

BAB III

SAJIAN dan ANALISIS DATA

Pada bab III ini, penulis akan memaparkan data yang diperoleh dari proses penelitian mengenai manajemen *event* Sleman Fashion Festival 2016. *Event* Sleman Fashion Festival 2016 diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman yang bekerja sama dengan Ikatan Dimas Diajeng Sleman. Data yang disajikan oleh penulis yaitu data berupa wawancara terhadap informan dan data dokumen yang didapat dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman. Selain itu, pada bab ini juga peneliti akan menganalisis sajian dan dari sanalah peneliti akan mengaitkan dengan teori yang telah peneliti tulis dalam kerangka teori pada bab I.

A. Sajian Data

Terpublikasinya produk lokal yaitu batik dan lurik dengan segala keunikan dan ciri khas yang berbeda dari berbagai daerah di Sleman, merupakan tujuan dari diadakannya *event* Sleman Fashion Festival. Tidak hanya itu, menanamkan rasa cinta produk lokal yaitu batik dan lurik kepada generasi muda, juga merupakan tujuan dari diadakannya Sleman Fashion Festival.

Sleman Fashion Festival merupakan satu-satunya *event* yang fokus untuk melakukan *branding* batik Sleman, maka dalam pelaksanaannya *event* ini selalu dan wajib menggunakan bahan batik dan lurik Kabupaten Sleman. Untuk

membantu perkembangannya, dalam *event* ini pengisi acara merupakan orang yang terlibat dalam industri kreatif Kabupaten Sleman. Oleh karena itu dalam keseluruhan kegiatan selalu menggunakan Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) dari Kabupaten Sleman, agar nama Batik dan Lurik Sleman semakin dikenal masyarakat di daerah Yogyakarta khususnya kabupaten Sleman. Berikut adalah penjabaran sajian data dari manajemen *event*, perencanaan penyelenggaraan *event* dan *branding* terkait dengan manajemen *event* Sleman Fashion Festival untuk meningkatkan *brand awareness* batik Sleman tahun 2016.

1. Perencanaan Event

Penyelenggaraan *event* dapat terlaksana sesuai dengan harapan, pasti di baliknya mempunyai perencanaan yang matang dan sesuai. Perencanaan itu memikirkan hal-hal yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki dan menentukan prioritas kedepan agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan. Dalam hal ini apa saja yang harus di rencanakan dan apa saja yang di pikirkan terlebih dahulu, peneliti mendapatkan dari hasil wawancara dengan kepala bidang pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman.

“Pertama dengan perencanaan karena itu pasti dibutuhkan dengan perencanaan kami melihat apa saja yang di butuhkan. Seperti yang perlu disiapkan jauh-jauh hari contohnya anggaran, tempat acara, konsep acara dan Pemilihan ketua dan panitia pelaksana. Dan perlu diingat bahwa, setiap yang kita rencanakan akan bisa berubah, sesuai nanti melihat di lapangan.” [Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala

Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 juni 2017].

Perencanaan yang dilakukan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman, merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh seluruh struktural di kedinasan Kabupaten Sleman. Hal demikian berlaku untuk seluruh kegiatan pemerintahan yang menggunakan anggaran pemerintah. Adapun hal-hal yang utama dilakukan dalam perencanaan di event Sleman Fashion Festival 2016 :

1.1 Penanggung jawab dan pelaksana

Dalam perencanaan, yang penting untuk dilakukan adalah menentukan siapa yang menjadi pelaksana dalam pembuatan *event*. Pelaksana yang baik adalah mereka yang mengerti terkait dengan *event* tersebut. Dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman, telah menunjuk siapa yang akan menjadi pelaksana atau pihak ketiga di dalam perencanaan. Hal tersebut guna terwujudnya *event* yang sesuai dengan harapan dan tujuan.

“Kalau kepanitian itu, kita bekerjasama dengan Dimas Diajeng Sleman sebagai duta pariwisata kabupaten Sleman. Karena punya *background* pengalaman pelaksanaan yang pernah di laksanakan, jadi setelah yang pertama sukses dilaksanakan maka sampai saat ini masih bekerja sama dengan Dimas Diajeng Sleman” [Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 Juni 2017].

Ditambah dari hasil wawancara dengan ketua panitia, alasan lain kenapa dipilihnya Dimas Diajeng Sleman menjadi panitia, karena ingin mengembangkan duta daerah Kabupaten Sleman yang hampir keseluruhan anggotanya memiliki potensi di bidang *event*. Terlebih khusus event yang berkaitan dengan kebudayaan dan pariwisata yang ada di Kabupaten Sleman.

“ya kita dipilih oleh dinas untuk mengembangkan duta daerah Kabupaten Sleman (Dimas Diajeng Sleman) yang notabeneanya memiliki potensi di bidang event dan fashion. Event ini juga mengajarkan duta tersebut untuk kerja nyata dan dapat berkembang. Biasanya personil yang terpilih sudah memiliki pengalaman serupa” [Ajhi Bayu Prasetyo, Ketua panitia Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2017].

Duta Daerah atau (Dimas Diajeng Sleman), mereka memang selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk Kabupaten Sleman. Pelaksana event memang benar harus yang berkompeten di bidangnya, ini sejalan lurus agar nantinya akan mempermudah mengeluarkan ide-ide kreatif dan berkembang sesuai *passion* nya. Adapun struktur kepanitiannya ialah : Project Manager : Triaji Bayu Prasetyo, Koordinator Lapangan : Dendi Prasetyo, Sekertaris & Bendahara : Rizma Al Fisha, Div. Acara : Galuh Santika Daniswara, S.Ant, Div. Talent : Wilda Ayu Mandasari, S.Ikom, Div. Perkap : Fariz Bimananta S, Fotografi : Yohanes Edhitio Tri Nugroho dan Videografi : Nikodemus Kristi

Nugroho, Kreasi & Publikasi : Zulfikar Hafist, Imam S. Rifkan, Dias Rado.

Adapun perencanaan yang dilakukan oleh beberapa divisi ialah:
Divisi acara : pembuatan jadwal kegiatan, lomba Sleman Creative Award, workshop Eco batik dan Lurik masa kini, Divisi Talent : pengisi acara (desainer, model dan group band), Divisi kreasi dan publikasi : desain (Poster, undangan, proposal), promosi melalui media (sosial, tv , radio, cetak, video tron).

1.2 Riset

Dalam pelaksanaan perencanaan *event*, dibutuhkan informasi maupun ide terbaik guna mendukung terciptanya *event* yang baik dan sukses. Hal tersebut dapat diketahui dengan adanya riset, yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman. Pelaksanaan riset tidak hanya dilakukan oleh pihak dinas, akan tetapi mengundang pihak-pihak terkait yang sesuai dengan informasi apa yang diinginkan.

“Pelaksanaan riset di lakukan yakni dengan riset internal, dengan ketemu beberapa pihak pelaku-pelaku pariwisata seperti Dimas Diajeng Sleman, komunitas dan industri kreatif di kabupaten Sleman dan juga mengajak asosiasi yang terkait. Dari hasil riset, *event* fashion itu bisa menjadi tempat untuk berunjunganya masyarakat ke Sleman. Akhirnya ketemu titik terang, bahwa *event* saat ini yang termasuk lagi *trend* di kalangan masyarakat yakni *event* fashion. *Event* inilah yang mendekati dengan tujuan utama, yaitu mengenalkan batik dan lurik Sleman. Kesimpulannya bahwa kegiatan fashion yang sekarang sedang *trend* ini, memang *visible*

untuk dilaksanakan, dengan titik pemikiran bahwa kita ingin memfasilitasi produk lokal Sleman dan desainer pemula yang punya potensi” [Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 Juni 2017].

Pelaksanaan riset dimulai dengan pemikiran awal, bahwa di butuhkan suatu kegiatan untuk menunjang lebih dikenalnya produk lokal dan menambah kerjasama dengan pengrajin produk lokal di Kabupaten Sleman. Hasil riset menemukan bahwa, dikalangan masyarakat batik dan lurik lebih banyak digunakan untuk pakaian, dan itu termasuk di dunia fashion. *Event* fashion itu bisa mejadi salah satu event atraksi membuat orang itu mengunjungi Sleman. Akan tetapi harus ada keistimewaan, misalkan daya tarik *event* fashion yang di usung Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman dengan *event* fashion daerah lain.

Riset yang dimaksud pada tahap ini merupakan riset dari hasil evaluasi pada *event* yang telah diselenggarakan di tahun sebelumnya. Tujuannya guna menindaklanjuti hasil dari evaluasi *event* sebelumnya. Hal ini tentu saja dilakukan juga untuk mencari informasi terkait perkembangan *event* yang ada di Kabupaten Sleman agar terwujudnya Sleman yang lebih baik dalam bidang apapun di masa depan.

“kita bekerjasama dengan panitia dalam melakukan riset ini. Pencarian informasi tidak hanya di kalangan masyarakat, tetapi juga berdiskusi dengan para pengisi acara dan melihat di media sosial. Riset atau informasi yang kita butuhkan itu seperti riset

venue, riset tren busana, dan juga riset pasar karena ini berpengaruh dengan apa yang akan dilaksanakan pada *event* Sleman Fashion Festival” [Ajhi Bayu Prasetyo : ketua pelaksana Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2017].

Dari hasil informasi tersebut nantinya akan menentukan kebutuhan, keinginan, dan target sasaran. Jadi, masyarakat diharapkan tertarik untuk hadir pada *event* yang dilaksanakan. Dan dari situ nantinya menjadi sumber rujukan keputusan kebijakan, serta perencanaan, desain dan implementasi pelaksanaan *event*.

1.3 Coordinating

Tahap selanjutnya dalam *event* yakni koordinasi ke setiap element. Dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat memperlancar acara dan mengurangi kesalahan komunikasi pada saat pelaksanaan event.

