

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. SAJIAN DATA

Pembahasan pada bab III ini akan dipaparkan dan diuraikan tentang data dan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait pembahasan yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, yaitu Manajemen *Event* Jogja Halal Festival 2018 untuk memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Hasil penelitian ini diperoleh melalui *Indept Interview* dengan informan terkait pada tanggal 10 April 2019, 17 Juli 2019, 31 Juli 2019, 19 Agustus 2019, 24 Agustus 2019, dan 10 September 2019 sebagai bentuk pencarian data primer yang kemudian akan diteliti dan dianalisis oleh peneliti. Selain melakukan *indept interview*, perolehan data sekunder berasal dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan Jogja Halal Festival 2018, serta peneliti juga memanfaatkan dokumen *online* yang berkaitan dengan Jogja Halal Festival 2018 sebagai sumber pendukung untuk menganalisis lebih dalam mengenai manajemen *event* yang diterapkan oleh Jogja Halal Festival 2018.

Peneliti ingin menganalisis bagaimana manajemen *event* yang diterapkan dalam *event* Jogja Halal Festival 2018 serta bagaimana *event* ini mampu memperkenalkan acara yang diselenggarakan selama empat hari. Hal ini didukung oleh data yang dilansir dari *website* Kemenpar mengenai prestasi

Yogyakarta dalam memperoleh peringkat tujuh *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI), seperti gambar berikut.

Gambar 3. 1 Peringkat Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019



*Sumber: website <http://www.kemenpar.go.id/>, diakses pada 21 Juli 2019
Dikutip dari kemenpar.go.id, konsep pengembangan pariwisata halal
pukul 09.42 WIB*

di Yogyakarta mengacu pada konsep wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan pengalaman wisatawan muslim seperti, pelayanan makanan dan minuman halal, tempat ibadah yang berkualitas, toilet yang bersih dan air yang cukup, lingkungan ramah muslim, memberikan nilai sosial yang bermanfaat, memiliki program Ramadan, dapat memberikan pengalaman unik bagi wisatawan muslim, bebas dari rasa khawatir terhadap aktivitas non halal,

mendukung adanya wahana rekreasi yang memiliki privasi bagi pengunjungnya.

1. Konsep *Event* Jogja Halal Festival 2018

Jogja Halal Festival (JHF) 2018 merupakan *event* bertaraf nasional yang diselenggarakan pertama kali di Yogyakarta dengan mengusung tema “Halal itu Istimewa” yang diselenggarakan oleh Masyarakat Ekonomi Syariah Daerah Istimewa Yogyakarta (MES DIY). Berawal ketika permasalahan ekonomi syariah sejak tahun 2005, dua periode yang dipegang oleh Pak Sri Purnomo (Ketua MES periode pertama) sudah mulai memikirkan tentang adanya pameran produk halal. Pada periode selanjutnya, MES DIY dipimpin oleh Bapak Heri Zudianto. Pada periode Pak Heri Zudianto ini, MES DIY mulai melakukan tahap perencanaan ide tentang adanya *event* Jogja Halal Festival. Ide tersebut kemudian terealisasi dengan adanya *workshop* “Kulinerku Halal” yang diadakan di Perguruan Tinggi dan di tempat umum dengan target sasaran yaitu masyarakat umum.

Event Jogja Halal Festival 2018 ini berkolaborasi dengan SYakaa *Event Organizer* dengan menggandeng lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK), untuk memperkenalkan produk-produk Halal dari berbagai elemen.

“Oktober 2017 masa periode Pak Heri pindah ke saya, di periode ini diperkuat dengan program tentang ‘halal’. Saat

pelantikan ada sambutan dari ketua OJK sekaligus MES Pusat, Pak Mulyawand Hadad, dicetuskan lah Yogyakarta Halal Week. Kemudian dimasukkan ke dalam program kerja pokok. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Mursida Rambe turut menambahkan perencanaan *event* Jogja Halal Festival 2018 ini berawal sejak tahun 2008, namun munculnya ide perencanaan *event* baru dicetuskan pada awal tahun 2017 dan pada tahun 2018 di akhir bulan Februari mulai dilakukannya eksekusi terhadap realisasi *event* Jogja Halal Festival 2018 hingga pelaksanaan *event* ini memerlukan waktu sekitar enam bulan. Sistem kerja yang dijalankan MES ini juga seperti pelaksanaan *event* pada umumnya, terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, dan beberapa divisi yang kemudian dibantu dan dieksekusi langsung oleh SYakaa *Event Organizer*.

“Januari 2018, pertama kali diselenggarakan Indonesia Halal Festival, kemudian bulan Maret 2018 saya mulai cari-cari sponsor, mulai melakukan MoU dengan pihak-pihak yang terlibat, dan yang lainnya untuk bisa melaksanakan *event* ini. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Konsep memperkenalkan produk halal dari berbagai elemen tersebut didukung dengan partisipasi *tenant* yang meliputi *Tour and Travel*, Rumah Sakit, Kuliner, Kosmetik, *Fashion*, dan Perbankan.

“*Tenant* itu harus punya sertifikasi halal, minimal kalau pengusaha kecil harus ada bukti sedang dalam proses sertifikasi halal. Yang paling dominan adalah makanan. *Tenant*

yang berpartisipasi pada *event* JHF ini terdiri dari berbagai macam jenis, mulai dari pendidikan, *tour and travel*, *fashion*, *make up*, dan lain sebagainya. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Hal ini berkesinambungan dengan pemaparan dari Bapak Susanto selaku *Event Organizer* Jogja Halal Festival bahwa *event* ini ditujukan untuk membuat masyarakat menyadari adanya isu tentang wisata halal serta menjadikan pemahaman masyarakat bahwa halal sebagai kebutuhan dan gaya hidup.

“Isu pertama, agar orang menyadari bahwa halal itu memang diperlukan. Kedua itu adalah sebuah bentuk gaya hidup yang harus ditopang berbagai elemen. Pada tahapan itu *event* JHF ini baru sebatas membagikan konsep halal kepada masyarakat, sehingga ketika konsep halal itu sudah menjadi bentuk pemahaman maka akan menjadikan itu tahapan secara riil dalam bentuk gaya hidup. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 17 Juli 2018).”

Pak Susanto turut menambahkan dengan terselenggaranya *event* Jogja Halal Festival yang nantinya akan berkumpul pelaku-pelaku halal dari berbagai sisi, sehingga dapat melahirkan konsep *halal tourism* itu sendiri. Apabila mengarah ke *halal tourism* sebenarnya, Yogyakarta sendiri sudah mengarah ke arah pada konsep *halal tourism* dengan *basic* sejarah keislaman yang dimiliki Yogyakarta, serta objek wisata sejarah yang hal tersebut berpengaruh pada satu peraturan keislaman di Yogyakarta.

2. Kategori *Event* Jogja Halal Festival 2018

Berdasarkan data di lapangan, *event* Jogja Halal Festival 2018 ini merupakan *organizational event* yaitu sebuah *event* yang memiliki tujuan dari sebuah organisasi kemudian dikemas menjadi sebuah *event* yaitu bertujuan dari sebuah organisasi kemudian dikemas menjadi sebuah *event* yang besar dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Pak Susanto selaku Ketua SYakaa *event organizer* yang membantu penyelenggaraan *event* Jogja Halal Festival 2018.

“Eksekusi JHF merupakan hasil kerjasama antara MES dan SYakaa Organizer karena pada dasarnya MES tidak tahu sama sekali tentang *event* dengan sistem bagi hasil, dimana ada hal dan kewajiban. SYakaa bukan hanya jadi EO nya JHF tapi lebih ke partner karena bertanggung jawab pada profit, dan sebagainya. Jatuhnya bekerjasama, SYakaa di teknis, MES di bagian lain selain teknis. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Pak Susanto turut menambahkan bahwa *event* JHF ini berbentuk *organizational event* karena turut mendukung program kerja organisasi Masyarakat Ekonomi Syariah dalam memperkenalkan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta. Hal ini selaras dengan visi dan misi yang dimiliki oleh MES DIY yaitu mewujudkan arus ekonomi syariah di Indonesia khususnya Yogyakarta melalui salah satu cara yakni melakukan pembinaan dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM syariah di Yogyakarta.

Dengan diselenggarakannya *event* Jogja Halal Festival 2018, Bu Mursida Rambe menyampaikan bahwa hal ini akan mewadahi pelaku UMKM syariah yang menjadi *tenant* di *event* JHF 2018 untuk mengenalkan produk dan jasa pada masyarakat luas.

“Untuk mengundang stand di tiap kabupaten, yang kita lakukan adalah melalui pendekatan kepada bupati masing-masing kabupaten, semua dinas, walikota/wakil walikota, dan kementerian. Di support luar biasa dari pemerintah baik pusat maupun daerah karena memang Indonesia sedang gencar membuat 10 destinasi halal. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Berdasarkan partisipasi *tenant*, *event* Jogja Halal Festival 2018 ini berhasil menggandeng 217 *tenant* yang berasal dari berbagai elemen seperti *fashion* dan kosmetik, kuliner, perbankan, rumah sakit, dan *tour and travel*.

