

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Karya Terdahulu

Penelitian mengenai literasi data serta pemanfaatan data statistik dalam pembelajaran telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan memahami dan memanfaatkan data merupakan keterampilan penting yang perlu dimiliki oleh peserta didik, khususnya dalam mendukung kegiatan penelitian di lingkungan sekolah.

Penelitian yang dilakukan oleh Saadah et al. (2022), dengan judul **“Edukasi Literasi Keuangan”**, menyoroti rendahnya indeks literasi keuangan nasional yang hanya mencapai 38,03%. Melalui program edukasi berbasis pelatihan kepada siswa SMA, penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang terstruktur mampu meningkatkan pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan peserta. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun generasi muda memiliki akses informasi yang luas, peningkatan literasi tetap memerlukan program edukasi yang terarah. Hal tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk memposisikan program **“BPS Meet Student”** sebagai upaya edukatif dalam meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri siswa dalam mengakses serta memanfaatkan informasi statistik secara tepat.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Marzuki et al. (2023), dengan judul **“Statistika Menyapa Sekolah: Inspirasi, Edukasi, dan Aplikasi Nyata dalam Meningkatkan Literasi Statistika dan Visualisasi Informasi di SMA Islam Al Mujaddid Kota Sabang”**, menekankan peningkatan literasi statistika melalui pendekatan partisipatif dan pelatihan pembuatan infografis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 87,5% peserta mengalami peningkatan pemahaman setelah pelatihan dilaksanakan. Penelitian ini menjadi acuan penulis dalam menerapkan praktik langsung agar statistik menjadi ilmu yang lebih aplikatif dan komunikatif bagi siswa menengah. Penelitian tersebut menjadi acuan penulis dalam merancang pendekatan serupa bagi siswa menengah.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Susanto et al. (2026) dalam Jurnal Swadimas berjudul “**Pelatihan Literasi Big Data dan Data Analytics Dasar bagi siswa SMK di Jakarta Barat**”. menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman konsep 5V Big Data dan keterampilan teknis peserta. Hasil pre-test dan post-test memperlihatkan kenaikan skor rata-rata dari 42,3 menjadi 78,6, yang menegaskan efektivitas pelatihan berbasis praktik dan interaktif dalam meningkatkan literasi digital siswa. Hal ini memberikan dasar bagi penulis bahwa pelatihan berbasis praktik dan interaktif sangat efektif dalam mengisi kesenjangan literasi digital siswa.

Meskipun ketiga penelitian tersebut sama-sama membahas peningkatan literasi melalui kegiatan edukatif dan praktik langsung, fokus literasi yang dikaji masih berbeda dengan penelitian ini. Penelitian sebelumnya lebih menekankan pada literasi keuangan, literasi statistika melalui pelatihan infografis, serta literasi big data berbasis keterampilan teknis. Selain itu, kegiatan yang dilakukan masih terbatas pada pelatihan atau workshop di lingkungan pendidikan tanpa melibatkan peran lembaga statistik nasional sebagai penyedia data resmi.

Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan pembaharuan dengan mengkaji peningkatan literasi data statistik melalui program “BPS Meet Student” sebagai bentuk edukasi berbasis event yang melibatkan institusi resmi statistik, yaitu Badan Pusat Statistik, kepada siswa SMA 3 Kota Semarang.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 *Public Relations*

Secara umum *public relations* merupakan sebuah bidang komunikasi yang berperan dalam sebuah interaksi dan penyebaran informasi antara organisasi dan masyarakat atau organisasi dengan organisasi lainnya sebagai upaya menanamkan kepercayaan, pengertian, partisipasi, dan citra positif dari penerimanya. Menurut Glenn dan Denny Griswold yang diikuti dalam (Irene Silviani, 2020) *public relations* merupakan “Fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijakan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publik.

Dapat disimpulkan bahwa seorang PR memiliki peran penting dalam membangun hubungan baik dengan publiknya untuk memberikan pemahaman serta informasi dalam rangka mempengaruhi publik agar dapat berkontribusi dalam memberikan perubahan untuk masa mendatang.

