

## BAB III

### SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Sajian Data

Pada Bab III, peneliti akan memaparkan data yang diperoleh mengenai Aktivitas Promosi *event* Dinas Perdagangan Daerah Pemerintah Kabupaten Bantul Dalam meningkatkan minat pengunjung Pada *Event* Bantul Ekspo Tahun 2017. Data yang diperoleh peneliti berupa pengamatan langsung atau observasi, wawancara mendalam dengan informan yang telah ditentukan data primer dan dokumentasi sebagai data sekunder. Setelah penyajian data, peneliti akan melanjutkan dengan melakukan analisis data yang diperoleh.

##### 1. *Event* Bantul Ekspo

Kabupaten Bantul yang terdiri dari 75 Desa selama ini mempunyai banyak potensi yang luar biasa baik dari sektor pertanian, kerajinan, perdagangan, jasa dan lain sebagainya. Sektor-sektor tersebut telah menjadi andalan bagi kehidupan perekonomian masyarakat Bantul. Selain itu sektor-sektor tersebut merupakan potensi besar yang ada di Kabupten Bantul untuk lebih di perluas dan dapat ditampilkan melalui *event* kegiatan tahunan yang disebut *Event* Bantul Ekspo. Memberi ruang dan waktu bagi masyarakat Bantul untuk menampilkan potensi terbaiknya berupa produk-produk asli Bantul terutama UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dan produk kerajinan lainnya. Hal ini diungkapkan jelas oleh Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia *event* Bantul Ekspo 2017 sebagai berikut:

“Jadi *event* Bantul Ekspo itu sejarahnya dari pameran pembangunan sejak tahun 2000 an di Dwi Windu. Kemudian disebut Bantul Ekspo, soalnya kalau pameran pembangunan kan nanti yang muncul pemerintahnya tapi kalau *event* Bantul Ekspo yang muncul itu semua potensi di Bantul. Dan memang benar mbak, *event* Bantul Ekspo tahun 2017 ini memang mengalami perubahan tanggung jawab dan pengelolaan yang sebelumnya di kelola Bagian Humas ya selama bertahun tahun, kemudian di pindah kepada Dinas Perdagangan

Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul. Perubahan peralihan tanggung jawab kan itu semua sudah sesuai dengan OPD (organisasi perangkat daerah) dan Tupoksi yang diterbitkan oleh peraturan Bupati dan mengacu pada peraturan Bupati, yang tadinya dari Sekretariat Humas sekarang menjadi Dinas Kominfo dan Protokol, sehingga untuk *event* Bantul Ekspo lebih di fokuskan dan di kerahkan kepada Dinas Perdagangan mulai tahun 2017 ini dan seterusnya, begitu mbak”.

Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia Bantul Ekspo 2017 pada tanggal (07 Desember 2017)

Dari hasil wawancara yang di jelaskan oleh informan, bahwa *event* Bantul Ekspo pertama kali diselenggarakan pada tahun 2000 dan bertempat di Lapangan Dwi Windu Bantul. *Event* Bantul Ekspo menjadi cikal bakal ekspo yang tidak lagi didominasi pemerintah melainkan ekspo yang lebih merakyat, karena partisipasi masyarakat cukup besar. Sejak tahun 2005 guna mengantisipasi lonjakan pengunjung, penyelenggaraan Bantul Ekspo dipindah ke Pasar Seni Gabusan (PSG). Hal ini juga sebagai upaya meramaikan keberadaan PSG yang saat itu masih baru. Pasar Seni Gabusan semula didirikan untuk mengembangkan komoditas dan perdagangan kerajinan saat ini sudah berdiri megah, selain itu Pasar Seni Gabusan mempertemukan langsung antara *buyer* dan produsen. Sehingga dipilihnya Pasar Seni Gabusan sebagai lokasi *event* Bantul Ekspo karena dinilai strategis mengingat berada dijalur wisata menuju pantai parangtritis.

“Bisa dibilang *event* Bantul Ekspo ini jadi agenda unggulan dan tahunan ya mbak, jadi perpaduan antara hasil pembangunan daerah dan promosi karya masyarakat lokal. Sejauh ini untuk wilayah Kabupaten Bantul *event* Pemerintah yang cukup besar dan ramai ya Bantul Ekspo ini mbak, istilahnya seperti Sekaten, hanya saja lebih kecil dan target utamanya ya wilayah Bantul ini”

*Event* Bantul Ekspo merupakan agenda tahunan unggulan Kabupaten Bantul yang menjadi tolak ukur bagi kemajuan perkembangan industri seni kerajinan dan pariwisata yang mana dalam penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo ini melibatkan banyak kalangan yang ada dalam lapisan masyarakat. *Event* Bantul Ekspo merupakan *event* pameran terbesar yang selalu dinanti kehadirannya oleh masyarakat Bantul. Agenda tahunan

Pemerintah Kabupaten Bantul ini bukan sekedar pameran dan sosialisasi hasil-hasil pembangunan, tetapi lebih dari itu yakni memberikan ruang dan waktu bagi masyarakat Bantul untuk menampilkan potensi terbaiknya. Maka jadilah *event* Bantul Ekspo sebagai perpaduan antara ajang pameran hasil pembangunan pemerintah dan promosi karya-karya terbaik baik bidang kerajinan, pertanian, pendidikan, maupun potensi seni budaya rakyat Bantul.

*“Jadi event Bantul Ekspo 2017 kemarin itu dilaksanakan selama 10 hari, dari tanggal 28 Juli sampai 06 Agustus 2017. Event Bantul Ekspo 2017 bertema Makarya Mbangun Desa. Itu terus mbak, tiap tahun tema itu sudah paten, yang tujuannya agar perekonomian Kabupaten Bantul menjadi lebih kuat dan berkembang kearah yang lebih baik dengan memanfaatkan momentum Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sebagai integrasi ekonomi. Kurang lebihnya begitu mbak”*

Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia Bantul Ekspo 2017 pada tanggal (07 Desember 2017)

Dari hasil wawancara dan penelusuran peneliti, tema “Makarya Mbangun Desa” dapat dimaknai sebagai ruh atau semangat untuk bekerja dengan sungguh-sungguh dalam membangun daerahnya sendiri supaya lebih maju dan berkualitas dengan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya yang ada meliputi sumber daya manusia, sumber daya alam serta sumber daya sosial secara terprogram dengan baik sesuai kondisi masing-masing. Bantul sebagai Daerah Kabupaten secara fisik kondisi beberapa wilayah desanya saat ini sudah tidak lagi mencerminkan wilayah pedesaan pada umumnya namun telah berwajah perkotaan, terutama desa-desa perbatasan dengan kota Yogyakarta. *Event* Bantul Ekspo sebagai event tahunan sudah menjadi ikon Kabupaten Bantul dan senantiasa ditunggu-tunggu kehadirannya oleh masyarakat sebagai media ekspresi, promosi, transaksi berbagai produk industri dan pertanian selain wahana rekreasi juga sebagai rangkaian peringatan Hari Jadi Kabupaten Bantul ke 186.

“seperti mbak tau sendiri, wilayah Kabupaten Bantul ini sekarang bisa dibilang semi desa. Banyak pertokoan dimana mana sekarang. Berarti masyarakat Bantul punya banyak UMKM yang bisa di kembangkan. Itulah kenapa dengan adanya *event* Bantul Ekspo ini menjadi suatu tempat yang di sediakan pemerintah untuk memberikan ruang interaksi antara pemerintah dan masyarakat, dan menjadi wadah pameran potensi daerah. Dan Bantul Ekspo ini sudah jadi ikon Bantul, dan masyarakat pasti tau, sekitar peringatan hari jadi Bantul pasti ada *event* Bantul Ekspo di PSG.”

Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia Bantul Ekspo 2017 pada tanggal (07 Desember 2017)

*Event* Bantul Ekspo 2017 digelar selama 10 hari, terhitung tanggal 28 Juli hingga 6 Agustus 2017. Pembukaan Bantul Ekspo 2017 di Pasar Seni Gabusan. Di Buka Oleh Sri Sultan HB X yang di wakilan Ir. Gatot Saptadi, MM. Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekda DIY.

Gambar 3.1 Pembukaan Event Bantul Ekspo



Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul 07 Desember 2017

Gambar dokumentasi Dinas Perdagangan dalam acara pembukaan *event* Bantul Ekspo 2017, yang dibuka oleh Ir. Gatot Saptadi, MM. Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekda DIY selaku perwakilan Sri Sultan HB X dengan memukul gong di Pasar Seni Gabusan lokasi *event* Bantul Ekspo. Sebelah kiri di dampingi Bupati Kabupaten Bantul *Bupati Bantul* Drs. H. Suharsono. Gatot Saptadi dalam sambutan Gubernur yang dibacakannya mengatakan selain menjadi ajang publikasi, pendidikan, serta promosi

potensi daerah dan lainnya, [Bantul Expo](#) juga diharapkan bisa menjadi sarana pemersatu.

"*Event* Bantul Expo juga bisa kita jadikan sarana untuk mengapus keraguan kita atas nilai kebangsaan, atas perbedaan pendapat yang menjadi pemicu menuju ke arah perpecahan yang berujung dan menjurus ke arah konflik yang berbau sara, oleh karena itu saya mendukung penyelenggaraan Bantul Ekspo," ujarnya.

Dokumentasi peneliti - Tribun Jogja Jumat (28/7/2017)

“kalau untuk pelaksanaan *event* Bantul Ekspo kemarin, Alhamdulillah bisa kami katakan berjalan mulus dan antusias masyarakat cukup besar, dilihat dari pertama, kunjungan warga benar benar ramai, apalagi sore dan malam. Bahkan tahun ini ada peningkatan jumlah transaksi.”

Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM dalam wawancara (07 Desember 2017)

*Event* Bantul Ekspo 2017 dapat dikatakan berjalan mulus dan antusias masyarakat cukup besar terhitung jumlah peningkatan pengunjung *event* Bantul ekspo di setiap OPD di bandingkan dengan tahun lalu. Namun meskipun *event* berjalan mulus bukan berarti tidak terdapat kendala, seperti yang di ungkapkan bapak Subiyanto Hadi berikut ini :

“Selama *event* Bantul Ekspo Tidak ada masalah yang berarti, alhamdulillah, selama berjalannya *event* Bantul Ekspo 2017 kemarin, yang ada hanya beberapa kendala dalam penyesuaian kepengurusan seperti yang diketahui sendiri ya mbak, *event* akbar ini telah di pindah alihkan kepada Dinas perdagangan, sehingga perlu orientasi tupoksi kembali banyak pejabat daerah yang pindah tugas ke devisi lain, dan mulai berlakunya SK Bupati yang baru” .  
(07 Desember 2017)

Kendala yang terjadi antaranya banyak pejabat pejabat daerah yang mengalami pergantian posisi sejak tahun 2017, sehingga perencanaan dan persiapan pelaksanaan *event* sempat mengalami perubahan panitia sesuai dengan surat keputusan (SK) Bupati yang ada. Sehingga Dinas Perdagangan selaku Dinas yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo 2017 kemudian ditodong untuk selalu penuh

dengan inovasi terbaru dari tahun ke tahun. Hal ini dimaksudkan agar Bantul Ekspo menjadi salah satu ikon daya tarik kepariwisataan di Bantul bagi warga lokal dan luar daerah.

## **2. Tujuan, Target Sasaran *Event* Bantul Ekspo 2017**

Kegiatan *event* Bantul Ekspo bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi produk-produk dalam negeri terutama yang berada di wilayah Bantul. Oleh karena itu ada berbagai potensi daerah yang menjadi ciri khasnya. Potensi daerah ini menjadi andalan wilayah Bantul sehingga perlu dikembangkan dan diangkat menjadi objek unggulan. Ada sektor kerajinan, pertanian, pendidikan, maupun potensi seni budaya rakyat Bantul. Berbagai sektor bisnis tersebut merupakan UMKM-UMKM yang bergerak di wilayah Bantul. Bagian Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul tidak menentukan kriteria khusus sebagai sasaran target peserta dalam kegiatan Bantul Ekspo. Semua masyarakat yang memiliki produk UMKM dalam sektor kerajinan, kuliner, perdagangan dan lain sebagainya, yang ingin dikembangkan dapat mengikuti kegiatan tersebut sesuai dengan himbauan dari Kecamatan maupun SKPD. Seperti yang disampaikan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia Bantul Ekspo 2017 sebagai berikut :

“sebenarnya kalau kriteria khusus gak ada ya mbak. Bagi peserta stand paling hanya himbauan berupa ketentuan dan itu bisa melalui SKPD atau Kecamatan dalam mempromosikan produk unggulan ke masyarakat, baik itu masyarakat bantul maupun di luar kabupaten Bantul itu sendiri. Selain mengenalkan hasil pembangunan yang dilaksanakan Pemerintah Daerah, disini, masyarakat juga ikut berpartisipasi dalam event dan memberikan kontribusi bagi kemajuan Kabupaten Bantul.”

(wawancara, pada tanggal 07 Desember 2017)

Begitupun dengan jumlah target peserta, Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul tidak menentukan dengan menyebutkan jumlah dan biaya yang pasti.

Hanya saja stand/kavling harus terpaksa dibatasi karena lahan Pasar Seni Gabusan yang terbatas dan lokasinya yang unik sulit untuk ditata rapi. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia Bantul Ekspo 2017 sebagai berikut

:

“Tujuan kami adalah untuk mempromosikan produk unggulan Bantul ke masyarakat, Target sasaran Bantul Ekspo itu tidak hanya masyarakat di kabupaten Bantul saja, tetapi masyarakat luas, yang kami inginkan adalah pengunjung sebanyak banyaknya. masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam event dan memberikan kontribusi bagi kemajuan Kabupaten Bantul. Hanya saja lokasinya kan terbatas mbak, paling kami hanya membatasi stand supaya tidak menutup jalan.”

(Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, pada tanggal 07 Desember 2017)

Selain itu, Dinas Perdagangan juga memberikan pelayanan berupa lokasi stand. Setiap 1 SKPD mendapatkan 1 kavling gratis sedangkan setiap kecamatan hanya mendapatkan 2 kavling.

