

**ANALISIS MANAJEMEN EVENT PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL 2024
DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI *MUSIC TOURISM* DI
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

Nurlaela Svifa

NIM 21107030085

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Nurlaela Syifa
Nomor Induk : 21107030085
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 21 Mei 2025



Nurlaela Syifa
NIM.21107030085

STATE ISLAMIC UNIVERS
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Nurlaela Syifa
NIM : 21107030085
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :


**ANALISIS MANAJEMEN EVENT PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL 2024
DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI MUSIC TOURISM DI YOGYAKARTA**
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 09 Juli 2025
Pembimbing


Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
NIP : 19830111 201503 2 004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3169/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : Analisis Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam Mengembangkan Potensi Music Tourism di Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NURLAELA SYIFA
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030085
Telah diujikan pada : Kamis, 12 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 68709339c946f



Penguji I

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 687465c74689f



Penguji II

Ihya' Ulumuddin, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 6863a7e5b2327



Yogyakarta, 12 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 687469ca45f4

MOTTO

" Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,"

(QS. Al-Baqarah [2]: 286).

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."

(QS. Al-Insyirah [94]: 5-8)

**"Yang hari ini terasa berat, suatu saat akan jadi cerita hebat.
Sedikit demi sedikit, lama-lama jadi skripsi legit"**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
-Lilu
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam Mengembangkan Potensi *Music Tourism* di Yogyakarta”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Psi., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Dr. Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Alip Kunandar S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan memberikan arahan akademik kepada penulis dari semester pertama hingga saat skripsi ini diselesaikan.
5. Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji Satu yang telah membantu menyempurnakan skripsi ini.
7. Bapak Ihya Ulumudin, M.Sos., selaku Dosen Penguji Dua yang telah membantu menyempurnakan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang berharga serta bantuan selama masa studi.

9. Ibu Solehah dan Alm. Bapak Hasan Muchrim selaku orang tua penulis yang selalu menjadi motivasi dan sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan cinta yang tiada henti dalam membesarkan serta membimbing penulis hingga saat ini. Seluruh pencapaian yang diperoleh penulis tidak dapat terwujud tanpa dukungan, kasih sayang, dan peran besar dari kalian berdua.
10. Mba Sanah, Mas Pin, Tete, Aa, Mesmos selaku saudara penulis yang telah banyak memberikan dukungan, semangat, dan doa selama masa studi ini.
11. Rayi Anyunari, Iwe Ramadan, RL. Adepa Iwarna, Tania Utami, Devi Wening Astari, S. I. Kom, M.I.Kom., selaku narasumber dalam skripsi ini yang telah berkenan memberikan waktu, informasi, dan wawasan berharga.
12. Teman-teman Wonton atas segala bantuan dan dukungan, kawan-kawan Kelas C, serta rekan seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2021 atas kebersamaan yang telah mewarnai perjalanan penulis selama masa studi.
13. Sahabat dan orang-orang tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi di setiap proses selama perjalanan studi ini. Kehadiran kalian menjadi sumber kekuatan dan inspirasi yang tidak ternilai bagi penulis.
14. Serta semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan ke depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi.

Yogyakarta, 21 Mei 2025

Penulis,

Nurlaela Svifa

NIM. 21107030085

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat praktis	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Landasan Teori	13
1. Manajemen Event	13
2. Special Event	17
3. <i>Music Tourism</i>	18
G. Kerangka Pemikiran	24
H. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Subjek dan Objek Penelitian	25

3. Sumber Data.....	26
4. Metode Pengumpulan Data	27
5. Metode Analisis Data	28
6. Metode Keabsahan Data.....	30
BAB II	31
GAMBARAN UMUM	31
A. RAJAWALI INDONESIA COMMUNICATION	31
1. Profil Perusahaan.....	31
2. Logo Perusahaan	32
3. Sejarah Perusahaan.....	33
4. Visi dan Misi Perusahaan	34
5. Struktur Perusahaan.....	35
6. Layanan Perusahaan	36
B. PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL	38
C. PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL 2024	40
D. PT TAMAN WISATA CANDI BOROBUDUR, PRAMBANAN DAN RATU BOKO (PT TWC)	43
1. Profil Perusahaan.....	43
2. Logo Perusahaan	44
3. Sejarah Perusahaan.....	44
4. Visi dan Misi Perusahaan	46
BAB III	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Tahap <i>Research</i> Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 melalui penerapan komponen 4A dalam <i>Music Tourism</i>	50
B. Tahap <i>Design</i> Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 melalui penerapan komponen 4A dalam <i>Music Tourism</i>	59
C. Tahap <i>Planning</i> Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 melalui penerapan komponen 4A dalam <i>Music Tourism</i>	69
D. Tahap <i>Coordination</i> Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 melalui penerapan komponen 4A dalam <i>Music Tourism</i>	81

E. Tahap <i>Evaluation</i> Manajemen Event Prambanan Jazz Festival 2024 melalui penerapan komponen 4A dalam <i>Music Tourism</i>	91
BAB IV.....	103
PENUTUP	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	110



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Manajemen Event menurut Joe Goldblatt	14
Gambar 2. Logo Rajawali Indonesia Communication.....	32
Gambar 3. Media Sosial Prambanan Jazz Festival	39
Gambar 4. Poster Prambanan Jazz Festival 2024	40
Gambar 5. Harga tiket Prambanan Jazz Festival 2024	42
Gambar 6. Logo PT Taman Wisata Candi (TWC).....	44
Gambar 7. Data Segmentasi Penonton Prambanan Jazz Festival 2024	51
Gambar 8. Layout Stage Prambanan Jazz Festival 2024	65
Gambar 9. Map Info, Parking dan Access Prambanan Jazz Festival 2024	66
Gambar 10. Line Up Prambanan Jazz Festival 2024	73
Gambar 11. Rundown Event Prambanan Jazz Festival 2024.....	76
Gambar 12. Informasi Rute Menuju Prambanan Jazz Festival 2024.....	78
Gambar 13. Suasana Area Venue Prambanan Jazz Festival 2024.....	85
Gambar 14. Pelaksanaan Prambanan Jazz Festival 2024.....	99
Gambar 15. Data Perkembangan Pariwisata DIY, Juli 2024.....	100
Gambar 16. Dokumentasi wawancara dengan Rayi Anyunari.....	110
Gambar 17. Dokumentasi wawancara dengan RL. Adepa Iwarna.....	110
Gambar 18. Dokumentasi wawancara dengan Tania Utami	111

