam ranah ilmu komunikasi
- b. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan rujukan atau gambaran mengenai penelitian mendatang yang akan membahas mengenai manajemen *event*

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran dan contoh untuk *event* lain untuk tetap mengedepankan nilai-nilai ramah lingkungan yang berguna untuk menekan angka dampak kerusakan lingkungan yang masif terjadi.
- b. Penelitian ini membantu memberikan gambaran terhadap penelitian yang akan datang mengenai manajemen *event* dalam disiplin ilmu komunikasi.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam rangka menyusun penelitian ini peneliti mencari sekaligus membaca penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi untuk melakukan penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan empat penelitian terdahulu yang dianggap relevan, penelitian pertama yang dijadikan

tinjauan pustaka oleh peneliti yaitu jurnal yang berjudul “Analisis Manajemen *Event* Reyog Jazz Sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Budaya dan Wisata Kabupaten Ponorogo” yang ditulis oleh Fatika Bella Ayunda dan Krisna Megantari dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo pada tahun 2021. Penelitian ini memiliki fokus strategi komunikasi dalam memasarkan budaya dan wisata pada Kabupaten Ponorogo. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini memiliki korelasi yaitu untuk mengetahui bagaimana pengorganisasian Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam mengatur strategi komunikasi pemasaran *event* Reyog Jazz dari proses awal hingga akhir yang disebut dengan manajemen event. Dalam penelitian ini menggunakan teori manajemen *event* yang sudah dirancang oleh Goldblatt. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tim Reyog Jazz melakukan tahapan perencanaan sampai dengan penerapannya. Apabila dilihat hasil penelitian tersebut, tim Reyog Jazz sudah menerapkan manajemen *event* dengan cukup baik, Walaupun dalam implementasinya masih terdapat kekurangan yang justru menjadi bahan evaluasi kedepannya. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti adalah terletak pada metode yang digunakan yakni deskriptif kualitatif serta konsep atau manajemen yang dirancang oleh Joe Goldblatt. Sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, penelitian ini memiliki fokus pada strategi pemasaran yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Ponorogo dalam memasarkan atau mempromosikan potensi budaya dan wisata yang ada di daerah Ponorogo,

sementara milik peneliti adalah pengenalan tentang *sustainable living* atau gaya hidup ramah lingkungan.

Penelitian kedua yakni jurnal yang berjudul “Analisis Manajemen *Event* Kiskendha Mahaswara Dalam Mengubah Citra Destinasi Wisata Gua Kiskendo” yang ditulis oleh Fadhilah Ramadhan Pratiwi Ayu dari ilmu komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 2023. Penelitian ini memiliki tujuan memberikan analisis pengorganisasian manajemen *event* dari Kiskendha Mahaswara sekaligus memberikan analisis berupa manajemen komunikasi di-*event* Kiskendha Mahaswara dengan fokus yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai upaya mengubah citra destinasi Gua Kiskendo. Hasil penelitian dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat proses tahapan yang sudah dilalui, yaitu *research*, *design*, *planning*, dan *coordination*. Selain keempat tahapan tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan empat tahapan manajemen komunikasi, yakni mendefinisikan masalah komunikasi, perencanaan komunikasi, aksi komunikasi internal dan eksternal, serta evaluasi komunikasi. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti yakni metode yang digunakan ialah metode kualitatif deskriptif, serta konsep atau teori yang diangkat sama-sama menggunakan milik Joe Goldblatt. Kemudian yang menjadi perbedaan dengan milik peneliti, penelitian ini lebih berfokus pada pembentukan citra yang dibuat, sedangkan milik peneliti adalah menyuarakan kepedulian terhadap gaya hidup ramah lingkungan yang diterapkan pada sebuah *event*.

Penelitian yang ketiga yang dijadikan peneliti sebagai tinjauan yakni jurnal berjudul “Analisis Faktor Keberhasilan *Event Organizer* Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus CV *Soundtrack* Indonesia)” yang ditulis oleh Adam Muarif, Achmad Syarifudin, dan Muhammad Randicha Hamandia dari Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada tahun 2024. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisa proses pengelolaan sebuah acara yang digarap oleh suatu *event organizer* yang dimulai dari tahapan persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dari sebuah acara sehingga dapat mencapai keberhasilan suatu acara tersebut. Fokus yang diambil dalam penelitian ini sudah tertera pada bacaan di atas yakni mengkaji fakta keberhasilan suatu acara yang diorganisir oleh *event organizer*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa acara yang diadakan oleh CV *Soundtrack* Indonesia memiliki beberapa faktor keberhasilan yakni mulai dari tim *event* dalam setiap divisi memiliki jiwa profesional yang sangat tinggi dimana penempatan keanggotaan sesuai dengan bidang yang di dalam tiap-tiap anggota. Kemudian runtutan acara atau biasa disebut rundown, dibuat sangat kuat sesuai dari yang sudah direncanakan. Kualitas pelayanan yang diberikan, venue atau tempat *event* yang disediakan tepat dan nyaman, serta promosi yang dilakukan sesuai dan tepat sasaran seperti yang diinginkan CV *Soundtrack* Indonesia. Persamaan penelitian ini dengan milik peneliti masih sama seperti dua tinjauan pustaka di atas yakni menggunakan teori yang dirancang oleh Joe Goldblatt. Sedangkan yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan milik peneliti adalah fokus

penelitian ini lebih mengarah pada analisa faktor keberhasilan *event organizer* dalam menyelenggarakan sebuah acara, sedangkan milik peneliti memiliki fokus pada analisa manajemen *event* dengan tidak melihat apakah pada nantinya acara yang diteliti oleh peneliti ini dapat dikatakan berhasil atau tidak, namun proses dari pembuatan sebuah *event* tersebut. Perbedaan lainnya yang muncul adalah penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, sementara milik peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif.