3. Manajemen *Event* Jogja Halal Festival 2018

Pada proses tahapan manajemen *event* Jogja Halal Festival 2018 terdapat dua pemberi kebijakan dalam melaksanakan tahapan diselenggarakannya Jogja Halal Festival 2018. Kebijakan perencanaan ide berada di bawah wewenang MES DIY sedangkan kebijakan manajemen *event* selanjutnya yakni meliputi beberapa tahapan berikut di bawah wewenang SYakaa *event organizer*.

1) *Planning*

Hal yang pertama dilakukan oleh MES DIY dalam menyusun *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah riset dan analisis situasi sejak tahun 2008. Berdasarkan informasi yang didapatkan oleh peneliti melalui tahap wawancara yang dilakukan dengan Ketua Umum MES DIY, dapat diketahui bahwa perencanaan *event* Jogja Halal Festival 2018 di latar belakang oleh masalah perekonomian syariah sejak tahun 2005.

Pada awal perencanaan, MES DIY memiliki konsep yaitu #1 Indonesia Halal *Lifestyle* Festival. Seiring berjalannya waktu, *event* ini kemudian diharapkan agar dapat menjadi gebrakan bagi MES DIY dan menjadi program wajib yang dapat dijalankan secara berkala, hal itu membuat MES DIY melakukan perubahan konsep *event* menjadi Jogja Halal Festival 2018. Hal ini juga didukung oleh pernyataan yang dikemukakan oleh Bu Mursida Rambe.

“Proposal pertama kita itu masih menggunakan konsep Halal *Lifestyle* Festival, tetapi karena berfokus dan berpusat di Jogja dan *event* ini diharapkan akan menjadi program kerja MES secara berkala nantinya. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Gambar 3. 2 Poster Halal *Lifestyle* Festival dan Jogja Halal Festival



Sumber: Dokumentasi kegiatan Halal Pak Heri Zudianto tahun 2015, MES DIY mulai masuk ke dalam tahap perencanaan ide tentang program halal.

“Di periode Pak Heri Zudianto memang belum sampai tahap festival, tapi MES sudah membuat pengenalan ‘halal’ ini berupa *workshop* tentang kuliner halal, kemudian diadakan di beberapa tempat dan juga di perguruan tinggi dengan target sasaran masyarakat umum. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Mulai dari kegiatan tersebut kemudian berkembang menjadi sebuah *event* yang kemudian dikemas menjadi sebuah *event* berskala nasional dengan bentuk festival. Terkait perencanaan *event* Jogja Halal Festival 2018 ini adanya tujuan

untuk mengedukasi dan mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa halal itu sebuah *lifestyle*.

“Saat ini bukan bicara hanya soal halal sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai gaya hidup. Bagaimana dalam *event* ini konsep halal itu dapat mengedukasi dan dapat tersosialisasikan kepada masyarakat. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Event Jogja Halal Festival 2018 adalah pendukung untuk memperkenalkan produk-produk halal termasuk destinasi wisata apa saja yang ada di Yogyakarta, sehingga masyarakat bisa paham dan mengerti bagaimana produk-produk halal yang dimaksud. Harapan dengan diadakannya *event* Jogja Halal Festival 2018 ini dapat menjadi sebuah acuan dan *event* halal bertaraf nasional serta juga dapat memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal.

Sama halnya seperti yang disampaikan oleh Bapak Susanto selaku *event organizer* yang mengeksekusi acara Jogja Halal Festival 2018, bahwa pariwisata meliputi *fashion*, *kuliner*, perbankan, hotel, dan elemen-elemen yang lain.

“*Tourism* itu meliputi *fashion*, *kuliner*, perbankan, hotel, dan elemen-elemen lain pendukung pariwisata. Nantinya akan berkumpul pelaku-pelaku halal dari berbagai sisi, sehingga nanti bisa melahirkan konsep *halal tourism* itu sendiri. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

MES DIY tidak hanya mengajak SYakaa *event organizer* untuk mensukseskan *event* Jogja Halal Festival 2018. Pemilihan tempat untuk penyelenggaraan suatu *event* juga merupakan salah satu faktor penting dalam sebuah *event* menjadi bagian dalam perencanaan. MES DIY juga bekerjasama dengan pemerintah daerah setempat perihal tempat *event* serta mengundang stan dari setiap kabupaten. Pemerintah pusat yaitu Kementrian Pariwisata juga menyatakan dukungan yang luar biasa karena memang ini menjadi salah satu upaya untuk mendukung Indonesia menjadi 10 destinasi wisata halal dunia.

“Kerjasama dengan Pembayun untuk membantu regulasi penyewaan gedung Jogja Expo Center, kemudian juga bekerjasama dengan pemerintah daerah agar dapat membuka stand di JHF. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Konsep yang diusung pada event Jogja Halal Festival berdasarkan tujuan yang ditetapkan oleh MES yakni untuk memperkenalkan produk – produk halal yang ada di Yogyakarta. Namun setelah bekerjasama dengan Event Organizer SYakaa tujuan tersebut menjadi lebih kompleks dengan konsep event bernuansa halal dan memperkenalkan

produk – produk halal untuk meningkatkan pendapatan UMKM atau Pengusaha di Yogyakarta.

“Event ini memang pada awalnya hanya berkonsep untuk memperkenalkan produk – produk Halal serta meningkatkan pendapatan UMKM yang ada di Yogyakarta, namun bisa juga dikatakan untuk mendukung Jogja sebagai Kota Wisata Halal karena dari segi produk makanan kita ada yang Halal, kemudian dari penginapan juga ada yang berstandart syariah seperti Dafam Rohan, rumah sakit ada JIH, dan tempat wisata lain yang turut menawarkan wisata halal di Yogyakarta. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Konsep *event* Jogja Halal Festival ini turut mendapatkan dukungan dari *tenant* yang turut berpartisipasi dalam memeriahkan *event* ini. Diantaranya *tenant* dari penginapan syariah, yakni Bapak Rayhan Janitra selaku Asisten General Manager Grand Dafam Rohan yang memaparkan bahwa *event* Jogja Halal Festival sangat mendukung untuk memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal.

“Oiya ini jelas mendukung Jogja untuk jadi pariwisata halal, karena *event* ini ramah untuk pengunjung serta beberapa *tenant* seperti hotel syariah, *tour and travel*, dan rumah sakit syariah. (Rayhan Janitra, Asisten General Manager Grand Dafam Rohan, hasil wawancara 19 Agustus 2019).”

2) *Coordinating*

Setelah melakukan tahap perencanaan, tahap selanjutnya yang dilakukan oleh MES DIY adalah melakukan koordinasi dengan pihak *event organizer*. MES DIY tidak melakukan eksekusi terhadap *event* Jogja Halal Festival 2018, MES DIY dibantu oleh SYakaa *Event Organizer* sebagai eksekutor dalam *event* Jogja Halal Festival 2018.

“Kerjasamanya kita bangun dengan SYakaa sebagai *event organizer* yang akan menangani Jogja Halal Festival 2018 karena tim dari SYakaa lebih mengerti, jadi MES DIY menyerahkan semuanya kepada SYakaa. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Hal ini juga sama seperti yang disampaikan oleh Pak Susanto selaku ketua SYakaa *event organizer* bahwa *event* adalah hasil kerjasama antara MES DIY dengan SYakaa *event organizer*.

“Eksekusi *event* Jogja Halal Festival ini merupakan hasil kerjasama antara MES DIY dan SYakaa *event organizer*, mengapa? Karena pada dasarnya MES DIY kurang mengetahui bagaimana teknis dalam sebuah *event*. SYakaa mengeksekusi bagian teknis *event* dan MES menangani bagian non teknis *event*. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Koordinasi yang dilakukan oleh SYakaa dan MES DIY merupakan koordinasi dalam bentuk laporan kegiatan sebelum acara. Bagaimana perkembangan yang sudah dilakukan setiap minggunya dan ada laporan yang diberikan SYakaa kepada pihak MES DIY berupa target apa saja yang sudah dan belum tercapai serta bagaimana langkah yang akan diambil selanjutnya.

“Pengadaan rapat itu dilakukan seminggu dua kali, hari Senin untuk merencanakan strategi apa yang akan ditempuh dan hari Sabtu membahas apa yang sudah dilakukan sebelumnya. Laporan yang diberikan ke MES berupa *progress report* yaitu Apa yang bisa MES bantu dan strategi apa yang bisa dilakukan. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Kerjasama atau koordinasi yang dilakukan oleh MES DIY dan SYakaa *event organizer* bersifat fleksibel. Maksud dalam artian fleksibel di sini adalah semua perencanaan tetap berjalan dalam *range* tanggal yang diperhitungkan dan sudah disusun.