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	12
Tabel 2. Kerangka Pemikiran.....	24
Tabel 3. Struktur Perusahaan PT Rajawali Indonesia Communication Tahun 2022	35



ABSTRACT

Music has now become a medium capable of attracting interest and motivating individuals to visit specific locations, thereby contributing to new tourist attractions. This phenomenon is commonly referred to as music tourism. This research aims to analyze the event management of the Prambanan Jazz Festival 2024 in enhancing the potential of music tourism in Yogyakarta. This study employs a qualitative research method, with data collected through interviews, observations, and documentation. These methods were used to obtain in-depth information regarding the event management practices applied during the Prambanan Jazz Festival 2024 organizations and its potential to strengthen music tourism in Yogyakarta. The findings of this research indicate that the implementation of the Prambanan Jazz Festival 2024 has significantly contributed to the advancement of the music tourism sector in Yogyakarta. The potential for development of music tourism in the region can be further enhanced through the organization of more music events held in iconic locations such as the Prambanan Temple and other cultural heritage sites. Yogyakarta can continue expanding its music tourism potential by organizing music events that combine natural beauty with local wisdom, and introducing more diverse performances such as festivals, concerts, and cultural art shows. This potential affirms that the Prambanan Jazz Festival 2024 not only promotes tourism through music and supports the preservation and promotion of local culture.

Keywords : Music Tourism, Prambanan Jazz Festival, Event Management, Tourism, Music Festival

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era ini, musik telah berkembang menjadi bentuk hiburan yang tidak hanya memberi kepuasan emosional tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor, salah satunya pada sektor pariwisata. Musik kini menjadi alat atau sarana yang mampu menarik minat serta motivasi seseorang untuk datang ke suatu lokasi dan membangun sebuah daya tarik destinasi wisata yang baru, fenomena ini yang kemudian disebut dengan istilah wisata musik atau *music tourism*. Namun, wisata musik ini masih terdengar relatif asing di Indonesia dan belum banyak dikembangkan. Padahal, Indonesia sendiri memiliki kekayaan budaya musik yang sangat beragam, mulai dari musik tradisional hingga musik modern. Hal ini tentu sangat berpotensi besar untuk mengembangkan musik sebagai daya tarik utama pariwisata. Dengan memanfaatkan potensi tersebut, Indonesia tentu memiliki peluang besar untuk menjadikan wisata musik sebagai salah satu sektor pariwisata unggulan yang memiliki dampak positif guna mendorong industri musik dan pariwisata di suatu daerah.

Moscardo et al. (2009) menjelaskan bahwa wisata musik merupakan bentuk pariwisata budaya yang berfokus pada acara dan festival musik. Acara-acara ini dipercaya memiliki kualitas unik yang mendorong partisipasi penduduk lokal dan koneksi sosial, yang penting untuk perkembangan positif dan keberhasilan pariwisata (Dewa & Satrya, 2024).

Menurut Wibisiono (2009), wisata musik merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan berdasarkan dorongan musik, seperti melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu untuk menghadiri festival musik atau mengunjungi daerah tertentu untuk ke lokasi musik terkenal (Puspita et al., 2021). Sedangkan, menurut Connell dan Gibson (2005), *music tourism* merujuk pada situasi ketika orang melakukan perjalanan atau aktivitas pariwisata dengan musik sebagai salah satu motivasinya. Dengan kata lain, musik menjadi faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan atau wisata, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai *music tourism* (Azhar Melati Putri & Nurhidayati, 2018). Campbell (2011), mengatakan bahwa wisata musik merupakan kegiatan wisata yang membuat seseorang melakukan perjalanan ke lokasi di luar tempat tinggalnya untuk menyaksikan pertunjukan musik secara langsung untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda (Hutabarat, 2022). Dari beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa wisata musik atau *music tourism* merupakan sebuah kegiatan di mana seseorang memiliki motivasi untuk melakukan sebuah kunjungan ke tempat maupun daerah lain dengan tujuan utamanya yaitu musik.

Festival musik di Indonesia semakin mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan zaman. Berbagai macam jenis music seperti Pop, Dangdut, Rock, Jazz dan berbagai genre lainnya memiliki penggemar yang besar di Indonesia. Fenomena-fenomena ini mencerminkan seberapa besar minat dan antusiasme masyarakat Indonesia terhadap musik. Setelah

terjadinya pandemi COVID-19, minat terhadap pertunjukan musik di Indonesia semakin meningkat secara signifikan. Mulai dari tahun 2022 hingga 2023, tren menonton konser musik menjadi salah satu kebutuhan hiburan dan gaya hidup bagi sebagian orang.