Penelitian yang keempat sekaligus menjadi tinjauan pustaka terkahir yang diambil berjudul “Strategi Pengurangan Penggunaan Plastik Melalui Implementasi *Zero Waste* Menuju Gaya Hidup Ramah Lingkungan” yang ditulis oleh Aurelia Dwi Permata, Aprillia Putri Malaya, Ubaidillah Kamal dari Universitas Negeri Semarang pada tahun 2024. Penelitian ini memiliki tujuan yang berangkat dari keresahan di Indonesia akibat pelonjakan sampah yang semakin hari semakin tidak terkontrol. Akibatnya, muncul sebuah solusi yakni dengan mengenalkan kiat-kiat gaya hidup *zero waste* dengan sumber berupa literatur media sosial dan internet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa melalui implementasi gaya hidup *zero waste* yang berkelanjutan memberikan sebuah solusi yang efektif serta *holistic* untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan sampah. Dengan melakukan 5R yaitu menolak, mengurangi, menggunakan Kembali, mendaur ulang dan mendekomposisi merupakan panduan utama yang dapat merubah pola pikir serta tindakan kita terkait

akan penggunaan bahan-bahan yang dapat memberikan dampak negatif terhadap bumi ini. Persamaan penelitian ini memiliki fokus yang sama yakni fokus terhadap pengenalan gaya hidup ramah lingkungan yang berangkat dari keresahan akibat perbuatan manusia yang acuh terhadap lingkungan disekitarnya. Sedangkan perbedaanya yakni penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur yang diambil dari media sosial dan internet sedangkan peneliti yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan lebih berfokus pada manajemen *event* yang mengadakan sebuah acara dengan tujuan yang mengenalkan gaya hidup ramah lingkungan. Dari empat jurnal di atas dapat dilihat melalui matriks berikut:



Table 1. Kajian Pustaka

No	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4
1	Nama Peneliti (Tahun)	Fatika Bella Ayunda & Krisna Megantari (2021)	Fadhilah Ramadhan & Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si. (2022)	Adam Muarif, Achmad Syarifudin, dan Muhammad Randicha Hamandia (2024)	Aurelia Dwi Permata, Aprilia Putri Malaya, dan Ubaidillah Kamal
2	Judul	Analisis manajemen <i>event</i> Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo	Analisis Manajemen <i>Event</i> Kiskendha Mahaswara Dalam Mengubah Citra Destinasi Wisata Gua Kiskendo	Analisis Faktor Keberhasilan <i>Event</i> Organizer Dalam Menyelenggarakan Acara (Studi Kasus Cv Soundtrack Indonesia)	Strategi Pengurangan Penggunaan Plastik Melalui Implementasi Zero Waste Menuju Gaya Hidup Ramah Lingkungan
3	Sumber	COMMICAST vol (2). No (2) 2021	Jurnal Ilmu Komunikasi Tahun 2022	Journal of Business and Halal Industry, Volume 1, Number 4, 2024	Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik Vol.1, No.3 Juni 2024
4	Hasil	Tim Reyog Jazz melakukan tahapan perencanaan sampai dengan penerapannya. Apabila dilihat hasil penelitian tersebut, tim Reyog Jazz sudah menerapkan manajemen <i>event</i> dengan cukup baik, Walaupun dalam implementasinya masih terdapat kekurangan yang justru menjadi bahan evaluasi kedepannya	Dalam hasilnya terdapat empat proses tahapan yang sudah dilalui, yaitu research, design, planning, dan coordination. Selain keempat tahapan tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan empat tahapan manajemen komunikasi, yakni mendefinisikan masalah komunikasi, perencanaan komunikasi, aksi komunikasi internal dan eksternal, serta evaluasi komunikasi.	Acara yang diadakan oleh CV Soundtrack Indonesia memiliki beberapa faktor keberhasilan yakni mulai dari tim <i>event</i> dalam setiap divisi memiliki jiwa professional yang sangat tinggi dimana penempatan keanggotaan sesuai dengan bidang yang di dalam tiap-tiap anggota. Kemudian runtutan acara atau biasa disebut rundown, dibuat sangat kuat sesuai dari yang sudah direncanakan. Kualitas pelayanan yang diberikan, venue atau tempat <i>event</i> yang disediakan tepat dan nyaman, serta promosi yang dilakukan sesuai dan tepat sasaran seperti yang diinginkan CV Soundtrack Indonesia.	melalui implementasi gaya hidup zero waste yang berkelanjutan dapat memberikan sebuah solusi yang efektif serta <i>holistic</i> untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan sampah. Dengan melakukan penerapan 5R yaitu menolak, mengurangi, menggunakan Kembali, mendaur ulang, dan mendekomposisi merupakan panduan utama yang dapat merubah pola pikir serta tindakan kita terkait akan penggunaan bahan-bahan yang dapat memberikan dampak negatif terhadap bumi ini.
5	Persamaan	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Fatika Bella Ayunda & Krisna Megantari dan peneliti yaitu terletak pada metode yang digunakan yakni deskriptif kualitatif serta konsep atau	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah Ramadhan & Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si. dan peneliti yaitu metode yang digunakan ialah metode kualitatif deskriptif, serta konsep atau teori yang diangkat sama-sama menggunakan milik Joe GoldBlatt	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Adam Muarif, Achmad Syarifudin, dan Muhammad Randicha Hamandia yaitu teori yang dirancang oleh Joe Goldblatt.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Aurelia Dwi Permata, Aprilia Putri Malaya, dan Ubaidillah Kamal yaitu memiliki fokus yang sama yakni fokus terhadap pengenalan gaya hidup ramah lingkungan yang berangkat dari keresahan akibat perbuatan manusia yang acuh terhadap lingkungan disekitarnya