2.2.1.1 Fungsi *Public Relations*

Menurut Baskin dalam Eriansyah (2018:233), Seorang *public relations* mempunyai fungsi dan pemahaman dalam komunikasi sebagai konteks berikut:

1. Keterampilan: Seorang *public relations* memiliki keahlian yang relevan dalam menulis dan berbicara. selain itu, mereka juga harus terus mengembangkan keterampilan, merencanakan penelitian, menyusun rencana maupun ide, dan melakukan evaluasi hasil keterampilan yang telah diraihinya.
2. Tugas: Mempunyai sejumlah tanggung jawab, termasuk membuat *press release*, mengelola media sosial, menyusun laporan tahunan, dan tugas lainnya
3. Sistem Komunikasi: Melibatkan usaha yang efektif dan efisien untuk mengorganisir dan mengelola sebuah informasi, serta membangun hubungan dengan berbagai pihak untuk memperoleh pandangan positif di publik.
4. Sistem Operasi: Dalam aspek ini, seorang *public relations* berfokus pada membangun dan memperkuat hubungan melalui sebuah komunikasi timbal balik.

2.2.1.2 Tujuan *Public Relations*

Beberapa ahli mengemukakan pendapat mengenai tujuan *public relations*. Menurut Kriyantoro (2021), tujuan *public relations* adalah mempengaruhi perilaku individu maupun kelompok melalui proses dialog dan interaksi dengan berbagai pihak. Dalam proses tersebut, persepsi, sikap, dan opini publik menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi.

Sementara itu, Dimock Marshall, dan Silviani (2020) membagi tujuan *public relations* ke dalam dua kategori, yaitu secara positif dan secara defensif, yaitu:

1. Secara Positif : berusaha untuk mendapatkan dan menambahkan penilaian dan goodwill suatu organisasi atau badan.
2. Secara Defensif : berusaha untuk membela diri terhadap pandangan masyarakat yang bernada negatif. dengan demikian tindakan ini adalah salah satu penjagaan atau pertahanan. dapat disimpulkan tujuan *public relations* adalah menciptakan citra yang baik, memelihara citra yang baik, meningkatkan citra yang baik, dan memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun atau rusak.

2.2.2 Event Management

Event merupakan salah satu implementasi kegiatan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu berupa *goals* dan *objective* (bowdin et al., 2023) pada pelaksanaannya, event memiliki identitas tersendiri dan tidak sama dengan kompetitor yang diadakan sebelumnya atau kegiatan serupa. Menurut Dowson dan Basset (2015), tahap perencanaan dan pengelolaan event meliputi beberapa aspek sebagai berikut:

1. Pendefinisian konsep acara

Tahap ini mencakup penentuan konsep dasar kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan event, penyusunan anggaran, pemetaan stakeholder yang terlibat, serta uji kelayakan pelaksanaan kegiatan untuk memastikan event dapat dijalankan secara efektif.

2. Pemilihan tempat dan perencanaan teknis kegiatan

Pada tahap ini dilakukan pemilihan lokasi kegiatan yang sesuai, penyusunan program acara secara rinci, perencanaan produksi, perekrutan tim pelaksana, penyusunan strategi promosi, serta perincian perencanaan keuangan sebagai pendukung pelaksanaan event.