Sebuah laporan penelitian terbaru yang dilakukan oleh (Populix, 2024), dengan judul "Beyond Borders: A Study of Indonesian Concert-Goers Behavior" menunjukkan bahwa minat dan keterlibatan masyarakat Indonesia dalam pertunjukan musik sangat tinggi. Survei ini melibatkan lebih dari 1000 responden yang berusia antara 17 hingga 55 tahun di Indonesia. Hasil studi tersebut mengungkapkan bahwa 77% dari responden menunjukkan minat mereka untuk menonton pertunjukan musik, baik yang ada di dalam maupun di luar negeri. Sementara itu, pada tahun 2023, sebanyak 42% dari responden telah menghadiri pertunjukan musik, dan 32% di antaranya menyatakan bahwa mereka telah menghadiri lebih dari tiga kali pertunjukan musik dalam satu tahun terakhir. Diperkirakan bahwa pada tahun 2024 angka ini akan terus meningkat, di mana terdapat 57% responden memiliki niat untuk menghadiri pertunjukan musik. Mayoritas dari mereka berencana untuk menghadiri satu hingga tiga kali pertunjukan musik (Alessandrina, 2024). Dalam laporan penelitian ini juga disebutkan bahwa 57% responden lebih menyukai konser musik dalam bentuk festival dan 43% lainnya memilih konser musik tur (Populix, 2024).

Festival musik adalah sebuah festival yang berfokus pada pertunjukan langsung dari penyanyi dan pemain alat musik, biasanya setiap

festival musik memiliki perbedaan tema, jenis musik, lokasi dan waktu. Fenomena festival musik ini mulai marak di Indonesia sejak tahun 2010. dalam rentang waktu tersebut telah tercatat bahwa setiap bulannya terdapat beberapa perhelatan festival musik yang diselenggarakan di berbagai lokasi di Indonesia (Aulia & Artanti, 2021). Festival musik sendiri berdampak positif terhadap berbagai aspek, seperti meningkatkan citra sosial, menyediakan hiburan, mempromosikan budaya lokal, mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, pengembangan infrastruktur dan pembangunan kota, serta dapat meningkatkan nilai sosial dan budaya. (Christiani, 2022).

Selain itu, sebuah festival musik juga dapat berperan penting dalam memperkenalkan Indonesia kepada masyarakat global. Indonesia memiliki sejumlah festival musik yang populer dan selalu dinantikan oleh penggemarnya, baik dari dalam maupun luar negeri. Bahkan menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, festival-festival musik tersebut dapat mampu menarik motivasi wisatawan asing untuk mengunjungi Indonesia khusus untuk menyaksikan festival musik tersebut. Hal ini tentu sangat berdampak baik terhadap pertumbuhan ekonomi negara di masa depan (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Festival musik telah bertransformasi menjadi sebuah kegiatan wisata dengan memanfaatkan beragam genre musik, penampilan dari musisi lokal hingga internasional, serta lokasi pelaksanaan yang beranekaragam (Aulia & Artanti, 2021).

Salah satu festival musik terbesar di Indonesia yang populer dan selalu dinantikan oleh para penggemar setianya, baik dari dalam maupun luar negeri adalah Prambanan Jazz Festival. Prambanan Jazz Festival merupakan sebuah pertunjukan musik berskala internasional yang diadakan setiap tahunnya di pelataran Candi Prambanan, Yogyakarta sejak tahun 2015. Prambanan Jazz Festival menyuguhkan sebuah festival musik yang cukup berbeda dengan festival musik lainnya, di mana dalam festival ini terdapat kolaborasi yang luar biasa antara karya seni musik jazz yang indah dengan situs budaya Candi Prambanan sebagai *venue* utamanya. Kemegahan serta nilai historis yang tinggi dari Candi Prambanan ini dipadukan dengan karya musik modern dari musisi kelas dunia. Penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival ini tidak hanya menjadi sebuah ajang pertunjukan musik yang memberikan hiburan semata, tetapi juga sebagai salah satu bentuk dalam menyatukan keberagaman budaya dengan menginspirasi para penikmat musik untuk terus menjaga dan merayakan keanekaragaman musik (Ifid, 2023).

Dalam penyelenggaraan sebuah festival musik tentu diperlukan manajemen event yang efektif dan terencana dengan baik. Joe Goldblatt (2013), menjelaskan bahwa manajemen event merupakan sebuah kegiatan profesional yang mengatur serta menyatukan sekelompok orang dengan berbagai tujuan seperti perayaan, pertemuan, Pendidikan, pemasaran, dan reuni. Manajemen event menurut Goldblatt dimulai dengan merancang acara, membuat desain kegiatan, mengkoordinasikan serta mengawasi

pelaksanaan acara agar acara tersebut dapat berjalan dengan baik (Tafarannisa et al., 2021). Sementara itu, Noor (2009), berpendapat jika manajemen event adalah suatu perencanaan kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga maupun komunitas dengan cara yang profesional dan efektif, dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga selesainya acara (Tafarannisa et al., 2021).

Dalam manajemen event, sangat penting untuk melakukan koordinasi dan kerja sama yang baik di antara semua pihak yang terlibat. Semua pihak harus memiliki visi dan misi yang sejalan, hal ini tentu untuk memastikan keseluruhan acara dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Dengan menyelenggarakan event yang menarik dan bermanfaat tentu dapat menarik lebih banyak individu-individu lain untuk memperkuat posisi event tersebut. Manajemen event yang efektif dan terencana dengan baik akan memperkuat hubungan antara penyelenggara event dengan pihak-pihak lainnya yang terlibat. Dalam ayat 7-8 dari Surah Al-Insyirah dalam Al-Qur'an, hal ini disebutkan:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْجِعْ ﴿٨﴾

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain; dan hanya kepada Tuhanmu berharaplah” (Qur'an Kemenag, 2023).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap hal yang diperbuat manusia harus dapat dipertanggungjawabkan. Islam mengajarkan umatnya untuk menyusun perencanaan yang matang karena setiap pekerjaan akan menimbulkan sebab akibat. Melalui perencanaan yang baik tentu akan memberikan hasil yang baik pula, sehingga akan disenangi oleh Allah swt. Kegiatan apa pun yang sebelumnya telah direncanakan dengan matang, tujuan utamanya yaitu untuk mendapatkan hasil yang efektif dan efisien (Arief, 2022).