No	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4
		manajemen yang dirancang oleh Joe Goldblatt			
6	Perbedaan	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fatika Bella Ayunda & Krisna Megantari dan peneliti yaitu terdapat pada fokus penelitian, penelitian ini memiliki fokus pada strategi pemasaran yang dilakukan pemerintah kabupaten ponorogo dalam memasarkan atau mempromosikan potensi budaya dan wisata yang ada di daerah Ponorogo, sementara milik peneliti adalah pengenalan tentang sustainable living atau gaya hidup ramah lingkungan.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilah Ramadhan & Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si dan peneliti yaitu penelitian ini lebih berfokus pada pembentukan citra yang dibuat, sedangkan milik peneliti adalah menyuarakan kepedulian terhadap lingkungan.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Adam Muarif, Achmad Syarifudin, dan Muhammad Randicha Hamandia yaitu fokus penelitian ini lebih mengarah pada Analisa faktor keberhasilan <i>event</i> organizer dalam menyelenggarakan sebuah acara, sedangkan milik peneliti memiliki fokus pada Analisa manajemen <i>event</i> dengan tidak melihat apakah pada nantinya acara yang diteliti oleh peneliti ini dapat dikatakan berhasil atau tidak, namun proses dari pembuatan sebuah <i>event</i> tersebut. Perbedaan lainnya yang muncul adalah penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, sementara milik peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Aurelia Dwi Permata, Aprilia Putri Malaya, dan Ubaidillah Kamal yaitu penelitian ini menggunakan metode penelitian studi literatur yang diambil dari media sosial dan internet sedangkan milik peneliti yaitu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan lebih berfokus pada manajemen <i>event</i> yang dalam hal pengadaan sebuah acara meliputi pengorganisasian dari awal hingga akhir acara.

Sumber: Olahan Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

F. Landasan Teori

1. *Public Relations*

Dikutip Wilcox dan Cameron (dalam buku Sura & Sudilah, 2015) mengatakan tentang dasar dasar *Public Relations* “*Public Relations is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding,, sympathy, and support of those with whom there are or maybe concerned by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as far as possible their own policies and procedures, to achieve by planed and widespread information more productive corporation and more efficient fulfilment of their common interest.*” yang memiliki arti *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh orgnaisasi atau lembaga umum dan swasta untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang mempunyai hubungan atau kaitan dalam rangka mencapai kerja sama yang lebih produktif.

Coulson (dalam Firman, 2024) menyatakan bahwa humas atau *public relations* adalah suatu upaya yang direncanakan secara terus-menerus dan sadar untuk membangun dan memelihara adanya saling pengertian antara suatu organisasi dan masyarakat.

Public Relations adalah seni untuk membuat perusahaan menjadi lebih disukai dan dihormati, baik karyawan maupun kosumen.

Kata kunci “Disukai” bermakna membuat perusahaan menjadi lebih disukai banyak orang, dengan begitu perusahaan akan terhindar dari opini negatif baik dari karyawan maupun konsumen. Menurut Ruliana (dalam Pedro Bautista & Ririh Dwiantari, 2023), dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat menguntungkan kedua belah pihak baik internal maupun eksternal.

Dalam membentuk sebuah citra positif suatu perusahaan, *public relations* memiliki fungsi memberikan edukasi atau informasi terhadap suatu produk yang akan dipasarkan. Salah satu sarana yang dapat digunakan ialah mengadakan sebuah *event*. Suatu acara yang sukses atau tidak dapat dilihat dari manajemen *event* yang dilakukan oleh *event organizer*.

2. Manajemen *Event*

Menurut (Noor, 2009), manajemen *event* merupakan sebuah kegiatan yang di dalamnya terdapat pengorganisasian yang diadakan oleh komunitas atau lembaga yang dikerjakan secara profesional, tepat guna, serta efektif mulai dari perencanaan, hingga kegiatan selesai.

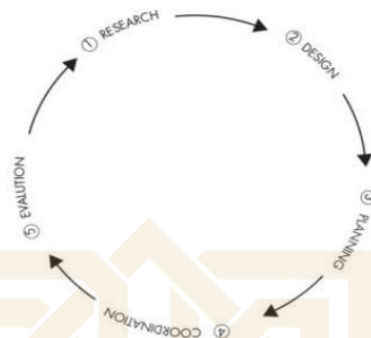
Sedangkan menurut (Iestari, 2021), ketika membuat sebuah *event* tidak bisa asal-asalan, diperlukannya ketepatan waktu sebelum melangkah, serta memiliki tiga poin penting dalam membangun sebuah manajemen *event* yang baik yakni membangun *image*, membangun reputasi, menciptakan *mutual understanding*.

Sementara itu menurut Rhenald Kasali (dalam Iestari, 2021) menyatakan bisnis yang menerapkan manajemen secara berkesinambungan dan konsisten dalam mengeksplorasi dunia *entertainment* sedalam-dalamnya yang dibangun dari sebuah tim yang mencatat setiap detail dari proses memilih acara, mengemas acara, memenuhi pembayaran, mengurus perizinan, dan lain sebagainya sampai pada *event report* (laporan pertanggung jawaban) atau evaluasi.

Menurut Goldblatt (dalam Fajar Saputra et al., 2024) menyatakan bahwa manajemen *event* merupakan aspek krusial dalam penyelenggaraan acara, perencanaan kegiatan secara profesional untuk mencapai berbagai sasaran, baik dalam konteks pemasaran maupun penyelenggaraan perayaan, dengan tujuan menghasilkan acara yang sesuai dengan harapan dan target perusahaan.

Untuk memastikan sebuah *event* berjalan dengan baik dari awal hingga akhir terdapat sebuah proses dibelakang layar yang perlu dipahami, proses yang dikemukakan oleh Goldblatt merupakan induk dari segala proses yang dapat dikatakan matang dalam sebuah manajemen *event*.