3. Evaluasi kegiatan

Evaluasi dilakukan setelah acara selesai dengan tujuan untuk menilai keberhasilan pelaksanaan kegiatan serta ketercapaian tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi ini juga mencakup identifikasi kendala yang terjadi selama pelaksanaan sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya

Berdasarkan tahapan tersebut, proses perencanaan kegiatan “BPS Meet Student” telah menerapkan poin-poin utama dalam manajemen event untuk mencapai tujuan dan keberjalanan kegiatan. Fase pertama telah dirancang oleh penulis melalui penyusunan proposal kegiatan, yang didalamnya mencakup perumusan konsep acara, tujuan kegiatan, rencana anggaran biaya, serta pemetaan *stakeholder* yang terlibat. Pada fase kedua, penulis menyusun detail pelaksanaan kegiatan seperti *rundown* acara, pembagian tugas tim, kebutuhan teknis dan produksi, serta strategi publikasi. Selanjutnya, fase evaluasi dilakukan setelah kegiatan berlangsung guna menilai efektivitas pelaksanaan acara serta mengukur ketercapaian tujuan kegiatan dalam meningkatkan literasi data siswa.

2.2.2.1 Jenis-Jenis Event

Menurut Menurut Noor (2017: 10), event dapat dibagi ke dalam empat jenis utama.

1. *leisure event*, yaitu kegiatan yang bersifat hiburan atau rekreasi. Di era modern, jenis ini banyak berkembang dalam bentuk kegiatan olahraga yang mengandung unsur kompetisi dan mampu menarik banyak penonton.
2. *personal event*, yaitu kegiatan yang bersifat pribadi dan biasanya melibatkan keluarga atau teman dekat, seperti perayaan ulang tahun, pernikahan, maupun acara peringatan tertentu.
3. *cultural event*, yakni kegiatan yang berkaitan dengan budaya, tradisi, atau upacara adat. Di Indonesia, event budaya masih memiliki peran penting karena mengandung nilai sosial dan kearifan lokal yang dijaga keberlangsungannya oleh masyarakat.
4. *organizational event*, yaitu kegiatan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau lembaga dengan tujuan tertentu. Skala dan bentuk pelaksanaannya disesuaikan dengan sasaran yang ingin dicapai oleh organisasi tersebut.

Sementara itu, Ruslan (2018) mengelompokkan event dalam konteks kegiatan kehumasan menjadi tiga kategori.

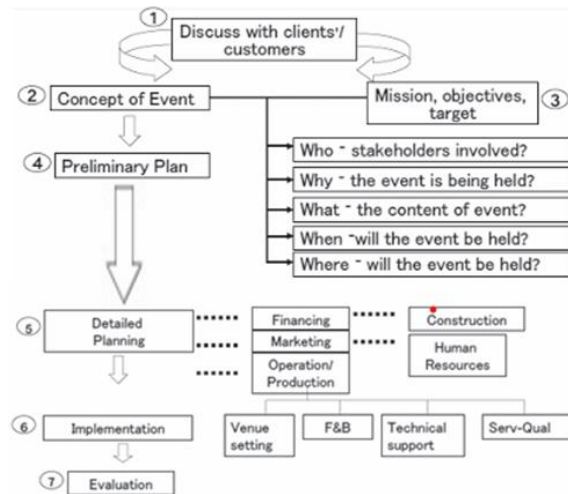
1. *Calendar of event*, yaitu kegiatan yang diselenggarakan secara rutin dan terjadwal setiap tahun.
2. *Momentum event*, yaitu kegiatan yang dilaksanakan pada momen tertentu di luar agenda rutin, biasanya menyesuaikan dengan situasi atau peristiwa tertentu.
3. *Special event*, yaitu kegiatan khusus yang dapat berupa acara peresmian, peringatan hari tertentu, serta kegiatan yang bersifat komersial seperti peluncuran produk baru, maupun nonkomersial seperti kegiatan sosial dan hubungan komunitas.

2.2.2.2 Unsur-Unsur Event

Dalam penyelenggaraan suatu kegiatan, berbagai pihak terlibat dan saling berkoordinasi agar acara dapat berjalan dengan baik. Heryanti Utami (2021) menjelaskan bahwa keterlibatan tersebut dapat dipahami melalui konsep 5P, yang menggambarkan peran masing-masing pihak dalam sebuah event.