Demikian pula dalam proses manajemen event yang dilakukan pada penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival. Penyelenggara dari Prambanan Jazz Festival harus melakukan persiapan dan perencanaan yang matang. Keberhasilan event ini juga didukung oleh kerja sama yang baik dengan semua pihak yang terlibat di dalamnya. Penyelenggaraan event Prambanan Jazz Festival ini digagas oleh Rajawali Indonesia Communication bersama dengan PT. Taman Wisata Candi. Dalam menyelenggarakan event musik ini, Rajawali Indonesia Communication melalui berbagai rangkaian proses manajemen event. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai manajemen event yang dilakukan oleh Rajawali Indonesia pada event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam mengembangkan potensi *music tourism* di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka dari itu peneliti merumuskan masalah yang akan peneliti teliti, yaitu bagaimana analisis manajemen event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam mengembangkan potensi *music tourism* di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam mengembangkan potensi *music tourism* di Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam disiplin ilmu komunikasi, khususnya terkait manajemen event serta dapat menambah wawasan, pengetahuan serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen event.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada penyelenggara Prambanan Jazz Festival 2024 serta dapat menjadi referensi bagi penyelenggara lain sehingga dapat diterapkan pada acara serupa guna mencapai kesuksesan dan memperkuat posisi event dalam industri pariwisata, khususnya wisata musik.

E. Tinjauan Pustaka

Dari hasil penelusuran yang telah dilakukan, dalam menyusun penelitian ini peneliti juga membaca penelitian terdahulu untuk dijadikan petunjuk serta acuan untuk melakukan penelitian. Terdapat beberapa penelitian yang relevan terhadap pembahasan yang akan peneliti lakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai tinjauan pustaka dalam penelitian ini.

Penelitian pertama yang dijadikan tinjauan pustaka oleh peneliti yakni penelitian yang dilakukan oleh Peny Meliaty Hutabarat dengan judul “*Music Tourism Potentials in Indonesia: Music Festivals and their Roles in City Branding*”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat potensi music tourism, khususnya peran pada festival musik bagi pariwisata dan *city branding* di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metodologi deskriptif.

Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa wisata musik khususnya dalam bentuk festival musik memiliki potensi yang besar, baik untuk masa kini maupun masa yang akan datang. Salah satunya adalah dengan perannya dalam membangun *city branding*. Banyak kota-kota di Indonesia yang memiliki peluang besar untuk memajukan festival musik dengan keindahan alam masing-masing di setiap kota/daerah tersebut. Hal tersebut tentu akan menjadi nilai tambah bagi kemajuan wisata musik di Indonesia.

Dalam penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu meneliti tentang potensi *music tourism* di Indonesia serta dengan menggunakan metode penelitian metode

penelitian yang sama yakni metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan, perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya, penelitian ini berfokus pada Potensi *Music Tourism* yang berperan dalam City Branding, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu potensi *Music Tourism* pada Prambanan Jazz Festival 2024 di Yogyakarta.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Ayub Dwi Anggoro, Happy Susanto, Rizal Arifin, Oki Cahyo Nugroho, Eli Purwati, dan Irvan Nur Ridho dengan judul "Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemerintah kabupaten Ponorogo dalam melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan budaya Ponorogo sebagai strategi daya tarik wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan, yaitu penelitian yang mengumpulkan informasi dan data.

Hasil dari penelitian ini membahas tentang event budaya yang telah diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten Ponorogo dengan melewati beberapa tahapan-tahapan manajemen event yang dikemukakan oleh Joe Goldblatt (2002), yaitu dari *tahap research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yakni menggunakan teori manajemen event Joe Goldblatt. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan, sementara peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Selanjutnya penelitian yang ketiga dilakukan oleh Azmi Kautsar Alim dan Any Ariani Noor berjudul "Daya Tarik Wisata Musik dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung". Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh daya tarik wisata musik terhadap motivasi kunjungan wisatawan ke kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode campuran (*mixed-method*) melalui wawancara mendalam dengan penyedia wisata musik dan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menghadiri pertunjukan musik di Kota Bandung.

Hasil analisis kualitatif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kota Bandung telah memenuhi ke empat komponen pariwisata, sementara hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa wisata musik berpotensi mempengaruhi motivasi wisatawan berkunjung ke Kota Bandung. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni menganalisis wisata musik dengan menggunakan komponen pariwisata 4A yang dikemukakan oleh Cooper et al., (1998) yakni *Attraction, Accesibility, Amenity, dan Ancillary*. Sedangkan, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti teliti terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode campuran, sedangkan penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul	Sumber	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1	Peny Meliaty Hutabarat	<i>Music Tourism Potentials in Indonesia: Music Festivals and their Roles in City Branding</i>	Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies (JITPS), Vol. 7 No. 1, 2022.	Potensi <i>Music Tourism</i> berperan dalam City Branding,	Persamaan: metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaan: fokus penelitian.
2	Ayub Dwi Anggoro, Happy Susanto, Rizal Arifin, Oki Cahyo Nugroho, Eli Purwati, dan Irvan Nur Ridho	Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo.	Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP), Vol. 7 No. 1, 2023.	Event budaya Ponorogo menerapkan tahapan manajemen Joe Goldblatt.	Persamaan: teori manajemen event Joe Goldblatt. Perbedaan: metode penelitian.
3	Azmi Kautsar Alim dan Any Ariani Noor	Daya Tarik Wisata Musik dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung	Tourism Scientific Journal, Vol. 9 No. 2, 2024.	Kota Bandung memenuhi komponen 4A dan wisata musik berpengaruh terhadap motivasi kunjungan wisatawan.	Persamaan: menggunakan komponen 4A Cooper (1998), Perbedaan: metode yang digunakan.