“Kita seluruh panitia selalu laporan apa saja yang dilakukan setiap minggunya, saat 2 bulan sebelum pelaksanaan agar siapa saja yang di lakukan mengurangi resiko kesalahan pada saat pelaksanaan. Walaupun terkadang ada panitia yang tidak datang saat rapat koordinasi. Kalau untuk waktu dan bagaimana koordinasinya, kita menentukan waktu pelaksanaan dengan cara mengekor pada event serupa yaitu *jogja fashion week*. Kegiatan fashion tetapi dengan menggunakan batik nasional (1minggu-10 hari sebelum *Jogja Fashion Week*). Kenapa, Karena agar SFF lebih mudah terkenal dan mendapat gaung nya”[Triajhi Bayu Prasetyo : ketua pelaksana Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2016].

Koordinasi yang dilakukan oleh panitia, merupakan koordinasi dalam laporan kegiatan sebelum acara. Apa saja yang telah dilakukan

setiap minggunya, dan setiap divisi selalu laporan perkembangan setiap rapat koordinasi. Tetapi saat rapat koordinasi ada beberapa panitia tidak hadir dengan berbagai macam alasan.

Di pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman, memiliki cara agar koordinasi antara dinas, panitia dan yang terlibat dalam event memiliki koordinasi yang cukup baik. Mulai dari persiapan, hingga pelaksanaan semua di buat matriks kegiatan.

Tabel 3: Matriks Kegiatan SFF 2016

**MATRIKS KEGIATAN
SLEMAN FASHION FESTIVAL 2016**

WAKTU	JAM	TEMPAT	ACARA	DETAIL	PENANGGUNG JAWAB	BIAYA	KET
Masa Persiapan			Persiapan	Rapat koordinasi dengan <i>stakeholder dan partisipan</i> .	Humas dan Publikasi		
				Publikasi Fisik - poster - spanduk - X-Banner - Advertising	Humas dan Publikasi		
				Publikasi non Fisik - radio - TV lokal - Press confrence	Humas dan Publikasi		
				Penyebaran proposal partnership - Media - Partnership - Sponsorship - Konsumsi .	Humas dan Publikasi		
				Pemesanan Venue /tempat acara .	Sie.Acara		
				Pembuatan surat undangan kepada : - Stake-holder - Partisipan - Calon Peserta	Sekretariat		
				Penyebaran undangan - Stake-holder	Humas dan Publikasi		

ACARA DAY 1							
Day 1 13 Agustus 2016	10.00-11.00		Press Conference				
	11.00-13.00	Harbour	GR Model		Talent Maneger		
	13.00-15.00		1. Model Make-up				
			2. GR Peserta SCA				
	14.30-15.00		3. Prepare Talkshow		Sie Acara		
	15.00-15.30		Open Gate				
			Specta Show		Sie Acara		
			Talkshow Eco Batik				
			1. MC				
			2. Sambutan Kepala Dinpar Sleman				
			3. Talkshow		Sie Acara		
			4. Peragaan Busana ECO Batik				
			5. Peragaan Busana Alusan Batik				

Dokumen: Dinas Kebudayaan dan Kabupaten Sleman

Matriks kegiatan yang dibuat oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman, adalah matrik yang dibuat dari tidak hanya perencanaan tetapi hingga pelaksanaan. Matriks ini ini dibuat saat perencanaan, ini bisa berubah sesuai keadan dan situasi di lapangan saat pelaksanaan event.

1.4 Penentuan Lokasi dan Anggaran

Pemilihan lokasi untuk penyelenggaran suatu event juga merupakan faktor penting dalam perencanaan event tersebut. Sebelumnya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman telah melaksanakan Event Sleman Fashion Festival sebanyak dua kali. Suatu event apabila ingin diingat dan dikenal oleh masyarakat, setidaknya minimum lima kali pelaksanaan. Sering dilaksanakannya suatu event, juga mengurangi resiko kesalahan di event selanjutnya.

Pada event Sleman Fashion Festival yang kedua diadakan di Harbour Theater Jogja Bay. Penentuan lokasi tersebut merupakan hasil dari keputusan bersama antara pihak dinas dengan pihak pelaksana. Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, selaku Kepala bidang pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman menjelaskan dipilihnya Harbour Theater Jogja Bay sebagai lokasi pelaksanaan event Sleman Fashion Festival bertujuan untuk memperkenalkan produk lokal dan memperkenalkan destinasi wisata di Kabupaten Sleman. Jogja Bay merupakan destinasi wisata di Kabupaten Sleman yang masih tergolong baru, sehingga perlu untuk dipromosikan.

Selain itu, Jogja Bay memiliki kelengkapan properti yang dapat mendukung terselenggaranya event Sleman Fashion Festival. Dengan demikian, dapat meminimalisir anggaran. Mengingat bahwa anggaran yang dimiliki adalah anggaran yang sesuai dengan APBD Kabupaten Sleman yang ditetapkan oleh team anggaran dari masing-masing dinas terkait. Dari pihak dinas menentukan anggaran yang dibutuhkan di tahun sebelumnya. Kemudian melakukan negosiasi dengan tim anggaran. Namun, kemungkinan besar tidak akan diberikan sesuai dengan total anggaran kebutuhan event.

“kalau event itu tidak mungkin hanya sekali atau dua kali dilaksanakan, pasti dia punya ukuran paling tidak itu sampai lima kali melaksanakan baru kemudian orang itu *aware* bahwa ada event

tersebut. Sleman Fashion Festival sendiri lokasi yang dipilih pastinya adalah tempat destinasi wisata, sekaligus mempromosikan destinasi tempat wisata. Untuk event yang kedua diadakan di Jogja Bay, karena didukung dengan peralatan yang kita butuhkan. Juga dari anggaran bisa disesuaikan.” [Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 Juni 2017].

1.5 Design

Proses ini berkaitan dengan tema dan konsep acara, bagaimana panggung, dekorasi, hiburan, artistik, strategi komunikasi yang digunakan dan hal-hal lain sebagainya. Dalam desain ini lah nantinya akan berkembang ke tahap selanjutnya, jadi dalam tahap ini di butuhkan kreativitas yang tinggi.

“kalau kita panitia dalam mencari kosep acara itu melihat *trend* sekarang, bagaimana desain panggung, poster, promosinya kita harus mengikuti perubahan yang ada. seperti adanya lomba *Sleman Creative Award*. Panitia melihat bahwa dengan adanya lomba ini, berharap menjadikan event Sleman Fashion Festival 2016 ini semakin banyak peminatnya” [Ajhi Bayu Prasetyo : Ketua Panitia Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2017].

Dalam proses pembentukan acara, panitia melihat bagaimana *trend* yang ada pada saat itu. Hasilnya menunjukkan bahwa banyaknya masyarakat sekarang ini sadar akan fashion, maka panitia membuat lomba terkait hal tersebut pada event Sleman Fashion Festival. Dalam event Sleman Fashion Festival terdapat lomba yang bernama *Sleman Creative Award*. Terdapat beberapa kategori lomba dan *Sleman Creative*

Award seperti lomba kreasi busana batik Sleman dan lomba kreasi lurik. Untuk lomba *Sleman Creative Award* para peserta mengirimkan hasil desain kepada panitia, setelah itu panitia memilih 10 terbaik yang nantinya akan menampilkan hasil karyanya pada malam puncak Sleman Fashion Festival 2016. Adapun kriteria Lomba Sleman Creative Award adalah :

Gambar 5: Kriteria Lomba Sleman Creative Award

SLEMAN FASHION FESTIVAL 2016

SLEMAN CREATIVE AWARD 2016

KREASI LURIK

- Terbuka untuk pria/wanita
- Usia 17 s/d 40 tahun
- Memiliki ketertarikan di bidang kreasi desain
- Karya berupa kreasi desain terbaru dari lurik
- Desain produk berdaya guna (bukan busana)
- Biaya pendaftaran Rp. 50.000/karya
- Peserta boleh mendaftarkan lebih dari satu karya

FASHION DESIGN COMPETITION

KARYA TERBAIK DITAMPILKAN DI MALAM SFF 2016

- Terbuka untuk pria/wanita
- Usia 17 s/d 40 tahun
- Memiliki ketertarikan di bidang fashion & design
- Karya berupa busana ready to wear dengan desain urban
- Menggunakan materi Batik Sleman dan atau Lurik Sleman
- Biaya pendaftaran Rp. 50.000/karya
- Peserta boleh mendaftarkan lebih dari satu karya

Download Formulir: <http://bit.ly/29FrKUF>

Pendaftaran ditutup tanggal 6 Agustus 2016 dengan pengumuman 10 nominator setiap lomba.

0882-1617-1134
slemanfashionfestival@gmail.com
slemanfashionfestival

Sumber : Instagram / Akun Sleman Fashion Festival

Dalam tahap ini juga rencana panitia akan membuat desain poster, undangan, *booklet* dan proposal, karena melalui design yang menarik akan mempermudah strategi komunikasi. Salah satu contohnya ialah bentuk proposal Sleman Fashion Festival. Desain proposal Sleman Fashion Festival 2016, rencananya akan memiliki unsur batik Sleman di depannya.

Selain desain proposal, pada tahap ini dilakukan penyusunan rencana dekorasi tempat beserta *lightingnya*, yang bertujuan agar terdapat keselarasan antara tema dan panggung. Dengan tema gelora, panitia mencoba mendesain panggung dengan konsep yang *simple* tetapi memiliki nuansa yang elegan.

Gambar 6: Panggung Sebelum di dekor dan di beri Lighting



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

1.6 Sponsor dan Promosi Event

Pada saat perencanaan apabila ada kebutuhan yang tidak ada di anggaran, dari panitia akan mencarikan sponsorship terkait kebutuhan. Dari pihak dinas tidak akan mencari kan sponsorship, karena itu semua kewenangan dari pihak ketiga atau yang disebut sebagai panitia penyelenggara.