“Tercatat ada 110 kavling dan 88 stand pemerintah, dan 194 stand swasta, yang jauh lebih banyak dari tahun-tahun sebelumnya, karena jumlah peserta yang tidak pernah ditargetkan dan kami menyesuaikan dengan keterbatasan lahan. Terdiri dari SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), BUMD (Badan Usaha Milik Daerah), BANK, swasta/umum dan 17 Kecamatan di Bantul. Alokasi peserta tergantung pada lahan sehingga Bagian Dinas Perdagangan hanya bisa menampung dan membatasi peserta. Setiap 1 SKPD mendapatkan 1 kavling gratis sedangkan setiap kecamatan hanya mendapatkan 2 kavling.”

### **3. Tahap perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan**

Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul mempunyai tanggung jawab dalam menyelenggarakan dan mempromosikan *Event* Bantul Ekspo kepada masyarakat untuk keberhasilan *event* tahunan milik Pemerintah tersebut.

“Bantul Ekspo itu adalah *event* tahunan yang kehadirannya dinantikan masyarakat. Jadi sebenarnya masyarakat Bantul khususnya sudah hafal, sekitar bulan juli sampai agustus pasti akan ada event tersebut. Tugas kami disini lebih mudah, hanya lebih kepada mengingatkan masyarakat bahwa event ini akan berlangsung, seperti itu.”

(Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, pada tanggal 07 Desember 2017)

Namun tetap saja, dalam penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo, Dinas Perdagangan tetap harus melakukan serangkaian tahap perencanaan sebelum sampai pada hari-H *event* tersebut berlangsung. Dinas Perdagangan mengadakan beberapa kali rapat koordinasi kepanitiaan dan orientasi untuk melanjutkan tugas Humas ini, dengan memperkirakan apa saja yang menjadi hambatan dan kekurangan pada *event* Bantul Ekspo tahun lalu. Sehingga dalam melaksanakan *event* Bantul Ekspo tahun 2017, panitia sudah bisa mempunyai gambaran dan tolak ukur keberhasilan dan mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

Setelah memperkirakan hambatan dan kekurangan apa saja yang akan terjadi dalam sebuah *event*, yang berikutnya dilakukan adalah penentuan tema, Dinas Perdagangan tetap melanjutkan tema pakem *event* Bantul Ekspo yang sudah digunakan bertahun-tahun sejak di dirikannya *event* tahunan tersebut, yaitu “Makaryo Mbangun Desa”, Dinas Perdagangan tidak bisa mengubah begitu saja tema yang sudah menjadi tema andalan salah satu program Pemerintah Bantul tersebut. Apalagi tema tersebut sudah melekat di mainset masyarakat Bantul, bahwa tema “Makaryo Mbangun Desa” merupakan jargon andalan *event* Bantul Ekspo tiap tahunnya.

Sedangkan untuk perencanaan waktu dan pelaksanaan, Dinas Perdagangan perlu melakukan rapat koordinasi beberapa kali untuk menyesuaikan hari jadi Kabupaten Bantul ke -186. Sejak tahun 2017, setelah Bupati mengeluarkan surat keputusan untuk melakukan pemindahan dan perubahan pejabat daerah beserta tupoksi, sesuai surat keputusan yang dikeluarkan Bagian Organisasi Sekretariat Daerah Kabupaten Bantul, mengenai Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kabupaten Bantul



(Lembaran Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2016 Nomor 12, Tambahan Lembaran Daerah Kabupaten Bantul Nomor 73). Sehingga penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo harus di orientasikan ulang kepada panitia yang baru. Dalam perencanaan anggaran, Dinas Perdagangan hanya melanjutkan anggaran dari Sekretariat Humas dan mengalokasikan dana-dana sesuai dengan kebutuhan promosi *event*, dan pelaksanaannya. Seperti yang di ungkapkan Bapak Subiyanto Hadi selaku ketua panitia *event* Bantul Ekspo 2017 sebagai berikut:

“kebetulan kami perdana sebagai penyelenggara dan penanggung jawab Bantul Ekspo untuk menggantikan Kabag Humas, untuk tahap perencanaan, penentuan tema, anggaran dan sebagainya, kami melanjutkan dari bagian humas yang lalu, Perencanaan dalam pelaksanaan kami selalu mengadakan rapat koordinasi dengan rekan secara periodik menjelang hari-H event Bantul Ekspo. Dari Januari kami sudah melakukan rapat teknis, umum, gabungan, pembentukan panitia. perencanaan lapangan, kapling lokasi masing masing SKPD, dan untuk perencanaan event, kami bekerjasama dengan pihak ketiga untuk hiburan, wahana permainan anak. Semua itu sekali lagi untuk membuat *event* ini lebih menarik mbak”.

(Wawancara dengan pada tanggal 07 Desember 2017)

Dari rapat koordinasi perencanaan, dan pelaksanaan *event* Bantul Ekspo 2017, akhirnya di tutup dengan rapat evaluasi pada akhir *event* tersebut digelar selama kurang lebih sepuluh hari. Rapat evaluasi tersebut di adakan pada 29 Agustus 2017 di gedung pertemuan kantor kecamatan Sewon, Bantul. Rapat evaluasi dihadiri oleh sekretaris kecamatan Sewon Anton Yulianto, Muspika kecamatan Sewon, Kasi Eksbang kecamatan Sewon Wahyudi, panit II Shabara Polsek Sewon Iptu Suyatno juga turut mewakili Kapolsek Sewon menghadiri kegiatan rapat evaluasi pelaksanaan *event* Bantul Ekspo 2017, di gedung pertemuan kantor kecamatan Sewon perwakilan lurah dari masing masing desa serta dihadiri tamu undangan kurang lebih 25 orang.

“kami juga mengadakan rapat evaluasi setelah penutupan *event* Bantul Ekspo 2017, tanggal 29 Agustus di Kantor Kecamatan Sewon, dihadiri oleh bapak Anton Yulianto, Muspika kecamatan Sewon, Kasikabang kecamatan Sewon

pak Wahyudi, panit II Shabara Polsek Sewon pak Iptu serta perwakilan lurah dari masing masing desa serta dihadiri tamu undangan kurang lebih 25 orang itu disana mbak.”

Sekretaris kecamatan Sewon anton Yulianto mengucapkan banyak terima kasih atas kerja samanya, partisipasi dan kerja keras Dinas Perdagangan sebagai penyelenggara dan semua pihak yang terkait dalam melancarkan *event* Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul tersebut. Sehingga kegiatan Bantul Ekspo 2017 dapat terlaksana dengan sukses. Bantul Expo sendiri digelar dari tanggal 28 juli 2017 sampai dengan 06 Agustus 2017 di Pasar Seni Gabusan dibuka oleh Gatot Saptadi, Asisten Perekonomian dan Pembangunan Sekda DIY yang mewakili Gubernur DIY dan di tutup oleh Bupati Bantul Drs.H Suharsono.

“Saat pelaksanaanya, Stan kita, kecamatan Sewon berhasil meraih juara 3 dari semua stan yang ikut dalam Bantul Ekspo 2017. Kesuksesan dalam penyelenggaraan Bantul Exspo 2017 berkat kerjasama serta koordinasi yang baik dari seluruh panitia dan peserta Bantul Exspo. Terlihat dengan begitu antusiasnya warga masyarakat datang serta besarnya transaksi dalam penyelenggaraan kegiatan Bantul Exspo 2017, berkaca dari kekurangan dan kelebihan dalam penyelenggaraan tersebut semoga kedepanya akan lebih baik.”

(sumber : Humas Polsek Sewon, [www.tribatanewsbantul.com](http://www.tribatanewsbantul.com), diakses tanggal, 20 Februari 2018)

Dengan jumlah peserta terdiri dari stand organisasi perangkat daerah atau OPD sebanyak 31 unit, stand Kecamatan 17 unit pedagang kaki lima sebanyak 194 unit berlangsung dengan sukses dengan pengamanan personil Polsek sewon.

#### **4. Promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan**

Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul mempunyai tugas untuk menginformasikan kepada khalayak tentang *Event* Bantul Ekspo dimana kegiatan ini bertujuan sebagai upaya untuk memberikan wadah sekaligus sebagai media yang efektif

dalam mensosialisasikan hasil-hasil pembangunan dan meningkatkan potensi produk. Menciptakan wahana interaksi bisnis langsung maupun jangka panjang untuk menjalin kerja sama yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pembeli.

Dalam melaksanakan *Event* Bantul Ekspo Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul melibatkan masyarakat untuk dapat berpartisipasi membangun perekonomian daerah. Keterlibatan masyarakat dalam melaksanakan *event* ini adalah melalui himbauan langsung yang dilakukan oleh pihak kecamatan masing-masing kepada pemilik produk-produk usaha di wilayah Bantul. Hal ini bertujuan agar peserta dan masyarakat mengetahui dengan jelas pelaksanaan kegiatan Bantul Ekspo dari Kecamatan yang mengetahui *detail* wilayahnya. Begitupun dengan SKPD atau pihak-pihak yang lain untuk menyebarkan informasi adanya pelaksanaan Bantul Ekspo. Adapun bentuk bentuk promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul untuk meningkatkan minat pengunjung *event* Bantul Ekspo 2017 adalah sebagai berikut:

a. Promosi *event* melalui Website Dinas Perdagangan

Dinas Perdagangan menawarkan kepada Instansi / OPD / BUMN / BUMD dan Kecamatan di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul untuk berpartisipasi menjadi peserta pada Bantul Ekspo 2017 melalui promosi *event* yang dilakukan dengan langsung dipaparkan dalam website resmi Dinas Perdagangan ([www.disdag.go.id](http://www.disdag.go.id)).

“Kalau promosi *event* yang spesifik dilakukan oleh Dinas Perdagangan sendiri adalah kami sudah mencantumkan poster tema dan informasi syarat pendaftaran bagi Instansi /OPD /BUMN /BUMD, Kecamatan Kabupaten Bantul serta himbauan untuk mengunjungi dan bergabung dalam *event* yang mulai dibuka beberapa minggu sebelum hari H. Jadi promosi Dinas Perdagangan dalam website lebih fokus pada peserta stand *event* Bantul Ekspo”

Dari hasil wawancara dengan bapak Subiyanto Hadi, ditemukan bentuk promosi secara langsung pada website resmi Dinas Perdagangan, mulai tanggal 13 Juli 2017 sampai dengan 20 Juli 2017. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Panitia menyediakan kapling tenda ukuran 4 m x 5 m.
- 2) Instansi/OPD/BUMN/BUMD di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul akan mendapat fasilitas APBD dalam bentuk 1 (satu) kapling gratis dan fasilitas daya listrik 100 watt.
- 3) Khusus untuk Kecamatan akan mendapat fasilitas APBD dalam bentuk 2 (dua) kapling gratis dan daya listrik 100 watt.
- 4) Partisi kapling dan Bola lampu beserta kelengkapannya disediakan sendiri oleh peserta.
- 5) *Display*/penataan kapling diharapkan menyesuaikan dengan tema Bantul Ekspo 2017.

Berikut adalah Poster pada Beranda website Dinas Perdagangan Kabupaten

Bantul :

Gambar 3.2 Website Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul



Sumber: [www.disdag.go.id](http://www.disdag.go.id) (diakses tanggal, 28 Februari 2018)

<https://perdagangan.bantulkab.go.id/berita/8-bantul-ekspo-2017>

b. Promosi *event* melalui Website Pemerintah Daerah Kabupaten bantul

Peran dan fungsi pemerintah dalam kerangka mensosialisasikan kebijakan dan informasi yang cepat sangat mutlak diperlukan. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan membuat suatu portal website. Dengan adanya website, informasi, komunikasi, dan transaksi antara masyarakat dan pemerintah dilakukan via internet. Artinya, pelayanan pemerintah pada masyarakat menjadi sangat cepat, service dan informasi dapat disediakan 24 jam sehari, tujuh hari dalam seminggu. Informasi dapat dicari dari kantor, rumah, bahkan mobile dimanapun tanpa harus hadir secara langsung.

Pada perkembangannya fungsi website diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi yang bersifat pasif, namun diharapkan bisa bersifat dinamis, sehingga fungsi dan peran website menjadi dua arah dan timbul efek timbal balik. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam proses pemerintahan yang diyakini akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, transparansi serta akuntabilitas

penyelenggaraan pemerintahan. Dengan terwujudnya website yang bersifat dinamis, diharapkan akan diperoleh aliran informasi yang optimal antara pemerintah-masyarakat dan sebaliknya, sehingga masyarakat akan terbangun rasa memiliki dan rasa kebutuhan akan website tersebut sebagai penyambung aspirasinya. Seiring dengan itu dengan adanya kemanfaatan website tersebut akan semakin meningkatkan efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan pemerintahan. Misalnya membantu mempromosikan *event* Pemerintah seperti *event* Bantul Ekspo.

Selain promosi *event* yang dilakukan melalui website Dinas Perdagangan, website Pemerintah Kabupaten Bantul juga memiliki website yang selalu mengelola setiap kegiatan yang terkait dengan program dan pelaksanaan serta isu-isu mengenai Pemerintahan Kabupaten Bantul. Headline yang tertera pada promosi yang di posting pada Rabu Pahing, 26 Jul 2017 14:27 WIB tertulis “Hadirilah!!! Semarak Bantul Ekspo 2017”, pada laman Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul disini Diskominfo yang bertugas menangani dan mengelola akun website Pemerintah Daerah membantu dalam menginfokan dan bekerjasama dengan Dinas Perdagangan untuk mempromosikan *event* Bantul Ekspo 2017.

“Pemda Bantul kan juga punya website mbak, yang bantulkab.go.id, itu website pusat yang mengelola adalah Dinas Kominfo, jadi apapun informasi mengenai kebijakan pemerintah, pelaksanaan program dan sebagainya akan di publish disana. Hal ini ya sangat membantu Dinas Perdagangan karena website Pemkab sendiri langsung menginformasikan promosi *event* Bantul Ekspo yang di selenggarakan oleh Dinas Perdagangan, begitu mbak”

Seperti yang di jelaskan dalam wawancara, bahwa Dinas Kominfo turut menginformasikan program Pemerintah yang di selenggarakan Dinas Perdagangan melalui website Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul. Berikut ini adalah promosi *event* yang di publikasikan di beranda, dalam website website Pemerintah Daerah

Kabupaten Bantul juga melampirkan sebuah video singkat mengenai semarak *event* Bantul Ekspo yang akan digelar.