Gambar 2 Proses Manajemen *Event* oleh Goldblatt



Sumber: (Goldblatt, 2014)

Untuk meyakinkan sebuah *event* layak disebut sukses atau tidaknya, menurut (Goldblatt, 2014) dalam bukunya memaparkan lima tahapan proses dalam mengatur *event* yakni *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*. Kelima tahapan tersebut menjadi tolak ukur untuk memastikan kesuksesan sebuah *event* yang diselenggarakan.

a. *Research*

Dalam membuat sebuah acara baik segala besar ataupun kecil kita harus melakukan sebuah riset mendalam hingga akar-akarnya sekalipun, hal tersebut memiliki korelasi untuk mengurangi sebuah resiko yang akan dihadapi oleh penyelenggara sekaligus dapat menentukan kebutuhan, harapan, serta target pasar.

b. *Design*

Setelah melakukan tahapan riset, tahapan selanjutnya adalah merancang ide yang melibatkan *brainstorming* dan *mind mapping* konsep acara yang bertujuan untuk menentukan tupoksi dari acara

yang akan diselenggarakan. Perancangan ide tidak hanya meliputi hal-hal kreatif seperti artistik, penataan *venue*, dan lainnya, tetapi juga meliputi aspek keuangan dan hal penting lainnya.

c. *Planning*

Tahapan setelah dilakukannya riset dan desain yakni mulai merencanakan penentuan lokasi, *rundown* secara umum, teknis berbaur lapangan, waktu, dan beberapa teknis lain sebagainya.

d. *Coordination*

Tahapan selanjutnya hasil dari penyusunan dan penerapan dari ketiga tahapan sebelumnya dimana seorang manajer *event* yang memiliki tanggung jawab besar terhadap sebuah *event* yang tengah diselenggarakan, serta menjadi *alpha* bagi orang-orang dibalik layar yang sama-sama sudah melakukan riset hingga tiba pada hari pelaksanaan *event* tersebut agar mencapai tujuan yang diharapkan baik untuk manajer *event* dan juga seluruh orang yang ada di belakang layar.

e. *Evaluation*

Terkahir adalah evaluasi, tahapan yang sangat krusial dimana pada tahapan ini, seluruh panitia mengetahui dimana letak kekurangan sebuah *event* yang sudah dilaksanakan, pada nantinya hasil dari evaluasi ini dijadikan sebagai pedoman untuk *event-event* berikutnya.

3. Gaya Hidup Ramah Lingkungan

Kepedulian terhadap lingkungan merupakan sikap dasar yang harus dimiliki manusia, sebab satu manusia yang membuat kerusakan lingkungan memiliki dampak besar terhadap kehidupan manusia lainnya. Hal tersebut telah diatur dalam dasar Negara Republik Indonesia yaitu Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia tahun 2008, khususnya tentang pengelolaan sampah dalam Nomor 18 pasal 3 yang menyebutkan:

“Pengelolaan sampah diselenggarakan berdasarkan atas tanggung jawab, asas berkelanjutan, asas manfaat, asas keadilan, asas kesadaran, asas kebersamaan, asas keselamatan, asas keamanan, dan asas nilai ekonomi”. Selain beberapa regulasi yang sudah ditetapkan konstitusi negara, penerapan pengelolaan sampah bukan menjadi hal yang gampang untuk diaplikasikan langsung dalam kehidupan. *Environmental Services Program* menyatakan bahwa keberhasilan program pengelolaan dan daur ulang sampah terlihat jelas pada fase ini. Dengan tidak adanya penanganan yang tepat, proses pembuangan sampah menjadi sulit, besar, dan berpotensi membahayakan lingkungan dan kesehatan masyarakat (Aritonang et al., 2024).

Pada dasarnya pemerintah memang memiliki kewenangan yang lebih besar dalam hal pengelolaan sampah, namun tanpa adanya rasa tanggung jawab, kesadaran, kerja sama yang baik antara pemerintah dan masyarakat, program apapun yang dibuat pemerintah akan menjadi

sia-sia. Pentingnya manusia paham terlebih dahulu terhadap tempat tinggal mereka.

Menurut Goleman (dalam Ansori et al., 2019) menyatakan kecerdasan ekologis yaitu kemampuan kita untuk beradaptasi terhadap ceruk ekologis tempat kita berada. Ekologis artinya pemahaman terhadap organisme dan ekosistemnya, sedangkan kecerdasan adalah kapasitas untuk belajar dari pengalaman dan secara efektif berhadapan dengan lingkungan, kecerdasan ekologis sering pula disebut *ecological literacy* atau *ecoliteracy*. Permasalahan lingkungan yang semakin masif terjadi merupakan salah satu dampak dari kurangnya literasi ekologis, sebagaimana dikemukakan oleh Kahn (dalam Ansori et al., 2019) yang menyebutkan bahwa dewasa ini banyak sekali manusia yang mengabaikan keseimbangan ekologis, sehingga banyak sekali terjadi permasalahan lingkungan. Sebagai salah satu upaya dalam menghadapi hal tersebut, solusi yang dihadirkan melalui pendidikan yang menitikberatkan pada kecerdasan ekologis. Ketika permasalahan kecerdasan ekologi mampu mengatasi permasalahan yang komperhensif di tiap-tiap sektor, berbagai upaya lanjutan dapat dilakukan dengan mudah dengan mengenalkan program-program seperti gaya hidup ramah berkelanjutan. Mengurangi limbah adalah salah satu langkah paling fundamental dan signifikan dalam mengadopsi gaya hidup berkelanjutan (Permata, 2024).

Dalam buku yang sudah disusun oleh (Permata, 2024) tentang gaya hidup ramah lingkungan, menyatakan bahwa limbah yang tidak dikelola dengan baik dapat mencemari tanah, air, dan udara dapat menyebabkan perubahan iklim melalui emisi gas rumah kaca. Oleh karena itu memahami sekaligus menerapkan prinsip-prinsip pengurangan limbah adalah langkah krusial yang perlu diambil oleh setiap individu dan komunitas.