“kalau sponsorship itu yang mencari pihak ketiga bukan dari dinas gak bisa kalau dari dinas untuk mencari mencari sponsor. Promosi dari pihak dinas kita apa yang sudah di fasilitasi, seperti pakai materi cetak, konferensi pers dan baliho yang bekerjasama dari pihak humas Kabupaten Sleman. Promosi yang di lakukan oleh pihak dinas akan di sempurnakan oleh panitia, misal promosi melalui media sosial dan hal lain sebagainya. Seperti contoh informasi melalui media sosial, menyebarkan poster *coming soon* untuk memberi tahu bahwa akan ada dilaksanakannya event.” [Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 Juni 2017].

Sponsor digunakan untuk memenuhi kebutuhan dalam pelaksanaan event, maka dari hal tersebut agar sponsor mudah di dapat dibutuhkan juga promosi yang kuat dari pihak dinas maupun pihak penyelenggara. Karena dengan tersebarluasnya informasi tentang event yang akan dilaksanakan, maka akan lebih mudah untuk bekerjasama dengan sponsor yang diharapkan.

Panitia penyelenggara memiliki strategi promosi, yang mana agar event Sleman Fashion Festival 2016 lebih banyak di kenal, maka jauh-jauh hari sebelum di keluarnya jadwal pasti kegiatan panitia memberikan poster “*coming soon*” agar orang yang melihat penasaran dengan acara tersebut. Begitu juga dengan menggunakan media lain seperti media sosial (facebook dan instagaram). Begitu juga melalui tv, koran, radio, dan videotron. Video yang rencannya akan di pasang melalui videotron di persimpangan jalan malioboro. Selanjutnya promosi yang di lakukan oleh panitia adalah penyebaran undangan, yang dituju kepada stakeholder yang dianggap penting untuk hadir dalam event Sleman Fashion Festival.

2. Pra Acara

Pra acara merupakan melaksanakan kegiatan yang harus dilakukan terlebih dahulu di dalam perencanaan, agar membantu kesuksesan dalam puncak acara event Sleman Fashion Festival. Perencanaan yang terlebih dahulu harus dilaksanakan adalah : Pembuatan jadwal kegiatan, lomba SLEman Creative Award, Kreasi dan Publikasi.

2.1 Jadwal Kegiatan

Susunan acara dan bagaimana teknis pelaksanaan merupakan bagian penting agar nantinya tidak ada yang salah komunikasi. Susunan acara di buat sesuai kondisi dan situasi, agar bisa memuaskan para

pengunjung yang datang. Adapun rencana acara yang di buat oleh panitia, pada event Sleman Fashion Festival 2016 adalah sebagai berikut:

Tabel 4: Susunan Acara Sleman Fashion Festival Hari 1

(13 Agustus 2016)

Waktu	Durasi	Acara	PIC	Venue
11.00 - 13.00	2:00	GR Model	Manda	Harbour
13.05 - 15.00	2:00	1. Model Make-up	Manda	Harbour
		2. Prepare Talkshow & Alat Band	Manda	Harbour
14.30 - 15.00	0:30	OPEN GATE	Sales Markom ; Ali ; Yudho (Pemda Sleman)	Pintu Kayu
15.00 - 15.30	0:35	Specta Show	Tim Show ; Aji	Harbour
15.40 - 17.10	1:30	Talkshow Lurik Batik	Dendi ; Galuh	
		1. MC		
		2. Talkshow Lurik		
		3. Penilaian Tertutup Sleman Creative Award		
		4. Band - 2 Lagu		
		5. Fashion Show Serat Fashion Learning		
		6. Lomba Sleman Creative Award		
17.15 - 17.30	0:15	BAND - 3 Lagu		
17.30 - 18.30	1:00	BREAK	Christandi	
18.30 - 19.00	0:30	MC Opening & Sambutan		
19.05 - 19.20	0:15	Parade SCA	Dendi	
19.25 - 21.15	2:15	Peragaan Busana		
21.20 - 21.35	0:15	Pengumuman SCA	Manda	
21.40 - 21.50	0:10	Pembagian Hadiah	Galuh	
21.50 - 21.55	0:05	MC Closed	By MC	

Sumber : Dokumen Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Tabel 5: Susunan Acara Sleman Fashion Festival Hari 2

(14 agustus 2016)

Waktu	Durasi	Acara	PIC	Venue
11.00 - 13.00	2:00	GR Model	Manda	Harbour
13.05 - 15.00	2:00	1. Model Make-up	Manda	Harbour
		2. Prepare Talkshow & Alat Band	Manda	Harbour
14.30 - 15.00	0:30	OPEN GATE	Sales Markom ; Ali ; Yudho (Pemda Sleman)	Pintu Kayu
15.00 - 15.30	0:35	Specta Show	Tim Show ; Aji	Harbour
15.40 - 17.10	1:30	Talkshow Lurik Batik	Dendi ; Galuh	
		1. MC		
		2. Talkshow Lurik		
		3. Penilaian Tertutup Sleman Creative Award		
		4. Band - 2 Lagu		
		5. Fashion Show Serat Fashion Learning		
		6. Lomba Sleman Creative Award		
17.15 - 17.30	0:15	BAND - 3 Lagu		
17.30 - 18.30	1:00	BREAK	Christandi	
18.30 - 19.00	0:30	MC Opening & Sambutan		
19.05 - 19.20	0:15	Parade SCA	Dendi	
19.25 - 21.15	2:15	Peragaan Busana		
21.20 - 21.35	0:15	Pengumuman SCA	Manda	
21.40 - 21.50	0:10	Pembagian Hadiah	Galuh	
21.50 - 21.55	0:05	MC Closed	By MC	

Sumber : Dokumen Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Dari hasil wawancara dengan Ketua Pelaksana Sleman Fashion Festival 2016, peneliti mendapatkan informasi mengenai pemilihan susunan dan materi jadwal pelaksanaan event Sleman Fashion Festival.

“Pemilihan acarapun didasari oleh beberapa hal yang berkaitan dengan kebutuhan dan tujuan dari diadakannya event. Seperti pemilihan juri lomba desain kreatif, dan pengisi workshop yang berkompeten di bidangnya. Dalam menentukan pengisi acara panitia juga berkonsultasi dengan pihak dinas, siapa yang membuka acara dan siapa yang menutup. Dalam hal PIC atau penanggung jawab setiap acara, sudah ditetapkan di perencanaan. Ketua panitia sudah menentukan dan berkoordinasi dengan setiap PIC, penunjukan telah sesuai dengan kompeten di bidangnya. Dalam perencanaan telah di tentukan juga koordinasi untuk di lapangan, seperti tempat penerima tamu, ruang makeup, ruang juri, ruang koferenesi pers dan lain-lainnya.” [Ajhi Bayu Prasetyo, Ketua Pelaksana Sleman Fashion Festival 2016, Hasil Wawancara 06 Juni 2017].

Pembuatan jadwal didasari oleh kebutuhan, dan apa yang akan menjadi tujuan dalam event Sleman Fashion Festival ini. Pemilihan susunan dan materi jadwal pun juga didasari oleh beberapa hal yang berkaitan dengan peningkatan jumlah pengunjung. *Main Show* para model merupakan acara yang banyak di datangi pengunjung, mengingat waktunya pada malam hari dan pada saat itu banyak desainer yang menampilkan hasil karyanya. Alasan lain kenapa talkshow jadwalnya di lakukan pada siang hari, mengingat bahwa untuk saling berdiskusi dan bertukar pikiran lebih baik di waktu siang hari dan juga mengingat bahwa

yang ikut berdiskusi juga siswa-siswa sekolah menengah atas dan ibu-ibu pengrajin batik.

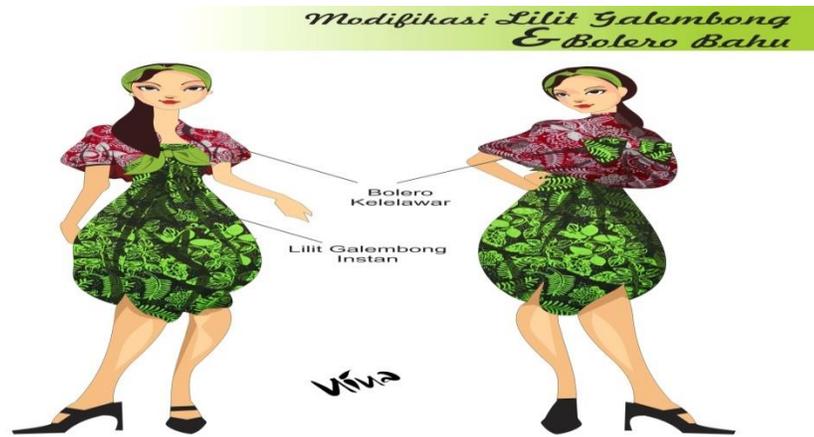
Berbeda dengan penjelasan yang diutarakan oleh narasumber yang lain yaitu Galuh Santika Daniswara, S.Ant, Ketua Seksi Acara Sleman Fashion Festival, menjelaskan bahwa jadwal yang telah dibentuk, dapat berubah pada saat mendekati hari pelaksanaan acara.

“Mendekati acara sekitar h-satu minggu ada beberapa kali perubahan dalam *rundown* acara karena melihat situasi dan kondisi yang ada. Lalu, kita juga ada *technical meeting* juga dr hasil ketemu beberapa vendor dan pihak terkait sebelumnya.” [Galuh Santika Daniswara, S.Ant, Ketua Seksi Acara Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 03 Juni 2017].

2.2 Lomba Sleman Creative Award

Dalam event Sleman Fashion Festival terdapat lomba yang bernama *Sleman Creative Award*. Terdapat beberapa kategori lomba dan *Sleman Creative Award* seperti lomba kreasi busana batik Sleman dan lomba kreasi lurik. Pada tahap ini Untuk lomba *Sleman Creative Award* para peserta mengirimkan hasil desain kepada panitia, setelah itu panitia memilih 10 terbaik yang nantinya akan menampilkan hasil karyanya pada malam puncak Sleman Fashion Festival 2016.