1. Penyandang dana, yaitu pihak yang memberikan dukungan finansial untuk membiayai pelaksanaan kegiatan.
2. Pelaksana, yakni tim atau pihak yang bertanggung jawab mengelola acara dari tahap perencanaan hingga evaluasi, serta memastikan kegiatan berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan.
3. Penampil, yaitu pihak yang menjadi pengisi acara atau penyaji materi. Peran ini sangat penting karena kualitas penampilan atau penyampaian materi dapat mempengaruhi keberhasilan acara secara keseluruhan.
4. Penonton, yang merupakan sasaran utama kegiatan. Respons dan keterlibatan mereka menjadi salah satu indikator keberhasilan suatu acara.
5. Pengamat, biasanya berasal dari media atau pihak eksternal lainnya. Kehadiran mereka dapat membantu membentuk citra acara, memberikan publikasi tidak langsung, serta mendukung peningkatan kualitas kegiatan melalui sorotan dan evaluasi yang diberikan.

2.2.2.3 Tahap-Tahap Perancangan Event Management



Gambar 2. 1 Tahapan Kegiatan Management
(Sumber: Serli Wijaya, 2021)

Merujuk pada teori Getz yang dijelaskan dalam buku *Kegiatan Management*. Terdapat tahapan yang pada dasarnya bisa dilaksanakan dalam penyelenggaraan sebuah kegiatan sebagai berikut (Serli Wijaya dkk, 2021) :

1. Diskusi bersama klien : Hal ini menjadi sebuah dasar kepentingan untuk mengetahui hal yang ingin dicapai dari kegiatan yang akan digelar, serta melakukan pendapat dan memastikan klien sudah memiliki konsep atau tidak.
2. Membuat konsep kegiatan : Menyusun sebuah rancangan melalui *draft* dan memberi masukan yang dapat diajukan kepada klien untuk konsep kegiatan tersebut. Selanjutnya, pihak penyelenggara kegiatan dan klien dapat menyatukan pemikiran awal konsep kegiatan secara garis besar nya.
3. Menentukan misi, tujuan, dan target : Sebuah kegiatan perlu memiliki misi, tujuan spesifik, dan target yang akan dicapai untuk menjadi sebuah acuan yang menjadi keberhasilan kegiatan tersebut dapat dikatakan sukses dalam segala sesuatu yang ingin dicapai oleh lembaga.
4. Membuat rencana awal : Pada tahap ini dapat dibuat dengan pertanyaan yang harus sesuai dengan kebutuhan dari kegiatan tersebut, hal ini meliputi *Who, Why, What, When, Where*.

5. Mendetail rencana : Setelah terbentuk kesepakatan bersama pada rencana awal, pihak penyelenggara kegiatan bisa mematangkan konsep yang didukung dengan aspek pendukung lainnya, seperti sumber daya manusia, pemasaran, anggaran biaya, produksi, dan lain sebagainya.
6. Implementasi : Dalam tahap ini melakukan *final briefing* sebelum melakukan kegiatan dan melaksanakan kegiatan sesuai dengan *timeline* dan rencana yang telah dibuat.
7. Evaluasi : ada tahap ini berguna untuk sebagai bahan evaluasi bersama. Evaluasi dapat dibuat menjadi laporan pertanggung jawaban kepada seluruh pemangku kepentingan. Kegiatan sebagai bentuk evaluasi dan bahan dalam membuat keputusan untuk acara selanjutnya.

2.2.2.4 Perencanaan Event

Perencanaan merupakan tahap yang sangat penting dalam manajemen event karena menentukan arah, kualitas, serta keberhasilan kegiatan yang akan dilaksanakan. Wijaya et al. (2021) menjelaskan bahwa manajemen event merupakan penerapan prinsip-prinsip manajemen yang meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian dalam penyelenggaraan suatu kegiatan. Tanpa perencanaan yang matang, sebuah event berpotensi mengalami berbagai kendala, seperti ketidakefisienan anggaran, kurangnya koordinasi antar pihak, hingga tidak tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