“*Timeline* pra, pada saat, dan pasca *event* Jogja Halal Festival 2018 bersifat tidak mutlak, lebih fleksibel saja selama itu masih berada dalam *range* tanggal yang sudah diperhitungkan dan tidak mengganggu jadwal yang sudah dibuat sebelumnya. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Melalui *timeline* yang sudah disusun, persiapan *event* Jogja Halal Festival ini kemudian dimulai pada Bulan Maret 2018. MES DIY terutama Bu Mursida Rambe selaku ketua umum, mulai mencari sponsor dan menentukan narasumber yang akan menjadi pembicara di seminar dan *talkshow event* Jogja Halal Festival 2018. Beberapa narasumber yang menjadi pembicara di *event* Jogja Halal Festival merupakan relasi yang dimiliki oleh MES DIY termasuk peran penting MES Pusat dalam membantu mensukseskan *event* Jogja Halal Festival 2018, sehingga hal tersebut memudahkan beberapa *timeline* berjalan sesuai dengan target.

Pada tahapan koordinasi anggaran, pihak MES DIY memberikan kebijakan pengolahan anggaran berupa modal awal kepada SYakaa *event organizer* yang selanjutnya dikelola dan dikembangkan untuk memenuhi konsep *event* Jogja Halal Festival 2018.

“Setelah kami mendapatkan modal awal dari MES, kemudian kami mulai mencari sponsor dan melakukan *open tenant* untuk *event* JHF ini. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Pak Susanto turut menambahkan bahwa sumber dana dari pihak sponsor dan *tenant* salah satunya bantuan dana

berupa sponsor dari MES Pusat, digunakan untuk operasional serta memeriahkan konsep acara selama *event* Jogja Halal Festival 2018 berlangsung.

Pada saat melakukan koordinasi konsep acara Jogja Halal Festival 2018, secara umum MES DIY memberikan gambaran atas *goals* yang diinginkan dari event Jogja Halal Festival 2018 ini, yakni konsep acara festival dengan adanya stand-stand yang memamerkan dan memperkenalkan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta. Selanjutnya, dari rancangan konsep acara tersebut dikembangkan menjadi lebih menarik berdasarkan konsep yang ditawarkan dari SYakaa *event organizer*.

Gambar 3. 3 Sandiaga Uno sebagai Salah Satu Pembicara di JHF 2018



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

SYakaa *event organizer* merancang *event* Jogja Halal Festival 2018 dengan menambahkan sentuhan edukasi dan membentuk kesadaran masyarakat terkait produk halal melalui seminar dan diskusi bersama narasumber terkemuka seperti *Talkshow* bisnis bersama Bapak Jamil Azzaini selaku motivator, penulis, pengusaha Indonesia, serta berpartisipasi dalam Dompot Dhuafa selama 12 tahun, *Talkshow* “Mempertahankan Bisnis di Era *Disruption*” bersama Bapak Sandiaga Uno selaku pengusaha Indonesia dan calon wakil presiden periode 2019-2024, Peggy Melati Sukma dalam kajian Menembus Palestina, Ustad Wijayanto dalam kajian kitab, Seminar Nasional Literasi Keuangan & Pasar Modal Syariah bersama Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia, dan Marissa Haque, Seminar Branding Syariah bersama Penggiat Kreatif Arief Budiman Petakumpet dan Andika Syafaat, serta ditutup dengan Konser Amal Opick dan pengundian *doorprize* umroh.

Konsep acara Jogja Halal Festival 2018 memiliki keunikan, karena terdapat dua pagung yang menjadi *point* atau sentral dari susunan acara yang berlangsung, diantaranya terdapat *main stage* dan *mini stage*.

Gambar 3. 4 Suasana Main Stage pada saat Opening JHF 2018



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

Main stage memiliki konsep seperti dekorasi yang megah dengan *screen* besar, lampu sorot, meja dan sofa, serta didukung dengan adanya *orchestra* yang memberi kesan mewah selain dengan tokoh yang datang sebagai pembicara sehingga terlihat menarik. Selain konsep *main stage*, konsep yang dikemas dalam *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah *mini stage*. Perbedaan antara *main stage* dan *mini stage* terletak pada tujuan dan fungsinya. Tujuan dari *main stage* yaitu diperuntukan untuk pembicara-pembicara inti yang memiliki masa yang banyak, sedangkan *mini stage* diperuntukan untuk

siapa saja yang ingin berpartisipasi di *event* Jogja Halal Festival 2018.

Gambar 3. 5 Suasana Mini Stage pada saat Seminar *Digital Marketing and Finance Teknologi*



Simberta dan *disajikan* *Batukiasih* *3/18* yang ingin mengisi acara dan yang berkaitan dengan promosi penjualan. Kriteria stand yang dapat melakukan promosi atau mengisi acara di *mini stage* adalah dapat mendatangkan 1000 pengunjung. Hal ini merupakan hasil koordinasi dari panitia dalam melakukan koordinasi membangun *event* yang menarik.

“Konsep dari *main stage* itu selalu direncanakan, menggunakan relasi yang sudah dimiliki dan memiliki *interest* yang banyak untuk masyarakat. Sedangkan konsep *mini stage* sebagai pengajuan dari stand-stand dengan syarat harus bisa mendatangkan minimal 1000

pengunjung. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

a. Promosi *Event* Jogja Halal Festival 2018

Event Jogja Halal Festival 2018 memiliki rangkaian acara yang kompleks mulai dari hari pertama hingga hari keempat, tentunya dengan melibatkan orang banyak dan membutuhkan kerja ekstra dari panitia. MES DIY sebagai penyelenggara *event* Jogja Halal Festival 2018 turut melibatkan beberapa instansi, para pegiat halal, dan tidak lepas dari peran *event organizer*. *Event* Jogja Halal Festival 2018 juga berfungsi sebagai wadah untuk memperkenalkan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta kepada masyarakat serta memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Hal yang dilakukan agar fungsi tersebut berjalan sebagaimana mestinya, maka dilakukan kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media luar ruang seperti yang disampaikan oleh Bu Mursida Rambe selaku Ketua Umum MES DIY sebagai berikut

“Promosi acara yang dilakukan ya pemasangan baliho besar di beberapa titik strategis Jogja, *round tag* besar, *round tag* kecil juga banyak, dan semua media sosial dimanfaatkan karena meminimalisir pengeluaran. Kerjasama lain dengan media Republika. Hari kedua di koran KR satu halaman. Selebihnya hanya

menggunakan media sosial. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Selaras dengan yang disampaikan oleh Bu Mursida Rambe, Bapak Susanto selalu *event organizer* juga menyampaikan bahwa promosi yang dilakukan ada beberapa macam, menyesuaikan dengan target pasar kepada siapa promosi ini akan dituju.

“Promosi itu tentu sudah kita rencanakan dari awal. Promosinya kita buat berlapis. Kalau tidak bisa A ya B dan seterusnya. Contoh, targetnya mahasiswa kita akan buat promosi di media sosial dan di kampus, mendatangkan pembicara yang lagi disukai anak muda. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 dibagi menjadi dua, pertama adalah promosi untuk menarik *tenant* agar turut serta dalam pameran produk-produk halal yang mulai dilakukan dari sekitar bulan Februari 2018. Promosi kedua yaitu ditujukan untuk para peserta atau pengunjung Jogja Halal Festival 2018, hal ini dilakukan mulai dari dua bulan sebelum pelaksanaan *event*. Berbagai promosi mulai dari *offline* dan *online* mulai dilakukan sekitar bulan Agustus 2018.

“Target kita itu ada dua, *tenant* dan pengunjung. Kalau promosi untuk mencari *tenant* sudah dilakukan mulai dari awal, ya sekitar bulan Februari. Kalau untuk menarik pengunjung kurang lebih sekitar bulan

Agustus. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Agar sebuah *event* mendapatkan hasil *engagement* yang baik dari masyarakat perlu adanya sebuah strategi promosi yang efisien dan tepat. Promosi yang dilakukan dengan strategi yang tepat akan berdampak pada *engagement* dan antusiasme pengunjung untuk datang dalam *event* tersebut. Pada *event* Jogja Halal Festival 2018 yang diselenggarakan oleh MES DIY dan bekerjasama dengan SYakaa *event organizer* melakukan berbagai macam promosi yang bersifat *online* maupun *offline*. Berbagai penerapan dari strategi promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 yang digunakan adalah sebagai berikut.

i. Menentukan Segmen

Tahapan promosi ini dilakukan oleh SYakaa *event organizer*. Bapak Susanto selaku *event organizer* menjelaskan bahwa, tahap awal yang dilakukan adalah menentukan segmentasi, setiap promosi yang dilakukan memiliki segmentasi yang berbeda-beda.