Gambar 7: Contoh desain lomba kreasi busana batik Sleman



Lilit Galembong adalah teknik menggunakan kain Nusantara, dalam karya ini desainer memodifikasi teknik pemakaian kain Lilit Galembong dengan dibuat instan agar penggunaannya lebih simple, dipadu dengan Bolero Kelelawar, gaya desain urban pop ini memadukan unsur modern dengan tetap mempertahankan sentuhan tradisional, akan membuat penampilan menawan, cocok untuk casual dan pesta.

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Gambar 8: contoh kreasi lurik Sleman

Lomba Kreasi Lurik **Cross Lurik Camera Neck Strap**

“unique & valuable lurik design for photographers”

Crossing Lurik

Pola silang untuk lurik yang bergaris-garis lurus akan memunculkan pola unik yang baru. Dengan menyilang korek (garis-garis) tersebut, bahan akan lebih kokoh dan mampu menahan beban kamera DSLR sekalipun. Visual khas Jawa yang dikreasikan dengan unik akan menjadi daya tarik tersendiri, terutama para anak muda yang kini semakin banyak yang mengandrungi fotografi.

Completes by **Leather**

Crossing lurik ini disambung dengan bahan kulit untuk menambah kesan elegan dan lebih kuat. Perpaduan tersebut akan menambah kesan mahal untuk produk yang didominasi dengan bahan lurik. Dengan kata lain, meningkatkan nilai lurik di mata masyarakat

Nama : Dwindi Ramadhana
IG : @dwindown

“KILU”
TABLE RUNNER
+ COASTER

lurik gamplong + mdf board
sbg lapisan luar + sbg lapisan dalam + velcro untuk merekatkan bagian coaster/tatakan gelas ke bidang table runner/taplak

lurik gamplong 9cm
kain linen 20cm
lurik gamplong 9cm

bulatan bisa dilepas menjadi coaster, apabila tidak dipakai menjadi coaster ditempel lagi sebagai elemen dekorasi

table top/
permukaan meja

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Kabupaten Sleman

2.3 Design dan publikasi

Pada tahap ini dilakukan pembuatan dekorasi tempat beserta *lightingnya*, yang bertujuan agar terdapat keselarasan antara tema dan panggung. Dengan tema gelora, panitia membuat mendesain panggung dengan konsep yang *simple* tetapi memiliki nuansa yang elegan. Pada sisi belakang panggung panitia hanya memberikan *giant screen* dengan konsep *screen* yang terpisah, dan nantinya pada saat *show* akan di tampilkan gambar yang membawa suasana panggung menjadi elegan. Ditambah panggung kedepan yang berbentuk huruf **U**, mengingat ini merupakan event fashion yang nantinya akan ada orang yang berjalan diatas panggung untuk menunjukkan hasil karya dari para desainer

Gambar 9 : Panggung setelah di dekor dan di beri lighting



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

“Kita panitia membuat konsep acara atau tema itu sesuai strategi komunikasi, diangkat dari *trend* yang ada di masyarakat agar mudah di terima oleh seluruh kalangan, dan dari melihat tempat pertunjukannya. Maksudnya, sesuai dengan dimana tempat yang akan menjadi lokasi event untuk menentukan tema dan konsep acara,dan juga dalam merencanakan seluruh kegiatan yang ada pada event itu. Semuanya itu dilakukan sebelum acara dimulai” [Ajhi Bayu Prasetyo, Ketua Pelaksana Sleman Fashion Festival 2016, Hasil Wawancara 06 Juni 2017].

Selanjutnya yang telah dilaksanakan Panitia yaitu membuat desain poster, undangan, booklet dan proposal. Poster yang di buat oleh panitia yaitu poster coming soon dan poster kegiatan, dimana poster coming soon di sebarluaskan jauh-jauh hari sebelum event dimulai. Hal tersebut di lakukan agar masyarakat yang melihat penasaran dengan kegiatan tersebut dan menambah daya tarik dari event Sleman Fashion Festival. Berbeda dengan poster acara yang di sebarluaskan pada waktu 2 bulan sebelum event dimulai, agar orang yang melihat lebih mengerti dan tertarik untuk datang dan mengikuti lomba yang di laksanakan pada event Sleman Fashion Festival.

Gambar 10: Poster Coming Soon SFF 2016



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Gambar 11: poster acara Sleman Fashion Festival



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Pembuatan design selanjutnya yaitu design Proposal. Desain proposal Sleman Fashion Festival 2016, memiliki unsur batik Sleman di depannya. Maksud dan tujuan adanya batik di halaman depan, karena dengan melihatnya berharap orang berpikir batik Sleman ini unik dan bagus. Adanya gambar model yang berbentuk siluet, memberikan kesan bahwa event ini merupakan event Fashion. Ajhi Bayu Prasetyo sebagai Ketua Pelaksana Sleman Fashion Festival 2016 menjelaskan : pada proposal Sleman Fashion Festival 2016 ini hanya di buat 4 halaman, karena itu merupakan strategi panitia mengingat bahwa pada saat sekarang ini para sponsorship tidak suka terhadap desain proposal yang kaku dan terlalu banyak, itu menjadi alasan panitia membuat proposal yang simple, unik dan enak untuk di baca.

Gambar 12: Halaman 1 dan 2 Proposal SFF 2016



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Gambar 13: Halaman 3 dan 4 Proposal SFF 2016



The image shows two pages from a proposal for the Sleman Fashion Festival 2016. The left page is a text-heavy document with a green and white background. It lists activities, sponsorship levels (Platinum, Gold, Silver, Bronze), and contact information. The right page is a colorful poster for the festival, featuring a woman in a black dress, a circular logo with the text 'Sleman Fashion Festival 2016 GELORA', and contact details for further information.

Rangkaian Kegiatan
Workshop (Batik & Lurik)
Mini Show (Show Perancang Busana Muda)
Sleman Creative Award (Lomba Desain Busana & Kreasi Terbaru Lurik)
Main Show (Show Perancang Busana Ternama Yogyakarta)

Kontraprestasi

A. Platinum Sponsor
Memberikan pembiayaan senilai 50% dari total anggaran (Rp. 100.000.000,00)
Akan mendapatkan benefit berupa :

1. Pencantuman logo perusahaan pada seluruh media publikasi (online&offline)
2. Branding logo on venue
3. Adlips selama acara
4. Invitation 10/hari
5. Diberikan 3 booth di Sleman Fashion Festival 2016 - Jogja Bay

B. Gold Sponsor
Memberikan pembiayaan senilai 25% dari total anggaran (Rp. 50.000.000,00)
Akan mendapatkan benefit berupa :

1. Pencantuman logo perusahaan pada seluruh media publikasi (online&offline)
2. Branding logo on venue
3. Adlips selama acara
4. Invitation 5/hari
5. Diberikan 2 booth di Sleman Fashion Festival 2016 - Jogja Bay

C. Silver Sponsor
Memberikan pembiayaan senilai 10% dari total anggaran (Rp. 20.000.000,00)
Akan mendapat benefit berupa :

1. Pencantuman logo perusahaan pada seluruh media publikasi (online&offline)
2. Branding logo on venue
3. Adlips selama acara
4. Invitation 3/hari
5. Diberikan 2 booth di Sleman Fashion Festival 2016 - Jogja Bay

D. Bronze Sponsor
Memberikan pembiayaan sebesar Rp. 5.000.000,00 (Negotiable)

Penutup
Demikian proposal kerjasama kegiatan Sleman Fashion Festival 2016 ini kami sampaikan, besar harapan proposal dapat diterima dengan baik dan terjalin kerjasama anatar kedua belah pihak. Atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 2016
Project Manager

Triaji Bayu Prasetyo

For further information :
@slemanfashionfestival 088216171134
slemanfashionfestival@gmail.com

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Pada pelaksanaan selanjutnya Panitia penyelenggara telah melakukan strategi promosi, yang mana agar event Sleman Fashion Festival 2016 lebih banyak di kenal, maka jauh-jauh hari sebelum di keluarnya jadwal pasti kegiatan panitia memberikan poster “coming soon”

agar orang yang melihat penasaran dengan acara tersebut. Begitu juga dengan menggunakan media lain seperti video, terlihat pada gambar dibawah :

Gambar 14: Screen Shoot Video Tron Coming Soon SFF 2016



Gambar 15: Screen Shoot Video Tron Coming Soon SFF 2016



Sumber : Dinas Kebudayaan dan pariwisata Sleman

Gambar 16: Screen Shoot Video Tron Coming Soon SFF 2016



Sumber : Dinas Kebudayaan dan pariwisata Sleman

Gambar ini merupakan gambaran video *coming soon*, yang di tampilkan pada videotron. Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA selaku Kepala bidang pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan sebagai penanggung jawab mengatakan bahwa videotron itu di tayangkan di persimpangan jalan Malioboro, mengambil paket yang 2 minggu pemutaran sehari 2 kali yakni siang dan sore. Video ini di tampilkan terus yang bertujuan untuk mempromosikan kegiatan Sleman Fashion Festival di kalangan masyarakat dan para sponsor agar membantu dalam pelaksanaan acara.

“ Panitia promosi melalui media tv, radio, koran, majalah, instagram , pasang baliho, dan video *teaser*. Panitia juga bekerjasama dengan Dinas terkait promosi, apa yang tidak ada

maupun kurang promosinya dari pihak dinas panitia lah yang menambahkan. Promosi yang dilakukan panitia juga langsung ke target, misal langsung chat melalui *whatsapp* kepada para desainer dan pelaku fashion maupun pariwisata, agar informasi tersebut lebih cepat dan sesuai target sasaran. [Ajhi Bayu Prasetyo, Ketua panitia Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2017].