Uljanatunnisa (2020) dalam penelitiannya mengenai manajemen event pada program CSR Bank Mandiri menggunakan model perencanaan Goldblatt yang terdiri dari lima tahapan, yaitu research, design, planning, coordinating, dan evaluation. Tahapan tersebut membentuk kerangka kerja yang sistematis bagi event *planner* dalam mengelola kegiatan, mulai dari mengidentifikasi kebutuhan hingga mengevaluasi keberhasilan event. Aprilia (2023) juga menegaskan bahwa penerapan tahapan tersebut secara konsisten menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan sebuah event, termasuk dalam membangun

hubungan yang baik dengan audiens melalui pendekatan public relations yang terintegrasi.

1. *Needs Assessment*: Identifikasi Kebutuhan Klien dan Audiens.

Tahap awal dalam perencanaan event adalah melakukan *needs assessment*, yaitu proses untuk mengidentifikasi kebutuhan klien maupun audiens secara sistematis. Uljanatunnisa (2020) menjelaskan bahwa tahap *research* dalam model Goldblatt menjadi fondasi utama dalam proses perencanaan, karena pada tahap ini event planner perlu memahami karakteristik audiens, kebutuhan mereka, serta tujuan yang ingin dicapai oleh klien sebelum merancang konsep kegiatan.

Proses *needs assessment* dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti survei, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), maupun analisis data sekunder. Kholik et al. (2021) menyatakan bahwa dalam event di bidang pendidikan, identifikasi kebutuhan audiens menjadi tahap yang sangat penting karena peserta didik memiliki karakteristik yang berbeda dengan audiens pada event komersial. Mereka cenderung membutuhkan pendekatan yang lebih interaktif, partisipatif, dan berbasis pengalaman langsung.

2. Penyusunan *Event Brief* dan Konsep Kreatif

Setelah kebutuhan klien dan audiens teridentifikasi, tahap berikutnya adalah menyusun *event brief*, yaitu dokumen yang merangkum elemen utama sebuah event sebelum masuk ke tahap perencanaan teknis. Amellia (2021) menjelaskan bahwa penyusunan konsep yang jelas sejak awal, yang mencakup tujuan kegiatan, target audiens, serta pesan utama yang ingin disampaikan, menjadi dasar yang menentukan arah perencanaan kegiatan selanjutnya.

Aprilia (2023) juga menekankan bahwa konsep kreatif memiliki peran penting dalam membedakan sebuah event dari kegiatan biasa. Konsep yang kuat mampu menciptakan pengalaman yang berkesan, meningkatkan keterlibatan audiens, serta memberikan dampak jangka panjang setelah kegiatan selesai.

3. Pemetaan *Stakeholder* dan Manajemen Sumber Daya Manusia

Keberhasilan sebuah event tidak hanya ditentukan oleh konsep yang dirancang, tetapi juga oleh kemampuan *event planner* dalam mengelola *stakeholder* yang terlibat. Nugraha dan Indra (2021) menyatakan bahwa koordinasi yang efektif dengan seluruh stakeholder merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah event.

Wijaya et al. (2021) juga menambahkan bahwa pembagian tugas yang jelas dalam tim pelaksana sangat diperlukan agar setiap kegiatan dapat berjalan secara sinergis. Setiap anggota tim harus memahami perannya masing-masing, mulai dari koordinator acara, penanggung jawab teknis, hingga tim dokumentasi dan komunikasi dengan pihak mitra.

4. Perancangan Sistem Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan

Perencanaan event yang baik juga perlu mencakup sistem evaluasi yang terstruktur. Uljanatunnisa (2020) menjelaskan bahwa tahap *evaluation* dalam model Goldblatt berfungsi untuk menilai sejauh mana tujuan kegiatan telah tercapai serta mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki dalam penyelenggaraan event selanjutnya.

Amellia (2021) membagi evaluasi event menjadi dua jenis, yaitu evaluasi proses dan evaluasi dampak. Evaluasi proses digunakan untuk menilai apakah kegiatan berjalan sesuai rencana, sedangkan evaluasi dampak digunakan untuk mengukur perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku audiens setelah mengikuti kegiatan.