Gambar 3.2 Website Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul



Sumber: <http://bantul.go.id> (diakses tanggal 28 Februari 2018)

c. Promosi *event* melalui media cetak dan media online

Banyak cara untuk melakukan promosi *event*, salah satunya yaitu dengan memanfaatkan media promosi cetak. Walaupun era teknologi informasi mengarahkan khalayak pada penggunaan media internet, namun media promosi *event* cetak masih tetap bertahan. Alasannya, media cetak mempunyai kelebihan yang tak dimiliki oleh media internet. Misalnya, media promosi *event* pada media cetak lebih mudah diakses dibandingkan dengan media internet. Bentuk media promosi cetak sangatlah beragam. Setiap media promosi cetak mempunyai kelebihan dan kekurangan, sehingga pemasar perlu mengkombinasikan antara media satu dengan media yang lainnya. Variasi penggunaan media promosi dapat memaksimalkan penyampaian pesan-pesan merek kepada khalayak sasaran. Beberapa pertimbangan pemilihan media promosi cetak di antaranya yaitu jumlah anggaran, karakteristik produk, dan khalayak sasaran yang ingin dituju.

Media cetak berupa surat kabar pun masih menjadi pilihan efektif bagi Dinas Perdagangan dalam mempromosikan *event* Bantul Ekspo, setidaknya promosi *event* tersebut akan dimuat beberapa minggu hingga beberapa hari sebelum hari-H *event* berlangsung. Promosi yang dimuat dalam surat kabar berupa gagasan pengingat atau himbauan untuk mengunjungi *event*. Promosi dibuat dalam bentuk gambar-gambar terkait Bantul Ekspo yang dapat menarik minat pembaca. Selain media cetak Dinas perdagangan juga bekerjasama untuk mempromosikan *event* tersebut bersama media berita online, dengan cara mengundang beberapa media lokal Jogja untuk meliput dan mengadakan konferensi pers media untuk mempromosikan *event* Bantul Ekspo 2017, seperti Harian Jogja, Selasar, [Kedaulatan Rakyat](#), Solo Pos, Tribun jogja dan lain-lain. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM.

“kami tetap melakukan promosi *event* pada media-media cetak dan online lokal, seperti Harian Jogja, Selasar, [Kedaulatan Rakyat](#), Solo Pos, Tribun jogja dan lainnya. Dan kami terbitkan kurang lebih beberapa minggu hingga hari H pelaksanaan.”  
(Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, pada tanggal 07 Desember 2017)

Berikut ini adalah beberapa telusuran data peneliti mengenai berbagai media lokal cetak dan online yang memberitakan *event* Bantul Ekspo 2017, sebagai berikut :

Gambar 3.4 Promosi *Event* Bantul Ekspo melalui media Online





Sumber : [www.harianjogja.com](http://www.harianjogja.com) (diakses tanggal 30 Februari 2018)

Link: <http://www.harianjogja.com/baca/2017/07/28/hari-ini-bantul-expo-dibuka-837824>

Seperti hasil wawancara yang peneliti lakukan, bahwa Dinas Perdagangan melakukan berbagai macam promosi melalui media cetak dan media online. Dengan melakukan konferensi pers kepada media untuk meliput. Menurut analisis yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa di era moderen seperti saat ini, promosi *event* memang sangat efektif dilakukan melalui media-media online, selain mudah di akses, jangkauannya juga lebih luas.

### 3.5 Promosi *event* Bantul Ekspo melalui media Online



Sumber : [www.tribunjogja.com](http://www.tribunjogja.com) (diakses tanggal, 28 Februari 2018)

Link: <http://jogja.tribunnews.com/2017/07/28/bantul-expo-2017-resmi-dibuka-sore-ini>

Berbagai media online juga memberitakan berbagai kegiatan pembukaan *event* Bantul Ekspo 2017. Berita pembukaan *event* Bantul Ekspo 2017 yang di beritakan melalui sebuah media online Solo Pos juga turut mempromosikan *event* yang tengah berlangsung tersebut. Sebagai berikut :

Gambar 3.6 Promosi *event* Bantul Ekspo melalui media Online



Sumber : [www.solopos.com](http://www.solopos.com) (diakses tanggal 28 Februari 2018)

Link: <http://old.solopos.com/2017/07/28/hari-ini-bantul-expo-dibuka-837824>

d. Promosi *event* melalui Siaran Radio dan Dialog Interaktif TVRI

Promosi *event* yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten juga tidak luput dari sasaran para pendengar radio, Dinas Perdagangan melakukan promosi *event* melalui siaran di radio RRI dan radio lokal Jogja serta dialog interaktif di TVRI pada program acara Taman Gabusan. Pemerintah Kabupaten Bantul menyapa pemirsa Yogyakarta melalui program acara “Taman Gabusan”. Taman Gabusan merupakan acara bincang-bincang (*talkshow*) yang digagas oleh Pemerintah Kabupaten Bantul untuk mengkomunikasikan secara luas kegiatan pemerintah dengan masyarakat. Dipandu oleh presenter TVRI Yogya, Vera Mita, acara yang berdurasi satu jam ini menghadirkan narasumber terkait seperti Bapak Subiyanto Hadi selaku ketua panitia pelaksanaan Bantul ekspo 2017.

Gambar 3.18 Promosi *event* melalui Dialog Interaktif TVRI



Sumber : Dokumentasi Taman Gabusan Dinas Perdagangan

Siaran Tv tersebut mampu memberikan informasi dan mengingatkan audiens dalam *event* Bantul Ekspo 2017. Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM.

“kami juga selalu mengingatkan pemirsa melalui siaran iklan di RRI meski hanya beberapa detik ya, disitu tujuan kami hanya sebagai pengingat bahwa *event* Bantul Ekspo sedang berlangsung, dan Taman Gabusan di TVRI, terkait pelaksanaan program tahunan milik Pemerintah”

(Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, pada tanggal 07 Desember 2017)

e. Promosi *event* melalui Jejaring Sosial Media dan pihak terkait

Media sosial bukan hanya merupakan situs untuk berbagai orang dari penjuru dunia bertemu. Media sosial kini menjadi sebuah tempat promosi tertarget yang sangat potensial. Menjadikan media sosial sebagai sarana promosi usaha merupakan pilihan tepat yang dapat menghemat biaya operasional dalam promosi *event*.

Media sosial memiliki kelebihan sebagai sebuah sarana promosi *event*. Media sosial merupakan situs interaksi sosial secara maya yang bersifat gratis. biaya operasional bisnis Anda pun dapat ditekan. Media sosial juga memungkinkan

promosi bisnis yang tertarget pada konsumen tertentu. Media sosial juga memungkinkan komunikasi dua arah yang mudah dilakukan. media sosial ini pun merupakan tren yang sangat mendunia dalam beberapa tahun belakangan ini. dengan menggunakan media sosial, hubungan jangka panjang antara Anda dan konsumen dapat terjaga dengan baik dan mudah.

“Dinas Perdagangan juga bekerjasama dengan pihak-pihak terkait mbak dalam mempromosikan *event* ini. Misalnya saja BANK BPD, PG.MADUKISMO, DINSOS, DISKOMINFO, POLRES BANTUL, DINAS PARIWISATA, DISHUB, BALAI PEMUDA DAN OLAHRAGA DIY, RUKUN PAJANGAN, masing masing SKPD dan pemilik UMKM yang akan turut serta dalam meramaikan Bantul Ekspo 2017 melalui promosi *event* yang di lakukan melalui jejaring sosial. Jejaring sosial yang digunakan seperti Facebook, Youtube, twitter, dan Instagram dengan hastag #BantulEkspo2017. “

(Wawancara dengan Bapak Subiyanto Hadi, MM, Ketua Panitia Bantul Ekspo 2017)

Promosi *event* melalui jejaring sosial juga tidak luput dari kegiatan yang dilakukan Dinas Perdagangan untuk menarik minat pengunjung *event* Bantul Ekspo 2017. Selain itu, Dinas Perdagangan juga bekerjasama dengan pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan promosi *event* Bantul Ekspo 2017. Melalui promosi *event* yang di lakukan melalui jejaring sosial. Jejaring sosial yang digunakan seperti Facebook, Youtube, twitter, dan Instagram dengan hastag #BantulEkspo2017.

Berikut adalah salah satu contoh promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan melalui pihak terkait melalui postingan berita yang di publish di website Humas Polsek Pajangan yang di dapatkan oleh peneliti.

Gambar 3.7 Promosi *event* Bantul Ekspo melalui pihak terkait



Sumber : Humas Polsek Pajangan (diakses 28 Februari 2018)

Link: <https://humas-polsekpajangan.blogspot.com/2017/07/stan-kec-pajangan-bantul-ekspo-2017-di.html>

Gambar 3.20 Promosi *event* Bantul Ekspo melalui instagram



Sumber : instagram @visitpajangan (diakses tanggal 28 Februari 2018)

Link : <https://www.instagram.com/p/BXSpfGUBUNM/?hl=en&taken-by=visitpajangan>

Promosi *event* yang dilakukan melalui sosial media instagram memang menjadi hal yang punya daya tarik tersendiri bagi para pengunjung khususnya anak muda.

Beberapa stand kecamatan membuat berbagai lokasi photobooth untuk menarik minat pengunjung agar dapat memenangkan lomba stand terbaik yang di adakan Dinas Perdagangan. Para pengunjung diminta menambahkan hastag #Bantulekspo2017#visitpajangan. Dalam sebuah wawancara, bapak Subiyanto Hadi menjelaskan keterkaitan pihak lain dalam proses promosi, sebagai berikut

“Nah setiap peserta ataupun pihak terkait pasti akan secara tidak langsung mempromosikan *event* ini melalui postingan mereka di media sosial, hari gini mbak, siapapun pasti punya media sosial.”

(Wawancara tanggal 07 Desember 2017)

Gambar 3.8 Promosi *event* melalui Facebook



Sumber : Dokumentasi peneliti, tanggal 02 Februari 2018

[https://www.facebook.com/permalink.php?id=238286192867764&story\\_fbid=1768331146529920](https://www.facebook.com/permalink.php?id=238286192867764&story_fbid=1768331146529920)

Pihak terkait seperti BPR BANK BANTUL juga ikut mempromosikan *event* Bantul Ekspo melalui facebook. Sementara vidio singkat berupa ajakan untuk mengunjungi *event* Bantul Ekspo 2017 juga turut di posting beberapa channel Youtube.

Gambar 3.9 Promosi *event* melalui Youtube



Sumber : Dokumentasi peneliti, tanggal 02 Februari 2018



Sumber : Dokumentasi peneliti, tanggal 02 Februari 2018

Link : <https://www.youtube.com/watch?v=cgGwkLDF3Vs>

Menurut hasil screenshoot yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan konten yang di tayangkan dalam promosi *event* yang di lakukan Dinas Perdagangan melalui vidio singkat berdurasi 46 detik, yang menampilkan slide slide poster himbauan, denah *event*

Bantul Ekspo 2017, hingga berbagai rundown acara hiburan. Tayangan promosi *event* tersebut baru di lihat sebanyak 310 kali penayangan dalam channel youtube Rahchmanto Zein salah satu panitia pelaksanaan *event* Bantul Ekspo 2017.

Gambar 3.10 Promosi *event* melalui twitter



Sumber : Dokumentasi peneliti, tanggal 10 Maret 2018

Link : <https://twitter.com/nikenrahmaw/status/892396180524613633>

Postingan Niken Rahmawati salah seorang panitia penyelenggara juga turut memposting berbagai kegiatan *event* Bantul Ekspo 2017. Menurut peneliti metode promosi dengan pihak terkait ini bisa lebih luas menjangah publik. Terlebih jika pengemasan postingan menarik.

f. Promosi *event* melalui Brosur

Promosi dapat dilakukan dimana saja dan melalui media apa saja. Banyak jenis promosi yang dapat diterapkan dalam bisnis maupun sebuah *event*. Meskipun kini teknologi sudah sangat maju dan berkembang, dimana segala hal dapat dilakukan dengan cepat dan praktis termasuk dalam berpromosi. Namun promosi secara konvensional seperti menyebar brosur dan pamflet masih menjadi salah satu



pilihan Dinas Perdagangan dalam mempromosikan *event* Bantul Ekspo 2017. Brosur sendiri adalah media promosi yang cukup efektif untuk promosi *event*. Efektif karena brosur tidak memerlukan biaya pembuatan yang terlalu besar namun mampu meyakinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Brosur juga biasanya terdiri lebih dari 2 sampai 4 halaman tergantung dengan keperluan masing-masing usaha untuk berpromosi. Dengan cukup besarnya space yang ada dalam brosur membuat lebih leluasa untuk mendeskripsikan *event* Pemerintah dalam menarik minat pengunjung. Dalam pembuatan brosur juga bisa leluasa untuk menentukan desain atau layout yang lebih fresh dari tahun sebelumnya. Kemudian melakukan Penyebaran brosur di kawasan tertentu, terutama pada kawasan Daerah Kabupaten Bantul, bentuk brosur untuk promosi *event* Bantul Ekspo 2017 sebagai berikut:

Gambar 3.11 Brosur promosi *event* Bantul Ekspo 2017

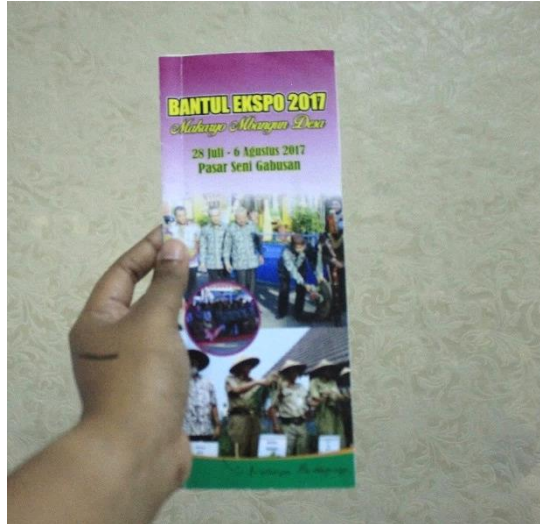


Sumber : Dokumentasi peneliti, tanggal 17 Januari 2018

Promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan dalam bentuk Brosur ini terbilang sangat informatif dan lengkap, bentuk desain brosur yang dibuat membentuk persegi empat, memiliki tiga sisi lipat bolak-balik, panjang brosur 27x27cm, full colour dominasi ungu, kuning dan hijau. Sesuai dengan tema pada gardu Bantul Ekspo di

Taman Gabusan, dilengkapi dengan beberapa gambar-gambar kegiatan *event* Bantul Ekspo.