Langkah awal pengurangan limbah dimulai dari tindakan penerapan konsep gaya hidup ramah lingkungan. Dikutip dari buku (Permata, 2024), menyatakan dengan menerapkan prinsip-prinsip dasar gaya hidup ramah lingkungan, manusia dapat mengurangi jejak ekologis secara signifikan, prinsip ini meliputi:

a. Reduce (Kurangi)

Pengurangan limbah bisa dimulai dengan hidup minimalis dan hanya membeli barang yang benar-benar dibutuhkan. Contohnya dengan membawa botol minum isi ulang dan menghindari barang sekali pakai, seperti sedotan atau kantong plastik. Langkah ini membantu mengurangi sampah dan menghemat uang.

b. Reuse (Gunakan Kembali)

Menggunakan kembali barang yang masih layak, seperti pakaian, *furniture*, dan elektronik, adalah cara efektif mengurangi limbah. Barang bisa disumbangkan, dijual di pasar barang bekas,

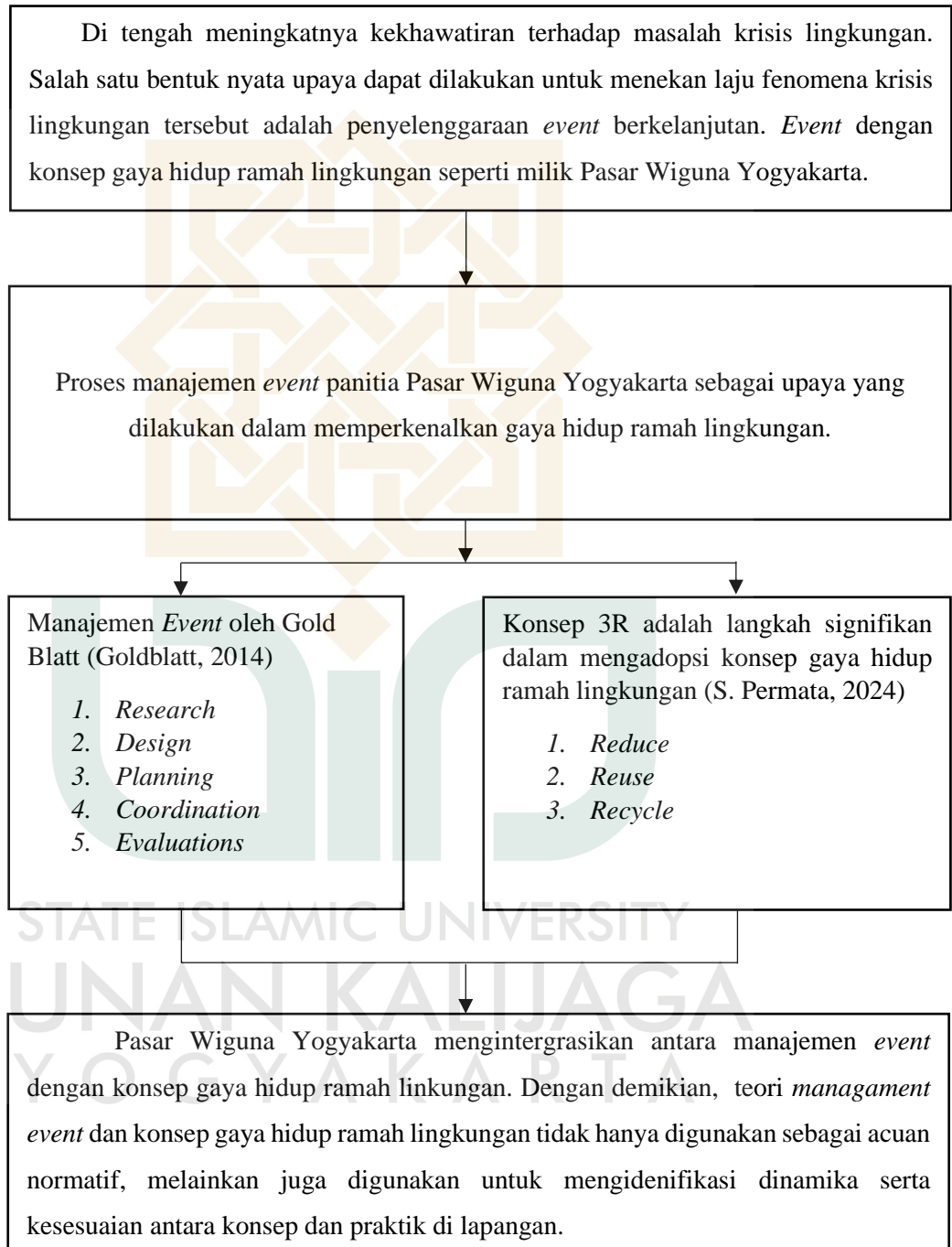
atau digunakan kembali secara kreatif, misalnya botol kaca bekas dijadikan wadah penyimpanan.

c. *Recycle* (Daur Ulang)

Mendaur ulang barang yang sudah tidak bisa digunakan lagi membantu mengurangi limbah dengan mengolah bahan seperti kertas, plastik, logam, dan kaca menjadi produk baru. Namun, daur ulang harus dilakukan dengan benar, karena tidak semua barang bisa didaur ulang, sebab kontaminasi dapat mengganggu proses dari daur ulang tersebut.

G. Kerangka Berpikir

Table 2. Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan peneliti

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan peneliti adalah kualitatif. Metode ini berupaya untuk menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan akibat dari tindakan yang terjadi pada kehidupan mereka. Menurut Sugiyono (dalam Malahati et al., 2023) mengatakan bahwa penelitian kualitatif bermanfaat untuk mengkaji obyek yang alamiah. Sebagai lawannya percobaan, peneliti berkontribusi sebagai *instrument* kunci, pengumpulan sampel, sumber data dilakukan dengan *purposive* dan *snowball*, metode pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada abstraksi.

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk menguasai situasi dengan memusatkan pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret suatu kondisi yang alamiah terjadi, mengenai apa yang sesungguhnya terjadi menurut apa adanya yang di lapangan studi (Malahati et al., 2023).

