

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* Majapahit travel Fair yang diukur dengan indikator *event* lokasi, cuaca, biaya, keunikan, suasana dan pelayanan, interaksi personal, serta *intangibility* termasuk rendah. Pada indikator lokasi dan keunikan dari *event* tingkat pengetahuan masyarakat sudah tinggi mengenai *event* ini.

Terutama pada bagian *intangibility* tingkat pengetahuan masyarakat sangat rendah. Masyarakat masih sangat rendah pengetahuannya untuk *event* yang sudah berjalan selama 20 kali dalam 20 tahun. Masyarakat masih sangat rendah pengetahuannya mengenai logo dan juga *corporate color* dari Majapahit Travel Fair ini. menurut pengamatan penulis selama acara ini berlangsung, sangat jarang sekali penulis dapat menemukan *corporate color* dalam bentuk ornamen apapun dari Majapahit Travel Fair ini dalam tempat berlangsungnya *event* ini. Selain itu juga, logo dari Majapahit Travel Fair terlihat sama besar dengan sponsor, pendukung acara, atau penyelenggara dari *event* Majapahit Travel Fair ini. Hal ini membuat menjadi rancu antara mana logo dari *event* ini, sponsor atau pun logo dari penyelenggara *event* ini.

V.2 Saran

V.2.1. Akademik

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa tinggi tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* Majapahit Travel Fair 2019. Dalam hal ini menyarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambahkan indikator *event* yang lainnya.

V.2.2 Praktis

Dalam penelitian ini membantu melihat seberapa tinggi tingkat pengetahuan dari masyarakat Surabaya mengenai *event* Majapahit Travel Fair 2019 ini. Jika dilihat dari promosi yang telah dilakukan oleh DEBINDO selaku penyelenggara dari *event* ini menurut penulis sudah cukup baik, hanya saja untuk kedepannya agar lebih luas dan menyeluruh lagi.

Pemilihan media yang akan digunakan kiranya dapat lebih selektif dan lebih tajam dan media – media tersebut sering didengar, dibaca, atau dilihat oleh masyarakat. Selain itu juga, pengemasan acara dari Majapahit Travel Fair ini, kiranya dapat dibuat lebih menarik, agar lebih banyak lagi masyarakat yang tahu dan dapat menjadi pengunjung baru bagi Majapahit Travel Fair ini. Karena target utama dari *event* ini adalah anak muda, kiranya untuk kedepannya *event* ini dapat dibuat lebih apik, agar dapat menarik perhatian dari anak muda.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

- Azwar, Saifuddin. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : PUSTAKA PELAJAR
- Effendy, OnongUchjana.(2007). *Ilmu, TeoridanFilsafatKomunikasi*. Bandung: PT. Citra AdityaBakti
- Effendy, OnongUchjana. (2009). *Human Relation and Public Relation*. Bandung: MandarMaju
- Getz, Donald. (1991). *Festival, Special Events, and Tourism*. United State of America
- Hoyle, Leonard H. (2002). *Event Marketing; How to Successfully Promote Event, Festivals, Conventions, and Expositions*. United State of America
- Jefkins, Frank.(2003). *Public Relation Edisi Kelima*. Jakarta :Penerbit Airlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *RisetKomunikasi*. Jakarta: KencanaPrenada Media Group
- Lattimore, Dan dkk. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik Edisi Ketiga*. Jakarta : SalembaHumanika.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Petra Media
- Noor, Any (2009). *Manajemen Event*. Bandung : ALFABETA
- Ruliana, Poppy. (2016). *Komunikasi Organisasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. (2005). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada
- Suwarjani, V.Wiratna.(2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta:Penerbit Pustaka Baru Press
- Silalahi, Dr. Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Wawan, A. danDewi M. (2011). *Teori&PengukuranPengetahuan, Sikap, danPerilakuManusia*. Yogyakarta: MuhaMedika

JURNAL :

- Soraya, Anggita., Ike Devi Sulistyaningtyas. *StrategiKomunikasi Special Event Jogja Jaya Carnival 2011 sebagai Icon Event Budaya*. 1-14
- Rahmat, Dewi E. S. (2014). *Evaluasi Special Events PeriodikLenmarc Mall 2013*. 02. 02. 1-12.

Tandy, Gabrielle S. (2013). *Evaluasi Special Event Surabaya Fashion Parade 2012 yang Diselenggarakan oleh Tunjungan Plaza Surabaya*. 01. 03. 138-146

Soedarso, Dkk. (2013). *Dinamika Multikultural Masyarakat Kota Surabaya*. 06.01.62 – 75

ONLINE :

<https://www.pedomanwisata.com/event/festival/majapahit-travel-fair-mtf-2018-di-surabaya-pameran-wisata-terbesar-di-kawasan-timur-indonesia>

<https://hotel.eastjava.com/Event/Detail/majapahit-travel-fair-2018.html>