Gambar 3.12 Brosur promosi *event* Bantul Ekspo 2017



Sumber : Dokumentasi Peneliti, tanggal 28 Februari 2018

Dalam brosur promosi *event* Dinas Perdagangan menjelaskan sekilas *event* Bantul Ekspo tahun 2017, menjelaskan Tema “Makaryo Mbangun Desa, Kita Wujudkan Masyarakat Bantul yang Sehat Cerdas dan Sejahtera”, tertera juga Tanggal dan tempat pelaksanaan *event* pada bagian atas brosur, 28 Juli – 06 Agustus 2017 di Pasar Seni Gabusan. Bahkan dalam brosur, Dinas Perdagangan meletakkan point point singkat untuk menggambarkan *event* Bantul Ekspo. Seperti Lokasi Bantul Ekspo 2017 beserta denah, dan waktu buka pukul 09.00 WIB sampai dengan 21.00 WIB setiap hari, serta biaya masuk Gratis bagi pengunjung Bantul Ekspo 2017.

Gambar 3.13 Detile Brosur promosi *event* Bantul Ekspo 2017



Sumber : Dokumentasi Peneliti, tanggal 28 Februari 2018

Dalam brosur promosi *event* yang dibuat Dinas Perdagangan tersebut juga terdapat gambar yang menunjukkan kegiatan menarik lainnya, seperti berbagai panggung hiburan yang disediakan, menampilkan lebih dari 125 grup kesenian Kabupaten Bantul, kesenian tradisional yang berbasis budaya lokal. Sementara panggung kesenian berlangsung mulai pukul 19.00 WIB – 12.00 WIB dan 18.00 WIB sampai 22.00 WIB, diisi oleh para pegiat kesenian daerah, mulai dari melibatkan siswa siswi Kabupaten Bantul hingga para pegiat seni, seperti tari daerah, djatilan, hingga wayangan. Berbagai lomba-lomba yang diadakan Dinas Perdagangan juga menjadi daya tarik bagi pemilik Stand-Stand peserta dalam bersaing mempromosikan stand dengan berbagai cara yang unik, seperti salah satu kecamatan Pajangan menampilkan photobooth untuk pengunjung. Selain untuk menarik minat pengunjung dengan berbagai foto yang dilampirkan pada brosur, kali ini Dinas Perdagangan mengadakan wahana permainan dan hiburan yang membuat suasana *event* Bantul Ekspo semakin meriah.

Gambar 3.14 Detile Brosur promosi *event* Bantul Ekspo 2017



Sumber: Dokumentasi Peneliti (tanggal 28 Februari 2018)

Gambar 3.15 Detile Brosur promosi *event* Bantul Ekspo 2017



Sumber : Dokumentasi Peneliti (tanggal, 28 Februari 2018)

Menurut brosur yang peneliti dapatkan langsung dari Dinas Perdagangan ternyata brosur ini tidak disebarakan menyeluruh. Hal ini seperti yang di ungkapkan oleh bapak Subiyanto Hadi dalam wawancara sebagai berikut :

“Untuk brosur kami nggak mencetak banyak sih mbak, hanya beberapa sebagai formalitas informasi kepada beberapa daerah dan terutama kawasan Bantul.”  
(wawancara 07 Desember 2017)

Menurut pendapat dari peneliti, media brosur dalam promosi *event* yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan hanya berupa formalitas untuk di bagikan pihak pihak tertentu. Sementara promosi *event* melalui brosur tidak bisa menjangkau khalayak luas, karena karena tidak semua masyarakat akan mengetahui dan kebagian brosur promosi *event* Bantul Ekspo 2017 tersebut.

g. Promosi *event* melalui Baliho

Selain Promosi *event* melalui brosur, Dinas Perdagangan juga melakukan pemasangan spanduk jalan dan baliho di beberapa titik terutama wilayah kabupaten Bantul, salah satunya di daerah Kasihan Bantul, Sonosewu. Sebagai berikut:

Gambar 3.16 Baliho promosi *event* Bantul Ekspo 2018



Sumber : Dokumentasi peneliti, tanggal 17 Januari 2018

Menurut hasil wawancara dengan informan, Bapak Subiyanto Hadi, promosi *event* juga dilakukan melalui Baliho, akan tetapi pemasangannya tidak lama, hanya beberapa waktu menjelang *event* Bantul Ekspo berlangsung.

“kalau baliho, kami juga bikin mbak, ada beberapa titik, seperti di persimpangan PSG, daerah Pajangan, Sonosewu, daerah pasar Imogiri, tapi baliho ini gak lama mbak, sekitar sebulan pemasangannya”.  
Wawancara pada 07 Desember 2017

## **5. Pelaksanaan Event Bantul Ekspo 2017**

Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul disini hanya berperan sebagai pelaksana dan penyelenggara dalam aktivitas *event* Bantul Ekspo 2017. Tidak menentukan berapa jumlah target sasaran baik jumlah peserta maupun jumlah stand dalam kegiatan Bantul Ekspo. Hal yang paling penting agar pesan dari kegiatan tersebut tersampaikan maka pelaksanaan pameran dan promosi potensi dan pembangunan daerah harus diselenggarakan sesuai dengan tujuan awal. Sekaligus sebagai media yang efektif untuk mensosialisasikan hasil-hasil pembangunan. Menciptakan wahana interaksi bisnis langsung maupun jangka panjang untuk menjalin kerja sama yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pembeli. Dalam hal ini sektor yang menjadi potensi unggulan dalam *Event* Bantul Ekspo adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah dengan berbagai produk khas Bantul, sebagai berikut :

### **a. Kerajinan**

Kabupaten Bantul memiliki beberapa kerajinan khas diantaranya ada kerajinan rajut dan kerajinan batik khas Bantul. yang unik dan banyak menarik perhatian wisatawan.

#### **i. Kerajinan Rajut**

Kerajinan rajut yang dikelola oleh Produk UMKM Kecamatan Bambanglipuro Kabupaten Bantul menjadi daya tarik tersendiri baik wisatawan

lokal maupun manca Negara. Beberapa hasil rajut yang dibuat adalah tas, sepatu, dompet, dll. Berikut gambar kerajinan rajut khas Bantul.

Gambar 3.17 Produk Rajut

Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan, tanggal 07 Agustus 2017



Dari hasil dokumentasi yang diperoleh oleh peneliti, beberapa produk rajut lokal juga turut mewarnai *event* Bantul Ekspo untuk mempromosikan hasil karya UMKM masyarakat Bantul. Seperti salah satu produk rajut Sepatu yang di pasarkan oleh salah satu pemilik UMKM asal Kecamatan Pajangan ini.

## ii. Kerajinan Batik

Batik merupakan warisan budaya nusantara (Indonesia) yang mempunyai nilai dan perpaduan seni yang tinggi. Keahlian membuat batik kemudian menjadi warisan turun temurun dalam masyarakat Bantul. Keinginan para pengrajin batik untuk ikut juga memakai baju batik, membuat mereka menciptakan motif batik khas bantul. Berikut gambar dari hasil dokumentasi Dinas Perdagangan yang bisa di dapatkan peneliti, sebagai berikut :

Gambar 3.18 Produk UMKM Motif Batik



Sumber : Dokumentasi penelitian, 07 Desember 2017

b. Kuliner

Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tak bisa dipisahkan. Karena setiap orang membutuhkan makanan untuk sehari-hari. Mulai dari makanan yang sederhana hingga makanan yang berkelas tinggi dan mewah. Hasil olahan dari masakan yang berupa lauk pauk, makanan, dan minuman memiliki cita rasa tersendiri, sehingga setiap daerah memiliki tradisi kuliner yang berbeda. Berikut adalah salah satu contoh produk kuliner tradisional khas Bantul yang di jajakan oleh pemilik UMKM pada stand di *event* Bantul Ekspo 2017.

Gambar 3.19 Geplak khas Bantul



Sumber : Dokumentasi penelitian, tanggal 07 Desember 2017

Meskipun tidak ditentukan target sasaran bagi masyarakat untuk mengikuti kegiatan tersebut, tetapi Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul tetap



mengapresiasi. Sasaran target yang dicapai hanya melihat dari penuhnya stand yang disediakan. Sehingga ukuran keberhasilan kegiatan Bantul Ekspo dapat dilihat dari terpenuhinya stand peserta UMKM dan antusias masyarakat yang berkunjung untuk membeli produk tersebut. Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul juga memiliki stand yang berfungsi untuk memberikan pelayanan informasi dan memantau kondisi penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo 2017. Seperti yang dijelaskan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, selaku ketua panitia *event* Bantul Ekspo 2017, sebagai berikut:

“Ya kami memfasilitasi penyelenggaraan mbak, kemudian juga kita punya stand sendiri ya Dinas Perdagangan untuk memberikan pelayanan ke masyarakat yang terkait dengan materi atau informasi bantul ekspo itu sendiri, seperti ukur, timbang, takar dan perlengkapannya. Misalnya nih mbak, ada peserta stand yang masih kurang jelas soal lapak atau apa saja yang ketentuannya, mereka bisa langsung ke stand Dinas Perdagangan. Dari kami juga ada beberapa panitia yang bergantian shift siang dan sore.”

Berikut ini adalah gambar stand Dinas Perdagangan yang akan menjadi stand pelayanan dan informasi kepada seluruh peserta dan pengunjung *event* Bantul Ekspo 2017.

Gambar 3.20 Stand Dinas Perdagangan



Sumber: Dokumentasi Dinas Perdagangan

Selain stand pelayanan Dinas Perdagangan Kabupaten Bantul, ada pula beberapa fasilitas umum yang diberikan selama pelaksanaan *event* Bantul Ekspo 2017,

seperti yang disampaikan dalam wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, sebagai berikut :

“Kalo untuk umum, kami memberikan fasilitas keamanan dengan pihak terkait, untuk memastikan *event* ini berlangsung aman dan tertib. Hal ini juga sebenarnya untuk mengatasi berbagai masalah keamanan di area parkir khususnya mbak. Karena *event* ini berlangsung hingga malam. Selebihnya untuk berjaga jaga hal yang tidak di harapkan, supaya *event* ini bisa berjalan dengan baik.”

Gambar 3.21 Pelayanan Keamanan pada *Event* Bantul Ekspo 2017



Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan

Selain itu, berbagai kecamatan dari setiap SKPD juga mempunyai berbagai macam bentuk dan dekorasi masing masing. Seperti salah satu stand dari Kecamatan Imogiri, yang menampilkan berbagai produk usaha lokal, seperti *hand made* berupa kuliner, camilan, jamu, dan berbagai oleh oleh khas Bantul.

Gambar 3.10 Stand UMKM kecamatan Imogiri



Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan

Fasilitas umum yang diberikan juga berupa fasilitas hiburan setiap harinya.

Seperti yang dijelaskan Bapak Subiyanto Hadi dalam wawancaranya :

“Ada dua sesi hiburan, siang dan malam, kalau siang kami memberikan ruang kepada anak-anak sekolah atau pelajar untuk menampilkan hiburan, Dinas Perdagangan membuka kesempatan pentas seni dengan berbagai sekolah seperti TK, SD, SMP, SMA bahkan beberapa kampus dan komunitas pegiat seni. Seperti tari, musik. Nah kalau malamnya hiburan karawitan, wayangan. Hal ini secara tidak langsung sekaligus mempromosikan budaya daerah. Selain itu kami menyediakan tempat penyelenggara di PSG sekitar 5 hektar lebih itu mbak.”

Gambar 3.23 Pelayanan panggung hiburan



Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan

Dalam *event* yang digelar, beberapa sekolah dan kelompok seni saling unjuk bakat untuk menampilkan hiburan pagi pengunjung. Gambar diatas adalah kelompok Tari dari salah satu Sanggar di Kabupaten Bantul. Sekitar tujuh penari menghibur para pengunjung usai acara pembukaan *event* Bantul Ekspo 2017.

Gambar 3.24      Perlombaan Stand Terbaik



Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan

“Banyak kegiatan juga yang di adakan untuk mengisi sepuluh hari selama Bantul Ekspo berlangsung mbak. Selain hiburan, kami juga adakan perlombaan stand terbaik, dari situ harapan kami adalah setiap peserta stand akan berantusias untuk berkreasi menjadi membuat tiap stand punya ciri khas untuk jadi yang terbaik”  
(wawancara pada 07 Desember 2017)

Selain panggung hiburan, Dinas Perdagangan juga mengadakan berbagai lomba untuk menarik minat pengunjung, seperti yang di sampaikan Bapak Subiyanto Hadi dalam wawancaranya :

“sebenarnya secara tidak langsung perlombaan stand terbaik adalah salah satu cara kita untuk mempromosikan *event* Bantul Ekspo ini mbak, otomatis setiap stand akan berlomba menarik minat pengunjung dengan berbagai macam promosi dan dekorasi unik setiap stand mereka”  
(wawancara pada 07 Desember 2017)

Sementara itu, Dinas Perdagangan juga menyediakan lapak wahana permainan anak sebagai salah satu keunikan *event* Bantul Ekspo 2017.

“tahun 2017 ini, *event* Bantul Ekspo lebih unik dan berbeda dari tahun sebelumnya mbak, karena banyak hal hal baru yang kami masukan sebagai konten yang fresh untuk menarik minat pengunjung, seperti tahun ini baru ada wahana permainan anak, minimal kalau gak belanja masyarakat bisa ngajak keluarga bermain begitu mbak.”

Gambar 3.25 Wahana Permainan di *event* Bantul Ekspo 2017



Sumber : Dokumentasi Dinas Perdagangan (07 Desember 2017)

Menurut hasil wawancara, peneliti meminta beberapa dokumentasi wahana permainan anak di lokasi PSG *event* Bantul Ekspo 2017, dan terlihat bagaimana antusias warga khususnya anak-anak. Berikut ini adalah rundown kegiatan hiburan *event* Bantul Ekspo 2017.