Gambar 17: Postingan poster SFF 2016 di Facebook



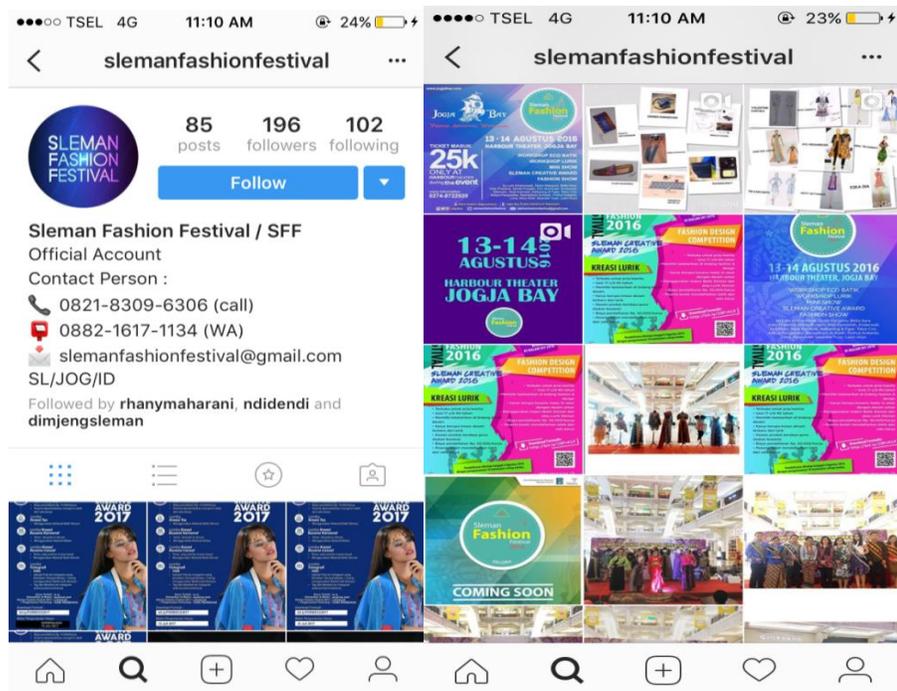
Sumber : <https://www.facebook.com/eventsleman/>

Gambar 18: Postingan video pendek SFF 2016 di Facebook



Sumber : <https://www.facebook.com/eventsleman/>

Gambar 19: Promosi melalui media sosial Instagram



Sumber : Instagram akun Sleman Fashion Festival

Selain penayangan video, promosi juga dilakukan melalui media sosial seperti di facebook dan instagram. Hal tersebut dilakukan oleh panitia, karena membantu dari promosi yang dilakukan oleh pihak dinas. Ajhi Bayu Prasetyo, selaku Ketua panitia Sleman Fashion Festival 2016 mengatakan bahwa untuk mengunggah promosi melalui media dilakukan terus menerus dua hari sekali di mulai saat sebulan sebelum pelaksanaan. Promosi yang di lakukan menggunakan sosial media adalah strategi yang bagus, mengingat banyaknya orang yang menggunakan facebook dan media baru seperti Instagram. Didalam postingannya, kedua media sosial tersebut, tidak hanya memberikan poster dan gambar kegiatan, akan tetapi juga memposting video pendek atau teser.

Selanjutnya promosi yang di lakukan oleh panitia adalah penyebaran undangan, yang dituju kepada stakeholder yang dianggap penting untuk hadir dalam event tersebut. Undangan di tujukan kepada beberapa pihak seperti para desainer, pelaku industri kreatif , pelaku fashion, para ukm dan orang-orang yang kiranya akan berdampak potisitif apabila mereka hadir dalam event Sleman Fashion Festival 2016.

Gambar 20: Undangan event Sleman Fashion Festival 2016



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

3. Pelaksanaan event

Setelah melaksanakan beberapa perencanaan di pra event, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan event. Tahap pelaksanaan menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya sebuah event. Apabila pelaksanaan sudah sesuai dengan perencanaan, maka event tersebut bisa dikatakan sukses. Tetapi pada hari H semua bisa saja terjadi antara perencanaan dan pelaksanaan berbeda, adanya kesalahan komunikasi dan lain sebagainya. Itu semua diluar dugaan pihak panitia dan dinas, selagi pada saat

pelaksanaan semua kekurangan dan kesalahan tidak diketahui oleh orang lain selain panitia, maka itu bisa dianggap sukses dalam pembuatan event.

Dalam pelaksanaannya, semua agenda berjalan dengan baik dan sesuai jadwal yang direncanakan. Event dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 13-14 Agustus 2016 di Harbour Theater, Jogja Bay. Pada hari pertama, acara dimulai dengan *press conference* di mini stage, Pirate Resto lantai 2. Kendala yang terjadi pada saat itu cuaca yang kurang mendukung dan turun hujan. Area yang digunakan harus dibersihkan terlebih dahulu sebelum dimulainya workshop. Penggunaan panggung yang semi *outdoor*, membuat panitia bekerja lebih keras untuk mengantisipasi apabila hujan kembali turun. Kendala lain pada hari pertama, dimana dari pihak dinas selaku pembicara utama mengalami keterlambatan waktu. Sehingga waktu yang terjadwal seharusnya pukul 10.00, baru dimulai pukul 11.00. Namun, setelah itu acara berjalan lancar sesuai jadwal..

“Susunan acaranya, menurut saya sesuai dengan perencanaan, hanya jamnya agak sedikit molor,tapi secara strukturnya sudah urut sesuai yg direncanakan. Kendala di lapangan saat workshop dan *mini fashion shows*, areanya hujan dan kendala dalam sound system. Kita menggunakan dua panggung, main stage sama mini stage tanpa peneduh. Karena semi terbuka, saat hujan harus ekstra kerja. Selain itu koordinasi dari panitia harus matang dengan cuaca seperti itu. Untuk acara selanjutnya pada tanggal 13-14 itu sama, *fashion show*, ada workshopnya cuma beda tempat acaranya. Selain itu ada penilaian lomba *Sleman Creative Award*..” [Galuh

Santika Daniswara, S.Ant, Ketua Seksi Acara Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 03 Juni 2017].

Pada saat pelaksanaan terdapat dua tema workshop, yang pertama pada tanggal 13 agustus tentang Eco Batik dengan narasumber Dr. Ir. Edia Rahayuningsih, MS, bertempat di *mini Stage*. Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA selaku Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman mengatakan bahwa Workshop ini ditayang ulang di TV swasta Yogyakarta. Manfaatnya sangat banyak mengingat bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang batik pewarna alam. Mengingat bahwa Event Sleman Fashion Festival ini merupakan event yang memberikan nilai identitas dari kain batik Sleman, yang merupakan visualisasi dari flora dan fauna yang ada di Kabupaten Sleman. Seperti yang di sebutkan dalam Peraturan Bupati Sleman Nomor 35 Tahun 2015 Pasal 3 ayat 1 yang berbunyi “Unsur dasar Batik Sleman merupakan visualisasi dari flora, fauna dan kondisi geografis yang ada di wilayah daerah”. Pada saat acara dimulai semua berjalan lancar dan tidak ada gangguan hingga acara selesai. Ibu Edia yang berbaju biru didampingi oleh pihak dinas disampingnya , dan moderator dari Dimas Diajeng Sleman.

Gambar 21: Workshop Eco Batik

oleh Dr. Ir Edia Rahayuningsih, MS.



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

”Narasumber sebagian ada yang aku tau seperti ibu Edia, beliau emang ahli dalam batik pewarna alam dan kalau narasumber atau pengisi acara lainnya menurut aku sudah berkompeten di bidangnya yah, soalnya terlihat dalam mereka menyampaikan materi atau menunjukkan hasil karya nya” [Anindwitya R Monica, Pengunjung Sleman Fashion Festival 2016, Hasil Wawancara 15 Juni 2017].

Pada workshop kedua dilaksanakan pada tanggal 14 agustus 2016, dengan tema Lurik Masa Kini, narasumbernya adalah Puthut Ardiyanto. Acara dimulai pada pukul 15.30 dan tidak terjadi keterlambatan waktu pada saat pelaksanaan. Acara dimulai oleh moderator dan di lanjutkan oleh narasumber yang di damping oleh pihak dinas terkait. Pada workshop ini, materi yang di sajikan adalah bagaimana menggunakan lurik dan batik

Sleman tapi masih mengikuti gaya masa kini model baju pun di tampilkan dengan langsung di peragakan oleh model yaitu anggota Dimas Diajeng Sleman.

Gambar 22: Pembicara Workshop Lurik Masa Kini



Gambar 23: Model pakaian lurik dan batik masa kini



Sumber: Dinas Kebudayaan Pariwisata Sleman

Acara selanjutnya setelah workshop, yaitu penjurian lomba Sleman Creative Award. Bagi peserta yang masuk kedalam 10 besar akan dihubungi langsung oleh panitia menampilkan hasil karyanya di depan juri pada hari ke 2 tanggal 14 Agustus 2016. Hasil dari penjurian akan dibacakan setelah acara main Show atau peragaan busana. Namun, dalam pelaksanaannya terdapat kurangnya koordinasi antara panitia dan peserta. Banyak dari peserta khususnya yang masuk 10 besar kurang paham dengan sistem acara yang disampaikan oleh panitia. Hal tersebut membuat pada saat acara penampilan hasil karya lomba sedikit terundur karena keterlambatan dari peserta.

Gambar 24: Peserta Lomba *Sleman Creative Award*



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

“Pada saat pelaksanaan, acara di mulai dengan *press conference* dan itu kita kerja sama sama humas, media yg diundang biasa menjadi kontributor yg ada di Kabupaten Sleman. Selain itu kita juga mengundang fashion *blogger*. Pada acara workshop Eco Batik berjalan sesuai rencana, dan di tayangkan di TV swasta di Yogyakarta. Mulainya ngaret itu pada saat mau mulai acara peragaan busana, karena nunggu Bapak Bupati, pejabat, untuk undangan dinas standarnya kan memang seperti itu. Kalau bupati mau datang memang biasanya diundur. Tapi, untuk acara shownya kita sudah mendapatkan apresiasi sama banyak pihak” [[Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 Juni 2017].

