

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

III.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang merupakan masyarakat Surabaya yang mengunjungi festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan 2018, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa dalam respon atau evaluasi individu mengenai festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan 2018 yang diadakan hampir setiap bulannya dalam tahun ini adalah positif. Pengunjung menunjukkan sikap positif dalam tiga komponen yaitu komponen kognitif, afektif, dan konatif. Sikap positif dalam tiap komponen ditampilkan melalui seluruh pernyataan yang dijawab secara positif mewakili keenam faktor keberhasilan festival (*event*) yaitu faktor lokasi, hiburan, cuaca, biaya, tema, dan kompetisi.

Seluruh pengunjung mengetahui, menyukai, dan bahkan memiliki keinginan untuk datang kembali ke penyelenggaraan festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan berikutnya. Namun khususnya pada faktor lokasi yaitu kemudahan akses masuk dan keluar ke area festival dan faktor hiburan yang berhubungan dengan adanya patung manusia hidup (*mannequin*) mendapat tanggapan negatif dari responden. Ini menjadi pertimbangan responden dalam melakukan kunjungan ulang. Bagian yang menunjang sikap positif dari masyarakat Surabaya yang berkunjung ini ada pada faktor cuaca dimana festival diadakan

pada sore hari pada kondisi yang tidak panas. Secara keseluruhan hal ini menunjukkan upaya yang dilakukan pemerintah dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan meraimaikan kembali suasana jalan Tunjungan, Genteng, kota Surabaya, Jawa Timur dengan melakukan intensifikasi pengadaan festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan 2018 yang semula diadakan dua kali dalam setahun menjadi sebulan sekali di tahun 2018 mendapatkan dukungan yang positif dari masyarakatnya yang mana ada beberapa hal yang tetap perlu menjadi perhatian pemerintah untuk pengadaan festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan selanjutnya menjadi lebih baik.

III.2 Saran

Saran yang akan disampaikan dalam penelitian ini meliputi saran akademis dan saran praktis. Saran akademis ditujukan untuk kebutuhan perkuliahan atau kampus yang mana bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan variabel sikap dan *event* atau festival diharapkan dapat memperluas dan memperdalam teori yang terkait dengan *event*. Survei mendetail secara langsung disegala aspek yang berhubungan dengan pengadaan *event* (dalam hal ini festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan) perlu diperhatikan karena hal ini dapat membantu proses pembuatan kuisisioner yang akan digunakan sebagai instrumen penelitian.

Sedangkan saran praktis ditujukan untuk Pemerintah Kota Surabaya dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota

Surabaya. Berdasarkan data yang telah dianalisis oleh peneliti dan menghasilkan sikap, masyarakat Surabaya menunjukkan sikap positif dengan pengadaan festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan setiap bulannya di tahun 2018. Kurangnya peneliti dalam melakukan survei mendalam menjadi kelemahan dalam kuisioner ini, sehingga peneliti melakukan wawancara singkat kepada beberapa responden. Melalui wawancara tersebut terdapat beberapa saran perbaikan. Saran pertama berhubungan dengan faktor hiburan, untuk penataan *booth-booth* kuliner dan craft dari UKM-UKM diletakkan di tepi saja sehingga dapat memudahkan pengunjung untuk melihat dan memilih *booth* mana yang akan dituju, sehingga saat melakukan transaksi tidak perlu berdesak-desakan, selain itu penataan yang lebih baik akan memudahkan alur jalan pengunjung. Pengunjung dapat menikmati suasana keramaian jalan Tunjungan dengan lebih nyaman

Saran berikutnya berhubungan dengan faktor lokasi, dimana mengingat banyaknya pengunjung yang hadir jika bisa lahan parkir diperbanyak lagi, meskipun saat ini lahan parkir sudah ditambah oleh pemerintah. Selain itu untuk akses masuk dari arah parkir sepeda motor yang berlokasi di jalan Praban menuju ke lokasi festival di perlebar sehingga pengunjung yang keluar dan masuk tidak hanya dari satu pintu, jika pengunjung membludak akan terjadi kepadatan yang luar biasa. Jika memungkinkan lokasi lahan parkir dapat dibuka satu per satu sehingga pengunjung yang hendak parkir dapat diarahkan secara teratur dan lahan parkir tidak penuh dan *overload* pada waktu yang sama. Adapun sebaiknya

apabila ada tambahan hiburan lain seperti area *photobooth* dan patung manusia (*mannequin*) dapat diinformasikan melalui media-media yang menjadi saluran publikasi sehingga masyarakat yang berkunjung menjadi lebih tahu dan perhatian karena saat ini fasilitas tersebut juga menjadi salah satu fasilitas yang diminati banyak orang yang digunakan sebagai sarana mengekspresikan diri mereka melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- A., Wawan dan Dewi M. (2010) *Teori & Pengukuran : Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Azwar, Saiffudin. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar, Saiffudin. (2016). *Sikap Mamusia : Teori dan Pengukurannya (ed.2)*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Getz, Donald. (1949). *Festivals, Special Events, and Tourism*. United States of America : Van Nostrand Reinhold
- Hoyle, Leonard H. (2002). *Event Marketing : How To Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions*. United States of America : John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, Philip. (2012). *Marketing Management The Millenium Edition*. United States of America : Prentice Hall
- Kriyantono, Racmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Noor, Any. (2009). *Manajemen Event*. Bandung : Alfabets
- Pudjiastuti, Wahyuni. (2010). *Special Event Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Bandung : PT. Elex Media Komputindo
- Ruslan, Rosady (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi "Konsepsi dan Aplikasi"*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady (2017). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