Tabel 3.1  
Rundown acara hiburan *event* Bantul Ekspo 2017

Tanggal	Waktu	Kegiatan
Jum'at 28 Juli 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Campursari
Sabtu 29 Juli 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Wayang Kulit

		Bintang tamu: Ki Catur
Minggu 30 Juli 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	PGTY & Sangar Lengkung Budaya
Senin 31 Juli 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Seni Tari (Sanggar Arumsari)
Selasa 01 Agustus 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Keroncong
Rabu 02 Agustus 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Karawitan
Kamis 03 Agustus 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Sanggar Anak Tembi
Jum'at 04 Agustus 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Akustik
Sabtu 05 Agustus 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Musik Rama Media
Sabtu 06 Agustus 2017	18.00 WIB	Pentas Seni dan Tari Budaya Anak
	20.00 WIB	Pembagian Hadiah Stand

Sumber data: Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul

## 5. Evaluasi penyelenggaraan *Event* Bantul Ekspo 2017

Untuk menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Bantul menjalankan *Event* Bantul Ekspo dengan baik, perlu adanya riset dalam masyarakat maupun peserta UMKM. Tidak dapat dipungkiri bahwa dari waktu ke waktu animo masyarakat untuk tetap mengikuti dan menyaksikan Bantul Ekspo tak pernah padam, meskipun tetap terjadi peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung pada tahun tahun sebelumnya, sehingga Dinas Perdagangan bersikeras menyelenggarakan *event* tersebut semaksimal mungkin

agar minat pengunjung semakin meningkat kedepannya. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, sebagai berikut:

“karena Dinas Perdagangan baru pertama kali mengambil alih event Bantul ekspo 2017, maka yang ada dalam visi misi kami adalah tetap mensukseskan program Pemerintah ini, dengan kepengurusan dan tanggung jawab yang baru, kami mengambil banyak pelajaran dari Sekretariat Humas yang selama ini menghandle *event* Bantul Ekspo sehingga bisa dijadikan acuan dalam meningkatkan dan melakukan yang terbaik kedepannya, dan ternyata terbukti, terjadi peningkatan jumlah pengunjung dari tahun lalu ke 2017 ini, termasuk nilai transaksi yang mencapai 14,2 Miliar ini”.

(Wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, pada tanggal 07 Desember 2017)

Animo adalah salah satu hal yang tidak dapat diukur dan diketahui dari seberapa besar respon masyarakat melalui peningkatan *Event* Bantul Ekspo setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan tanggapan masyarakat yang selalu antusias dalam kegiatan Bantul Ekspo sebelum atau sesudah penyelenggaraannya. Selain tanggapan masyarakat yang berkunjung, tidak kalah pentingnya dengan tanggapan-tanggapan peserta UMKM atau pemilik produk UMKM dalam Kegiatan Bantul Ekspo. Menjalankan event Bantul Ekspo perlu adanya riset dalam peserta UMKM. Peserta UMKM mengungkapkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah sangat bagus karena dengan adanya Bantul Ekspo peserta UMKM terbantu dalam menjualkan hasil produk lokal serta menerima pesanan lebih banyak dari biasanya karena produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu juga memberikan peluang bagi masyarakat yang membutuhkan penghasilan tambahan untuk menjaga stand produk karena biasanya peserta hanya menitipkan produknya saja.

Berikut pernyataan dari informan peserta UMKM yaitu tentang *event* Bantul Ekspo yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Bantul.

“Kalau saya, sudah beberapa kali mengikuti event Bantul Ekspo ini, selain dagangan pasti laris manis, Bantul Ekspo ini memberikan wadah para masyarakat bantul berkumpul dalam acara daerah. Jadi para pemilik usaha kecil dan menengah di Bantul serasa di apresiasi oleh Pemerintah mbak. Tahun ini

bahkan menurut saya lebih menarik, karna pengunjung terasa lebih ramai, mungkin karena ada penambahan inovasi wahan bermain anak”

(Wawancara dengan Bapak Suparjo Wahadi, Bambanglipuro, Kabupaten Bantul. Pemilik produk UMKM Bakmi Jowo, pada tanggal 12 Desember 2017)

Tanggapan-tanggapan dari masyarakat menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Bantul telah menghasilkan tanggapan yang positif dengan adanya *Event* Bantul Ekspo. Dengan adanya kegiatan tersebut masyarakat berharap agar Pemerintah Kabupaten Bantul lebih banyak lagi membuat kegiatan untuk promosi potensi terutama dalam bidang UMKM. Selain tanggapan yang positif, masyarakat dan peserta UMKM memiliki harapan penuh agar kegiatan Bantul Ekspo tidak hanya memberikan keuntungan bagi usahanya saja, tetapi pada perkembangan penjualan produk lokal secara luas. Pemerintah khususnya Bagian Dinas Perdagangan dapat memberikan gambaran dan *sharing* tentang bahan-bahan produk yang ditampilkan tidak hanya melalui kegiatan Bantul Ekspo. Dengan begitu peserta dapat terbantu dari segi pemasaran dan pengadaan barang. Berikut pernyataan salah satu pengunjung *event* Bantul Ekspo 2017:

“saya sudah agak lupa, tapi beberapa kali saya datang ke Bantul Ekspo, jadi disana banyak produk yang harganya jauh lebih miring, mungkin karena banyak dari produsen pertama yang langsung membuka stand disitu, banyak juga produk lokal yang tidak kalah saing dengan produk luar. Kalau untuk tahun ini, jauh lebih menarik sih mbak, karena tahun 2017 ini Bantul Ekspo ada stand otomotifnya. Harapannya semoga kedepan Dinas Perdagangan bisa membuat *event* ini lebih menarik, misalnya bukan hanya perlombaan khusus UMKM, tapi juga melibatkan pengunjung”.

(wawancara, Sartika Ayu. Pengunjung. Pada tanggal 12 Desember 2017)

Selain tanggapan positif dari pengunjung dan pemilik UMKM, Dinas Perdagangan juga harus mengetahui bagaimana respon masyarakat tentang promosi *event* yang dilakukan untuk menarik minat pengunjung. Apakah promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan sudah bisa dikatakan berhasil sehingga dapat dimengerti



dan di pahami masyarakat. Berikut adalah wawancara yang dilakukan penulis dengan beberapa informan dari masyarakat untuk mengetahui sejauh apa promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan.

“Kalau *event* Bantul Ekspo sudah sering dengar, meskipun bukan warga asli Yogyakarta ataupun Bantul, alias rantau, tapi saya sering dengar dari beberapa cerita warga mengenai *event* tahunan pemerintah itu. Sejauh ini acaranya tetap ramai, hanya saja *event* itu terlalu kaku, mungkin karena nuansanya *event* Pemerintah Daerah. Mungkin kalau kedepannya ditambah sesuatu yang lebih fresh seperti FKY mungkin, sehingga peminatnya juga banyak yang datang dari kalangan muda”.

(wawancara, Anwar Pramana. Pengunjung. Pada tanggal 12 Desember 2017)

“Promosinya sudah baik, saya tau dari surat kabar, tapi *event* Bantul Ekspo ini promosinya masih kurang luas, seperti kita tau aja mbak, saat ini semua orang main gaded, mungkin kedepannya Dinas Perdagangan bisa memasukan iklan prabayar di instagram misalnya, karena Yogyakarta adalah kota pelajar, dimana banyak sekali kalangan muda yang bisa juga menjadi target sasaran Bantul Ekspo melalui promosi *event* di media sosial yang lebih luas”.

(wawancara, Rahmat Munsarif. Pengunjung. Pada tanggal 12 Desember 2017)

Dari beberapa tanggapan informan kalangan masyarakat, peneliti mengasumsikan berarti *event* Bantul Ekspo bukan lagi *event* baru yang sulit untuk di promosikan. Akan tetapi harus tetap dipromosikan agar pengunjung dan minat terhadap program Pemerintah ini dapat terus mencapai tujuan mengenalkan produk lokal ke dunia. Harunya bukan hanya Dinas Perdagangan yang melakukan promosi seutuhnya kepada masyarakat luas, Dinas Perdagangan hanya memberikan pelayanan dan fasilitas termasuk Promosi *event* melalui berbagai media yang sudah di jelaskan sebelumnya. Akan tetapi, pada pemilik UMKM juga ikut berpartisipasi mempromosikan produknya melalui kesempatan *event* tahunan yang di adakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul.

Pameran potensi daerah pada *event* Bantul Ekspo yang digelar Pemerintah Kabupaten Bantul pada tahun 2017 resmi ditutup pada Minggu 06 Agustus 2017

malam. Kepala Dinas Perdagangan, Subiyanta Hadi, menyebutkan, selama pelaksanaannya Bantul Ekspo telah dikunjungi sekitar 700 ribu orang dengan nilai transaksi mencapai Rp 14,2 miliar.

“*Event* Bantul Ekspo kami gelar selama sepuluh hari, mulai dari 28 Juli sampai 6 Agustus 2017. Selama penyelenggaraan Bantul Ekspo telah mencatat transaksi senilai Rp 14,2 Miliar dan pengunjung sekitar lebih dari 700 ribu orang”

(wawancara dengan Bapak Ir. Subiyanto Hadi, MM, pada tanggal 07 Desember 2017)

*Event* tahunan yang digelar di Pasar Seni Gabusan (PSG) menampung ratusan peserta diantaranya dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) berjumlah 31 stand, Kecamatan sebanyak 17 stand, Swasta dan pedagang kaki lima (PKL) sebanyak 194 stand. Dari seluruh peserta, stand-stand di bidang produk jasa, kuliner, kerajinan dan otomotif menjadi buruan para pengunjung. Nilai transaksi, kata dia, untuk tahun ini mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2016 yang hanya Rp sekitar 12 miliar. Sebelumnya panitia menargetkan nilai transaksi Bantul Ekspo 2017 sebesar Rp 13 miliar, namun dalam realisasinya mencapai Rp 14 miliar lebih. Menurutnya, nilai transaksi paling besar terletak di stand otomotif baik mobil maupun sepeda motor. Dari hasil evaluasi sementara, jumlah pengunjung dalam penyelenggaraan Bantul Ekspo tahun ini mengalami kenaikan. Sedangkan untuk pengelolaan parkir pengunjung, pihaknya bekerja sama dengan masyarakat sekitar.

Berikut ini adalah laporan transaksi dari Dinas Perdagangan tentang peningkatan jumlah pengunjung pada *Event* Bantul Ekspo 2017, dimana dalam penyelenggaraan *Event* Bantul Ekspo mengalami peningkatan pengunjung dan transaksi sebagai berikut :

Tabel 3.2

**DAFTAR TRANSAKSI PENJUALAN PESERTA *EVENT* BANTUL EKSPLO  
2017**

NO	NAMA	TRANSAKSI PENJUALAN ( Rp )	
		LANGSUNG	PESANAN
1	BANK BPD	-	-
2	PD. BPR BANK BANTUL	-	-
3	BANK BRI	-	-
4	BANK MANDIRI	-	-
5	BANK BNI	-	-
6	PG. MADUKISMO	52.375.000	25.500.000
7	BULOG	-	-
8	SEWON	64.300.000	10.060.000
9	IMOGIRI	32.750.000	7.040.300
10	KRETEK	35.250.000	5.076.000
11	PAJANGAN	31.400.000	9.760.000
12	BAMBANGLIPURO	27.400.000	5.660.000
13	PUNDONG	54.700.000	15.043.000

Tabel 3.2

**DAFTAR TRANSAKSI PENJUALAN PESERTA *EVENT* BANTUL EKSPLO 2017**

14	BANGUNTAPAN	23.200.000	8.036.000
15	SRANDAKAN	45.700.000	6.040.000
16	PIYUNGAN	35.350.000	1.569.000
17	SEDAYU	32.650.000	6.000.000
18	SANDEN	28.500.000	4.700.000
19	PLERET	42.000.000	6.098.000

20	DLINGO	44.500.000	17.000.000
21	BANTUL	29.250.000	5.200.000
22	KASIHAN	34.500.000	6.000.000
23	JETIS	29.750.000	4.080.000
24	PANDAK	32.100.000	7.500.000
25	D L H	7.300.000	3.000.000
26	ORGANISASI DISFABEL BTL	9.250.000	4.250.750
27	DINSOS	15.450.000	5.000.000
28	BAG. ADM. PEMBANGUNAN	-	-
29	DIN. PERPUS & KEARSIPAN	-	-
30	DIPERTARU	-	-
31	DISNAKERTRANS	9.330.000	4.360.000
32	UTP. METROLOGI (DINAS PERDAG)	-	-
33	DINAS PENDPORA	7.090.000	2.500.000

Tabel 3.2

**DAFTAR TRANSAKSI PENJUALAN PESERTA *EVENT* BANTUL EKSP0 2017**

34	DISPENDUK (DPPKB PMD)	8.000.000	3.980.000
35	BAG. ADM. PEREKONOMIAN	-	
36	DINAS PARIWISATA	-	
37	DINKES	-	
38	DISKOMINFO	-	
39	DPMPPT	-	
40	DISPENDUKCAPIL	-	
41	DPU PKP	-	
42	POLRES BANTUL	-	

43	RSUD P. SENOPATI	-	
44	BKAD	-	
45	DPRD	-	
46	DISHUB	-	
47	BPBD	-	
48	KUKMP	13.200.000	3.560.000
49	DEKRANASDA	10.637.000	4.570.000
50	DIPERTAUTKAN	11.500.000	3.650.000
51	PPB GUYUB RUKUN	12.850.000	2.240.000
52	BALAI PEMUDA & OLAHRAGA DIY	6.000.000	
53	BALAI PENGEMB. TEKNOLOGI & TEPAT GUNA DIY	-	

Tabel 3.2

**DAFTAR TRANSAKSI PENJUALAN PESERTA *EVENT* BANTUL EKSPLO 2017**

54	MOSIUM SONOBUDOYO DIY	-	
55	RUTAN PAJANGAN	17.355.000	
56	S R G	14.700.000	
	<b>JML</b>	<b>818.337.000</b>	<b>187.473.050</b>

	<b>UMUM/ SWASTA</b>		
	OTOMOTIF	1.470.000.000	945.000.000
	Elektronik	675.600.000	165.800.000
	PAKAIAN	2.350.000.000	-
	PERMAINAN	850.000.000	-
	PKL (p. Kecil)	1.750.000.000	-
	Kuliner	3.350.000.000	1.625.000.000
	Kerajinan	1.850.000.000	863.000.000

	Mebel	967.000.000	430.023.000
	<b>JML</b>	<b>13.262.600.000</b>	-
	<b>TOTAL</b>	<b>14.080.937.000</b>	<b>187.473.050</b>
	<b>Jml Total</b>	<b>14.268.410.050</b>	

**Koord. Seksi Pameran *Event* Bantul Ekspo 2017**

**Ir. Suryono, M.Si**

(Sumber: Laporan Data Dinas Perdagangan, tanggal 07 Desember 2017)

**B. Pembahasan**

Setelah peneliti melakukan penyajian data mengenai penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan menganalisis Promosi *Event* Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam Upaya Meningkatkan Minat Pengunjung Pada *Event* Bantu Ekspo Tahun 2017 serta faktor pendukung dan penghambatnya. Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam tugas pokok dan fungsi sub bagian pengelola *event* Bantul Ekspo 2017 dan promosi mendapatkan peralihan salah satu tugas dalam melaksanakan pameran dan promosi potensi dan pembangunan daerah. Sesuai dengan penelitian ini yang berada dalam pelaksanaan pameran dan promosi potensi daerah, maka Dinas Perdagangan berupaya untuk menjadikan *event* Bantul Ekspo tahun 2017 ini menjadi *event* tahunan yang sedikit berbeda dari tahun-tahun sebelumnya, Dinas Peragangan berupaya memberikan pelayanan dan wajah baru pada *event* tahunan tersebut agar tidak terkesan membosankan yaitu dengan melaksanakan Promosi *event* adanya konten konten yang menarik perhatian pengunjung.