“Promosi yang dilakukan itu berlapis, promosinya dilakukan sesuai dengan segmentasinya. Media yang dipakai anak muda itu apa, kemudian media yang mencakup semua segmen seperti radio MQ begitu. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Event Jogja Halal Festival 2018 memiliki ragam perbedaan segmen target sasaran, maka panitia Jogja Halal Festival 2018 membagi promosi yang diterapkan dalam *event* ini, dibagi menjadi dua sesuai dengan target sarasannya yaitu *tenant* dan pengunjung. Pembagian target sasaran ini akan menjadi acuan dalam menentukan media apa yang akan digunakan untuk mempromosikan *event* Jogja Halal Festival 2018 sesuai dengan target sasaran yang dituju.

ii. Menyusun Anggaran

Penyusunan anggaran untuk *event* Jogja Halal Festival 2018 dilakukan oleh pihak MES DIY dan SYakaa *event organizer*, pemetaan anggaran terutama dilakukan oleh pihak SYakaa *event organizer* selaku eksekutor dari *event* Jogja Halal Festival 2018. Promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 dilakukan agar pesan yang ingin dikomunikasikan bisa sampai kepada masyarakat serta publikasi yang begitu besar. Penggunaan anggaran bersifat fleksibel dengan sistem pengajuan proposal, jika seiring berjalannya waktu ada perubahan hal tersebut tidak akan

menjadi suatu penghambat, tetapi akan disesuaikan dengan kebutuhan *event* Jogja Halal Festival.

b. Media Promosi *Event* Jogja Halal Festival 2018

i. Media Elektronik

Media Elektronik yang digunakan dalam melakukan promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah televisi dan radio. Televisi merupakan media komunikasi yang mempunyai beberapa keunggulan dibanding media lain, yaitu televisi memiliki keunggulan *audio visual* yang baik, memiliki jangkauan yang luas, mudah menarik perhatian serta dapat menimbulkan dampak yang kuat untuk mempengaruhi pandangan khalayak luas. Sama halnya dengan tujuan *event* Jogja Halal Festival 2018 yang menginginkan promosi *event* ini dapat dilakukan secara menyeluruh agar masyarakat mengetahui bahwa ada *event* yang memiliki informasi tentang produk-produk halal yang ada di Yogyakarta.

“Promosi melalui televisi kita lakukan di AdiTV mendekati hari H *event* dan ditampilkan di beberapa acara yang memiliki segmen untuk semua umur. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Selain melakukan promosi melalui televisi, *event* Jogja Halal Festival 2018 juga melakukan promosi di radio. Promosi yang dilakukan di radio melalui Radio MQ, karena Radio MQ memiliki segmentasi semua umur. Bapak Susanto selaku *event organizer* juga mengatakan bahwa, promosi yang dilakukan di radio sebanyak lima kali sehari kurang lebih dua minggu dengan *talkshow* tentang *event* Jogja Halal Festival sebanyak dua kali.

“Kalau Radio itu kita lebih memilih Radio MQ yang memiliki segmen untuk semua umur. Iklan tentang *event* kita diputar sebanyak lima kali sehari selama dua minggu dan kita mendapatkan kesempatan untuk *talkshow* juga dua kali. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Bapak Susanto juga memaparkan bahwa, media promosi radio juga dilakukan melalui radio-radio yang bekerjasama untuk mendukung *event* Jogja Halal Festival 2018 seperti, Radio Istakalisa.

ii. Media Luar Ruang

a) Pemasangan Baliho

Salah satu upaya SYakaa *event organizer* dalam melakukan promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah dengan melakukan pemasangan baliho yang

dipasang di beberapa titik strategis di wilayah Yogyakarta. Upaya promosi ini dilakukan untuk menjangkau target sasaran secara lebih luas serta menjangkau pada orang-orang yang banyak melakukan

Gambar 3. 6 Baliho Jogja Halal Festival 2018



Sukheri, D. Dokumentasi Program Promosi menggunakan baliho

ini memiliki beberapa desain agar terlihat menarik dan sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Pertigaan Jalan Solo (Bawah *Flyover* Janti) dari arah timur dengan ukuran 4 x 6 meter, perempatan Jalan Solo (Galeria Mall) dari arah timur dengan ukuran 4,5 x 6 meter. Berikut adalah contoh desain

baliho yang berada di perempatan Jalan Taman Siswa, perempatan Ringroad Gejayan, pertigaan Piyungan, perempatan Ringroad Monjali, dan perempatan Ringroad Demak Ijo dengan ukuran 4 x 6 meter.

Gambar 3. 7 Desain Baliho Jogja Halal Festival 2018



Selain Dokumentasi Panitia HIK dengan desain yang sama, yang dicetak dengan ukuran 2 x 1 meter dengan jumlah 150 pcs yang disebar di pinggiran jalan Yogyakarta hingga ke daerah daerah di Yogyakarta, seperti di Jalan Godean, pusat Jogja di sekitar Tugu,

sepanjang Jalan Kusumanegara, dan di daerah sekitar Stadium Mandala Krida.

b) Umbul-Umbul

Umbul-umbul ini dipasang guna menggambarkan kemeriahan *event* Jogja Halal Festival 2018, umbul-umbul ini dipasang di lokasi acara yaitu sekitar Jogja Expo Center. Bentuk dari umbul-umbul tersebut adalah sebagai berikut.

Gambar 3. 8 Umbul-umbul Jogja Halal Festival 2018



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

Sebagai pelengkap kemeriahan *event* Jogja Halal Festival 2018 terdapat juga media promosi dalam bentuk *hanging banner* yang tidak hanya milik MES DIY dan *event* Jogja Halal Festival 2018 tetapi juga milik sponsor yang dipasang di teras Jogja Expo Center. Adapun bentuk *hanging banner* adalah sebagai berikut.

Gambar 3. 9 Hanging Banner Jogja Halal Festival 2018



Sumber: Dokumentasi JHF 2018

iii. Media Cetak

a) Katalog

Promosi melalui media cetak salah satu nya dilakukan oleh SYakaa *event organizer* melalui katalog. Promosi melalui katalog ini diberikan pada pengunjung *event* Jogja Halal Festival 2018 pada saat hari H pelaksanaan agar pengunjung mengetahui dan mendapatkan gambaran tentang *event* Jogja Halal Festival beserta *tenant* dan konsep acara *event* Jogja Halal Festival 2018.

Gambar 3. 10 Katalog Jogja Halal Festival 2018



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

“Katalog ini kita bagikan pada saat pengunjung datang dan akan memasuki *exhibition*, jadi pengunjung tau dimana letak stand A dimana letak stand B ya denah *venue* lah. Fungsi katalog ini juga bisa jadi option buat yang tidak terlalu suka jalan, jadi langsung tau stand yang dituju. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Selain katalog, ada juga *leaflet* sebanyak 16.000 *exp* berukuran A5 yang dibagikan pada pengunjung di luar maupun di dalam *venue*. *Leaflet* juga disebarakan sebelum acara berlangsung guna, sebagai media publikasi dengan informasi yang singkat, padat, dan jelas. Desain *leaflet*, hampir sama dengan desain poster yang berada di media luar ruang.

b) Koran

Promosi yang dilakukan secara besar-besaran oleh panitia Jogja Halal Festival 2018 adalah melalui koran. Media yang bekerjasama dengan Jogja Halal Festival 2018 adalah Republika. Bentuk kerjasama dengan Koran Republika yaitu pemberitaan tentang *event* Jogja Halal Festival 2018 yang dipublikasikan pada saat H-1, Hari H, dan H+1 sampai H+2 *event*. Publikasi ini dilampirkan pada tiga halaman di Koran

Republika dan dipublikasikan pula pada media online
Republika.com.

“Kita sangat beruntung mendapatkan relasi dengan Koran Republika, sehingga *event* Jogja Halal Festival dapat dipublikasikan kegiatannya selama satu minggu penuh yakni, H-1, empat hari acara, sampai H+2 acara dengan menggunakan *space* sekitar tiga halaman. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Pemilihan media Republika ini berdasarkan dengan relasi yang dimiliki oleh Bu Mursida Rambe selaku ketua umum MES DIY. Pak Susanto turut menambahkan bahwa keuntungan yang diperoleh dari bekerjasama dengan Republika adalah selain mendapatkan sponsor, juga mendapatkan pemberitaan dengan skala nasional. Sehingga hal ini mempermudah dalam mempromosikan *event* Jogja Halal Festival 2018.

iv. Media Online

Melakukan promosi di media online juga dilakukan oleh panitia *event* Jogja Halal Festival 2018 untuk mendapatkan *engagement* tinggi dari masyarakat, terutama pada target sasaran milenial. Promosi di media online yang dilakukan salah satunya adalah menerapkan promosi di

media sosial seperti, Instagram, Twitter, Website, dan Facebook. Beberapa konten yang diterapkan pada promosi media sosial *event* Jogja Halal festival 2018 adalah sebagai berikut.

a) Instagram

Pada penerapan promosi melalui Instagram, agar dapat menyebarkan informasi secara luas panitia Jogjaj Halal Festival bekerjasama dengan PT. GIT Solutions milik AMIKOM. Pada promosi di Instagram *event* Jogja Halal Festival juga dipublikasikan melalui Instagram Ads. PT. GIT Solutions menggunakan strategi kloning, yaitu membuat akun atas nama Jogja Halal Festival 2018 sebanyak-banyak nya dan memanfaatkan jumlah *likes* agar algoritma Instagram bisa menempatkan postingan *event* Jogja Halal Festival 2018 menjadi *top search*.

