

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta menggunakan strategi komunikasi dengan membentuk kepanitiaan baru *Organizing Committee* (tim pelaksana) yang khusus untuk menghelat *events* Jogja Java Carnival 2011. Sehingga Tim kreatif dalam melakukan strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi ataupun mempersuasi seluruh sasaran khalayak dengan membuat rangkaian acara dengan maksud tujuan untuk melibatkan seluruh masyarakat untuk berpartisipasi pada perayaan *event* *Jogja Java Carnival* 2011.
2. Strategi komunikasi kepada masing-masing khalayak dilakukan menggunakan pendekatan-pendekatan langsung dengan cara tatap muka yaitu mendatangi langsung masyarakat penduduk untuk memberikan informasi serta ajakan, selain itu tim kreatif memberikan ruang diskusi kepada khalayak sasaran para komunitas yang akan berkreasi diajang karnaval malam pada perayaan *event* *Jogja Java Carnival* 2011.
3. Dalam pelaksanaan *event* *Jogja Java Carnival* 2011, Tim kreatif telah mempertimbangkan unsur-unsur komunikasi, yaitu:

- a. **Komunikator:** Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, dengan membentuk Tim Kreatif sebagai pelaksana event Jogja Java Carnival yang menjadi eksekutor perayaan event tersebut.
- b. **Pesan yang ingin disampaikan:** ajakan untuk berpartisipasi di dalam acara penyambutan hari jadi Kota Yogyakarta, yaitu Jogja Java Carnival 2011
- c. **Komunikasikan:** masyarakat umum (masyarakat Yogyakarta), Komunitas para seniman / budayawan, dan wisatawan Domestik maupun Wisatawan Mancanegara.
- d. **Media komunikasi:** selain menggunakan media tatap muka untuk mempersuasifkan ke khalayak, juga menggunakan media publikasi yaitu media Online dan Media Massa.
- e. **Efek komunikasi:** keterlibatan khalayak sasaran, komunitas maupun mancanegara yang hadir serta berpartisipasi di perayaan event Jogja Java Carnival 2011.

B. SARAN

Berikut ini peneliti mencoba menyampaikan beberapa saran semoga dapat menjadi masukan dan inspirasi bagi Tim Kreatif *event Jogja Java Carnival* dalam menyusun perencanaan strategi komunikasi, sehingga visi, misi *event Jogja Java Carnival* dapat tercapai, yaitu:

1. Dalam penyusunan strategi disetiap perayaan *event* tahunan ini sebaiknya ditetapkan sebuah panitia tetap, melihat yang terjadi adalah perubahan panitia tim kreatif di setiap tahunnya, agar visi dan misi dari *event* tersebut tidak berubah.
2. Mampu menjaring dan membangun komunitas luar, melihat visi dari *event Jogja Java Carnival* adalah sebagai *event* berskala Internasional





DAFTAR PUSTAKA

Aacker, David A. & John G Myers. 2000. *Advertising Management*. Edisi Kedua. New Delhi: Prentice Hall of India.

Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi (Sebuah Pengantar Ringkas)*. Bandung : Armico.

Bowdin, Glenn A.J, dkk. 2006. *Event Management*. Britain: 2006.

Cutlip, Center & Broom. 2006. *Effective Public Relations*. Ninth Edition. Jakarta:Kencana Prenada Media Group

Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Sage Publication Inc. USA.

- Effendy, Onong U. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2003. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Jefkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Jakarta: PT. Erlangga
- Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York: Coqnizant Communications.
- Marhaeni, Fajar. 2007. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Mintzberg, H & Quinn B.C. 1991. *The Strategy, Concepts, Contents, Cases*. 2nd ed. . New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Pudjiastuti, Wahyuni. 2010. *Special Event*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Kiat dan Strategi, Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi: konsep dan aplikasi; Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Syam, Nina, W., & Sugiana, Dadang. 2000. *Perencanaan Pesan dan Media*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.

West, Richard & Lynn H. Turner. 2007. *Introduction Communication Theory; Analysis and Application*. New York: McGraw – Hill.

Wilcox, D.L., Cameron, G.T. 2009: *Public Relations: Strategies and Tactics*. Boston: Pearson Education, Inc.

Skripsi:

1. Maria Candraning Lintang Larasati, 2011. “Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Kemitraan Kepada Publik Eksternal PT. Telkom Yogyakarta”.
2. Fransisca Yosi Wongi. 2013. “Strategi Komunikasi Pemulihan Citra Pariwisata Jogja Paska Bencana Erupsi Merapi.
3. Sekar Ayu. 2011. “Strategi Promosi *Special events* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

Website:

www.jogjavacarnival.com