*Event* Bantul Ekspo merupakan *event* yang tadinya dilaksanakan Bagian Humas Pemerintah Kabupaten Bantul, tetapi mulai tahun 2017 *event* tersebut diteruskan dan

dikelola oleh Dinas Perdagangan dan melibatkan masyarakat Bantul dalam pelaksanaannya. Tugas pokok Dinas Perdagangan adalah sebagai tata kelola perdagangan, ekspor komoditas, serta meningkatkan daya saing pasar, tentu saja program Pemerintah ini akan lebih sesuai dikendalikan oleh Dinas yang terkait dengan konten program tersebut. Sehingga semua informasi dan sosialisasi dapat tersampaikan kepada masyarakat untuk mencapai tujuan utama Pemerintah Kabupaten Bantul dalam *event* Bantul Ekspo, yaitu memiliki daya saing produk mendunia. Dinas Perdagangan bukan saja memiliki tanggung jawab pengelolaan dalam penyelenggaraan event tersebut, tetapi bagaimana Dinas Perdagangan mampu mempromosikan *event* tersebut agar menarik minat pengunjung, karena tolak ukur keberhasilan suatu *event* adalah antusiasme dan peningkatan pengunjung. Berikut analisis peneliti terkait penelitian di Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul.

### **1. Deskripsi *Event* Bantul Ekspo 2017**

*Event* adalah sebuah tipe lain dalam promosi yang dalam tahun-tahun belakangan ini sering digunakan dalam pemasaran. *Event* adalah tipe promosi yang sering digunakan perusahaan atau menghubungkan sebuah merek pada suatu acara atau sebuah pesta yang tematik yang mana dikembangkan dengan tujuan untuk menciptakan suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan suatu produk atau jasa tersebut. (Belch,2009).

Menurut Any Noor (2009:13) menyatakan *event* memiliki beberapa karakteristik karena setiap penyelenggaraan *event* harus memiliki ciri tersendiri. Bagaimanapun karakteristik *event* hampir sama dengan pelayanan yang diberikan oleh industri pelayanan lainnya. Berikut adalah karakteristik yang mendasari dari evaluasi *event*:

#### **a. Keunikan**

Keunikan yang ada dalam *event* Bantul Ekspo 2017 kali ini adalah Dinas Perdagangan mengadakan wahana permainan anak dan berbagai stand stand baru

seperti stand otomotif yang di munculkan untuk membuat *event* Bantul Ekspo 2017 berbeda dari tahun sebelumnya.

b. Suasana dan Pelayanan

Suasana dan pelayanan merupakan karakteristik yang penting pada saat keberlangsungan *event*. *Event* Bantul Ekspo 2017 memiliki suasana dan pelayanan kondusif sesuai dengan hasil wawancara dengan informan Bapak Subiyanto Hadi.

Menurut peneliti, pendekatan dan karakteristik pada *event* harus diterapkan secara unik dan berbeda dari yang lain. Keunikan adalah suatu hal yang akan diingat oleh manusia, maka dari itu jika sebuah perusahaan/instansi mengadakan sebuah *event* hal itu harus dikemas semenarik mungkin sehingga kepuasan konsumen pun didapat. *Event* yang menarik dan unik akan mudah diingat dan tidak mudah dilupakan.

*Event* Bantul Ekspo merupakan *event* tahunan unggulan Kabupaten Bantul yang menjadi tolak ukur bagi kemajuan perkembangan industri seni kerajinan dan pariwisata yang mana dalam penyelenggaraan Bantul Ekspo ini melibatkan banyak kalangan yang ada dalam lapisan masyarakat. Bantul Ekspo (BE) merupakan *event* pameran terbesar di Kabupaten Bantul yang selalu dinanti kehadirannya oleh masyarakat Bantul. Agenda tahunan Pemerintah Kabupaten Bantul ini bukan sekedar pameran dan sosialisasi hasil-hasil pembangunan, tetapi lebih dari itu yakni memberikan ruang dan waktu bagi masyarakat Bantul untuk menampilkan potensi terbaiknya. Maka jadilah *Event* Bantul Ekspo sebagai perpaduan antara ajang pameran hasil pembangunan pemerintah dan promosi karya-karya terbaik baik bidang kerajinan, pertanian, pendidikan, maupun potensi seni budaya rakyat Bantul.

*Event* Bantul Ekspo juga Sebagai alat pemberdayaan masyarakat untuk lebih berkembang dan fungsional dalam mengelola usahanya. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam program



pembangunan nasional untuk meletakkan landasan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan. Adapun yang menjadi sasaran dalam upaya pengembangan dan pembinaan UMKM melalui *event* Bantul Ekspo, yaitu :

1. Tercapainya lapangan usaha dan lapangan kerja yang luas
2. Tercapainya peningkatan pendapatan masyarakat
3. Terwujudnya UMKM yang semakin efisien dan mampu berkembang mandiri

Fungsi Dinas Perdagangan dalam mempromosikan *event* pelaksanaan pameran melalui *Event* Bantul Ekspo 2017 adalah sebagai perpaduan antara ajang pameran hasil pembangunan pemerintah dan promosi karya-karya terbaik. Sehingga akan menciptakan kesan positif dan menguntungkan antara peserta dan *buyer* dalam transaksi produk. Fungsi Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul sudah ditetapkan dalam peraturan daerah. Pemerintah Kabupaten Bantul telah dan tetap berkomitmen untuk lebih mengedepankan aspek peningkatan daya saing dan pemberdayaan ekonomi lokal melalui pengembangan pasar tradisional dan toko tradisional. Dalam upaya menjaga kesinambungan hal tersebut, aspek permodalan, kelembagaan dan kepemilikan lahan pasar tradisional menjadi prioritas untuk ditingkatkan. Dan salah satu program Pemerintah yang diberikan sebagai salah satu pelayanan kepada masyarakat berupa wadah apresiasi adalah *event* Bantul Ekspo.

## **2. Management Event**

Management *event* dapat didefinisikan sebagai pengorganisasian sebuah kegiatan yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif. Kegiatannya meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga evaluasi. Dalam management *event*, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan kegiatan yang sesuai dengan harapan. Sangatlah diperlukan kekompakan pada setiap orang yang terlibat dalam tim. Menurut (Kennedy, 2009,)

dalam bukunya Manajemen Even, Event Management adalah bagian dari ilmu manajemen yang merancang dan mengembangkan suatu kegiatan dengan tujuan untuk mengumpulkan masyarakat di satu lokasi dan melakukan beberapa aktivitas yang sudah diatur untuk mendapatkan informasi atau menyaksikan suatu kejadian.

#### **A. Perencanaan *Event* Bantul Ekpso 2017**

Perencanaan merupakan salah satu bagian yang terpenting dari sebuah manajemen *event* agar acara dapat terarah untuk pencapaian suatu tujuan yang terlaksana secara efektif dan efisien. Menurut Noor (2009:109) langkah paling awal dalam perencanaan adalah membuat sebuah draft rencana *event*, yaitu mengumpulkan sebanyak mungkin ide yang masuk dan mengidentifikasi isu utama. Selanjutnya ide ini didiskusikan dan disusun secara sistematis oleh komite penyelenggara *event* untuk mendapat masukan dari beberapa penasihat. Setelah mendapatkan sebuah ide untuk dikembangkan dan dilaksanakan, tahap awal adalah melakukan sebuah riset, yaitu pendekatan terhadap lingkungan penyelenggara kegiatan dan pencarian informasi.

##### **1) Melakukan analisis hambatan dan peluang**

Dengan dilakukannya analisis hambatan dan peluang sebelum terselenggaranya suatu *event*, panitia Bantul Ekspo dapat memperkirakan apa saja yang akan menghambat pada saat acara berlangsung dan dapat memberikan solusi untuk memperbaiki kekurangan yang terdeteksi sebelum melakukan tahapan berikutnya.

Sesuai analisis yang dilakukan peneliti, Dinas Perdagangan telah melakukan analisis sesuai dengan teori. Dinas perdagangan melakukan

beberapa kali proses rapat koordinator untuk mengkaji hambatan, dan peluang apa saja yang dapat membuat *event* ini lebih baik.

a) Menentukan tema

Dalam penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo, Dinas Perdagangan tetap harus melakukan serangkaian tahap perencanaan sebelum sampai pada hari-H *event* tersebut berlangsung. Dinas Perdagangan mengadakan beberapa kali rapat koordinasi kepanitiaan dan orientasi untuk melanjutkan tugas Humas ini, dengan memperkirakan apa saja yang menjadi hambatan dan kekurangan pada Bantul Ekspo tahun lalu. Sehingga dalam melaksanakan *event* Bantul Ekspo tahun 2017, panitia sudah bisa mempunyai gambaran dan tolak ukur keberhasilan dan mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan.

Setelah memperkirakan hambatan dan kekurangan apa saja yang akan terjadi dalam sebuah *event*, yang berikutnya dilakukan adalah penentuan tema, Dinas Perdagangan tetap melanjutkan tema pakem *event* Bantul Ekspo yang sudah digunakan bertahun-tahun sejak di dirikannya *event* tahunan tersebut, yaitu “Makaryo Mbangun Desa”, Dinas Perdagangan tidak bisa mengubah begitu saja tema yang sudah menjadi tema andalan salah satu program Pemerintah Bantul tersebut. Apalagi tema tersebut sudah melekat di mainset masyarakat Bantul, bahwa tema “Makaryo Mbangun Desa” merupakan jargon andalan *event* Bantul Ekspo tiap tahunnya.

Berdasarkan analisis peneliti menemukan bahwa tema yang digunakan dalam *event* Bantul Ekspo 2017 ini memang sangat

sesuai, terlebih *event* ini sudah berlangsung lama, sehingga tidak bisa begitu saja Dinas Perdagangan mengubah tema yang sudah menjadi ikon *event* Bantul Ekspo ini.

b) Menentukan sasaran yang ingin dicapai

Kegiatan *event* Bantul Ekspo bertujuan untuk memberikan apresiasi bagi para pengusaha kecil menengah. Selain itu Bantul Ekspo dapat menjadi sarana hiburan, informasi pembangunan dan sebagainya. Target sasaran Dinas Perdagangan dalam *event* Bantul Ekspo merupakan seluruh masyarakat seluas luasnya, sebanyak banyaknya, terutama yang berada di Kabupaten Bantul. Melalui *event* Bantul Ekspo juga diharapkan dapat mengenalkan dan mengembangkan potensi produk lokal agar dikenal luas dan suatu saat dapat mendunia.

Menurut analisis peneliti, Dinas Perdagangan kurang mematok sasaran yang ingin di capai, karena Dinas Perdagangan lebih menargetkan kepada masyarakat Bantul. Akan tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan untuk mengenalkan *event* Bantul Ekspo kepada khalayak lebih luas.

c) Memilih waktu dan tempat

*Event* Bantul Ekspo 2017 dilaksanakan selama 10 hari, dari tanggal 28 Juli sampai 06 Agustus 2017, dan bertempat di Pasar Seni Gabusan, Jalan Parangtritis, Sewon, Timbulharjo, Kec. Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Menurut analisis peneliti, waktu yang di tentukan oleh Dinas Perdagangan sudah tepat, mengambil beberapa minggu setelah hari jadi Kabupaten Bantul ke-168 dan mengambil jadwal pada Jumat 28 Juli 2017, dan berakhir pada Minggu 06 Agustus 2017. Pengambilan jadwal ini juga berpengaruh terhadap banyaknya antusias pengunjung. Dimulai hari jumat dan berakhir pada penutupan di hari minggu yang sudah pasti akan di banjiri oleh warga karena hari tersebut merupakan weekend. Akan tetapi seperti hasil evaluasi, lokasi tempat penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo 2017 ini terbilang kecil, mungkin kedepannya jika peminat semakin ramai, lokasi penyelenggaraan di pindahkan pada tempat lain yang strategis juga lebih luas.

d) Menentukan rancangan anggaran

Rancangan anggaran menjadi hal yang sangat penting untuk mengetahui besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan *event* yang telah direncanakan. Rancangan anggaran merupakan bagian yang sangat signifikan. Sementara itu rancangan anggaran telah di rapatkan pada setiap rapat pra-*event* Bantul Ekspo secara matang.

