

BAB 4

PENUTUP

4.1 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dari hasil pembahasan mengenai *governance network* dalam pelaksanaan festival kesenian Yogyakarta maka ditemukan hambatan-hambatan. Melalui prinsip-prinsip *governance network* didalam festival kesenian Yogyakarta, beberapa telah berjalan dengan baik namun ada beberapa yang tidak maksimal dalam pelaksanaannya. Dalam pelaksanaan festival kesenian Yogyakarta, tujuan diselenggarakan FKY yaitu menjadi event bergengsi yang memiliki daya dukung terhadap pelestarian dan pengembangan seni budaya di Yogyakarta, serta memberikan dampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi maupun sosial masyarakat berkelanjutan. Secara umum pelaksanaan *governance network* sudah baik karena ada dampak sosial ekonomi 'melalui target pengunjung yang melebihi dari target yang ditentukan.

4.1.1 Identifikasi Peran Dari Masing- Masing Stake Holders

Peranan stakeholder didalam FKY sudah sesuai dengan fungsi dan tugas masing-masing sebagai stakeholder. Namun didalam pelaksanaan festival kesenian Yogyakarta pihak stakeholders yang mendominasi atau paling signifikan yaitu Dinas Kebudayaan selaku penyelenggara melalui steering committee. Dan juga keterlibatan pihak swasta dalam festival kesenian Yogyakarta hanya secara parsial atau tidak multak artinya sangat diperlukan kesadaran dari pihak swasta untuk ikut aktif berpartisipasi.

4.1.2 Tingkat hubungan Antar Stakeholders Dalam pelaksanaan Festival Kesenian Yogyakarta

Hubungan saling ketergantungan (*interdependent relation*) didalam FKY melalui koordinasi antar stakeholder. Secara umum, koordinasi sudah cukup baik, selalu dilakukan dengan para stakeholder selama persiapan maupun pelaksanaan, koordinasi internal juga dilakukan oleh panitia pelaksana dalam waktu 2 minggu. Pada pelaksanaan festival kesenian yogyakarta 2014 dan 2015 adabeberapakendalayang dihadapi dirasa belum maksimal mulai dari koordinasi tentang pencairan anggaran sering terlambat. Sebelum persiapan maupun pelaksanaan kegiatan FKY, negosiasi melalui musyawarah selalu dilakukan, namun banyak permasalahan yang dihadapi, seperti dari segi keamanan, perizinan tempat pelaksanaan, bahkan kontak dengan masyarakat disekitar tempat yang digunakan untuk pelaksanaan festival. Kemudian dalam menyelenggarakan festival seperti festival kesenian yogyakarta diharapkan memberikan dampak sosial ekonomi melalui seni budaya agar dapat mewujudkan pelaksanaan festival dengan eskalasi yang lebih besar dan dampak sosial ekonomi bagi para stakeholders.

Prinsip kepentingan yang sama dengan publik dilaksanakan dengan baik, pemilihan tempat pelaksanaan sesuai dengan tempat yang dianggap strategis bagi masyarakat, saran dan kritikan dari masyarakat disampaikan saat rapat yang kemudian dijadikan masukan untuk tema dan konsep FKY.

4.1.3 Model *Governance Network*

Secara umum *governance network* dalam festival kesenian yogyakarta sudah cukup baik, hanya saja untuk pelaksanaan dalam festival kesenian yogyakarta selanjutnya diperlukan koordinasi yang lebih baik agar terjalin hubungan antarstakeholders untuk menghasilkan tujuan yang ingin dicapai lebih maksimal, model *governance network* yang bisa diterapkan

kedepannya yaitu *self governed*. *Self Governed* merupakan jaringan yang mengatur diri sendiri yang terdiri dari kelompok organisasi yang bekerja secara kolektif sebagai jaringan tetapi tidak memiliki struktur pemerintahan yang terpisah. Tata Kelola kegiatan berada sepenuhnya dengan anggota jaringan sendiri.

Hal ini dapat dicapai baik secara formal, melalui koordinasi rutin dari perwakilan organisasi yang ditunjuk tetapi tidak fokus pada orang-orang yang memiliki kepentingan dalam keberhasilan jaringan seperti pemerintah. Anggota jaringan mengatur sendiri secara eksklusif dalam keterlibatan dan komitmen organisasi. Para peserta jaringan itu sendiri bertanggung jawab untuk mengelola hubungan jaringan internal dan operasional serta hubungan eksternal dengan anggota jaringan seperti pemerintah, dan lainnya. Dengan semua jaringan anggota berpartisipasi, atas dasar kesetaraan, maka dapat dicapai tujuan yang ditargetkan.

4.1.3 Promosi Festival Kesenian Yogyakarta

Periklanan festival kesenian Yogyakarta melalui banyak media promosi dirasa sudah maksimal dilihat dari semua upaya yang dilakukan untuk mempromosikan FKY telah mencapai target pengunjung yang ditargetkan. Hubungan masyarakat atau public relation didalam festival kesenian Yogyakarta sudah baik, dengan memanfaatkan media sosial, ide-ide kreatif dengan konsep yang unik sehingga menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi maupun datang. Pemasaran interaktif yang dilakukan sudah efektif, pemasaran dilakukan melalui media sosial yaitu Instagram, Facebook, Twitter website dan lain-lain. Media sosial merupakan media promosi yang sangat berpengaruh di zaman serba modern saat ini, target terbanyak biasanya anak-anak muda. Pemasaran dari mulut ke mulut juga efektif terbukti dari beberapa koresponden yang diwawancarai sebagian mengatakan mengetahui festival kesenian Yogyakarta dari ajakan teman.

Untuk promosi festival kesenian yogyakarta selanjutnya, agar menjangkau seluruh audience yang beragam sebaiknya lebih maksimal mempromosikan FKY melalui *public relation*, pemasaran interaktif melalui media sosial dan pemasaran dari mulut ke mulut yang lebih efektif dan efisien. karena, di era modern seperti sekarang penggunaan teknologi dan media sosial yang sudah canggih lebih diminati oleh sebagian besar masyarakat dan cenderung menargetkan anak-anak mudaseperti pelajar ataupun mahasiswa.

Diharapkan penyelenggaraan FKY ke depan diharapkan sebagai sarana untuk melestarikan budaya dan dapat menjadi salah satu sarana untuk menggali, mengenalkan, memasyarakatkan, dan mengukuhkan budaya dan kesenian, yang juga merupakan bagian dari ruh keistimewaan Yogyakarta.