

**PROMOSI *EVENT* DINAS PERDAGANGAN PEMERINTAH DAERAH
KABUPATEN BANTUL DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG
PADA BANTUL EKSPLO TAHUN 2017**

Studi Deskriptif Kualitatif pada Bantul Ekspo
Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Ujian Akhir Sarjana
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Politik



Disusun Oleh:

DITA LUTHFIANI FURU
20130530364

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Kabupaten Bantul, terdapat satu *event* akbar bernama Bantul Expo yang di adakan oleh pemerintah daerah dengan Maksud sebagai media publikasi, promosi, pendidikan, rekreasi serta ekspresi berbagai potensi, seni budaya dan prestasi rakyat Bantul serta untuk memajukan Pasar Seni Gabusan. Selain aneka produk kerajinan, pertanian, elektronik otomotif dan lainnya 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. Sasarannya adalah untuk mendorong masuknya investasi daerah sekaligus mengembangkan dan meningkatkan volume perdagangan produk unggulan Kabupaten Bantul.

Tanggal 20 Juli 2017 bertepatan dengan puncak peringatan Hari Jadi Kabupaten Bantul ke-186 dalam bentuk upacara bernuansa adat Jawa. Sebelumnya telah dilaksanakan berbagai kegiatan dari aneka lomba, peresmian berbagai kegiatan pembangunan sampai seserahan bertema Dengan Semangat Makaryo Mbangun Desa, Kita Wujudkan Masyarakat Bantul Yang Sehat, Cerdas dan Sejahtera. Tujuan diselenggarakan adanya *event* Bantul Ekspo adalah sebagai ajang promosi potensi daerah baik kerajinan tangan, Industri, Perdagangan,

pertanian, pariwisata, budaya dan layanan pemerintah dalam membangun masyarakat Bantul yang di gelar. selain itu pula, dimaksudkan untuk promosi pasar seni gabusan yang masuk dalam kawasan GMT (Gabusan Manding Tembi). memberikan ruang dan waktu bagi masyarakat Bantul dalam menampilkan potensi potensi terbaiknya berupa produk produk asli Bantul terutama kerajinan dari berbagai sentra kerajinan yang ada. Pemerintah Kabupaten Bantul kembali menggelar even Bantul Ekspo 2017 yang dilaksanakan pada 28 Juli – 06 Agustus 2017, bertempat di Pasar Seni Gabusan Jl. Parangtritis Km. 9,5 Sewon Bantul. Adapun tema Bantul Ekspo tahun 2017 ini, adalah ***“Dengan Semangat Makaryo Mbangun Deso kita wujudkan masyarakat Bantul yang Sehat, Cerdas dan Sejahtera”***.

Adapun peralihan tanggung jawab pada *event* akbar Bantul Ekspo tahun 2017, dari Sekretariat Humas yang kini telah di bagi menjadi Protokol dan Kominfo, sehingga *event* ini di serahkan kepada Dinas Perdagangan, meskipun begitu diharapkan, penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo dari tahun ke tahun selalu penuh dengan inovasi. Hal ini dimaksudkan agar Bantul Ekspo menjadi salah satu ikon daya tarik kepariwisataan di Bantul bagi warga lokal dan luar daerah. Terutama untuk produk lokal khas Bantul yaitu yang menjadi potensi perekonomian Bantul. Pameran potensi daerah *event* Bantul Ekspo yang digelar Pemerintah Kabupaten Bantul pada tahun ini resmi ditutup pada Minggu (6/8) 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.

Dari penjelasan data diatas yang menjadi perhatian penulis sehingga tertarik untuk meneliti adalah tentang *Management Event* Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada *event* Bantul Ekspo tahun 2017.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, dirumuskan permasalahan penelitian yaitu “Bagaimanakah Promosi *Event* yang di lakukan Dinas perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam meningkatkan minat pengunjung pada Bantul Ekspo tahun 2017?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian adalah sebuah jawaban dari penulisan rumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis, agar penulisan ini lebih terfokus pada apa yang akan dicapai pada penulisan ini dan menjadi salah satu pedoman penulisan ini, maka tujuan dari penulisan ini adalah:

- a) Mengetahui bagaimanakah *Promosi Event* yang di lakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada *event* Bantul Ekspo tahun 2017

2. Manfaat

Dari penelitian ini, peneliti mengharapkan adanya manfaat untuk khalayak banyak, diantaranya:

Manfaat dari penelitian ini, peneliti mengharapkan adanya manfaat untuk khalayak

banyak, diantaranya:

1) **Manfaat Akademis**

a) Bagi mereka yang akan melakukan penelitian serupa khususnya mahasiswa jurusan *ilmu komunikasi*, dan untuk mengkaitkan apa yang telah diajarkan di dalam perkuliahan tentang *Management Event* dan penerapannya dalam ruang lingkup pekerjaan.

b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi untuk mengelola *management event* Pemerintah Daerah.

c) Teoritis Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkaya wawasan ilmu komunikasi untuk kajian *Management Event* yang di lakukan pada instansi pemerintah.