Menurut analisis yang dilakukan peneliti, peneliti tidak menemukan jumlah pasti anggaran yang dikelola dan di anggarkan dalam *event* Bantul Ekspo 2017. Seperti yang diketahui bahwa, Dinas Perdagangan melanjutkan tugas pelaksanaan program Pemerintah. Akan tetapi hal ini harus di anggarkan secara matang

agar supaya pelaksanaan *event* berjalan sesuai harapan, dengan pengelolaan anggaran yang transparan.

e) Menyusun strategi untuk mencapai sasaran

Sebuah strategi pencapaian sasaran berkaitan erat dengan sebuah promosi penyelenggaraan sebuah *event*. Keberhasilan sebuah *event* tentunya tidak lepas dari promosi yang baik dari pihak penyelenggara. Selain berupa pamphlet, brosur dan poster, pihak penyelenggara juga menggunakan media social sebagai strategi komunikasi pemasaran (Sugianto, 2014:169). Faktor promosi ini sangat mempengaruhi kualitas dan kesuksesan sebuah *event*. Promosi yang bagus dan tepat sesuai dengan target market akan berdampak bagus pada pengunjung. Begitu pula sebaliknya, promosi yang lemah akan berdampak buruk bagi pengunjung.

Menurut analisis peneliti, tahapan perencanaan ini sudah sesuai dalam teori perencanaan *event*. Dalam mengadakan sebuah *event* yang baik dan benar, Dinas Perdagangan telah melakukan sebuah strategi untuk meningkatkan minat pengunjung melalui berbagai promosi *event* yang dilakukan berbeda dengan tahun lalu, seperti dalam pelaksanaannya, Dinas Perdagangan menambahkan berbagai konten tambahan seperti lomba-lomba dan berbagai wahana anak, penambahan lokasi stand otomotif juga menjadi daya tarik pengunjung. Hal ini menjadi salah satu strategi yang baik menurut peneliti. Karena warga akan datang untuk menikmati hiburan dan berbagai pameran.

**B. Promosi *Event* Bantul Ekpso 2017**

Menurut Indro Kimpling (2009:205) memulai publikasi atau promosi sebuah *event* perlu diaur dengan strategi sedemikian rupa agar tepat sasaran pasar. Promosi yang terlalu dini ataupun terlalu singkat justru akan menjadikan suatu *event* itu sepi dari peminatnya. Jangka waktu promosi yang ideal adalah minimal 12 hari, dan maksimal 18 hari. Pengaturan strategi pemunculan materi promosi perlu disusun dengan strategi yang tepat sasaran, antara lain:

Promosi Event Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada Event Bantul Ekspo 2017. Peneliti selanjutnya menjabarkan Promosi Event yang dilakukan Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Meningkatkan Minat pengunjung pada Event Bantul Ekspo Tahun 2017. Dengan adanya promosi tentu akan mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan karena melalui Dinas Perdagangan sebagai penyelenggara, pemerintah dapat melaksanakan penyampaian informasi pembangunan, penjelasan mengenai kebijaksanaan atau tindakan-tindakan tertentu serta kegiatan-kegiatan dalam melaksanakan kewajiban atau tugas pemerintahan.

Dari hasil penelitian penulis, adapun Promosi *Event* yang dilakukan Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Meningkatkan Minat pengunjung pada *Event* Bantul Ekspo Tahun 2017. Promosi tidak lepas dari pendokumentasian *event* baik berupa arsip berita, foto, dan film. Dokumentasi juga digunakan untuk keperluan sumber informasi yang cukup penting mengenai suatu peristiwa (*event*) dan kegiatan perusahaan lain yang kemudian dianalisis, dievaluasi, dan hingga disimpan sebagai bahan pendokumentasian. Dokumentasi berkaitan dengan kegiatan menghimpun, mengolah, menyeleksi, dan menganalisis kemudian mengevaluasi seluruh data

informasi, dan dokumen tentang suatu kegiatan, peristiwa atau pekerjaan tertentu yang dipublikasikan baik melalui media elektronik maupun cetak dan kemudian disimpan secara teratur dan sistematis.

Dari Promosi *Event* Bantul Ekspo dapat meningkatkan antusias masyarakat, tidak hanya kegiatan meningkatkan potensi produk UMKM Bantul tetapi juga memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan hiburan. Promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan dalam mengkomunikasikan program sangat diperlukan dalam menunjang sosialisasi agar sesuai dengan tujuan program pemerintah seperti memotivasi masyarakat agar mendukung kegiatan Bantul Ekspo. Berikut adalah beberapa promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan dalam meningkatkan minat pengunjung pada *event* Bantul Ekspo 2017 :

a. Promosi *event* melalui Website Dinas Perdagangan

Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul mempunyai tugas untuk menginformasikan kepada khalayak tentang *Event* Bantul Ekspo dimana kegiatan ini bertujuan sebagai upaya untuk memberikan wadah sekaligus sebagai media yang efektif dalam mensosialisasikan hasil-hasil pembangunan dan meningkatkan potensi produk. Menciptakan wahana interaksi bisnis langsung maupun jangka panjang untuk menjalin kerja sama yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan pembeli.

Dalam melaksanakan *Event* Bantul Ekspo Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul melibatkan masyarakat untuk dapat berpartisipasi membangun perekonomian daerah. Keterlibatan masyarakat dalam melaksanakan *event* ini adalah melalui himbauan langsung yang dilakukan oleh pihak kecamatan masing-masing kepada



pemilik produk-produk usaha di wilayah Bantul. Hal ini bertujuan agar peserta dan masyarakat mengetahui dengan jelas pelaksanaan kegiatan Bantul Ekspo dari Kecamatan yang mengetahui *detail* wilayahnya. Begitupun dengan SKPD atau pihak-pihak yang lain untuk menyebarkan informasi adanya pelaksanaan Bantul Ekspo.

Menurut analisis peneliti, promosi yang dilakukan Dinas Perdagangan melalui website sudah tepat. Hanya saja konten promosi *event* tidak sesuai dengan teori, dimana dalam sebuah website resmi Dinas Perdagangan masih terlalu kaku dalam mempromosikan *event* akbar ini. Terlihat jelas pada sebuah poster yang di posting untuk mempromosikan *event* Bantul Ekspo. Dinas Perdagangan tidak memperhatikan desain visual yang lebih fresh dalam websitenya. Sehingga poster dan promosi *event* ini terlihat begitu kaku, kurang menarik dan tidak actionable.

b. Promosi *event* melalui Website Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul

Website Pemerintah ini merupakan salah satu layanan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai kegiatan, maupun promosi *event* program Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul yang akan dan sudah diselenggarakan. Seperti *event* Bantul Ekspo 2017 yang dipromosikan melalui website Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul pada <http://bantul.go.id>.

Menurut analisis peneliti, Dinas Perdagangan jauh tertinggal dalam hal mempromosikan *event* melalui website resmi. Terlihat bahwa promosi *event* yang dilakukan Diskominfo dalam memberitakan *event* Bantul Ekspo lebih menarik dibandingkan poster yang tertera dalam website Dinas Perdagangan. Meskipun website

Pemerintah ini merupakan layanan informasi kepada khalayak umum, akan tetapi Dinas Perdagangan seharusnya dapat mengekspresikan promosi *event* program yang dikelola dengan baik dan lebih menarik.

c. Promosi *event* melalui media cetak dan media online

Media iklan menjadi salah satu elemen yang penting dalam melakukan pemasaran produk barang maupun jasa. Yang dimaksud dengan media iklan sendiri adalah berbagai sarana komunikasi yang dipakai perusahaan untuk mengantarkan dan menyebar luaskan pesan kepada target pasar yang dituju. Menurut William Wells, John Burne & Sandra Moriarty, Media adalah sarana komunikasi yang membawa pesan-pesan dari pengiklan kepada konsumennya. Untuk itulah, agar media iklan bisa berjalan secara efektif ia harus mampu mencapai *target audience*-nya secara tepat. Ada banyak media iklan yang dapat digunakan untuk mendongkrak promosi penjualan. Secara garis besar media iklan dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu iklan media cetak, iklan media elektronik/online dan iklan media luar ruang.

Media cetak adalah media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang dihasilkan dari proses percetakan; bahan baku dasarnya maupun sarana penyampaian pesannya menggunakan kertas ataupun sejenisnya. Ia dapat berbentuk sebagai dokumen atas segala hal tentang rekaman peristiwa yang telah diubah dalam kata-kata, gambar maupun foto yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian publik. Promosi *event* media cetak, Merupakan salah satu bentuk iklan yang penempatannya berada di halaman koran/surat kabar. Biasanya koran terbit harian dan memiliki pangsa pasarnya sendiri, ada koran nasional, koran daerah, koran bisnis dan lain-lain. Bentuk

iklan di koran juga bisa beragam, ada iklan baris, iklan display, advetorial dan iklan suplemen.

Sedangkan media online secara khusus adalah media pers atau media jurnalistik yang menyajikan karya jurnalistik (berita, informasi, promosi, artikel, feature) secara online. Asep Syamsul M. Romli dalam buku *Jurnalistik Online : Panduan Mengelola Media Online* (Nuansa Bandung, 2012) mengartikan media online sebagai berikut : Media online (online media) adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Masih menurut Romli dalam buku tersebut, media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) –koran, tabloid, majalah, buku– dan media elektronik (electronic media) –radio, televisi, dan film/video. Media Online merupakan produk jurnalistik online. Jurnalistik online –disebut juga cyber journalisme– didefinisikan [wikipedia](#) sebagai “pelaporan fakta atau peristiwa yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet”. Adapun promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan melalui media cetak maupun online seperti bekerjasama dengan media-media seperti Harian Jogja, Selasar, [Kedaulatan Rakyat](#), Solo Pos, Tribun jogja dan lain-lain.

Menurut analisis peneliti, promosi *event* melalui media cetak dan media online yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan ini sudah tepat. Karena media akan sangat berpengaruh besar terhadap keberhasilan suatu *event*. Dan yang dilakukan Dinas Perdagangan dalam bekerjasama dengan berbagai media juga sudah baik. Beberapa media turut memberitakan dan mempromosikan *event* Bantul Ekspo 2017 dengan kemasan yang menarik. Dinas Perdagangan telah

melakukan konferensi pers dengan berbagai media yang akan meliput sebagai bentuk sosialisasi promosi *event* Bantul Ekspo 2017.

d. Promosi *event* melalui siaran Radio dan Dialog Interaktif TV

Promosi *event* di media elektronik berupa media iklan yang proses bekerjanya berdasar pada prinsip elektronik dan elektromagnetis. Jangkauan media elektronik ini memiliki kelebihan mampu menjangkau audience yang lebih luas dalam waktu yang bersamaan, namun sayangnya harga iklan juga bisa lebih mahal daripada media cetak. Dinas Perdagangan menggunakan media Radio (RRI) dan radio lokal Yogyakarta sebagai media promosi *event* Bantul Ekspo 2017. Selain melalui radio RRI dan radio lokal, promosi *event* yang disiarkan melalui sebuah program acara tertentu, misal pada dialog interaktif Taman Gabusan TVRI, durasi biasanya tergantung pada dialog pada program tersebut.

Menurut analisis yang dilakukan peneliti, promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan melalui radio dan dialog interaktif TV sudah baik tetapi kurang efektif dalam menjangkau khalayak luas. Pertama, Radio lokal memiliki audiens yang cukup kecil, kedua, dialog interaktif TV akan terkesan membosankan. *Event* Bantul Ekspo ini sudah berlangsung bertahun tahun, dan sudah sangat sering di tayangkan dalam siaran program acara Taman Gabusan TVRI. Sehingga menurut peneliti, khalayak akan bosan menyaksikan dialog interaktif. Seharusnya Dinas Perdagangan melakukan promosi *event* dengan cara yang lebih fresh, dengan kemasan baru untuk menampilkan sisi keunikan dan menarik *event* tahunan ini.

e. Promosi *event* melalui Sosial Media dan Pihak Terkait

Pada masa kini, sebuah *event* bisnis maupun *event* Pemerintah tidak hanya dilakukan secara offline, tapi juga online. Adanya media online mempermudah para penyelenggara mempromosikan *event-nya*. Bahkan, dibandingkan promosi secara offline, promosi *event* di media online bisa dilakukan tanpa mengeluarkan modal besar. Cukup menyediakan perangkat atau gajed dan koneksi internet. Maka para pelaku bisnis dapat menyebarkan informasi tentang produk dagangannya seluas-luasnya. Tak hanya itu, pihak pihak terkait juga dapat memanfaatkan mempromosikan *event* dengan akun sosial media masing masing ataupun suatu organisasi tertentu. Berikut berapa media online yang dapat digunakan sebagai media promosi *event* Bantul Ekspo 2017 sebagai berikut:

#### 1) Facebook

Mudahnya komunikasi di facebook, membuat para pelaku bisnis atau penyelenggara *event* memanfaatkannya sebagai media promosi. Mulai dari posting gratis di beranda, lalu membagi-bagikannya pada teman facebook. Facebook pun menawarkan iklan bersponsor. Dengan membayar sejumlah biaya iklan, promosi *event* dapat dengan cepat tersebar pada para pengguna facebook.

Menurut analisis peneliti, Dinas Perdagangan sudah tepat menggunakan media sosial Facebook sebagai salah satu media promosi *event* Bantul Ekspo, karena facebook memiliki jangkauan publik yang sangat luas. Dan hal ini sangat baik untuk mengenalkan sebuah *event* melalui berbagai iklan sponsor. Akan tetapi sangat disayangkan Dinas Perdagangan belum memiliki akun official sendiri di Facebook sehingga

sulit untuk mempromosikan *event* Bantul Ekspo, hal itu menyebabkan Dinas Perdagangan masih menggunakan promosi *event* melalui akun Facebook pihak terkait, misalnya Bank BPD dan sebagainya;

## 2.) Twitter

Twitter adalah media sosial selain facebook yang penggunaannya sangat mudah. Banyaknya pengguna twitter, dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk lahan promosi. Meski pada awalnya twitter didesain dengan sangat terbatas, kini media sosial ini pun cukup efektif sebagai media bisnis online. Semakin banyak follower, maka semakin luas jangkauan promossinya.

Menurut hasil analisis peneliti, Dinas perdagangan juga tidak memiliki akun official sendiri untuk memposting berbagai informasi dan promosi *event* Bantul Ekspo, sehingga masih menggunakan akun akun para anggota dan panitia dalam menyebarkan informasi.

## 3.) Instagram

Media sosial berupa postingan foto-foto disertai caption ini, pun menjadi media online favorit bagi para pelaku bisnis. Dengan mudah pebisnis memosting gambar atau foto-foto produk semenarik mungkin, dan menjangkau para konsumen. Seperti media sosial lainnya, Instagram sangat mudah digunakan menggunakan ponsel.