Dalam hal ini peneliti memiliki opini berupa alasan menggunakan metode kualitatif deskriptif adalah untuk memperdalam hasil dari sebuah penelitian yang dideskripsikan melalui tahapan dokumentasi, wawancara, dan cara lainnya yang erat hubungannya dengan proses manajemen *event* Pasar Wiguna Yogyakarta. Penelitian ini dinilai tidak memiliki hipotesis sementara, melainkan mencoba menganalisis data

yang didapatkan dan dikumpulkan dari lapangan studi ke dalam sebuah penelitian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah elemen atau anggota yang terdapat pada sampel penelitian. Subjek penelitian kualitatif adalah manusia, baik secara konseptual maupun keberadaannya dalam suatu konteks (Solihin, 2021).

Melalui penelitian kualitatif Basrowi & Suwandi (dalam Fadli, 2021), menuturkan bahwa peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan penjabaran diatas subjek penelitian ini adalah Gilang Ramadan selaku *Creative Director* Pasar Wiguna, dan Nurlaili Apriliani sebagai *Brand Manager* Ambarrukmo Creative yang tergabung dalam *Ambarrukmo Group*.

b. Objek penelitian

Penelitian kualitatif juga lebih mendalam karena didasarkan pada pengumpulan data secara langsung, partisipan merupakan orang yang mengalami secara langsung konteks sosial objek penelitian (Waruwu, 2023).

Objek penelitian yang ditentukan peneliti pada penelitian ini adalah bagaimana perencanaan hingga evaluasi manajemen *event*

yang dikemas oleh Pasar Wiguna Yogyakarta sebagai upaya mengenalkan gaya hidup ramah lingkungan.

3. Sumber Data

Menurut (Anggito & Setiawan, 2018), penggalan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif berdasar pada apa yang diucapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data.

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menggali dan mengumpulkan informasi dari para informan yang dianggap mampu menjawab pertanyaan yang akan diteliti. Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara (Anggito & Setiawan, 2018).

Penentuan subjek penelitian pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling adalah salah satu teknik sampling non random sampling di mana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian

Peneliti memilih Gilang Ramadan dan Nur laili Apriliani sebagai *Brand Manager* Ambarrukmo *Creative* yang tergabung dalam *Ambarrukmo Group*. Selain itu peneliti adalah mewawancarai satu pengunjung dan satu *tenant* pada acara tersebut, dengan catatan yaitu keduanya adalah pengunjung aktif

Pasar Wiguna dan sudah mengikuti berbagai acara yang berbeda. Keduanya adalah Hartini pemilik tenant *ecovivo* Daya Lestari dan Nuha Khairunisa sebagai pengunjung aktif Pasar Wiguna.

b. Data Sekunder

Menurut (Anggito & Setiawan, 2018), data sekunder merupakan sumber data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain. Data sekunder adalah data yang sebelum peneliti memasuki lapangan, data tersebut sudah tersedia baik itu dalam bentuk kepustakaan, dokumen-dokumen, foto-foto, maupun berdasarkan dari obrolan orang yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Peneliti akan mengambil dokumentasi di lapangan nanti berupa foto. Gambaran foto yang akan di ambil nantinya meliputi suasana acara, proses wawancara, dan lainnya.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data triangulasi milik Miles dan Hubberman yang memiliki tiga alur yaitu reduksi data, *display* data, dan *conclusions* (Malahati et al., 2023).

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi, data kasar yang ada di lapangan langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan

demikian reduksi data dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian (Anggito & Setiawan, 2018).

Reduksi data yang dilakukan oleh peneliti adalah mengambil, mengumpulkan, memilah, serta memilih data dari hasil wawancara bersama narasumber. Dengan tetap memfokuskan pada aspek-aspek penting dalam menemukan pola data yang dibutuhkan.

b. Penyajian Data

Sesudah melakukan tahapan reduksi, langkah selanjutnya peneliti akan menyajikan data. Penyajian data yaitu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan, penyajian data diperoleh berbagai jenis, jaringan kerja, keterikatan kegiatan atau tabel (Anggito & Setiawan, 2018).

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah yang perlu ditempuh sesudah penyajian data ialah penarikan kesimpulan yang masih bersifat tentatif. Pengumpulan data penulis harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola pengarah dan sebab-akibat disebut sebagai penarikan kesimpulan (Anggito & Setiawan, 2018).

5. Metode Keabsahan Data

Sebagai bentuk upaya memperdalam data yang sudah diperoleh di lapangan, perlu diadakannya keabsahan data. Data yang diperoleh di

lapangan adalah fakta yang masih mentah yang artinya masih perlu Sebagai bentuk upaya memperdalam data yang sudah diperoleh di lapangan, perlu diadakannya keabsahan data. Data yang diperoleh di lapangan adalah fakta yang masih mentah yang artinya masih perlu diperoleh atau dianalisis lebih lanjut agar menjadi data yang dapat dipertanggungjawabkan, setelah data diperoleh hal selanjutnya adalah menguji keabsahan data yang didapatkan (Anggito & Setiawan, 2018). Dengan demikian diperlukan teknik yang ampuh untuk membuktikan hal tersebut. Menurut Norman K.Denzin (dalam Anggito & Setiawan, 2018) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda, menurutnya triangulasi meliputi empat hal yaitu triangulasi ahli, triangulasi sumber data, dan triangulasi metode.

. Sedangkan peneliti akan menggunakan triangulasi ahli. Dalam penelitian ini peneliti memilih Muhammad Chandra Kurniyawan., S.Sos., M.I.Kom., CPS., CT. Chandra merupakan seseorang praktisi *event* yang terlibat dalam sebuah *event* seperti Prambanan Jazz, Jogja Rockarta Festival, Mocosik Festival serta beberapa *event* lainnya. Dari pengalaman yang sudah diikuti oleh Chandra tersebut, beliau memiliki peran sebagai *Business & Development Manager* Rajawali Indonesia.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa Pasar Wiguna telah menerapkan tahapan manajemen *event* yang meliputi *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Sekaligus diintegrasikan oleh konsep *ecolifestyle* atau gaya hidup ramah lingkungan yang mencakup 3R yakni *reduce, reuse, dan recycle*.