Sumber: Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

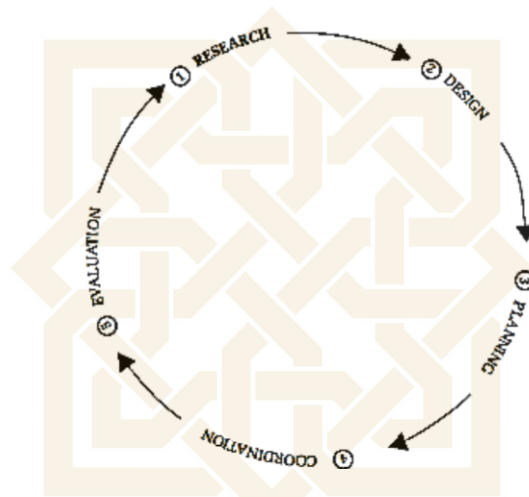
1. Manajemen Event

Manajemen Event menurut Joe Goldblatt (2013), didefinisikan sebagai kegiatan profesional yang melibatkan dan mengumpulkan sekelompok orang dengan berbagai tujuan tertentu, seperti perayaan, pemasaran, pendidikan, maupun reuni. Manajemen event bertanggungjawab untuk melakukan riset, membuat desain kegiatan, mengadakan perencanaan serta pengawasan untuk merealisasikan terselenggaranya sebuah kegiatan atau event (Anggoro et al., 2023). Sedangkan menurut Noor (2009), manajemen event adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh lembaga maupun komunitas lalu dikelola secara profesional, efisien, dan efektif, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga kegiatan selesai (Tafarannisa et al., 2021).

Sebuah event dapat terselenggara dan berjalan dengan baik sesuai tujuan apabila memiliki sebuah manajemen event yang baik. Proses manajemen event dimulai dengan membuat kerangka konsep dan diikuti dengan pelaksanaan kegiatan hingga selesai. Manajemen event bertujuan untuk memastikan bahwa event atau acara tersebut dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai sehingga dapat mengurangi kemungkinan hasil yang tidak diinginkan oleh penyelenggara event. Manajemen event diperlukan untuk menjamin bahwa setiap proses event berjalan dengan sukses (Sound Diplomacy and ProColombia, 2018).

Menurut Joe Goldblatt, terdapat lima tahapan proses manajemen event yaitu, *Research, Design, Planning, Coordination, dan Evaluation*.

Gambar 1. Proses Manajemen Event menurut Joe Goldblatt



Sumber: Dr. Joe Goldblatt, (dalam *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management*, 2002:36)

a. *Research* (Riset)

Tahapan awal dalam merancang sebuah event adalah dengan melakukan riset. Riset dalam manajemen event merupakan sebuah usaha untuk mengumpulkan data serta informasi guna meningkatkan kualitas event. Riset yang dilakukan secara cermat dapat membantu mengurangi risiko kegagalan dalam pelaksanaan sebuah event. Riset ini diperlukan untuk mengidentifikasi kebutuhan, harapan, dan ekspektasi yang berkaitan dengan tujuan event tersebut. Jenis riset yang dipilih harus disesuaikan dengan jenis event yang akan diadakan. Riset yang dilakukan ini bertujuan

untuk mengetahui aspek apa saja yang dapat menunjang keberhasilan event dan mengurangi risiko kegagalan serta memastikan hasil event dapat berjalan sesuai rencana.

b. Design (Desain)

Tahap design dalam manajemen event mencakup pada desain dan rancangan event itu sendiri. Proses mendesain sebuah event dilakukan dengan menggunakan teknik *brainstorming* dan *mind mapping*. Pada tahap awal *brainstorming*, diadakan pertemuan untuk mengajak orang-orang kreatif agar dapat bertukar pikiran mengenai berbagai elemen acara. Selanjutnya proses menggunakan teknik *mind mapping*. *Mind mapping* merupakan metode yang efektif bagi anggota tim untuk berkolaborasi dalam menuangkan ide-ide, yang pada akhirnya akan menghasilkan keputusan logis dan mulai menciptkana ide-ide untuk acara tersebut.

c. Planning (Perencanaan)

Dalam tahapan ini terdapat penerapan prinsip-prinsip hukum *time*, *space*, dan *tempo*. Ketiga prinsip ini akan mempengaruhi dalam setiap Keputusan yang diambil dan dirancang untuk mengoptimalkan penggunaan setiap sumber daya yang tersedia.

Time berkaitan dengan waktu pengaplikasian acara, di mana semakin lama waktu perencanaan dan produksi maka akan semakin besar dampaknya terhadap biaya dan keberhasilan event. *Space* berkaitan dengan lokasi atau tempat di mana event tersebut akan

diadakan. *Time* dan *Space* memiliki keterkaitan yang erat dengan semua proses peristiwa. Sedangkan *Tempo* mengacu pada kecepatan yang terjadi selama proses perencanaan hingga pelaksanaan event yang berhubungan dengan koordinasi antar penyelenggara event.

d. *Coordination* (Koordinasi)

Tahapan ini merupakan tahapan yang paling sering dilakukan selama pelaksanaan event karena koordinasi merupakan tahapan pelaksanaan yang telah direncanakan. Pada tahap ini peran penyelenggara event sangat penting karena pada tahap ini penyelenggara event akan dihadapkan dengan banyak pilihan serta keputusan yang akan mempengaruhi keseluruhan acara.

e. *Evaluation* (Evaluasi)

Salah satu bentuk evaluasi yang paling umum adalah melalui survei tertulis yang ditujukan kepada peserta dan penonton untuk menilai tingkat kepuasan mereka. Selain itu, metode evaluasi lainnya adalah observasi, di mana keuntungan jenis evaluasi ini adalah kemampuannya untuk mengamati rencana secara objektif dan memberikan masukan yang bermanfaat selama proses perencanaan. Proses evaluasi akan membantu dalam memahami apakah acara yang telah dilaksanakan mendapat tanggapan yang positif dan layak diadakan kembali, atau bahkan sebaliknya.