Menurut analisis peneliti, promosi *event* yang dilakukan melalui media instagram adalah salah satu promosi yang tepat. Karena instagram merupakan media yang bisa sangat cepat memberitakan hal apapun. Dinas Perdagangan seharusnya memanfaatkan aplikasi ini untuk menjangkau para kaum milenial

seputar Bantul, dan DIY khususnya. Misalnya dalam layanan iklan prabayar instargam yang bisa menampilkan promosi *event* dengan sangat baik dan bisa langsung di respon oleh khalayak. Dinas Perdagangan juga belum memiliki akun official instagram untuk memposting berbagai informasi dan promosi terkait *event* Bantul Ekspo, dinas Perdagangan hanya menggunakan hastag #bantulekspo2017.

#### 4.) Youtube

Awal mulanya media ini digunakan banyak orang untuk mengespresikan dirinya melalui video. Banyaknya orang yang menggunakan youtube, media online ini pun dijadikan sebagai media promosi bisnis. Caranya dengan membuat video ataupun iklan pada vidoe orang lain yang memiliki banyak subscriber dan viewer.

Menurut analisis peneliti, promosi *event* yang dilakukan melalui youtube sudah tepat, hanya saja pengemasan vidio promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan kurang menarik. Youtube bisa memberikan informasi dan sekilas pandang sebuah *event* melalui tayangan vidio singkat yang dikemas menarik. Oleh sebab itu sebuah konsep pembuatan vidio juga perlu diperhatikan. Dinas perdagangan memerlukan pihak yang kompeten di bidangnya agar dapat mengelola promosi melalui youtube lebih efisien dan actionable.

#### f. Promosi *event* melalui Brosur

Brosur merupakan media iklan yang dicetak berisi berbagai hal secara rinci mengenai produk yang ditawarkan. Brosur/pamflet ini bisa berbentuk selemba kertas yang dicetak bolak-balik, satu muka

saja ataupun berbentuk buku kecil tidak dijilid (dilipat), bisa terdiri dari satu halaman saja, dua halaman, ataupun empat halaman. Ada yang terdiri satu lipatan, dua lipatan atau lebih. Dengan cukup besarnya space yang ada dalam brosur membuat lebih leluasa untuk mendeskripsikan *event* Pemerintah dalam menarik minat pengunjung. Dalam pembuatan brosur juga bisa leluasa untuk menentukan desain atau layout.

Menurut analisis peneliti, promosi *event* melalui brosur tidak begitu tepat dan kurang efektif. Brosur tidak menjangkau luas khalayak ramai. Brosur juga terlalu membuang banyak anggaran. Brosur biasanya dipakai untuk menginformasikan kepada para konsumen potensial berkaitan dengan sebuah produk, jasa maupun *event*. Sedangkan target sasaran pengunjung *event* Bantul Ekspo ini adalah seluas luasnya, dan sebanyak banyaknya. Sehingga tidak bisa semua khalayak atau para konsumen potensial akan mendapatkan brosur tersebut. Dengan kata lain yang mengetahui informasi ini hanya yang mendapatkan brosur saja. Selain itu, menurut hasil analisis yang ditemukan, brosur yang di sebarkan oleh dinas perdagangan terkesan membosankan untuk di baca, menurut teori, Dinas perdagangan seharusnya memperhatikan pemilihan warna, tipografi penulisan, pemilihan gambar, desain dan informasi inti yang akan di sampaikan. Sehingga pembaca akan langsung paham dan tertarik.

g. Promosi *event* Melalui Baliho

Baliho adalah suatu sarana atau media berpromosi yang mempunyai unsur memberitakan informasi *event* atau kegiatan yang



berhubungan dengan masyarakat luas, selain itu baliho juga digunakan untuk mengiklankan suatu produk baru. Adapun ciri-ciri baliho yang diantaranya yaitu:

- 1) Mempromosikan suatu produk dan *event*
- 2) Ukurannya besar
- 3) Diletakkan di tempat khusus dipinggiran jalan

Adapun fungsi dan manfaat baliho yang diantara yaitu:

- 1) Menyampaikan materi iklan
- 2) Sebagai media promosi yang mudah untuk dilakukan sebab biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar
- 3) Dapat dilakukan secara instant atau promosi kontemporer
- 4) Untuk menaikkan penjualan atau market
- 5) Dan untuk menaikkan pamor atau popularitas si pengiklan

Menurut analisis peneliti, promosi *event* yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan melalui baliho ini sudah tepat. Hanya saja promosi *event* ini harus memiliki konsep yang menarik supaya bisa dilirik masyarakat yang melewati suatu daerah tertentu. Baliho bisa dibuat dalam berbagai ukuran, tergantung selera dan perhitungan marketing, bagaimana mengatur suatu promosi iklan dengan biaya minim tetapi bisa menghasilkan hasil yang maksimal. Untuk titik pemasangan pun harus dipikirkan secara matang, oleh karena itu konsultasi kepada penyedia jasa baliho sangatlah diperlukan. Baliho dapat dibongkar pasang, adapun untuk memasang baliho memang gampang-gampang susah, karena

terkadang dengan ukuran yang besar ini akan rentan diterpa oleh angin yang sehingga kita mesti berhati-hati dalam memasang baliho,

### **C. Pelaksanaan *Event* Bantul Ekpso 2017**

Pelaksanaan *event* adalah menjalankan semua rencana yang telah disusun oleh organisasi. sebelum melaksanakan sebuah *event*, hal yang harus dilakukan adalah membentuk tim pelaksana atau panitia. tim pelaksana atau panitia adalah tim kerja yang terdiri dari berbagai divisi dan memiliki tugas yang berbeda-beda. untuk memudahkan pembentukan tim pelaksana, dibuatlah sebuah struktur organisasi yang sifatnya temporal sesuai dengan jenis *event* yang dilakukan. Jika pelaksanaan *event* sesuai dengan apa yang direncanakan maka akan semakin sukseslah suatu *event* tersebut. Menurut Pudjiastuti (2010:87) Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan *event* yaitu :

- a) Periksa persiapan setiap kegiatan (bagian publikasi, bagian pemeran, bagian konsumsi, bagian hiburan dan lainnya)
- b) Rekonfirmasi setiap pihak yang akan terlibat (keamanan, catering, pengisi acara, bagian teknis dan sebagainya)
- c) Periksa ketersediaan dan kesiapan pakai setiap fasilitas yang dibutuhkan (toilet, tempat parkir, kondisi lokasi, ruangan pertemuan, soundsystem, kursi meja, penerangan, fasilitas untuk media dan sebagainya.)
- d) Periksa media yang akan meliput kegiatan (media apa saja yang meliput, personal media yang akan datang, baik secara cetak maupun secara elektronik).
- e) Periksa sponsorship (kompensasi yang akan diberikan kepada pihak sponsor produk yang di janjikan sponsor)

- f) Periksa kondisi panggung, pameran dan tempat pelaksanaan acara seperti dekorasi, kekuatan panggung dan listrik.

*Event* yang telah disusun dan direncanakan secara matang mulai dari kelemahan, kekurangan, tema telah ditentukan, sasaran dan strategi memperoleh sasaran susah di dapat, waktu dan tempat yang dipilih, secara rancangan anggaran telah diketahui jumlahnya, maka semua perencanaan tersebut diwujudkan dalam tindakan nyata atau pelaksanaan (Wibowo:2013:117). Menurut Ruslan (2007:231) melaksanakan acara atau kegiatan khusus merupakan salah satu cara untuk menarik perhatian dari masyarakat terhadap perusahaan atau produk tertentu yang akan ditampilkan melalui aktivitas seperti *event* itu sendiri. Pada tahap pelaksanaan ini, semua panitia pelaksana bekerja di lapangan untuk mempersiapkan *event* dari sebelum sampai *event* selesai digelar. Bila dalam pra produksi semua sudah terkonsep dengan matang, maka dalam tahapan produksi, operasional akan berjalan dengan rapi dan lancar (Hafidz :2007 : 71).

Menurut analisis peneliti dari hasil wawancara dengan berbagai pihak informan, bahwa pelaksanaan *event* Bantul Ekspo 2017 sudah tepat. Dilihat dari persiapan setiap kegiatan (bagian publikasi, bagian pelayanan, bagian keamanan, hingga bagian hiburan)

- a) Dinas Perdagangan telah melakukan rekonfirmasi setiap pihak yang akan terlibat (keamanan, pengisi acara, bagian teknis dan sebagainya) melalui rapat koordinasi sebelum hari H pelaksanaan *event* Bantul Ekspo 2017 yang dihadiri oleh setiap lurah perwakilan SKPD, Pihak Polres Bantul dan setiap pengisi acara dari berbagai pegiat seni di Kabupaten Bantul.

- b) Periksa ketersediaan dan kesiapan pakai setiap fasilitas yang dibutuhkan (toilet, tempat parkir, kondisi lokasi, panggung hiburan, wahana permainan anak, soundsystem, stand pameran, penerangan, fasilitas untuk media dan sebagainya.) hal ini dilihat dari minimnya masalah yang timbul dalam penyelenggaraan event seperti hasil wawancara informan Ketua Panitia *event* Bantul Ekspo 2017 Bapak Subiyanto Hadi, MM.
- c) Periksa media yang akan meliput kegiatan (media apa saja yang meliput, personal media yang akan datang, baik secara cetak maupun secara elektronik).Dinas Perdagangan bekerjasama dengan berbagai media cetak maupun online lokal seputar peliputan *event* sebagai sarana informasi dan promosi kepada publik, melalui sebuah konferensi pers yang di adakan Dinas Perdagangan. Seperti yang telah dijelaskan dari hasil wawancara informan Ketua Panitia *event* Bantul Ekspo 2017 Bapak Subiyanto Hadi, MM.
- d) Periksa sponsorship (kompensasi yang akan diberikan kepada pihak sponsor produk yang di janjikan sponsor) seperti sponsor pihak Bank BPR Kabupaten Bantul.
- e) Periksa kondisi panggung, pameran dan tempat pelaksanaan acara seperti dekorasi, kekuatan panggung dan listrik. Hal ini sudah dijelaskan dalam website Dinas Perdagangan berupa syarat dan ketentuan sebagai berikut:
1. Panitia menyediakan kapling tenda ukuran 4 m x 5 m.
  2. Instansi/OPD/BUMN/BUMD di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul akan mendapat fasilitas APBD dalam bentuk 1 (satu) kapling gratis dan faslitas daya listrik 100 watt.

3. Khusus untuk Kecamatan akan mendapat fasilitas APBD dalam bentuk 2 (dua) kapling gratis dan daya listrik 100 watt.
4. Partisi kapling dan Bola lampu beserta kelengkapannya disediakan sendiri oleh peserta.
5. *Display*/penataan kapling diharapkan menyesuaikan dengan tema Bantul Ekspo 2017.

Sehingga dengan ketentuan syarat dan pelayanan yang di berikan oleh Dinas Perdagangan inilah, diharapkan seluruh peserta stand dan panitia mengetahui kondisi dan keterbatasan yang ada dalam *event* Bantul Ekspo 2017.

#### **D. Evaluasi**

Salah satu tolak ukur sukses tidaknya suatu *event* adalah mampu mengevaluasi dan mengontrol setiap resiko yang muncul dalam *event*. Selanjutnya dari rencana tersebut akan lebih mudah melakukan kontrol terhadap setiap resiko yang akan mungkin akan muncul. Tahap evaluasi ini dapat memberikan penilaian yang sebenarnya terhadap resiko *event* yang muncul. Pada tahap evaluasi ini, seluruh data di dokumentasikan dan didiskusikan dengan anggota tim. Hal ini agar memudahkan dalam memastikan resiko apa yang dihadapi, siapa yang terkena resiko dan bagaimana mereka menghadapi resiko tersebut.

Evaluasi ini ditujukan agar mendapatkan *feedback* dari seluruh tim tentang kelebihan dan kekurangan *event* tersebut sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan pelaksanaan *event* yang akan datang. Evaluasi yang dilakukan setelah *event* selesai atau biasa disebut pembubaran panitia (Betrik,

2006:47). Selain itu penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan, sampai tercapai atau tidaknya tujuan *event*, ditentukan dari penilaian hasil evaluasi. Menurut Allen et al (2010:492) evaluasi terdiri dari tiga jenis, yaitu:

- a. *Pre-event evaluation*, merupakan evaluasi yang biasanya dilakukan sebagai suatu analisis kelayakan atau digunakan untuk mengevaluasi konsep. Menurut analisis peneliti, Dinas Perdagangan telah melakukan proses *Pre-event evaluation* dengan tepat. Dilihat dari hasil wawancara dengan ketua panitia *event* Bantul Ekspo 2017, Bapak Subiyanto Hadi MM, bahwa persiapan pelaksanaan sudah dilakukan sejak Januari 2017, melakukan berbagai rapat koordinasi dan rapat gabungan. Sampai pada tahapan evaluasi konsep sesaat sebelum *event* Bantul Ekspo 2017 berlangsung.
- b. *The monitoring and control process*, merupakan evaluasi yang biasanya dilakukan selama masa implementasi kegiatan *event* yang bertujuan untuk memastikan kesesuaian perencanaan dan pelaksanaan *event*. Menurut analisis peneliti, bahwa Dinas Perdagangan telah melakukan *The monitoring and control process* melalui stand pelayanan dan shift jaga panitia yang turut di dirikan di lokasi *event* Bantul Ekspo 2017 di Pasar Seni Gabusan.
- c. *Post – ever evaluation*, merupakan evaluasi yang bertujuan untuk menilai hasil akhir pelaksanaan *event* dan bagaimana cara mengembangkan *event*. Menurut hasil analisis peneliti, Dinas Perdagangan telah melakukan *Post – ever evaluation* melalui pernyataan dari hasil wawancara dengan ketua panitia *event* Bantul Ekspo 2017, Bapak Subiyanto Hadi MM, menyatakan

rapat evaluasi *event* Bantul Ekspo 2017 dilaksanakan tanggal 29 Agustus 2017. Evaluasi setelah *event* ditujukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesuksesan *event*. Oleh karena itu, penting adanya untuk dilakukan sebuah evaluasi setelah penyelenggaraan suatu *event*.