Walaupun demikian, temuan penelitian menunjukkan adanya dinamika dalam implementasinya. Penerapan konsep *white label* yang menciptakan dualisme antara kepemilikan dan identitas *event*. Sementara implementasinya menunjukkan bahwa belum sepenuhnya berjalan secara konsisten di aspek praktik. Selain itu, tahap evaluasi menunjukkan adanya perubahan orientasi dari pengembangan program menjadi pertimbangan manajerial dalam pengambilan keputusan.

Selain itu, hal ini sejalan dengan pelaksanaan teknis yang dilakukan Pasar Wiguna yang mengusung konsep gaya hidup ramah lingkungan, pihak manajemen tidak hanya berfokus pada estetika ruang, melainkan juga pada standarisasi material yang digunakan oleh seluruh tenant agar tidak menambah limbah baru yang mencemari lingkungan. Upaya Pasar Wiguna dalam mengenalkan konsep gaya hidup ramah lingkungan sejalan dengan surah yang terkandung dalam Al-Qur'an, yakni surah Al A'raf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

yang artinya : “Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang orang yang berbuat baik.”

Ayat ini menjelaskan secara komperhensif mengenai tindakan manusia yang dilarang melakukan kerusakan dan semestinya menjaga kelestarian di muka bumi. Hal ini sejalan dengan aktivitas yang dilakukan Pasar Wiguna selama kurang lebih seratus edisi dalam mengenalkan sekaligus menyuarakan konsep gaya hidup ramah lingkungan.

Dengan demikian, penyelenggaraan *event* Pasar Wiguna tidak hanya merepresentasikan tentan *event* berbasis konsep, melainkan juga mencerminkan proses negosiasi antara idealisme, praktik lapangan, dan kepentingan manajerial dalam mempertahankan kontinuitas *event* di tengah dinamika pasar.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, peneliti menyarankan kepada pihak penyelenggara Pasar Wiguna untuk meningkatkan transparansi secara lebih terbuka dalam pengelolaan *event*, khususnya terkait pembagian peran antara inisiator dan pengelola. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya ambiguitas yang berdampak menjadi asumsi liar dimata publik.

Selain itu, pihak penyelenggara memerlukan adanya penguatan strategi implementasi konsep gaya hidup ramah lingkungan yang dikemas melalui

nilai daur baur, supaya tidak hanya berbasis regulasi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan partisipatif audiens sekaligus mendorong perubahan perilaku secara lebih efektif.

Dalam aspek evaluasi, pihak penyelenggara Pasar Wiguna diharapkan dapat memanfaatkan mekanisme evaluasi terbuka yang telah diterapkan dalam konsep pasar. Pendekatan ini menjadi nilai tambah sekaligus mempermudah proses identifikasi *demand* dan *problem* di lapangan. Oleh karena itu, hasil evaluasi dapat digunakan sebagai landasan pengemabangan inovasi.

Peneliti merekomendasikan supaya penelitian mendatang yang sejenis dapat menggunakan konsep yang lebih variatif dalam membahas isu topik ini, atau memilih isu topik lain yang berhubungan dan dapat dikaji dengan manajemen *event*. Penggunaan teori lain atau pendekatan tentang kesetaraan juga disarankan untuk memperluas khazanah keilmuan, terkhusus dalam bidang Ilmu Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarrukmo Group. (2023, Oktober 5). *Ambarrukmo Group—Stay, Live, Experience Wholeheartedly*. <https://ambarrukmo.com/>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Vol. 268). CV Jejak.
- Ansori, A., Mulyono, D., & Rahayu, G. D. S. (2019). CEC (Center Ecoliteracy of Cibeber): Pusat Kegiatan Reduce, Reuse, dan Recycle dalam Upaya Mewujudkan Kawasan Ciseupan Kelurahan Cibeber sebagai Kawasan Bestari (Bersih, Sehat, Tertib, dan Lestari). *Abdimas Siliwangi*, 2(2), 90. <https://doi.org/10.22460/as.v2i2p90-102.3179>
- Aritonang, J. I., Darwis, R. S., & Santoso, M. B. (2024). Pengelolaan Sampah Berbasis Stakeholders di Daerah Pariwisata. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(1), 13–22. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i1.55410>
- Ayunda, F. B., & Megantari, K. (2021). Analisis manajemen event Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo. *COMMICAST*, 2(2), 81. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i2.3347>
- Basyit, A. (2019). DIKOTOMI DAN DUALISME PENDIDIKAN DI INDONESIA. *Jurnal Tahdzibi: Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 15–28. <https://doi.org/10.24853/tahdzibi.4.1.15-28>
- CNBC INDONESIA. (2024). *Megathrust Mengancam: Ini 8 Bencana dengan Kerugian Terbesar di RI*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20240818222910-128->

564222/megathrust-mengancam-ini-8-bencana-dengan-kerugian-terbesar-di-ri

Devi, R., & Idrus, N. I. (2023). Zero Waste Lifestyle: Gaya Hidup Ramah Lingkungan di Kalangan Anak Muda di Kota Makassar. *Emik*, 6(1), 22–51. <https://doi.org/10.46918/emik.v6i1.1667>

dev@whello.id. (2021, September 14). Zero Waste Indonesia Festival: Festival Zero Waste Online Pertama di Indonesia. *Zero Waste Indonesia*. <https://zerowaste.id/zerowaste/zero-waste-indonesia-festival-festival-zero-waste-online-pertama-di-indonesia/>

Dwiprigitaningtias, I. (2024). Kedudukan Hukum Instrumen Ekonomi Lingkungan Hidup (IELH) dalam Upaya Penanganan Lingkungan Hidup Akibat dari Kegiatan Industri. *Res Nullius Law Journal*, 6(2), 127–143. <https://doi.org/10.34010/rnlj.v6i2.8069>

Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1).