“Untuk promosi di Instagram kita serahkan pada PT. GIT Solutions dengan sistem kloning untuk memperbanyak *likes* supaya *event* kita menjadi di atas dan juga menggunakan Instagram Ads. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Strategi promosi melalui media Instagram ini dibagi menjadi dua, yaitu promosi untuk *tenant* dan

promosi untuk pengunjung. Promosi untuk *tenant* dilakukan sejak H-6 bulan *event* diselenggarakan, sedangkan promosi untuk pengunjung dilakukan H-2 bulan sebelum *event* diselenggarakan. Konten promosi yang digunakan yaitu poster *event* Jogja Halal Festival 2018 lengkap disertai tema besar yaitu “Halal itu Istimewa” dan keterangan waktu serta tanggal *event* Jogja Halal Festival 2018. Tidak hanya poster *event* saja, konten promosi di Instagram ini juga berupa *rundown event* yang disertai dengan narasumber yang akan mengisi setiap hari dan setiap sesi nya di *event* Jogja Halal Festival 2018.

Gambar 3. 11 Instagram Kloning Jogja Halal Festival 2018



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

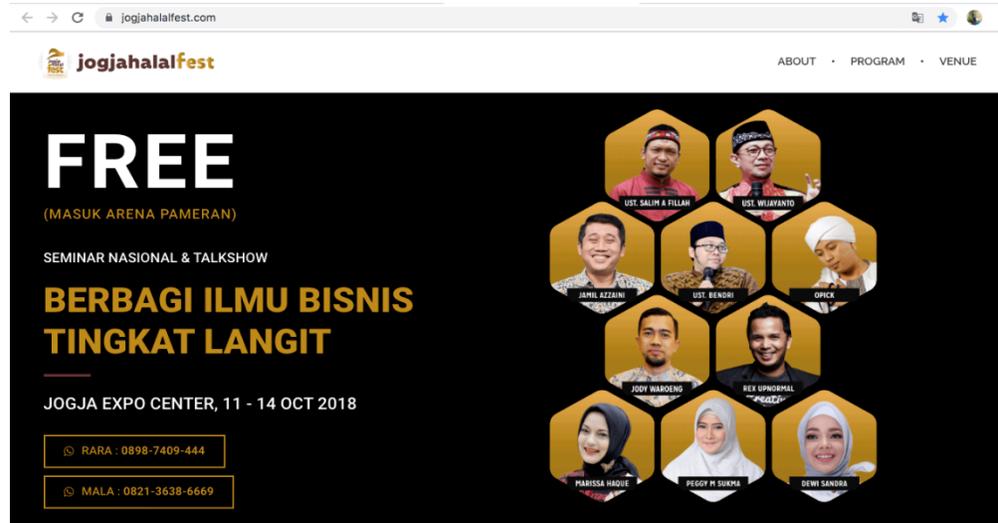
Gambar di atas merupakan dua contoh akun Instagram yang menggunakan nama *event* Jogja Halal Festival 2018. *Event* Jogja Halal Festival tidak memiliki *official account* karena PT. GIT Solutions menggunakan sistem kloning dengan konsep Instagram kloning tersebut memiliki semua informasi mengenai *event* Jogja Halal Festival 2018. Selain menggunakan konsep Instagram kloning, PT. GIT Solutions juga memanfaatkan Instagram Ads dan melakukan promosi pada akun-akun *buzzer* yang berguna sebagai *paid promote*.

b) Website

Website Jogja Halal Festival memiliki informasi kompleks sehingga mempermudah panitia dalam mempromosikan *event* ini. Melalui website Jogja Halal Festival, pembaca dapat memperoleh informasi tentang *event* Jogja Halal Festival secara menyeluruh seperti, informasi mengenai narasumber atau pembicara, informasi tentang *open tenant*, informasi mengenai tema besar *event*, serta informasi tanggal dan tempat pelaksanaan *event* Jogja Halal Festival 2019. Melalui

website, partisipan juga dapat mengakses pendaftaran untuk *open tenant* dan pengunjung dapat memperoleh informasi jika *event* ini bersifat *free entry*.

Gambar 3. 12 Website Jogja Halal Festival 2018



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

Pada website tersebut berisikan informasi-informasi secara lengkap mengenai rangkaian *event* Jogja Halal Festival 2018 seperti, *Talkshow* bersama Bapak Jamil Azzaini, *Talkshow* bersama Bapak Sandiaga Uno, Penggalangan dana bersama Dewi Sandra, Seminar Literasi Keuangan bersama Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Bursa Efek Indonesia dan Marissa Haque, Kajian bersama Ustadz Wijayanto, Hijab Cantik Berlari, dan Festival anak bersama BIAS.

c) Twitter

Media sosial yang selanjutnya digunakan sebagai media promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah Twitter. Sama halnya seperti Instagram, Twitter ini juga tidak memiliki *official account event* Jogja Halal Festival, dibuktikan dari adanya beberapa akun Twitter yang mengatasnamakan *event* Jogja Halal Festival 2018 dan juga memuat informasi tentang *event* Jogja Halal Festival 2018.

Gambar 3. 13 Twitter Jogja Halal Festival 2018



Sumber: ~~Gambar di atas~~ ~~Berita~~ ~~Jurnal~~ ~~2018~~ contoh salah satu akun

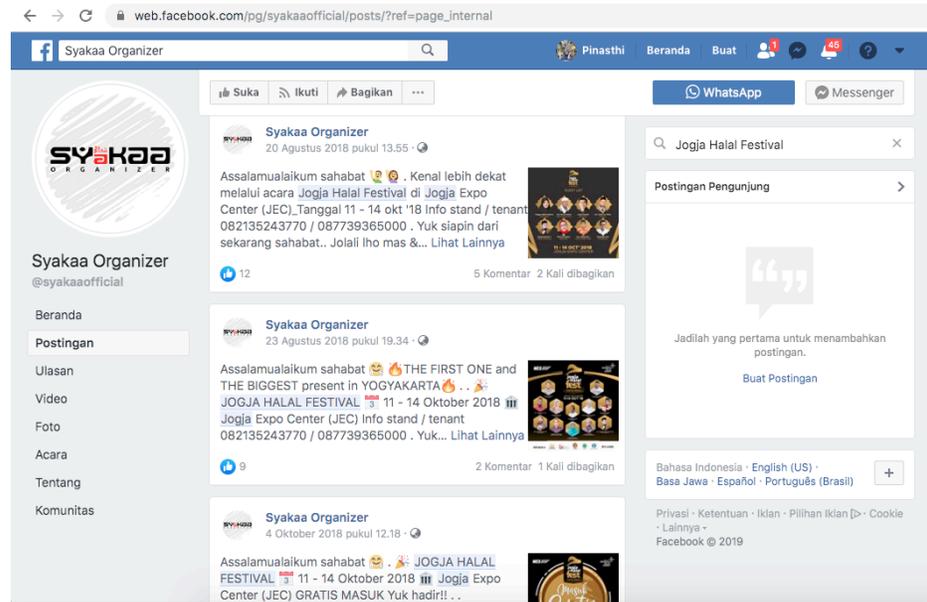
Twitter Jogja Halal Festival 2018 yang memuat informasi mengenai *event* Jogja Halal Festival 2018 seperti promosi yang dilakukan sebelum hari H dan

promosi yang dilakukan pada saat hari H. Promosi melalui Twitter ini dilakukan 2 bulan sebelum *event* Jogja Halal Festival 2018 diselenggarakan.

d) Facebook

Media sosial lain yang digunakan untuk promosi adalah facebook. Dalam promosi menggunakan facebook, sama halnya dengan Instagram dan Twitter. *Event* Jogja Halal Festival tidak memiliki *official account event* Jogja Halal Festival, tetapi promosi di facebook dilakukan melalui facebook dari SYakaa *event organizer*. Konten promosi yang diunggah di facebook juga hampir sama dengan di media sosial Instagram, dalam unggahan di facebook juga langsung dihubungkan dengan website *event* Jogja Halla Festival 2018 terkait pendaftaran *tenant* serta untuk lebih mengetahui informasi lainnya terkait *event* Jogja Halal Festival 2018.

Gambar 3. 14 Facebook Jogja Halal Festival 2018



Sumber: https://web.facebook.com/syakaaofficial/posts/?ref=page_internal, diakses pada 13 September 2019, pukul 23.26 WIB.

Instagram dan Twitter kita juga punya akun resminya. Promosinya dilakukan lewat facebook SYakaa karena sudah punya massa dan lebih mudah promosinya. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 10 September 2019).”

Informasi tentang *event* Jogja Halal Festival dapat diakses melalui facebook SYakaa *event organizer*. Informasi yang ada di facebook SYakaa *event organizer* juga merupakan informasi lengkap mengenai rangkaian *event* Jogja Halal Festival dari *open tenant* hingga menjelang hari H *event* Jogja Halal Festival diselenggarakan.