2. Special Event

Joe Goldblatt, mengemukakan bahwa special event merupakan sebuah perayaan yang mempunyai karakteristik tertentu dengan bentuk seremoni serta untuk mendapatkan kepuasan atas kebutuhan tertentu (Wuisang et al., 2023). Menurut Goldblatt, bentuk-bentuk special event antara lain adalah sebagai berikut:

- a. *Exhibits/ Exposition* (Pameran): Untuk memperkenalkan sebuah produk kepada khalayak
- b. *Fair/Festival*: Sebuah bentuk kegiatan yang menyajikan banyak hiburan bagi khalayak.
- c. *Hallmark event*: Suatu acara pembukaan atau grand opening.
- d. *Hospitally*: Acara khusus yang dilaksanakan oleh perusahaan perhotelan.
- e. *Social Life Cycle Event*: Suatu acara yang menampilkan rangkaian tahapan pelaksanaan suatu kegiatan/upacara, seperti acara pernikahan.
- f. *Roadshow*: Special event yang dilaksanakan secara berpindah-pindah tempat dari satu lokasi ke lokasi yang lain.
- g. *Launching*: Suatu kegiatan berupa peluncuran produk baru, album musik, atau logo perusahaan.
- h. *Gatherin*: Acara khusus ini dibuat dalam bentuk hiburan, ramah tamah, atau interaksi antara peserta/public kegiatan tersebut.

3. *Music Tourism*

Fenomena musik dalam industri pariwisata dikenal dengan istilah wisata musik atau *music tourism*. Wisata musik didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang berkaitan dengan musik, yang dapat mendorong seseorang untuk berkunjung atau berwisata. Connell & Gibson menjelaskan bahwa *music tourism* adalah sebuah kegiatan ketika seseorang berwisata, setidaknya dalam beberapa aspek karena musik. Dalam konteks ini, wisata musik atau *music tourism* mengacu pada situasi di mana musik menjadi salah satu motivasi utama atau faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan atau berwisata. Sedangkan, Campbell (2011) berpendapat bahwa *music tourism* adalah sebuah kegiatan di mana individu-individu akan bepergian ke suatu tempat yang bukan merupakan tempat tinggalnya untuk mendengar atau menonton pertunjukan musik secara langsung untuk mendapatkan pengalaman (Hutabarat, 2022).

Dapat disimpulkan bahwa wisata musik mencakup segala aktivitas yang dilakukan oleh seorang wisatawan di mana motivasi utama untuk bepergian yaitu terkait dengan musik. Aktivitas ini mencakup kunjungan ke lokasi yang disebutkan dalam lirik lagu, tempat yang terkenal karena genre musik tertentu, museum musik, makam musisi, situs bersejarah yang terkait dengan musisi, hingga menyaksikan pertunjukan, konser, atau festival musik (Sound Diplomacy and ProColombia, 2018).

Jenis pariwisata ini mengalami perkembangan pesat setidaknya dalam dua dekade terakhir, terutama di wilayah Britania Raya. Inggris telah memanfaatkan wisata musik sebagai strategi untuk menarik wisatawan, baik domestik maupun internasional. Tahun 2013, UK Music selaku payung organisasi industri musik Britania Raya mulai menerbitkan sebuah laporan berjudul *Wish You Were Here: Music Tourism's Contribution to the UK Economy*, laporan ini berisi tentang kontribusi wisata musik terhadap perekonomian negara tersebut. Dalam laporan (UK Music, 2017), tercatat bahwa pada tahun 2016 wisatawan yang datang setidaknya mencapai angka 12,5 juta dengan 823.000 wisatawan musik mancanegara. Perlu digarisbawahi bahwa jumlah tersebut menunjukkan wisatawan yang hanya datang ke festival tersebut, dan UK Music kemudian menyebut wisatawan- wisatawan itu sebagai *music tourist*. Wisata musik di Inggris menyumbang sekitar 4,5 miliar poundsterling pada tahun 2018 dan 4,7 miliar poundsterling pada tahun 2019 dan jumlah wisatawan terus meningkat selama empat tahun terakhir (Baiquni et al., 2022).

Menurut laporan yang dilakukan oleh Sound Diplomacy, dengan judul, *Music is the New Gastronomy*, menjelaskan bahwa untuk memanfaatkan pertumbuhan ini perlu untuk memahami *music tourism* sebagai salah satu produk pariwisata. Seperti yang didefinisikan oleh UNWTO (United Nations World Tourism Organization) atau Organisasi Pariwisata Dunia, menyebutkan bahwa produk pariwisata merupakan

kombinasi elemen yang nyata dan tidak nyata, seperti sumber daya alam, budaya, hingga buatan manusia, atraksi, fasilitas, layanan, dan aktivitas tertentu (Sound Diplomacy and ProColombia, 2018).

Data-data tersebut menggambarkan tingginya minat wisatawan terhadap wisata musik. Wisata musik sendiri sudah ramai diperbincangkan oleh peneliti di dunia mulai dari akhir abad ke-20. Meskipun banyak penelitian membahas dengan baik mengenai wisata musik secara menyeluruh, tetapi dalam konteks wisata musik di Indonesia masih belum banyak dilakukan (Alim & Noor, 2024). Indonesia memiliki banyak sekali potensi untuk mendukung perkembangan wisata musik. Dengan kekayaan budaya dan beragam genre musik, Indonesia memiliki daya tarik unik bagi wisatawan musik (Alhamdi et al., 2024).