2) **Manfaat Praktis**

a) Untuk mengkaji ulang mengenai pengelolaan *Management Event* yang di lakukan Bantul Ekspo bagi perusahaan-perusahaan atau pemerintah yang menjalankan strategi serupa, agar strateginya lebih efektif.

b) Sebagai pedoman bagi perusahaan atau instansi untuk menjalankan strategi maupun *Management Event*.

- c) Praktis Sesuai dengan tujuan yaitu menemukan bagaimana Management *Event* yang di lakukan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam event Bantul Ekspo.

E. Tinjauan Pustaka

1. Promosi

Menurut Fuad dkk (2000, 130), promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Tujuan Promosi Menurut Perreault dkk (2009, 76) tujuan dari adanya promosi ialah: Menginformasikan, Membujuk Mengingat.

A. Media Promosi

B. Citra Promosi

C. Alat Promosi

- a) Periklanan (*advertising*)
- b) Penjualan Personal (*personal selling*)
- c) promosi penjualan (*sales promotion*)
- d) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)
- e) Hubungan Masyarakat atau *Public Relations*

Public relations dapat diaplikasikan dengan menggunakan berbagai sarana seperti:

- 1) *Publisitas*

2) *Sponsorship*

3) *Event*

Event dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:

1. *Event* produk,
2. *Event* perusahaan atau pemerintahan,
3. *Event* komunitas,

D. Konten Promosi Visual

1) Warna

2) Tipografi

3) *layout*

2. *Event*

a. Management *Event*

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.

1. **Perencanaan *Event***

Menurut Agus Prabu Wibowo (2013:104) terdapat beberapa langkah dalam membuat perencanaan *event*, yaitu :

a. Melakukan analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan analisis terhadap lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan. Analisis internal menitik beratkan pada kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) sedangkan analisis eksternal untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity*) untuk hari dilaksanakan *event* dan yang akan datang serta ancaman (*threat*) dari para pesaing.

- a. Menentukan tema
- b. Menentukan sasaran yang ingin dicapai
- c. Memilih waktu dan tempat
- d. Menentukan rancangan anggaran
- e. Menyusun strategi untuk mencapai sasaran

2. Promosi *event*

Menurut Indro Kimpling (2009:205) memulai publikasi atau promosi sebuah *event* perlu diatur dengan strategi sedemikian rupa agar tepat sasaran pasar.

1. Pemberitaan media cetak
2. Iklan media cetak
3. Iklan radio

4. Penyebaran leaflet
5. Pemasangan spanduk jalan, baliho, *cover billboard*

3. Pelaksanaan *event*

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 AC, ruangan pertemuan, 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.

4. Evaluasi

Menurut Allen et al (2010:492) evaluasi terdiri dari tiga jenis, yaitu:

- a. *Pre-event evaluation,*
- b. *The monitoring and control process,*
- c. *Post – event evaluation,*

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul. Sedangkan Objek dalam penelitian ini adalah Promosi *Event* yang dilakukan Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam meningkatkan minat pengunjung pada *event* Bantul Ekspo tahun 2017.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu: pertama, Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul. Kedua, data yang bersumber dari dokumen, laporan transaksi, dan data bentuk promosi *event* yang dilakukan Dinas Perdagangan dan arsip yang mendukung sebagai bahan dalam penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencari informasi guna mendapatkan data-data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik yaitu:

a. Wawancara mendalam (*in depth interview*)

Adapun pihak yang akan menjadi informan:

- 1) *Ir. Subiyanto Hadi, MM selaku ketua panitia Bantul Ekspo 2017.*
- 2) *Peserta UMKM Stand event Bantul Ekspo 2017*
- 3) *Pengunjung Event Bantul Ekspo 2017*

b. Dokumentasi

Peneliti mencari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Dokumen itu dapat berupa dokumen publik atau dokumen privat. Dokumen publik misalnya ; berita surat kabar, traskrip acara TV, media cetak (Bernas, Kedaulatan Rakyat, Harian Jogja, Solo Pos, Tribun Jogja, sosial media, (Youtube, Instagram, Facebook) dan lainnya.

b. Metode Analisis Data

- a) Pengumpulan data, melalui wawancara, observasi dan dokumen.
- b) Reduksi.
- c) Tahap akhir, adalah menarik kesimpulan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari berbagai data dan fakta yang sudah diperoleh dari lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang menjadi acuan peneliti. Dengan demikian dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai beberapa hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Kesimpulan-kesimpulan ini meliputi Promosi *Event* Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam Meningkatkan Minat Pengunjung pada *Event* Bantul Ekspo Tahun 2017.