Dalam program “BPS Meet Student”, evaluasi dilakukan melalui metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur perubahan pemahaman siswa terkait literasi data sebelum dan sesudah kegiatan. Selain itu, survei kepuasan peserta juga dilakukan untuk menilai kualitas pelaksanaan kegiatan dari sudut pandang audiens.

2.2.3 Literasi Data

Literasi data merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengolah, serta menafsirkan data sehingga dapat digunakan untuk memperoleh informasi yang bermakna. Dalam konteks pendidikan, literasi data berkaitan dengan kemampuan siswa dalam membaca, menginterpretasikan, dan menggunakan data untuk memahami suatu fenomena.

Literasi data terdiri dari beberapa komponen yang saling berkaitan dalam membentuk kemampuan seseorang dalam memahami data. Prihastari et al. (2022) menjelaskan bahwa literasi statistik meliputi beberapa tahapan, yaitu:

1. Komponen pertama adalah pemahaman data, yaitu kemampuan individu dalam membaca informasi yang disajikan dalam bentuk tabel, grafik, maupun diagram. Kemampuan ini merupakan tahap dasar dalam literasi data karena individu perlu memahami informasi yang tersedia sebelum melakukan analisis lebih lanjut.
2. Komponen kedua adalah pengolahan data, yaitu kemampuan dalam mengorganisasi dan mengolah data sehingga dapat menghasilkan informasi yang lebih mudah dipahami. Pengolahan data dapat dilakukan melalui berbagai metode statistik sederhana seperti perhitungan rata-rata, median, maupun penyusunan tabel data.
3. Komponen ketiga adalah interpretasi data, yaitu kemampuan untuk memahami makna dari data yang tersedia. Pada tahap ini individu tidak hanya membaca data, tetapi juga mampu menjelaskan hubungan, pola, maupun tren yang terdapat dalam data tersebut.
4. Komponen terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu kemampuan dalam menyimpulkan informasi berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan. Kemampuan ini sangat penting karena kesimpulan yang dihasilkan dari data dapat digunakan untuk memahami suatu permasalahan serta membantu proses pengambilan keputusan.

Dengan demikian, literasi data tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membaca angka, tetapi juga mencakup proses analisis dan interpretasi data secara kritis.

2.2.3.1 Fungsi Literasi Data

Literasi data berperan penting dalam membantu individu memahami dan memanfaatkan informasi berbasis data secara efektif. Di era digital, banyak informasi disajikan dalam bentuk data, grafik, maupun statistik sehingga kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi data menjadi keterampilan yang diperlukan. Menurut Kadir et al. (2022), literasi data membantu individu memahami informasi berbasis data serta menggunakannya sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Kemampuan ini juga memungkinkan seseorang menilai keakuratan informasi dan meningkatkan kemampuan berpikir kritis dalam menganalisis data dari berbagai sumber.

2.2.3.2 Peningkatan literasi data

Peningkatan literasi data dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan yang bertujuan meningkatkan pemahaman individu terhadap data dan statistik. Dalam konteks pendidikan, peningkatan tersebut tidak hanya melalui pembelajaran teori, tetapi juga melalui kegiatan praktik yang memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam memahami dan mengolah data. Kadir et al. (2022) menyebutkan bahwa literasi data dapat ditingkatkan melalui pembelajaran berbasis praktik seperti pelatihan pengolahan data, penggunaan perangkat lunak statistik sederhana, serta kegiatan analisis data. Selain itu, Khalil et al. (2024) menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital seperti aplikasi spreadsheet dan perangkat analisis data juga dapat membantu siswa membaca, mengolah, dan menyajikan data secara sistematis. Oleh karena itu, peningkatan literasi data dapat dilakukan melalui pembelajaran di kelas maupun program edukatif seperti seminar, workshop, dan kegiatan literasi statistik.