Fajar Saputra, G. A., Imsa, M. A., Kholik, A., Soegiarto, A., & Fatimah, A. N. (2024). Analisis Management Event Pasca Pandemi Dalam Lazada Seller Conference 2023 Oleh PT Visicita Imaji Semesta. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(2), 185. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v7i2.6662>

Firman, M. (2024). *Strategi Public Relations Unilever Indonesia dalam Menjaga Reputasi Pasca Isu Boikot Pro-Israel*.

Goldblatt, J. (2014). *Special Event: Creating and Sustaining a New World for Celebration 7th edition*, Jhon Wiley & Sons, Inc.

- Herman, H., Mursi, H. S., Anam, A. K., Hasan, A., & Huda, A. N. (2023). Relevansi Dekadensi Moral Terhadap Degradasi Lingkungan. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 8(01), Article 01. <https://doi.org/10.30868/at.v8i01.4329>
- Indonesia Environment & Energy Center. (2023). Hari Lingkungan Hidup Sedunia dan Sejarahnya. *Hari Lingkungan Hidup Sedunia dan Sejarahnya*. <https://environment-indonesia.com/hari-lingkungan-hidup-sedunia-dan-sejarahnya/>
- Iriani, T., & Saleh, R. (2022). Sosialisasi Program Kampung Iklim Dalam Menciptakan Gaya Hidup Ramah lingkungan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Khadijah, S. A. R., & Dwi Pratiwi, W. (2023). Implementation of Sustainable Event Management in Organizing International Music Concerts at the Jakarta International Stadium. *Journal of Event, Travel and Tour Management*, 1–11. <https://doi.org/10.34013/jett.v3i1.944>
- kompas. (2023). *Besarnya Ancaman Bencana Lingkungan di Dunia*.
- lestari, M. T. (2021). *Public Relations Event: Membangun Image, Reputasi, dan Mutual Understanding*.
- Malahati, F., B, A. U., Jannati, P., Qathrunnada, Q., & Shaleh, S. (2023). Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi. *JURNAL PENDIDIKAN DASAR*, 11(2), 341–348. <https://doi.org/10.46368/jpd.v11i2.902>

- Nasuhi, Mufidah, Jayadi, H., Anggriani, R., Saputra, D. H., & Masdani. (2021). Penguatan dan Peran Organisasi Kemasyarakatan NGO atau Non-Governmental Organization dalam Membangun Kemitraan Pengabdian Bersama Nafis Foundation. *TAAWUN*, 1(01), Article 01. <https://doi.org/10.37850/taawun.v1i01.177>
- Noor, A. (2009). *Manajemen event*.
- Nugroho, M. A. (2022). *Konsep Pendidikan Lingkungan Hidup Upaya Penanaman Kesadaran Lingkungan*. 1(2).
- Pedro Bautista & Ririh Dwiantari. (2023). Marketing Public Relations dalam Program CSR Kiyopi Kopi melalui Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 77–84. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.2332>
- Permata, S. (2024). *Menuju Hidup Berkelanjutan: Panduan Lengkap untuk Menjalani Gaya Hidup Ramah Lingkungan*. CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Prasetyo, D. (2025). *Perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk Skincare White label: Studi hukum positif yang berlaku di Indonesia dan prinsip-prinsip Muamalah* [Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/74644/>
- Ramli, R., Evangelista, L., S, F. F., Rachmat, A., & Susyani, N. (2025). Edukasi Lingkungan melalui Penyuluhan dan Praktik: Upaya Meningkatkan Kesadaran Pengelolaan Sampah di Curug Layung. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 9(2), 180–190. <https://doi.org/10.52250/p3m.v9i2.911>
- Restya, W. P. D., & Septiawati, S. (2025). *Pembinaan Komunitas Ramah Lingkungan (Eco Community) Berbasis Pelatihan Green Lifestyle*. 10(1).

- Rohma, Y. N., Rahayu, M. A., Muthoharoh, S. L., Rizky, M. C., Hardyansah, R., Darmawan, D., Putra, A. R., & Dzinnur, C. T. I. (2025). MENINGKATKAN KESADARAN MASYARAKAT TERHADAP LINGKUNGAN MELALUI PEMBUATAN TEMPAT SAMPAH DI DESA BALUNGANYAR. *Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 658–665. <https://doi.org/10.32806/ppsv3i2.627>
- Sabrina, H., Tarigan, E. D. S., Nasution, A. M. U., & Parulian, T. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Pengetahuan terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan di Kota Medan. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 5(1), 67–77. <https://doi.org/10.33395/juripol.v5i1.11311>
- Shihab, Q. (2001). Tafsir al-Mishbah Quraish Shihab. *Terjemah Kitab Kuning*. <https://www.alkhoiroth.org/2024/06/tafsir-al-mishbah.html>
- Solihin, E. (2021). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan*. Pustaka Ellios. <https://digilib.uinsgd.ac.id/39936/1/pendekatan%20kualitatif%20dalam%20penelitian%20pendidikan.pdf>
- Sura, I. W., & Sudilah, I. W. (2015). *Public Relations Untuk SMK Pariwisata Akomodasi Perhotelan*.
- tempo.co. (2025). *Kebakaran Los Angeles: Muncul Api Baru hingga Perintah Evakuasi*.
- Vicky Yoga Satria, Hendrianto Udjari, Jahroni Jahroni, Arif Rachman Putra, Didit Darmawan, Rio Saputra, Samsul Arifin, & Rommy Hardyansah. (2024). *Penghijauan Lingkungan: Strategi Partisipatif untuk Mengoptimalkan*

Penanaman Tumbuhan. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 2(4), 16–23.

<https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i4.838>

Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi*.
7.