3) *Staffing and Motivating*

Faktor yang penting dalam sebuah manajemen *event* adalah adanya *jobdesk* yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan *event*. Pada *event* Jogja Halal Festival 2018, divisi yang ada meliputi ketua, sekretaris, bendahara, kesekretariatan, acara, publikasi, dokumentasi, *marketing*, serta bantuan dari LO. Kelancaran dari *event* ini juga didukung oleh semangat dari tim pelaksananya dan panitia *event* Jogja Halal Festival 2018 harus paham dan mengerti tentang masing-masing *jobdesk* yang dilakukan sebelum dan pada saat hari H. Bentuk *motivating* yang diterapkan oleh pihak SYakaa *event organizer* adalah memberikan *reward* bagi anggotanya yang dapat melakukan *goals* dari promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 seperti mendapatkan *tenant* setiap harinya.

4) *Evaluating*

Tahapan evaluasi menjadi tahapan terakhir pada manajemen *event* Jogja Halal Festival 2018 yang diterapkan oleh SYakaa *event organizer*. Penilaian evaluasi dilakukan dengan berdiskusi oleh MES DIY selaku penyelenggara dari *event* Jogja Halal Festival 2018. Indikator keberhasilan yang menjadi poin evaluasi yakni, jumlah partisipan yang memadati dan berpartisipasi per harinya

diharapkan bisa mendatangkan 5.000 orang pada *event* Jogja Halal Festival 2018 baik dari pengunjung dan 200 *tenant*.

“Sebenarnya yang dicapai itu sangat jauh dan hanya satu bagian kecil menuju ke sana. Pada target jangka pendek kita sudah mendapatkan itu. Karena, di JEC kita sudah bisa mengadakan tiga hall dengan 217 *booth*, insya Allah secara gebyar *event* kita sudah mencapai itu dan 31.000 pengunjung. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 31 Juli 2019).”

Gambar 3. 15 Suasana Pengunjung JHF 2018 Hari Keempat



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

Hal ini juga didukung dengan pernyataan Bu Mursida Rambe bahwa masih banyak pengunjung yang tidak terdeteksi, jumlah pengunjung yang mendominasi merupakan partisipan dari acara favorit yakni Hijab Cantik Berlari. Melihat

antusiasme dari masyarakat, *tenant*, serta sebagian anggota MES *event* ini diharapkan akan diadakan satu tahun sekali. Mempertimbangkan kepentingan kualitas, maka keputusan yang diambil adalah *event* Jogja Halal Festival 2018 diselenggarakan selama dua tahun sekali, agar *value* yang dibangun dari *event* ini tidak hanya eforia dan profit saja, namun juga melihat dari edukasi yang diberikan kepada masyarakat.

Meskipun demikian, Bu Mursida Rambe selaku ketua MES DIY menilai ada beberapa hal yang masih menjadi kekurangan dari terselenggaranya *event* Jogja Halal Festival 2018.

“Konten edukasi syari’ahnya masih dianggap kurang, tahun pertama ini masih banyak senang-senangannya. Harapannya dua tahun kedepan lebih memberikan edukasi kepada masyarakat, seperti seminar halal, workshop halal, dan lain-lain. (Mursida Rambe, Ketua Umum MES DIY, hasil wawancara 10 April 2019).”

Pernyataan dari Bu Mursida Rambe juga diperkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak Susanto selaku *event organizer*, yaitu konsep dari *event* Jogja Halal Festival 2018 ini memang belum ada *pilot project* untuk mengarah ke nilai-nilai tentang wisata halal, *event* ini juga dinilai hanya sebatas menyampaikan isu tentang halal saja.

“Belum punya *pilot project* untuk wisata halal, hanya menyampaikan isu saja. Belum ada konsep yang riil untuk mewujudkan wisata halal. Tetapi, melahirkan perkumpulan tentang penggiat halal yang diketuai oleh Bu Mangku. (Susanto, Ketua SYakaa *Event Organizer*, hasil wawancara 17 Juli 2019).”

Hal ini terlihat dari *event* Jogja Halal Festival 2018 yang melahirkan Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia atau PPHI yang diikuti oleh pegiat-pegiat *halal oriented*. PPHI merupakan wadah organisasi tempat berkumpulnya pelaku industri pariwisata halal di Indonesia, yang terdiri dari asosiasi-asosiasi yang bergerak dalam bidang pariwisata halal sesuai profesinya dan jenis industrinya. Tujuan perkumpulan ini mengembangkan dan mewujudkan pariwisata halal yang berkesinambungan dan berkeadilan menuju industri pariwisata yang madani.

Gambar 3. 16 Pembentukan Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia



Sumber: Dokumentasi Panitia JHF 2018

Pernyataan Bapak Susanto turut didukung oleh Alauddin Dzulfahmi selaku pengunjung *event* Jogja Halal Festival 2018 menilai bahwa konsep yang dibangun dalam *event* ini belum mendukung Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Ia beranggapan bahwa tidak ada suatu *value* yang membedakan dengan *event* yang lainnya.

“Bisa dibilang mendukung Jogja sebagai wisata halal, tapi belum maksimal saya kira. Karena kenapa? Di Jogja itu kan banyak makanan yang halal dalam artian makanan tradisional itu kan banyak yang halal, kayak gudeg itu kan banyak yang halal. Harusnya bisa menggandeng makanan2 itu untuk buka stand di situ. (Alauddin Dzulfahmi, pengunjung Jogja Halal Festival 2018, hasil wawancara 06 Agustus 2019)”.

Selaras dengan apa yang disampaikan oleh Alauddin Dzulfahmi, salah satu *tenant* Jogja Halal Festival yakni Kenes Bakery menilai bahwa *event* ini sudah menyongsong dan berkontribusi dalam mewujudkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Hal ini dinilai berdasarkan animo masyarakat yang cukup besar dan antusiasme masyarakat dalam menghadiri *event* Jogja Halal Festival 2018.

Namun, berbeda halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh Aulia Sholehah selaku pengunjung yang menilai bahwa *event* Jogja Halal Festival 2018 masih sangat

minim dalam menyampaikan informasi mengenai makna halal yang sesungguhnya.

“Kurang dapet informasi sih, cuma waktu keliling itu kalo ga salah RS Hidayatullah tu buka stand, nah itu cuma tau ternyata RS juga buka stand di sini tapi ga ada info lanjut soal RS Islam tu begini, terus makanan yang halal tu begini, cuma tau itu pas aku keliling itu aja. (Aulia Sholehah, pengunjung JHF 2018, hasil wawancara 06 Agustus 2018)”.

Di sisi lain, terdapat target capaian yang mendukung keberhasilan *event* Jogja Halal Festival 2018 ini. Bapak Susanto menyampaikan bahwa, capaian target jangka panjang memang dianggap masih jauh, tetapi dari *event* Jogja Halal Festival 2018 ini bisa memberikan satu pemahaman terhadap isu halal dengan seminar nasional yang diadakan di Jogja Expo Center (JEC). Beliau juga menambahkan target yang diharapkan yang sudah tercapai dalam *event* Jogja Halal Festival adalah *event* ini memang berskala nasional tetapi memiliki peserta dari luar negeri yaitu Taiwan dan China, sehingga *event* ini dapat dikatakan *event* bertaraf internasional. Selain itu, pengunjung yang datang ke Jogja Halal Festival 2018 tidak hanya dari wilayah Yogyakarta saja, tetapi dari berbagai kota di Indonesia seperti Semarang, Surabaya, dan Jakarta. Pengisi acara yang merupakan tokoh besar Indonesia pun turut

dihadirkan diantaranya Sandiaga Uno, K.H Ma'ruf Amin, Marisa Haque, Peggy Melati Sukma, Opick, Dewi Sandra, dan narasumber menarik lainnya.

B. ANALISIS DATA

Hasil penelitian yang sudah peneliti paparkan pada sajian data di atas merupakan hasil pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, studi dokumen serta beberapa sumber dari internet terkait *event* Jogja Halal Festival 2018. Data yang dikumpulkan peneliti merupakan data terkait mengenai Manajemen *Event* Jogja Halal Festival 2018 untuk Memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Fokus pembahasan pada penelitian yang dilakukan adalah terdapat pada proses manajemen *event*, tahapan manajemen *event*, promosi *event*, serta konsep branding wisata halal yang diterapkan untuk mempromosikan *event* bertaraf nasional. Dalam pembahasan berikut akan dibagi menjadi empat sub bagian analisis, yang pertama merupakan konsep manajemen *event*, kedua tahapan manajemen *event*, ketiga promosi *event*, dan yang terakhir adalah konsep branding kota wisata halal melalui *event*.

1. Kategori *Event* Jogja Halal Festival 2018

Kegiatan yang bersifat professional dan mengumpulkan serta mengumpulkan orang banyak dengan tujuan merayakan suatu perayaan, pendidikan, pemasaran, dan reuni serta memiliki tanggung jawab atas

pengadaan kegiatan, membuat desain kegiatan, melakukan perencanaan, serta melaksanakan koordinasi pengawasan terhadap realisasi sebuah kegiatan (Goldblatt dalam Aulia, 2017). Sama halnya dengan teori yang dikemukakan Goldblatt, *event* Jogja Halal Festival 2018 merupakan suatu kegiatan pendidikan sekaligus pemasaran yang dapat mengumpulkan orang banyak dan kegiatan yang melaksanakan koordinasi pengawasan terhadap realisasi suatu kegiatan.