Pelaksanaan acara *main show* atau lebih dikenal dengan peragaan busana, dilaksanakan pada puku 18.30 diawali dengan panampilan dari *band* untuk menghibur penonton dan acara di buka oleh kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman. Pada saat memulai acara terdapat keterlambatan waktu hingga 30 menit dari jadwal yang telah ditetapkan, karena keterlambatan Bupati Kabupaten Sleman sebagai pembuka acara. Namun akhirnya digantikan oleh Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman, Ir.A.A. Ayu Laksmi Dewi Tri Astika Putri, MM dalam membuka acara

Gambar 25: penampilan band sebelum acara di mulai



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Kegiatan *main show* berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan, para desainer yang memamerkan hasil karyanya pada hari pertama 13 agustus 2016 terdapat 9 desainer, diantaranya adalah Yucky Pratama, Hatmok, Ilvin Duroriah, Lanny Amborowati, Endarwati, Shinta Punjabi, Bella Sara, Nada Karmadi, dan Djoko Margono. Pada hari kedua tanggal 14 agustus 2016 ada 8 desainer yaitu Noor Arief, Aditya Pangestika, Iskandar Yusri, Mgs M.Brilliant Hidayah, Puthut Ardiyanto, Adikarang samawi dan Fajar Arifianto, Lima Luthfi Majid, Ramadhani Abdul Sastraatmaja.

Gambar 26: Desainer dan model peraga busana



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Waktu pelaksanaan hari kedua setelah *main show* berakhir, pembawa acara mengumumkan pemenang lomba Sleman Creative Award. Dimana pada siang harinya telah dinilai oleh dewan juri, dan mendapatkan hasil siapa yang menjadi pemenang. Para pemenang mendapatkan hadiah sesuai yang telah di janjikan.

Gambar 27: Pemenang Sleman Creative Award



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman

Sleman Fashion Festival 2016 merupakan event yang mengutamakan branding batik Sleman, maka event ini dikunjungi oleh orang-orang yang berkaitan dengan batik Sleman maupun dalam hal pemasaran Batik. Hal tersebut disebabkan karena untuk meningkatnya jumlah pengunjung, panitia mempromosikan hasil dari Sleman Fashion Festival sebelumnya, dan mengenalkan bahwa event ini bukan event yang biasa. Event yang sebelumnya diperlihatkan hasil-hasil terbaiknya agar memberikan penjelasan bahwa event Sleman Fashion Festival ini bagus untuk di lihat.

Pada saat pelaksanaan yang mengunjungi event Sleman Fashion Festival adalah: perancang busana, pemerhati Fashion, penggiat Fashion, retail, UKM, wirausaha, media, kedinasan, pelajar, masyarakat umum serta Stakeholder lainnya yang bermanfaat agar event ini terkenal di kalangan masyarakat khususnya di Kabupaten Sleman. Para pengunjung yang datang pada pelaksanaan event Sleman Fashion Festival tahun 2016 ini, memiliki tujuan dan keterlibatan para pengunjung terhadap event Sleman Fashion Festival. Manfaat yang di dapat juga banyak oleh pengunjung yakni, bisa ikut dalam workshop tentang batik Sleman, bisa menikmati penampilan dari peragaan busana batik Sleman, bisa membeli hasil karya tersebut, dan bisa menikmati pemandangan yang ada di tempat wisata.

“panitia mempromosikan hasil dari SFF sebelumnya, dan mengenalkan bahwa SFF bukan event yang biasa. Event yang sebelumnya diperlihatkan hasil-hasil terbaiknya agar memberikan penjelasan bahwa event Sleman Fashion Festival ini bagus untuk di lihat, alhasil yang mengunjungi event Sleman Fashion Festival 2016 itu, ada Perancang busana, pemerhati fashion, penggiat fashion, retail, UKM, wirausaha, media, kedinasan, pelajar dan masyarakat umum. Manfaat yang di dapat pengunjung Sleman fashion festival itu adalah, pengunjung bisa datang untuk ikut serta dalam workshop tentang batik Sleman. Pengunjung dapat menikmati pertunjukan peragaan busana yang ditampilkan, yang nantinya dapat membeli hasil karya atau hanya sekedar terinspirasi. Membedakan event peragaan busana ini dengan peragaan busana lainnya adalah lokasi pertunjukan ini di destinasi wisata, itu merupakan salah satu faktor pengunjung bertambah untuk datang pada event ini ” [Ajhi Bayu Prasetyo, Ketua panitia Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2017].

Para pengunjung yang datang dalam event Sleman Fashion Festival 2016, mendapatkan pengetahuan tentang batik Sleman melalui kegiatan acara yang di

tampilkan seperti main Show para deasiner. Hal tersebut lah yang membuat para pengunjung tertarik untuk memiliki batik khas Kabupaten Sleman.

“yang didapat itu pengalaman menyaksikan fashion show designer lokal secara langsung dan jadi tau karya design-design batik cirikhas Sleman terupdate dan juga menurut saya itu membuat yang datang menyaksikan terpesona dengan keunikan dari batik Sleman” [Taruna Eko Setiawan, Pengunjung Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 15 juni 2017].

4. Evaluasi event Sleman Fashion Festival 2016

Evaluasi yang dilakukan pada event Sleman Fashion Festival yaitu dengan *meeting*, yakni dengan cara mengumpulkan panitia yang terlibat dalam event Sleman Fashion Festival. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui bagaimana kekurangan, kritikan, dan saran pada saat perencanaan hingga pelaksanaan. Pada evaluasi juga melihat apakah acara ini sudah memenuhi syarat, agar apa yang menjadi indikator keberhasilan event dapat tercapai. Indikator keberhasilan event Sleman Fashion Festival diantaranya adalah dampak dirasakan masyarakat dalam bidang batik dan lurik Sleman, semakin banyak orang mengetahui tentang batik Sleman, semakin banyak juga pemesanan terhadap Batik Sleman. Hal tersebut dapat dilihat pada survei yang dilakukan oleh pihak dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman bidang pemasaran. Setiap survei yang dilakukan oleh pihak dinas mendapatkan hasil bahwa, masyarakat yang berkunjung ke

Kabupaten Sleman, barang yang di cari di Sleman setelah buah salak pondoh adalah Batik Sleman.

“Evaluasi ada, kita evaluasi melalui meeting terus hasil itu kita bawa pada saat kita mau melaksanakan kegiatan selanjutnya kepada panitia pelaksana. Apa yang kemarin menjadi kritikan, kekurangan dan saran itu yang menjadi evaluasi untuk panitia. Pada saat evaluasi kita juga melihat apakah sudah sesuai dengan indikator keberhasilan event ini. Indikatornya itu dampak yang dirasakan masyarakat itu yang paling signifikan, ke produk lokal yakni batik dan lurik Sleman semakin dikenal orang. Itu terlihat pada survei, kita kan ada beberapa aktivitas yang berkaitan dengan promosi dari teman-teman bidang pemasaran. itu selalu mendapatkan hasil bahwa batik dan lurik Sleman itu barang yang di cari di Sleman setelah buah salak pondoh” [Dra. Shavitri Nurmala Dewi, MA, Kepala Bidang Pengembangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dan Penanggungjawab Event Sleman Fashion Festival, Hasil Wawancara 08 Juni 2017].

Pada evaluasi juga melihat pendapat para pengunjung yang datang pada pelaksanaan event Sleman Fashion Festival. Apa yang mereka peroleh dan berdampak seperti apa, itu menjadi masukan untuk kedepannya dalam pelaksanaan Sleman Fashion Festival. Seperti salah satu batik Sleman yang diingat pengunjung saat pelaksanaan, yakni batik Sinom Parijoto Salak.

“Hal yang didapat pada SFF itu aku mendapat pengetahuan tentang ciri khas fashion di Kabupaten Sleman. Ada beberapa batik khas Sleman yang sebelumnya saya belum tau seperti sinomparijoto salak yang dirancang sekreatif mungkin oleh para desainer.” [Anindwitya R Monica, Pengunjung Sleman Fashion Festival 2016, Hasil Wawancara 15 Juni 2017].

Evaluasi yang baik akan menghasilkan data dan fakta yang sangat berharga, khususnya untuk mendukung kegiatan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang. Evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman dan Panitia pelaksana Event Sleman Fashion Festival, selalu dilakukan secepatnya setelah pelaksanaan. Kenapa satu minggu maksimal setelah pelaksanaan, agar apa yang menjadi bahan untuk evaluasi tidak terlupakan. Aspek apa saja yang di evaluasi itu contohnya dari segi panggung apa yang kurang *lighting* nya, atau *sound*-nya yang kurang kedengaran, dan juga berhubungan dengan pengisi acara seperti desainer. Evaluasi ini juga bermanfaat untuk tempat mengumpulkan informasi yang kiranya di butuhkan untuk materi event selanjutnya.

“Evaluasi pastinya ada, untuk memperbaiki penyelenggaraan tahun berikutnya, Evaluasi acara keseluruhan aspek, dari persiapan hingga pelaksanaan apa saja yang menjadi catatan. Pelaksanaan evaluasi itu dilaksanakan 1 minggu maksimal, setelah acara pertunjukan. Evaluasi pada event Sleman Fashion Festival 2016 kita juga bertanya kepada para pengisi acara, seperti desainer, pembicara *workshop*, para pengunjung, tamu undangan dan vendor yang terlibat ” [Ajhi Bayu Prasetyo : Ketua Panitia Sleman Fashion Festival 2016, Hasil wawancara 06 Juni 2017].

B. Analisi Data

Setelah data yang disajikan oleh peneliti pada sajian data diatas, maka peneliti akan melakukan analisis data tentang Manajemen Event Sleman Fashion Festival untuk Branding Batik Sleman.