Untuk menganalisis potensi dari *music tourism* tersebut dapat diidentifikasi dengan menggunakan pendekatan komponen 4A pariwisata dalam mengembangkan destinasi wisata, yakni *Attraction*, *Amenities*, *Ancillary*, dan *Accessibility*. Komponen 4A, merupakan pendekatan yang sering digunakan untuk mengevaluasi kesiapan sebuah kawasan wisata. Cooper (2008) menjelaskan komponen 4A mencakup daya tarik utama yang menarik wisatawan, aksesibilitas yang mendukung kemudahan perjalanan, fasilitas penunjang untuk kenyamanan wisatawan, serta dukungan kelembagaan yang memastikan keberlanjutan pengelolaan wisata (Marlina et al., 2025).

a. *Attraction* (Atraksi)

Atraksi atau daya tarik adalah komponen yang paling penting karena komponen ini sangat berpengaruh untuk menarik wisatawan datang ke suatu destinasi wisata. Daya Tarik merupakan alasan utama bagi seseorang maupun sekelompok orang untuk memutuskan melakukan perjalanan dan memilih destinasi wisata. Suatu lokasi atau daerah dapat menjadi sebuah tujuan wisata jika mempunyai potensi yang dapat dikembangkan. Daya tarik dari destinasi ini yang kemudian dapat menjadi motivasi utama wisatawan untuk berwisata. Daya tarik destinasi wisata diklasifikasikan menjadi empat, yakni:

- 1) Daya tarik wisata alam, meliputi pemandangan alam, baik daratan maupun perairan, seperti laut dan danau, hingga iklim atau cuaca.
- 2) Daya tarik wisata arsitektur bangunan, meliputi bangunan maupun arsitektur modern, sejarah hingga arkeologi.
- 3) Daya tarik wisata budaya, meliputi museum, teater, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa khusus seperti festival maupun drama sejarah, serta warisan peninggalan budaya.
- 4) Daya tarik wisata sosial, meliputi gaya hidup masyarakat, bahasa, serta kegiatan sehari-hari.

b. *Amenity* (Fasilitas)

Fasilitas yang ada di suatu tempat wisata perlu untuk diperhatikan karena wisatawan yang datang tentu ingin mendapatkan fasilitas yang terbaik agar wisatawan merasa nyaman saat berwisata di tempat tersebut. Hal ini juga diartikan sebagai fasilitas dukungan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Fasilitas tersebut dapat meliputi akomodasi, makanan, minuman, hiburan, jasa bank, kesehatan hingga keamanan. Dalam hal ini, peran pemerintah daerah melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata. Sarana pariwisata dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Main Tourism Superstructures* atau sarana pokok pariwisata atau, yakni meliputi hotel, penginapan, villa, dan restoran.
- 2) *Supplementing Tourism Superstructures* atau sarana pelengkap pariwisata, meliputi wisata budaya dan wisata alam.
- 3) *Supporting Tourism Structures* atau sarana penunjang pariwisata, meliputi pasar seni, kuliner, oleh-oleh, serta cendera mata.

c. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas didefinisikan sebagai kemudahan akses perjalanan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Aksesibilitas memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung kesuksesan pembangunan sektor pariwisata. Aksesibilitas juga menjadi salah satu pertimbangan bagi wisatawan yang ingin

berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Oleh sebab itu, berbagai aspek penting harus diperhatikan untuk menunjang perjalanan ke lokasi wisata, seperti perkiraan penggunaan transportasi, kemudahan akses menuju bandara maupun terminal, biaya dan waktu tempuh perjalanan. Dengan adanya aksesibilitas yang baik tentu akan membuat para wisatawan senang selama di perjalanan.

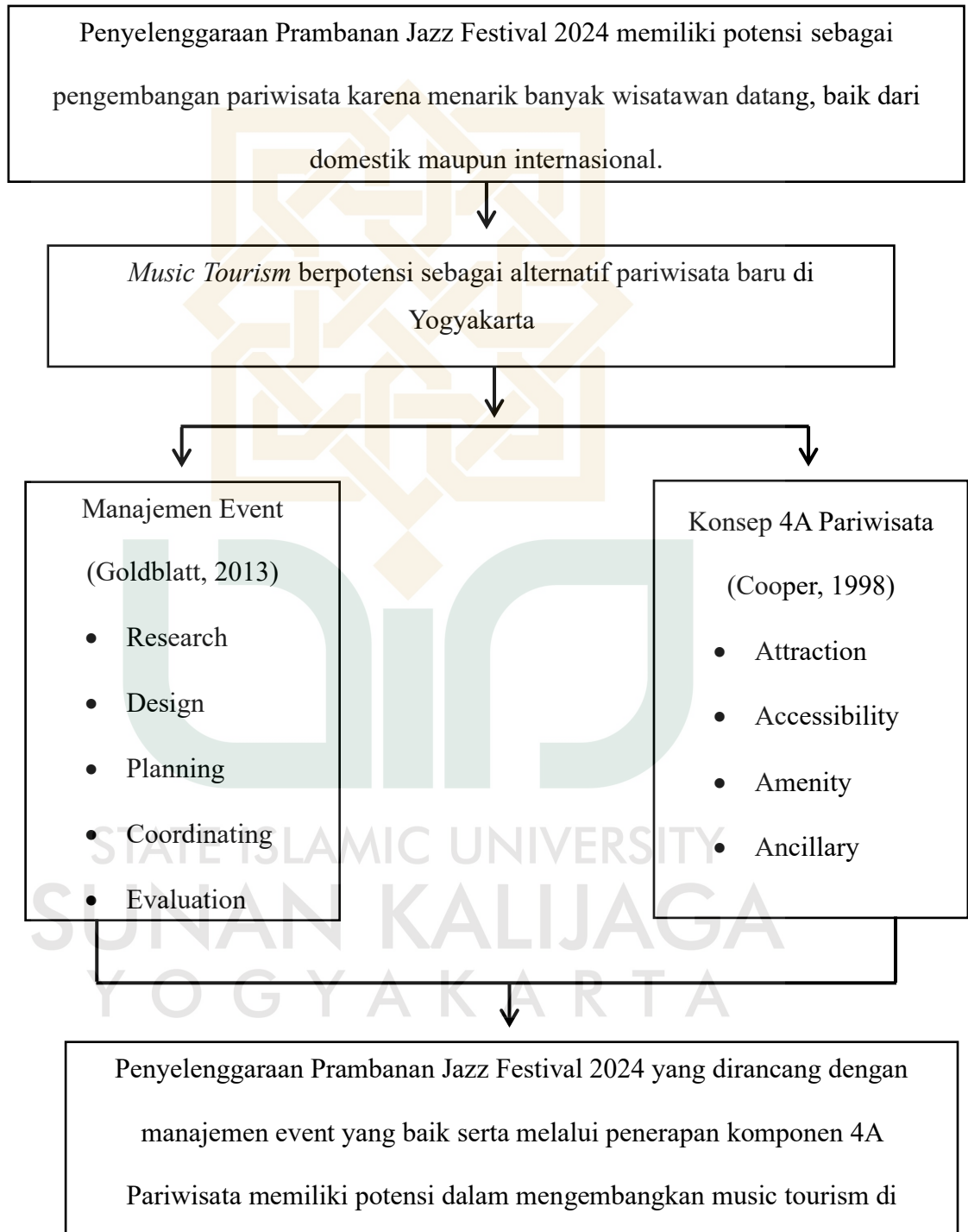
d. *Ancillary* (Layanan tambahan)