Allen dkk dalam bukunya *Festival & Special Event Management* menjelaskan bahwa, konsep festival merupakan sebuah ekspresi atau wujud dari sebuah kegiatan yang dilakukan oleh suatu kelompok dan hal tersebut merupakan suatu bagian dari kehidupan sosial dan budaya dalam suatu kelompok atau masyarakat tertentu. Festival juga merupakan kegiatan yang diselenggarakan untuk meningkatkan organisasi, pengembangan kepemimpinan serta membangun jaringan dengan pihak lain. Sesuai dengan teori yang dikemukakan Allen dkk, *event* Jogja Halal Festival merupakan sebuah ekspresi dari lembaga MES DIY yang mendukung perekonomian syariah di Indonesia. Oleh sebab itu, dengan diadakannya *event* Jogja Halal Festival 2018 hal ini dapat mendukung tujuan dari lembaga MES DIY untuk memperkenalkan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta. Selain itu, *event* Jogja Halal Festival 2018 juga merupakan ajang untuk menunjukkan eksistensi MES DIY dalam

mendukung perekonomian syariah di Yogyakarta yang mana, hal tersebut akan menjadi contoh bagi Indonesia dalam penerapan ekonomi syariah melalui produk-produk halal di Indonesia.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Anny Noor (2017:10) bentuk *special event* yang diselenggarakan oleh MES DIY dan SYakaa *event organizer* merupakan kategori dari *organizational event*. Kategori *organizational event* memiliki tujuan dari sebuah organisasi yaitu pengemasan suatu *event* yang besar serta kegiatan yang memberikan banyak inspirasi bagi industri untuk turut serta menggunakan ide sebagai cara meningkatkan pendapatan perusahaannya. Hal ini selaras dengan apa yang dilakukan atau diterapkan oleh MES DIY, yang mana melalui *event* Jogja Halal Festival 2018 selain untuk memperkenalkan produk-produk halal di Yogyakarta hal ini juga untuk meningkatkan eksistensi dan pendapatan MES DIY. Pendapatan itu didapatkan melalui penjualan *booth* yang ditawarkan kepada *tenant* dan sponsor, yang mana hal tersebut akan menjadi sebuah profit bagi MES DIY selaku penyelenggara *event* dan SYakaa *event organizer* selaku eksekutor *event* Jogja Halal Festival 2018.

2. Manajemen *Event* Jogja Halal Festival 2019

Goldblatt mendefinisikan *special event* merupakan sebuah perayaan yang memiliki sebuah keunikan tertentu dengan bentuk seremonial dan ritual untuk memenuhi kebutuhan spesifik. Goldblatt membagi *special*

event tersebut ke dalam lima tahapan yang harus dilakukan agar sebuah *event* berjalan dengan efektif dan efisien yaitu penelitian (*research*), perencanaan (*planning*), desain (*design*), koordinasi (*coordinating*), dan evaluasi (*evaluation*) (2014:12).

Konsep yang dipaparkan pada teori yang dikemukakan oleh Joe Goldblatt belum sesuai dengan penerapan konsep manajemen *event* yang dilakukan oleh panitia *event* Jogja Halal Festival 2018. Pada *event* Jogja Halal Festival 2018 tidak melalui tahapan penelitian secara spesifik, tetapi tahapan riset masuk ke dalam tahapan perencanaan berupa riset dan analisis situasi tentang isu halal mulai tahun 2008. Sebelumnya diimplementasikan ke dalam *event* besar bertaraf nasional, MES DIY membuat *workshop* dalam lingkup regional yang membahas tentang isu-isu halal. Seharusnya, tahapan riset bisa diperkuat dengan data-data atau survey sebelumnya yang sudah dilakukan oleh MES DIY melalui *workshop* yang pernah dilakukan. Tahapan riset ini merupakan tahapan penting dalam sebuah manajemen *event* untuk memperkuat *event* agar lebih jelas arah dan tujuan *event* tersebut. Hal tersebut membuat *event* Jogja Halal Festival masih belum spesifik membahas tentang wisata halal dan tema yang diusung pun memiliki cakupan yang luas.

Tahapan lain yang tidak diterapkan oleh MES DIY dan SYakaa *event organizer* adalah tahapan desain. Tahapan desain bertujuan untuk

mengembangkan ide-ide dan menciptakan konsep iklan, dekorasi, catering, hiburan, dan lainnya untuk memenuhi harapan *stakeholder*. Peneliti menilai bahwa SYakaa *event organizer* tidak melakukan tahapan desain secara spesifik namun, tahapan ini digantikan dengan tahapan koordinasi pada manajemen *event* Jogja Halal Festival 2018.

Tahapan yang diberlakukan dalam manajemen *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah *planning, coordinating, staffing and motivating, dan evaluating*. Tahapan *planning* yang diterapkan adalah konsep Indonesia Halal *Lifestyle* Festival yang kemudian dilakukan perubahan terhadap konsep diterapkan yang bertujuan sekaligus menjadi gebrakan baru untuk MES DIY yang menyesuaikan juga dengan tujuan MES DIY yaitu memperkenalkan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta dan menjadi program wajib yang dapat dijalankan secara berkala, hal itu membuat MES DIY melakukan perubahan konsep *event* menjadi Jogja Halal Festival 2018.

MES DIY sudah mengarah kepada memperkenalkan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta, hal ini dikatakan kurang sesuai dengan penerapan manajemen *event* nya karena *event* ini mencakup keseluruhan produk-produk halal dari berbagai lintas sektor, tidak secara spesifik dan khusus dirancang untuk memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Munculnya konsep pengenalan tersebut terjadi seiring

dengan berjalannya eksekusi *event* ini yang kurang melibatkan pihak-pihak tertentu seperti Dinas Pariwisata DIY sebagai penguat agar konsep memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal lebih tersampaikan kepada masyarakat. *Event* ini juga masih banyak menyuguhkan hiburan yang digunakan untuk mendatangkan pengunjung. Sebaiknya pihak MES DIY tetap melakukan riset khusus sebelum melaksanakan *event* Jogja Halal Festival 2018 agar tujuan dan pemahaman tentang produk-produk halal benar-benar tersampaikan kepada masyarakat dan mengajak pihak-pihak berwenang seperti Dinas Pariwisata DIY untuk mengedukasi dan memperkenalkan kepada masyarakat tentang Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal.

Tahapan selanjutnya setelah melakukan perencanaan yaitu tahapan koordinasi. Pada tahapan koordinasi ini, MES DIY tidak melakukan eksekusi terhadap *event* Jogja Halal Festival 2018. MES DIY hanya menjadi penanggung jawab, penyelenggara, dan pemegang keputusan dalam *event* Jogja Halal Festival 2018. Dalam mengeksekusi *event* Jogja Halal Festival 2018, MES DIY dibantu oleh SYakaa *Event Organizer* sebagai eksekutor. Pada penerapan tahapan perencanaan ini sudah baik, namun alangkah lebih baik jika konsep *main stage* dan *mini stage* ditiadakan, karena dengan adanya konsep dua panggung tersebut, *noise*

yang terjadi lebih tinggi. Lebih baik dipusatkan pada satu panggung saja namun dikemas lebih rapi dengan memadukan acara inti dan hiburan.

Konsep besar yang diterapkan dalam *event* ini masih berorientasi pada profit, hal tersebut dibuktikan dengan kurangnya pemahaman konsep tentang isu-isu halal yang disampaikan pada rangkaian acara di *main stage*. Pemilihan pembicara sudah baik, akan lebih tepat jika menyesuaikan dengan target sasaran dan menyesuaikan juga dengan isu halal yang ingin disampaikan, beberapa pembicara masih kurang relevan dalam menyampaikan isu-isu halal. Menurut peneliti, pihak MES DIY dan SYakaka *event organizer* harus menentukan target sasaran yang lebih spesifik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Pemilihan target sasaran yang dilakukan oleh pihak MES DIY dan SYakaa *event organizer* masih berorientasi pada *event* sebelumnya yang pernah dilakukan oleh SYakaa *event organizer*. Pemilihan target sasaran tidak dilakukan dengan riset yang spesifik, sedangkan *event* Jogja Halal Festival 2018 merupakan *event* pertama yang diselenggarakan oleh MES DIY.

Tahapan ketiga yaitu *staffing and motivating* merupakan faktor yang penting dalam sebuah manajemen *event*, adanya penjelasan dan pemahaman *jobdesk* yang jelas dan sesuai dengan kebutuhan pelaksanaan *event*. *Motivating* dilakukan kepada anggota dengan pemberian *reward*

atas keberhasilan mencapai target sasaran yaitu berhasil mendapatkan *tenant* dalam waktu yang sudah ditentukan. Tahapan ini merupakan tahapan yang berbeda dengan tahapan manajemen *event* lainnya. Keoptimalan anggota atau panitia dalam menjalankan *jobdesk* juga merupakan hal yang penting, sehingga adanya bentuk *motivating* yang dilakukan pihak MES DIY dan SYakaa *event organizer* adalah suatu hal yang baik untuk meningkatkan kualitas anggota atau panitia dalam melakukan koordinasi *event* Jogja Halal Festival 2018.