1. Perencanaan Event

Pada tahap perencanaan yang pertama dilakukan adalah menentukan penanggungjawab dan pelaksana. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman menunjuk Dimas Diajeng Sleman sebagai pihak pelaksana, dikarenakan Dimas Diajeng Sleman sebagai duta pariwisata Kabupaten Sleman, yang notabennya memiliki potensi di bidang event dan fashion. Menurut peneliti pada tahap ini sudah sesuai, karena untuk memilih pihak terkait sebagai pelaksana dilihat dari pengalaman kerja. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Rachmat (2014:20) dalam perencanaan (planning), yaitu proses kegiatan memikirkan hal-hal yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki dan menentukan prioritas kedepan agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan dasar organisasi. Mengingat bahwa program yang dibentuk adalah event, maka pihak pelaksana sebagai sumber daya harus memiliki pengalaman kerja yang berkompeten di bidang event. Tidak hanya itu kreativitas yang dimiliki sumber daya manusia juga menjadi faktor utama untuk menghasilkan suatu event yang unik dan menarik. Melalui komunikasi

event lah masyarakat akan aware dengan apa yang ada didalam event tersebut. Maka dari itu akan berdampak kepada tujuan dari diselegarakannya event Sleman Fashion Festival yakni branding batik Sleman.

Selanjutnya ialah tahap riset untuk mencari informasi. Informasi yang dicari terkait dengan bagaimana event Sleman Fashion Festival bisa meningkatkan branding batik Sleman, seperti informasi fashion, trend, pasar, dan event yang menunjang perkembangan Kabupaten Sleman. Berdasarkan hasil riset ditemukan bahwa pengerajin kain batik dan lurik Sleman masih membutuhkan tempat atau lahan untuk memperkenalkan batik khas Sleman tersebut. Tempat yang sesuai untuk memperkenalkan batik sleman yaitu melalui sebuah event fashion. Berdasarkan analisis peneliti, tahap riset yang dilakukan sudah sesuai. Sejalan dengan yang dijelaskan oleh Goldblatt dalam Pujiastuti (2010 : xxxviii) Riset ini dilakukan menentukan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi khalayak sasaran. Sehingga, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman dapat mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Peran dari dinas kebudayaan dan pariwisata sendiri terhadap masyarakat yang produktif dengan memberikan pelayanan seperti menyediakan tempat untuk mengembangkan usahanya agar meningkatkan ekonomi kreatif khususnya batik Sleman. Hal tersebut sudah dilakukan pada event Sleman Fashion Festival.

Tahap selanjutnya dalam perencanaan adalah *coordinating* atau disebut koordinasi. Koordinasi yang dilakukan oleh panitia event Sleman Fashion Festival dimulai sejak dua bulan sebelum pelaksanaan hingga selesai pelaksanaan. Laporan hasil perkembangan setiap minggunya di laporkan pada saat rapat koordinasi. Dibantu oleh pihak dinas dengan membuat matriks kegiatan dari pra acara hingga pelaksanaan agar semua terkoordinasi dengan baik dan lancar. Peneliti menemukan koordinasi yang dilakukan masih terdapat kekurangan. Tidak sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Goldblatt dalam Pudjiastuti (2010 : xxxviii) koordinasi yang baik akan mengurangi resiko kesalah pahaman, dan dapat bekerja secara simultan dengan satu tujuan yang sama. Sedangkan beberapa pihak dari panitia tidak hadir saat koordinasi yang dilakukan setiap minggunya. Hal tersebut dapat menghambat koordinasi antar penyelenggara dan pelaksana event. Begitu juga antara pihak vendor dengan panitia terkadang terdapat kesalahan konfirmasi. Seharusnya antara panitia dengan pihak lainnya termasuk dinas, harus memiliki koordinasi yang baik seperti menghadiri rapat, jika tidak dapat hadir setidaknya memberikan konfirmasi terkait kedatangan dan menanyakan perkembangan event.

Penentuan anggaran dan lokasi merupakan tahap selanjutnya dalam perencanaan event. Anggaran yang dibuat oleh dinas, merupakan sesuai dengan apa yang direncanakan setahun sebelumnya oleh tim anggaran dinas

Kebudayaan dan Kabupaten Sleman Untuk menentukan lokasi dalam pelaksanaan Event Sleman Fashion Festival selalu menggunakan destinasi wisata sebagai lokasi penyelenggaraan. Jogja bay merupakan salah satu destinasi wisata di Kabupaten Sleman yang tergolong baru. Dijelaskan pula oleh Shone dan Parry, Roger dalam Any Noor (2013 : 140) Untuk memudahkan event dapat diselenggarakan dengan baik, maka ada beberapa pertanyaan dasar harus dijawab salah satunya dimanakah event yang diselenggarakan? Pemilihan lokasi yang tepat untuk penyelenggaraan event perlu didukung oleh infrastruktur pendukung pada kegiatan tersebut. Menurut peneliti pemilihan lokasi di Jogja Bay merupakan strategi yang bagus, mengingat Jogja Bay adalah salah satu destinasi wisata yang baru, serta memiliki infrastuktur yang mendukung penyelenggaraan event. Sehingga dapat disesuaikan dengan anggaran yang telah ditetapkan dari tim anggaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman berdsarkan APBD Kabupaten Sleman.

Kemudian dalam tahap perencanaan selanjutnya adalah *design event* Sleman Fashion Festival. Event ini mencari konsep acara, tema dan strategi komunikasi, melihat bagaimana *trend* masa kini. Design yang dibuat pada event ini seperti konsep panggung menggunakan lighting yang elegan, dan strategi komunikasi melalui desain poster, undangan, booklet, dan proposal yang menarik. Peneliti mengidentifikasi dalam perencanaan design panitia

sangat kreatif dalam menentukan tema dan kosep acara. Sesuai dengan yang dikatakan Hafidz (2007 : 20). Kreativitas adalah ruh event. *The soul of event*. Tanpa kreativitas, event akan berjalan biasa layaknya jasad manusia yang telah di tinggal ruhnya. Kreativitas muncul karena panitia melihat fenomena yang ada dan berkembang saat ini.

Sponsor dilakukan dalam event ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang tidak teranggarkan dalam event. Kewenangan untuk mencarinya hanya di pantia pelaksana, dan dinas hanya membantu dengan promosi. Perencanaan promosi guna mendapatkan sponsor, yakni dengan bekerjasama dengan pihak humas Sleman. pornosi yang rencananya akan di lakukan itu seperti melalui media Sosial,tv,koran, dan videotro. Meneurut peneliti dalam perencanaan promosi sudah sesuai, mengingat rencana yang dilakukan melihat target sasaran dan efektif.

2. Pra Event

Pra event merupakan kegiatan pendukung agar saat pelaksanaan sesuai dengan yang di harapkan. Dalam pra event yang dilakukan pertama adalah penentuan jadwal kegiatan. Penentuan jadwal kegiatan merupakan tahap yang dilakukan pada pra event. Jadwal yang dibuat pada event SlemanFashion Festival, kurang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan. Tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Shone dan Parry, Roger dalam Any Noor (2013 :

140) Untuk memudahkan event dapat diselenggarakan dengan baik, maka ada beberapa pertanyaan dasar harus dijawab salah satunya. Kapan event akan diselenggarakan? Sangat penting untuk menetapkan jadwal penyelenggaraan event sejak awal karena hal ini berhubungan dengan banyak pihak yang akan terlibat dalam penyelenggaraan. Hasil analisis peneliti pembuatan jadwal oleh panitia dan dinas kurang terkoordinasi dengan baik, karena jadwal dibuat berubah-ubah saat mendekati hari pelaksanaan event, bahkan hingga satu minggu mendekati hari pelaksanaan. Semestinya, jadwal acara tidak ubah-ubah saat pra event bahkan saat pelaksanaan, jika perlu untuk di ubah sebaiknya dilakukan saat perencanaan dan dikoordinasikan terlebih dahulu ke semua panitia agar tidak ada kesalahan informasi yang berdampak kepada rangkaian acara.

Pada saat pra acara, adanya pengumpulan berkas terkait lomba Sleman Creative Award. Peserta mengirimkan hasil karyanya kepada panitia. Kemudian panitia menilai dengan juri yang berkompeten dibidangnya, dan memilih 10 karya terbaik untuk di tampilkan di pelaksanaan event Sleman Fashion Festival. Menurut analisis peneliti didalam pra event untuk lomba Sleman Creative Award seharusnya di informasikan juga kepada peserta yang tidak terpilih 10 besar. Infomasinya mengenai kenapa karyanya tidak terpilih dan faktor apa saja yang masih kurang dalam karya nya. Semestinya dalam mencapai koordinasi yang baik dengan peserta, panitia harus memberikan

informasi yang jelas dan akurat. Jika ada informasi yang belum pasti jangan disebarluaskan dulu dan harus dikoordinasikan terlebih dahulu dengan panitia lainnya.

Selanjutnya pada pra event adalah design dan publikasi, mengenai design khususnya panggung dan dekorasi sudah sangat menarik. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan Marthin-Anderson dalam Cangara (2013 : 61) Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien. Sleman Fashion Festival mampu memaksimalkan penggunaan sumber daya dan infrastruktur yang tersedia menjadi sebuah pertunjukan yang megah. Design panggung yang memberikan efek pada main show batik Sleman, memberikan kesan yang elegan dan mewah pada batik Sleman yang di peragakan oleh model. Hal tersebut tercipta dengan bantuan lighting yang pas dan sesuai untuk sebuah pertunjukan. Design proposal yang unik juga mampu mengajak pihak luar untuk bekerja sama dan ikut serta dalam kegiatan event. Hal tersebut berbeda dengan design poster dan undangan dalam pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, design poster dan undangan, kurang melihatkan kesan cirikhas dari batik Sleman. Selain itu Dalam hal publikasi, dinas dan panitia sudah menggunakan media yang sesuai. Seperti : media sosial, tv, radio, koran , video tron. Menurut analisis peneliti, perkembangan zaman membuat tim

event Sleman Fashion Festival selalu ikut berkembang. Hal tersebut terbukti dengan publikasi yang efektif, menggunakan sosial media yang saat ini sedang trend dan video tron yang bisa dilihat banyak orang terus menerus di tepi jalan. Startegi yang digunakan sudah baik, mengingat waktu pelaksanaan promosi seperti media sosial (facebook dan Instagram) di unggah setiap hari guna tersebarluasnya informasi. Begitu juga dengan videotron dengan durasi dua kali sehari ditayangkan, membuat informasi mengenai event Sleman Fashion Festival tersebut lebih cepat tersebar, selain itu dalam tayangan video memamerkan kegiatan Sleman Fashion Festival menggunakan kain batik Sleman. Hal tersebut menurut peneliti merupakan bentuk strategi agar meningkatkan batik Sleman.

