

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis peneliti yang sudah dipaparkan dalam subbab sebelumnya, peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Pelaksanaan *event Jogja International Street Performance* sudah dilaksanakan seperti langkah-langkah dalam teori dari Joe Goldblatt dan Kavaratzis. Teori yang dipaparkan oleh Joe Goldblatt terkait tahapan yang diperlukan untuk membuat sebuah *event* yaitu *research, design, planning, coordinating* dan *evaluating*. Praktiknya dalam *event Jogja International Street Performance*, semua tahapan tersebut sudah dijalankan. Bedanya tahap *research* dan *design* dibahas bersamaan dalam tahapan *planning* atau perencanaan.
2. Walaupun sudah dilaksanakan sesuai teori, hal tersebut masih perlu adanya perbaikan diantaranya untuk bagian logo *event* yang terkesan terlalu simpel dan belum menampilkan identitas *event* secara jelas. Menurut peneliti logo pada tahun sebelumnya yang lebih memiliki unsur yang khas akan identitas *event*, seperti adanya ikon penari di sebelah kanan logo, pemilihan *style font* yang terlihat kaku sedangkan *event Jogja International Street Performance* lebih santai, juga dengan bubuhan nama *event* yang menggunakan dua ukuran *font* beda. Hal-hal tersebut yang tidak peneliti temukan dalam logo *event* di tahun 2018

3. *Event Jogja International Street Performance* belum memiliki data konkrit terkait dengan jumlah penonton yang hadir dan darimana mereka mendapatkan informasi terkait *event Jogja International Street Performance*. Hal ini memiliki dampak yang cukup berimbas pada sektor strategi komunikasi, pengidentifikasian *audience* dan dalam menentukan sukses tidaknya *event Jogja International Street Performance*.
4. Pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Jaran Production masih terbilang kurang efektif. Karena tidak adanya strategi promosi yang kurang spesifik untuk *event Jogja International Street Performance* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan strategi komunikasi yang dilakukan Jaran Production sudah mengena dan tepat hanya saja kurang efektif karena pelaksanaan kegiatan promosi lebih minim dari yang seharusnya seperti pemaparan teori terkait promosi dari Indro 'Kimpling'.
5. *Event Jogja International Street Performance* dikatakan sudah mengandung delapan komponen *city branding* yaitu visi dan strategi, budaya internal, komunitas lokal, sinergi, infrastruktur, ruang kota dan gerbang, kesempatan dan komunikasi. Hal tersebut diperkuat dengan beberapa dasar-dasar branding yang sudah diterapkan dalam pelaksanaan *event*.
6. Pelaksanaan *event* dengan konsep pertunjukan jalanan sebagai panggung utama sudah berhasil mendekatkan *audience* dan pelaku seni terbukti kedua pihak dapat bisa berinteraksi langsung selama event berlangsung dan hal ini menjadi daya tarik tersendiri dari *event Jogja International Street Performance*. Disisi lain *audience* dapat mengetahui dan mengenal

Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis Budaya dari *performance* pelaku seni dari berbagai daerah dengan budayanya masing-masing. *Performance* tersebut sebagai bentuk cerminan Yogyakarta yang selalu terbuka akan setiap budaya yang masuk.

7. *Image* sebagai Kota Pariwisata berbasis Budaya masih belum melekat dalam benak wisatawan, jika diukur menggunakan teori milik Aaker kegiatan *city branding* yang dilakukan masih dalam tahap *Brand Recognition*. Karena *target audience* masih belum mengenali Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis Budaya dengan mudah dan masih memerlukan bantuan untuk hal tersebut.

## B. SARAN

Berdasarkan data dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti terkait penguatan *branding* Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis Budaya dalam dan melalui *event Jogja International Street Performance* tahun 2018, peneliti menyarankan agar :

1. Pemahaman terkait *event Jogja International Street Performance* antara Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Jaran Production alangkah baiknya lebih dikomunikasikan lagi. Agar tidak terjadi kesalahpahaman yang mungkin akan terjadi dikemudian hari dan juga jika ada pihak lain yang ingin meneliti terkait *event Jogja International Street Performance* bisa mendapatkan data yang valid.

2. Sebaiknya *event Jogja International Street Performance* mempunyai logo dengan unsur-unsur paten seperti *font*, warna, ikon dan juga format penulisan agar wisatawan dan masyarakat luas dapat mengenali *event* dengan mudah. Menurut peneliti konsep logo pada tahun 2015 dan 2016 sudah sangat pas dengan konsep *event Jogja International Street Performance*, sehingga tidak ada salahnya jika unsur yang diterapkan dalam konsep pada tahun tersebut dipertahankan.
3. Terkait pelaksanaan *event*, Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta ada baiknya untuk membuat promosi *event Jogja International Street Performance* secara spesifik dan tidak hanya mengandalkan alat-alat promosi gabungan dengan *event* lainnya. Karena peneliti rasa hal ini kurang efektif dan mengena pada *target audience*. Peredaran dan sistem informasi yang cepat dan aktif sebaiknya digunakan oleh panitia untuk mengenalkan dan menyebarkan informasi terkait *event Jogja International Street Performance* dan kebudayaan-kebudayaan yang ada di Yogyakarta. Langkah awal yang perlu dilakukan yaitu dengan membuat akun sosial media untuk *event Jogja International Street Performance*. Akun tersebut nantinya akan menampilkan informasi terkait pelaksanaan *event Jogja International Street Performance*, dokumentasi-dokumentasi selama pelaksanaan *event*, testimoni wisatawan dan masyarakat terkait *event*, meng-*upload* kembali kegiatan *event Jogja International Street Performance* yang sudah-sudah agar masyarakat dan wisatawan tidak lupa serta menampilkan kesenian kebudayaan yang ada di Yogyakarta.

4. Dikarenakan belum memiliki data konkrit untuk mengukur tingkat kesuksesan *event Jogja International Street Performance*, maka perlu diadakan sebuah survei dengan mengisi formulir *online*. Agar kegiatan ini lebih menarik bagi para pengunjung, diakhir pengisian formulir alangkah baiknya diberikan sebuah cinderamata berupa bolpen atau note kecil yang bertuliskan *event Jogja International Street Performance*. Menggunakan bolpen atau *note* kecil yang bertuliskan *event Jogja International Street Performance* sekaligus bisa dijadikan sebagai media penyebaran informasi. Sebaiknya testimoni yang sudah dilakukan dapat dilanjutkan untuk *event Jogja International Street Performance* selanjutnya.
5. Kegiatan *event Jogja International Street Performance* sebaiknya tetap dilaksanakan sebagai salah satu upaya untuk membantu mengingatkan dan melekatkan *image* Yogyakarta sebagai Kota Pariwisata berbasis Budaya.