- Severin, Werner J. dan James W. Tankard. (2005). *Teori Komunikasi “Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa”*. Jakarta : Prenada Media
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Soehartono, Irawan. (2011). *Metode Penelitiian Sosial : Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

JURNAL

- Astrina, Dwina. (2013). “Special Event dan Product Knowledge (Studi Korelasional Event 'Pocari Sweat Conference' Terhadap Product Knowledge Peserta Di Kota Medan)”. Diakses pada 02 Maret 2018
- Halim, Aditya Pranata. (2015). “Sikap Komunitas Alumni Komunitas Mengenai Aktivitas Corporate Social Responsibility Akademi Komunitas PT. PJB”. Diakses pada 28 Februari 2018. *Jurnal E-Komunikasi*. 3(2). 1-10..
- Lo, Jessica. (2016). “Sikap Masyarakat Surabaya Mengenai Brand Baru Surabaya Suites Hotel”. Diakses pada 28 Februari 2018. *Jurnal E-Komunikasi*. 4(1). 1-10.
- Sanjaya, Marta. (2016). “Analisis Penyelenggaraan Special Event “End of Year Marbella Night” oleh Extra Ordinary Event Organizer”. Diakses pada 28 Februari 2018. *KalbiSocio* 3(1) 57-66.
- Tandy, Gabrielle Stephanie.(2013). “Evaluasi Special Event Surabaya Fashion Parade 2012 Yang Diselenggarakan Oleh Tunjungan Plaza”. Diakses pada 09 Maret 2018. *Jurnal E-Komunikasi* 1(3)137-146.

PORTAL BERITA ONLINE

- Adhi, Adrianus (2017, 22 November). Daftar Lengkap UMK Surabaya 2018, UMK Malang 2018, UMK Gresik 2018, dan UMK Jatim 2018. surabaya.tribunnews.com [on-line]. Diakses pada 28 November 2018
- Admin. (2018, 12 Januari). Dongkrak Wisatawan, Ini yang Dilakukan Disbudpar Selama 2018. Surabaya.go.id [on-line]. Diakses pada 22 Oktober 2018
- Admin (2018, 21 Februari). Ada Yang Beda di Acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan. Humas.surabaya.go.id [on-line]. Diakses pada 28 November 2018
- Admin (2018, 7 Oktober). Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan, Reinkarnasi Sejarah dengan Konsep Dagang Milenial. actasurya.com [on-line]. Diakses pada 28 November 2018
- Antara, Agregasi. (2018, 22 Februari). Genjot Wisatawan, Mlaku-Mlaku Nang Tunjungna Kini Digelar Tiap Bulan. Okezone.com [on-line]. Diakses pada tanggal 09 April 2018
- Antusiasme Warga Hadiri “Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan” (2018, 26 Februari). Antara News [on-line]. Diakses pada tanggal 12 April 2018
- Fajar, Ardiansyah. (2018, 20 Februari). Surabaya Ingin Sejajarkan Jalan Tunjungan dengan Malioboro. Idntimes.com [on-line]. Diakses pada 28 November 2018
- Hakim, Abdul. (2017,14 Mei). Ribuan Peserta Semarakkan Festival Rujak Uleg Surabaya. Antara News [on-line]. Diakses pada tanggal 11 April 2018 dari
- Festival Kalimas Surabaya Sughkan Keseruan di Atas Air. (2016, 25 Mei) Kabar Surabaya [on-line]. Diakses pada tanggal 17 April 2018
- Faizal, Achmad. (2018, 15 Januari). Agenda Wisata 2018 Surabaya, Ada Festival sampai Kuliner Kembang Jepun. Kompas.com [on-line]. Diakses pada tanggal 10 April 2018

Surabaya Siapkan Puluhan Event untuk Dongkrak Pariwisata. (2018, 12 Januari). Republika.co.id [on-line]. Diakses pada tanggal 10 April 2018

Wijanarko, Tulus. (2018, 22 Februari). Acara Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan Digelar Rutin Saban Bulan. Tempo.co [on-line]. Diakses pada 22 Oktober 2018

WOW! Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan Akan Digelar Setiap Bulan di Surabaya (2018, 21 Februari). [Tribun Jatim](http://TribunJatim.com) [on-line]. Diakses pada tanggal 05 April 2018

Sosial Media Intsagram

@surabayasparkling; @sapawargasurabaya; @call112surabaya;
@dishubsurabaya; @satpolpps Surabaya; @megaborujawa;
@gigavolt88; @lovesuroboyo

WAWANCARA

Herry Richie, Kepala Seksi Bidang Seni dan Budaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya

Michelle Bela (21), salah satu pengunjung Festival Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan 2018

LAMPIRAN