1. Promosi *Event* yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul adalah penyebaran informasi dalam bentuk sosialisasi secara *indoor* dan *outdoor*. Sosialisasi *indoor* yaitu dengan melakukan jumpa pers yang dihadiri beberapa media, baik media cetak maupun media online dan dialog interaktif di TV dan Radio Jogja. Sedangkan untuk sosialisasi *outdoor* dilakukan dengan cara tatap muka langsung kepada peserta untuk menjelaskan syarat dan ketentuan pendaftaran. Kemudian membagikan brosur, memasang baliho serta menyebarkan informasi melalui berbagai media sosial dan website Dinas Perdagangan.
2. Faktor pendukung dalam Promosi *Event* yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam Upaya Meningkatkan Minat Pengunjung pada *Event* Bantul Ekspo Tahun 2017. Faktor pendukung

internalnya yaitu selain untuk pameran hasil potensi daerah juga sebagai media bagi SKPD untuk menyampaikan hasil-hasil pembangunan yang telah dilaksanakan selama ini juga penyampaian informasi dan program kegiatan di Pemerintah Kabupaten Bantul. Selain itu, faktor pendukung eksternalnya yaitu partisipasi masyarakat dan peserta dalam mendukung *Event* Bantul Ekspo sehingga terjalinnya kerjasama yang baik antara masyarakat, pemilik produk UMKM, pihak terkait, panggung hiburan, stand pameran, dan Pemerintah. Bergeraknya kebutuhan masyarakat yang tinggi dan untuk meningkatkan kesadaran pariwisata. Selain faktor pendukung, faktor penghambat juga dihadapi oleh Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul. Faktor penghambat internalnya adalah perubahan tupoksi dan reorientasi kepanitiaan penyelenggaraan *event* Bantul Ekspo 2017, permasalahan klasik seperti anggaran yang terbatas dan keunikan lahan Pasar Seni Gabusan yang masih menjadi problema. Keadaan lahan Pasar Seni Gabusan yang menyebabkan penataan stand yang kurang tertata sehingga menyebabkan kurang kondusifnya pelaksanaan *Event* Bantul Ekspo. Faktor penghambat eksternalnya yaitu masyarakat yang datang masih menganggap pameran ini hanya hiburan gratis, bukan promosi potensi produk UMKM meskipun tetap ada *buyer* yang memang mempunyai tujuan untuk membeli produk.

3. Sesuai hasil analisis yang dilakukan peneliti terkait promosi *event* Dinas Perdagangan Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul dalam menarik minat pengunjung pada Bantul Ekspo 2017, ditemukan bahwa promosi yang

dilakukan melalui media sudah sesuai dengan teori, hanya saja secara konten promosi visual masih belum sesuai dengan teori yang digunakan, dikarenakan promosi yang dilakukan Dinas Perdagangan masih terlalu kaku dan tidak fleksibel. Sehingga Dinas Perdagangan perlu memperhatikan berbagai konten baru yang dapat mempertahankan dan meningkatkan minat pengunjung pada *event* Bantul Ekspo 2017.

B. Saran

Dengan melihat bagaimana Promosi *Event* yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam Upaya Meningkatkan Minat Pengunjung pada *Event* Bantul Ekspo Tahun 2017. Maka peneliti dapat memberikan saran atas hasil penelitian yang telah diperoleh dan selanjutnya dapat dijadikan bahan rekomendasi atau pertimbangan serta evaluasi. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul sebaiknya tidak hanya sebagai penyelenggara dalam kegiatan tetapi juga melakukan aktivitas riset untuk mengetahui pencapaian target sehingga untuk tahun-tahun selanjutnya ada sasaran target dengan data dan jumlah yang ditentukan. Apalagi tahun 2017 adalah *event* Bantul Ekspo yang pertamakali dibawah tanggungjawab Dinas Perdagangan.
2. Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul perlu melakukan evaluasi terkait dengan Promosi *Event* Bantul Ekspo 2017 yang seharusnya dibuat lebih menarik lagi dengan konsep atau wajah baru promosi yang lebih fresh.

Evaluasi berguna untuk mengetahui bagaimana keefektifan dari kegiatan tersebut, sehingga Dinas Perdagangan dapat mengetahui tindakan lebih lanjut apabila terdapat ketidak efektifan dari Promosi *event* dalam meningkatkan minat pengunjung.

3. Memperbaharui konten promosi yang digunakan agar lebih menarik dan actionable.
4. Perlu adanya perubahan penataan stand dan inovasi terbaru, agar terlihat lebih kontras perbedaan penyelenggaraan yang dilakukan Humas terdahulu dengan Dinas Perdagangan sekarang, yang lebih tertata dan tertib agar *event* Bantul Ekspo dapat berjalan dengan kondusif dan tidak membuat bingung masyarakat yang berkunjung.
5. Mengajak elemen masyarakat dalam bidang pemilik usaha menengah produk lokal Bantul khususnya dalam mempromosikan produknya melalui *event* Bantul Ekspo, agar dapat tercapainya tujuan mengenalkan produk lokal sebagai sarana pengenalan kepada masyarakat umum untuk Bantul yang mendunia.
6. Sebagai bahan rekomendasi penelitian selanjutnya untuk mendeskripsikan lebih mendalam lagi tentang Promosi *Event* Dinas Perdagangan Pemerintah Kabupaten Bantul dalam Upaya Meningkatkan Minat Pengunjung pada *Event* Bantul Ekspo di tahun-tahun selanjutnya.