1. Pelaksanaan Event

Kegiatan yang dilaksanakan pada event Sleman Fashion Festival hari pertama pada tanggal 13 Agustus 2016 meliputi press conference, kemudian dilanjutkan talkshow Eco Batik dengan membahas tentang batik Sleman pewarna alam. Narasumber yang dipilih oleh panitia adalah ibu Edia dosen UGM ahli dalam bidang pembuatan batik pewarna alam, dan ibu edia juga mengikuti asosiasi batik. Talkshow memberikan materi tentang keunikan batik Sleman tetapi pembuatannya mengguna bahan alami seperti buah dan tumbuhan. Acara Talkshow juga disertai *mini show* oleh pengrajin batik Allusan, dengan memamerkan hasil karya dari asosiasi pengerajin batik

Sleman. Pada pelaksanaan Talkshow Eco Batik banyak dari kalangan pelajar, dan pengerajin batik ikut serta melihat talkshow tersebut. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Kennedy dalam Kuncoro (2014:750) Event didefinisikan sebagai suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggaraan. Analisis yang peneliti dapat adalah pengunjung sesuai dengan target sasaran, dengan narasumber yang berkompeten di bidangnya para pengunjung bisa memahami isi dari materi, akan tetapi adanya kendala saat sebelum pelaksanaan talkshow dan juga kurangnya koordinasi antara pihak sound system membuat sesekali acara terkendala dengan suara mic. Selain itu pemutaran tayangan di tv swasta kurang detail terkait batik pewarna alam, mengingat bahwa masih banyak masyarakat diluar sana yang masih belum mengetahui tentang batik pewarna alam, dan hal tersebut mempengaruhi dalam branding batik Sleman.

Kegiatan selanjutnya yakni pembukaan event Sleman Fashion Festival oleh ibu Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sleman yang di awal rencana dibuka oleh bapak Bupati Kabupaten Sleman. Acara ini sebelumnya ada penampilan band untuk menghibur penonton, selanjutnya dimulainya acara puncak yakni *main show* atau peragaan busana oleh para desainer. Desainer memamerkan hasil karya berbahan dasar kain batik Sleman, yang

merupakan visualisasi dari flora dan fauna yang ada di Kabupaten Sleman. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Duncan dalam Estaswara (2011 : 23) Menjelaskan brand identity lebih pada persoalan visualisasi merek (brand visualization), seperti bagaimana simbol-simbolnya, desainnya, tipografinya sampai pada warnanya, dimana secara keseluruhan semua hal tersebut mampu menggambarkan identitas merek atau memberikan informasi yang bersifat visual kepada pelanggan tentang bagaimana merek harus dikenali. Hal tersebutlah yang menjadi tujuan dari event Sleman Fashion Festival, agar batik Sleman lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat. Hasil pengamatan peneliti menemukan bahwa para desainer memberikan kesan kepada masyarakat, bahwa batik Sleman bisa digunakan untuk kegiatan yang *fashionable*. Karya-karya desainer juga melihat keunikan dari batik Sleman, yang mencerminkan flora dan fauna yang ada di kabupaten Sleman, hal tersebutlah yang memanjakan mata penonton saat menyaksikannya.

Pelaksanaan Hari kedua pada tanggal 14 agustus 2016 acara hampir sama dengan hari pertama, perbedaannya adalah pada saat talkshow pada hari kedua, tema takshow adalah tentang lurik masa kini. Pengunjung yang datang sesuai target yang diharapkan seperti pengerajin batik, pelajar dan masyarakat. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Duncan dalam Sukoco (2014:748). Perusahaan membutuhkan strategi yang berbeda dari pesaingnya agar konsumen mampu membedakan produk perusahaan dengan produk

pesaingnya. Salah satu cara yang ampuh dalam menyampaikan pesan sebuah brand adalah dengan mengajak customer dan potential customer dalam event. Pengunjung juga diajak berinteraksi dalam Tanya jawab kepada narasumber. Menurut analisis peneliti talkshow yang kedua, memberika pengertian bahwa kain batik khas Sleman bisa mengikuti tren mode saat ini dan seterusnya. Kain batik bisa diperpadukan dengan kain lainnya. Dengan narasumber yaitu desainer muda Puthut Ardiyanto, memberikan materi tentang batik Sleman bisa mengikuti perubahan zaman khususnya dalam bidang Fashion. Para pengunjung di beri materi dan secara tidak langsung talkshow tersebut mengajak pengunjung untuk memahami bahwa Batik Sleman bisa terus berkembang.

Setelah dilaksanakannya talkshow, selanjutnya penjurian lomba Sleman Creative Award. Para peserta yang masuk kedalam 10 besar menampilkan hasil karyanya di panggung utama, disaksikan oleh pengunjung dan dinilai oleh dewan juri yang telah dipilih oleh panitia. Peserta terpilih menjadi juara mendapatkan hadiah yang sudah dijanjikan. Menurut analisis peneliti menemukan bahwa koordinasi antara pihak panitia dengan peserta Sleman Creative Award kurang baik. Seharusnya dari pihak panitia dapat memberikan informasi mengenai sistem acara lomba kepada peserta. Selain itu panitia seharusnya mengkoordinir lebih lanjut bagaimana perkembangan dari peserta, dan menanyakan kepada peserta mengenai kejelasan informasi

yang diberikan. Hal tersebut nantinya akan bermanfaat dalam branding batik, karena dengan informasi yang jelas maka para peserta akan memamerkan hasil karyanya di media sosial masing-masing lebih cepat. Acara selanjutnya yaitu main show kegiatannya sama dengan hari pertama, perbedaannya adalah desainer yang hari pertama tampil berbeda dengan hari kedua. Pada saat setelah main show mc mengumumkan pemenang lomba Sleman Creative Award.

Dari keseluruhan pelaksanaan yang berkunjung untuk melihat event Sleman Fashion Festival banyak dari berbagai kalangan, mereka bisa menikmati apa saja acara yang diberikan oleh panitia. Event Sleman Fashion Festival yang memiliki nilai seni dan kultur ini memang benar menarik perhatian masyarakat. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Shone and Parry dalam Any Noor (2013:8) *event* adalah fenomena yang muncul dari kesempatan non-rutin yang memiliki leisure, kultural, personal atau sasaran dari organisasi dipisahkan dari aktivitas normal untuk kehidupan sehari-hari, dimana tujuannya adalah untuk memberikan penerangan, merayakan, menghibur atau menantang pengalaman dari sebuah group masyarakat. Menurut analisis peneliti pengunjung yang datang pada event Sleman Fashion Festival ini, sudah sesuai dengan target sasaran. Selain faktor karena untuk mendukung perekonomian khususnya batik, alasan lainnya adalah karena batik Sleman memiliki nilai seni yang baik. Mengingat juga bahwa

Yogyakarta merupakan kota batik dunia, maka masyarakatnya sangat tertarik apabila ada event yang membahas tentang hal tersebut. Materi yang di dapat pengunjung juga beragam tentang batik Sleman, hal tersebut lah yang membawa pemikiran pengunjung untuk mengenal lebih luas lagi tentang batik Sleman, dan juga akan memberikan dampak pengaruh dalam branding batik Sleman.

2. Evaluasi

Kegiatan yang di lakukan pada tahap evaluasi yaitu, mengumpulkan informasi, data terkait event yang telah dilaksanakan. Hal tersebut dilakukan dengan cara meeting antara dinas, panitia, vendor dan stakeholder yang berkaitan dengan pelaksanaan event Sleman Fashion Festival. Sesuai yang di katakana Goldblatt dalam Pudjiastuti (2010 : xxxviii) Evaluasi yang baik akan menghasilkan data dan fakta yang sangat berharga, khususnya untuk mendukung kegiatan yang akan dilakukan pada masa yang akan datang. Evaluasi yang dilaksanakan dinas yakni seminggu setelah pelaksanaan, hal tersebut dilakukan agar apa yang ingin disampaikan terkait pelaksanaan event tidak terlupakan. Menurut analisis peneliti evaluasi yang dilakukan pihak dinas bersama pihak terkait, sudah sesuai karena dengan mengundang seluruh yang terlibat dalam event akan menambah informasi dan pengetahuan yang nantinya akan digunakan dalam pelaksanaan event selanjutnya. Dalam rapat

evaluasi juga melihat bagaimana *animo* masyarakat terhadap batik Sleman yang itu menjadi tolak ukur dalam pembuatan *event*.

Hasil dari evaluasi melihat Indikator keberhasilan event Sleman Fashion Festival diantaranya adalah dampak dirasakan masyarakat dalam bidang batik dan lurik Sleman, semakin banyak orang mengetahui tentang batik Sleman. Khususnya didaerah Kabupaten Sleman dan Umunya Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat pada survei yang dilakukan oleh pihak dinas. Setiap survei yang dilakukan oleh pihak dinas mendapatkan hasil bahwa, masyarakat yang berkunjung ke Kabupaten Sleman, barang yang di cari di Sleman setelah buah salak pondoh adalah Batik Sleman. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Aaker dalam Simamora (2001 : 74) Kesadaran merek adalah kemampuan seseorang untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Ketika orang berkunjung ke Yogyakarta khususnya Kabupaten Sleman, kain khas daerah Sleman yang diingat adalah yakni kain batik Sleman. Seperti salah satu pengunjung dalam *event* Sleman Fashion Festival yang mengingat sebgaian dari motif batik Sleman. Hal tersebutlah yang di harapkan oleh dinas, paska pelaksanaan event adanya peningkatan pengetahuan tentang batik.