

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data yang diperoleh mengenai bagaimana sebuah *event* otomotif Jogja Volkswagen Festival 2017 menjadi media promosi budaya dan pariwisata Yogyakarta dan membentuk *destination brand awareness*, peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Jogja Volkswagen Festival 2017 menjadi sebuah media promosi budaya dan pariwisata yang unik, dimana hal-hal tersebut dihadirkan dalam nuansa *event* Otomotif.
2. Implementasi *event* JVWF 2017 berpotensi dalam membentuk *brand awareness* budaya dan pariwisata Yogyakarta karena dalam penyelenggaraannya terdapat relevansi antara tujuan dari berlangsungnya *event*, pesan yang ingin disampaikan serta audiens sasaran yang hadir dalam *event*.
3. *Event* JVWF 2017 berpotensi dalam membentuk *brand awareness* kepada khalayak luas melalui banyaknya pemberitaan media dalam dan luar negeri mengenai JVWF 2017 yang juga menampilkan budaya dan pariwisata Yogyakarta di dalamnya.

4. Upaya pihak penyelenggara dalam membentuk *destination brand awareness* yang paling menonjol adalah melalui penampilan ikon-ikon destinasi Yogyakarta yang dihadirkan melalui berbagai media yang digunakan.
5. Budaya dan Pariwisata Yogyakarta yang ditampilkan dalam *event JVWF 2017* tidak cukup berhasil dalam membentuk *brand awareness* bagi pengunjung nusantara, khususnya yang berada di pulau Jawa. Hal ini karena, berbagai atraksi dan *ambience* yang ditampilkan sudah cukup familier dengan pengunjung nusantara dan sudah seringkali terlihat sebelumnya. Bahkan, Candi Prambanan dan Malioboro yang merupakan dua pariwisata yang dipromosikan dalam *event JVWF 2017* sudah dalam tahap ketiga *brand awareness*, yaitu *brand recall*.

B. Saran

Analisis mengenai bagaimana sebuah *event* otomotif dapat membentuk *destination brand awareness* ini diharapkan mampu menambah varian kajian dalam Ilmu Komunikasi. Beberapa saran yang dapat peneliti berikan melalui penelitian ini terbagi atas dua kategori, yaitu saran akademis dan saran praktis.

1. Akademis

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain seperti menganalisis sejauh mana efektifitas *event* sebagai media promosi dalam meningkatkan kunjungan sebuah destinasi wisata. Melalui metode analisis tersebut diharapkan dapat memberi pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana

hubungan antara *event* dan sebuah destinasi wisata dapat saling berkesinambungan.

2. Praktis

- a. Saran peneliti bagi pihak penyelenggara JVWF 2017 adalah agar melakukan melakukan evaluasi dari tujuan *event* itu sendiri, yaitu memperkenalkan budaya dan pariwisata Yogyakarta untuk mengetahui apakah kegiatan promosi itu berhasil.
- b. Apabila ingin membangun sebuah *destination brand awareness*, pihak penyelenggara bisa melakukan riset sebelumnya mengenai berbagai macam destinasi wisata yang masih belum terekspos dan belum dikenal banyak wisatawan.