Tahapan terakhir yang dilakukan dalam manajemen *event* Jogja Halal Festival 2018 yaitu tahapan *evaluating*. Tahapan ini merupakan tahapan terakhir yang dilakukan dalam penerapan manajemen *event* Jogja Halal Festival 2018. Penilaian evaluasi dilakukan dengan berdiskusi oleh MES DIY selaku penyelenggara dari *event* Jogja Halal Festival 2018. Fokus yang menjadi evaluasi dari *event* Jogja Halal Festival 2018 adalah masih berpusat pada jumlah pengunjung dan jumlah partisipan yang turut serta dalam *event* Jogja Halal Festival 2018. Penerapan evaluasi yang dilakukan SYakaa *event organizer* kepada MES DIY juga hanya dalam bentuk laporan setiap minggunya. Hal ini akan lebih baik jika pihak MES DIY juga melakukan monitoring rutin sebelum dilakukan evaluasi mingguan agar peningkatan dan perkembangan persiapan *event* bisa lebih baik setiap minggunya. Akan lebih baik juga apabila pihak MES DIY dan SYakaa

event organizer tidak hanya berorientasi pada pengunjung yang datang, tetapi juga berorientasi pada pembicara yang sesuai dengan anak muda atau generasi milenial. Guna mencapai pemahaman yang baik di masyarakat, sebaiknya pihak MES DIY melakukan koordinasi dan meminta masukan dari para ahli di bidang halal agar tema utama dari *event* ini bisa lebih matang.

3. Promosi *Event* Jogja Halal Festival 2018

Pada tahapan promosi *event*, peneliti menganalisis tahapan promosi yang dilakukan oleh SYakaa *event organizer* terhadap *event* Jogja Halal Festival 2018. Hal ini diharapkan peneliti dapat mengetahui sejauh mana keberhasilan dalam melakukan promosi *event* Jogja Halal Festival 2018 melalui proses tahapan promosi sehingga *event* Jogja Halal Festival 2018 ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Pemilihan media yang dilakukan oleh MES DIY dan SYakaa *event organizer* adalah sebagai berikut.

a. Republika

Pemilihan media cetak bentuk koran yaitu Republika yang dilakukan oleh MES DIY dan SYakaa *event organizer* ini berdasarkan pada relasi yang dimiliki oleh MES DIY. Selain itu, yang menjadi pertimbangan adalah Republika juga merupakan media cetak yang berorientasi pada pemberitaan isu-isu Islam.

b. Radio MQ

Pemilihan radio ini juga berdasarkan pada segmentasi radio yang dinilai mencakup semua umur. Radio MQ juga merupakan yang berorientasi pada dakwah dan isu-isu Islam, sehingga cocok dengan publikasi *event* Jogja Halal Festival. Peneliti menyarankan agar sebaiknya publikasi melalui radio juga diperluas pada radio-radio anak muda atau milenial, tidak hanya pada radio yang berorientasi pada isu-isu Islam saja.

c. Media Online

Promosi melalui media online yang dilakukan *event* Jogja Halal Festival 2018 sudah baik, tetapi alangkah lebih baik lagi jika *event* Jogja Halal Festival 2018 memiliki *official account* yang terstruktur dan memiliki informasi pasti yang dijadikan acuan tentang *event* Jogja Halal Festival 2018. Lebih baik *buzzer* yang digunakan hanya menggunakan akun-akun *paid promote* yang tidak mengatasnamakan *event* Jogja Halal Festival 2018 dan mengoptimalkan Instagram Ads dan Facebook Ads serta lebih komunikatif lagi pada media online website dan twitter.

Sangat penting apabila dapat membentuk komunikasi dua arah dengan pengunjung atau *tenant*, hal itu dapat meningkatkan *engagement* yang lebih banyak dari masyarakat. Konten yang

dipromosikan juga hendaknya lebih memberikan informasi tentang *event* Jogja Halal festival secara keseluruhan, seperti mengapa memilih tema “Halal itu Istimewa”, menjelaskan pemilihan atau *concern* yang dimiliki oleh pembicara, akan lebih baik juga apabila membuka sesi *Question and Answer* di media sosial *event* Jogja Halal festival 2018. Hal tersebut juga dapat digunakan sebagai penilaian dan melihat seberapa besar antusiasme masyarakat terhadap *event* Jogja Halal Festival 2018.

4. Konsep *Branding* Kota Wisata Halal melalui Jogja Halal Festival 2018

Wisata halal memiliki perbedaan istilah di beberapa negara seperti Islamic Tourism, Halal Tourism, Halal Travel, ataupun as Moeslem Friendly Destination. Kemudian perbedaan antara paham wisata halal dan Syariah yang dimaksud di sini adalah bahwa syariah diartikan sebagai prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Berawal dari industri perbankan kemudian berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah. Sedangkan halal adalah bagian dari ketetapan dari prinsip – prinsip syariah.

Konsumen syariah seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO) bukan hanya umat muslim saja tetapi juga non muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Wisata halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan normal syariat Islam sebagai landasan dasar. Kementerian Pariwisata (Kemenpar) mendukung adanya wisata halal dengan cara membuat Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Indonesia. Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Indonesia ini dibentuk untuk membantu proses pengembangan wisata halal di Indonesia. Wisata Halal dijelaskan juga sebagai penyediaan produk dan layanan pariwisata yang ramah wisatawan muslim dan sesuai dengan ajaran Islam (Mohsin dkk dalam Satriana ED & Faridah HD, 2018 : vol 1)

Global Muslim Travel Index (Global Muslim Travel Index, 2016:7) sebagai lembaga yang berfokus pada pengembangan wisata halal dunia menjelaskan bahwa wisata halal adalah pariwisata yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dengan tujuan memberikan fasilitas dan layanan yang ramah terhadap wisatawan muslim. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam wisata halal yaitu, pemerintah daerah dapat memenuhi layanan ibadah seperti fasilitas sholat, tersedianya makanan dan jaminan dengan label halal, fasilitas umum yang memadai seperti toilet dengan air bersih, layanan maupun fasilitas saat Bulan Ramadan, serta tidak adanya

aktivitas minuman beralkohol dan layanan private yang dapat membedakan antara perempuan dan laki – laki (dalam Subarkah, 2018).

Pada konsep halal yang dikemas oleh panitia Jogja Halal Festival 2018, lebih mengutamakan untuk adanya profit dan penjualan produk-produk halal yang ada di Yogyakarta. Peneliti menemukan bahwa konsep halal yang diusung pada *event* Jogja Halal Festival 2018 belum memiliki nilai atau esensi khusus yang menandakan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal yang hanya terlihat dari beberapa sektor yang merupakan *stakeholder* dari wisata halal. Hal ini didukung oleh pernyataan pengunjung yang kurang merasakan esensi dari penyampaian konsep *branding* Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Hal ini juga seperti yang disampaikan oleh Bapak Susanto bahwa konsep Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal itu adalah bonus dari penerapan *event* Jogja Halal Festival 2018. *Event* Jogja Halal Festival ini memang dari awal mengarah untuk memperkenalkan Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal tetapi kurang disambut baik oleh pihak-pihak yang seharusnya terlibat untuk mendukung Yogyakarta sebagai Kota Wisata Halal. Dalam *Event* ini memang sudah ada beberapa elemen yang mencakup tentang wisata halal seperti, hotel syariah, rumah sakit syariah, *tour&travel*, dan beberapa makanan yang dinyatakan memiliki sertifikasi halal, tetapi *event* ini belum memiliki fokus pada pengembangan wisata halal.

Event ini merupakan *event* pertama MES DIY yang masih berfokus agar masyarakat bisa *aware* terhadap *event* Jogja Halal Festival dan masyarakat memiliki pemahaman terhadap produk-produk halal yang ada di Yogyakarta. *Event* Jogja Halal Festival 2018 juga belum menjadikan wisata halal sebagai produk halal yang dapat diperkenalkan kepada masyarakat dan juga wisata halal merupakan produk halal yang dapat menghasilkan sebuah profit jika dikelola dengan baik. *Tour&Travel* yang menjadi *tenant* dalam *event* ini belum banyak yang menawarkan tentang perjalanan wisata halal, tetapi masih memperkenalkan tentang perjalanan ibadah umroh dan haji. *Event* ini juga belum sampai pada tahapan pengemasan bagaimana wisata halal dapat menghasilkan peluang bisnis yang baik, hal tersebut juga didukung dengan kurangnya kerjasama dengan pemerintah setempat terutama Dinas Pariwisata DIY. Perlunya mengajak Dinas Pariwisata DIY dan bekerjasama juga dengan Dinas Pariwisata daerah dalam hal ini karena sudah banyak wisata halal atau tempat wisata yang *moeslem friendly* di Yogyakarta, tetapi pemerintah belum menanggapi serius hal tersebut. Seharusnya *event* ini dapat menjadi sarana bagi pemerintah dalam membuka peluang tentang wisata halal yang ada di Yogyakarta, namun baru beberapa elemen menangani wisata halal saja yang dirangkul dalam *event* Jogja Halal Festival 2018.