Ancillary atau layanan tambahan merupakan layanan yang diberikan kepada wisatawan di luar dari kegiatan utama atau destinasi wisata utama. Dengan demikian, layanan tambahan dapat diklasifikasikan sebagai bagian tambahan dari layanan pariwisata.

Ancillary juga mencakup keberadaan berbagai lembaga maupun komunitas untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan suatu destinasi wisata. Layanan tambahan yang disediakan biasanya meliputi lembaga pengelolaan pariwisata, pusat informasi, agen perjalanan hingga berbagai kegiatan lain yang dapat dilakukan di luar kegiatan utama. Layanan tambahan ini sangat penting disediakan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan.

G. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan peneliti

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Crasswell dalam (Murdiyanto, 2020) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai proses penyelidikan suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Penelitian kualitatif juga didefinisikan sebagai suatu strategi pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif dalam penelitian ilmiah (Sidiq & Choiri, 2019). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu teknik penelitian yang menggunakan narasi atau kata-kata dalam menjelaskan dan menjabarkan makna dari setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial tertentu.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2024), subjek adalah individu yang sedang memainkan peran tertentu dengan melibatkan berbagai aktivitas sosial dengan berbagai tindakan serta perbuatan. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah penyelenggara utama sekaligus penggagas dari event Prambanan Jazz Festival yakni Rajawali Indonesia Communication serta pengelola kawasan candi Prambanan, PT Taman Wisata Candi (PT TWC).

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (Sugiyono, 2024). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah analisis manajemen event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam mengembangkan potensi *music tourism* di Yogyakarta.

3. Sumber Data

Sumber data adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Data ini diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau Lokasi tempat penelitian dilakukan (Sugiyono, 2024). Penelitian ini memanfaatkan hasil wawancara dengan informan terkait topik penelitian sebagai data primer. Wawancara dilakukan dengan Rayi Anyunari selaku Corporate Secretary dan Iwe Ramadan selaku Designer dari Rajawali Indonesia Communication, yang merupakan penyelenggara utama dari event Prambanan Jazz Festival 2024.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh langsung oleh pengumpul data, tetapi melalui perantara seperti pihak lain atau dokumen tertentu (Sugiyono, 2024). Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengumpulan data berupa catatan atau dokumentasi seperti laporan tahunan penyelenggara, data statistik, artikel jurnal, dan berita media Prambanan Jazz Festival 2024.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Menurut Esterberg (dalam Sugiyono, 2024), menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikembangkan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam (in-depth interview) di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas namun tetap berkaitan dengan masalah yang diteliti. Wawancara ini bertujuan untuk menggali masalah secara lebih terbuka dengan meminta pandangan serta gagasan dari pihak yang diwawancarai mengenai Prambanan Jazz Festival 2024.

b. Observasi

Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindra, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah

penelitian. Hasil observasi dapat berupa aktivitas, peristiwa, kejadian, objek, situasi tertentu, serta emosi atau perasaan seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran nyata suatu peristiwa untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai Prambanan Jazz Festival 2024.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk gambar, tulisan, atau karya-karya dari seseorang, seperti catatan harian, peraturan kebijakan, foto, dan lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan semua dokumen yang berkaitan dengan Prambanan Jazz Festival 2024 seperti foto kegiatan, rekaman, dan dokumen lain yang relevan dengan permasalahan peneliti.

5. Metode Analisis Data

Bogdan (dalam Sugiyono, 2024). menyatakan bahwa adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis berdasarkan hipotesis yang dirumuskan, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut

diterima atau ditolak berdasarkan data tertentu. Aktivitas dalam analisis data adalah:

a. Reduksi Data

Data-data yang diperoleh dari lapangan akan bertambah seiring dengan berjalannya proses pengumpulan data, oleh karena itu data tersebut perlu di reduksi, dirangkum, dipilah-pilah, diambil yang penting. Melalui proses reduksi data ini laporan mentah yang diperoleh di lapangan disusun menjadi lebih sistematis, sehingga mudah dikendalikan, memberi gambaran yang jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2024).

b. Penyajian Data

Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2024), menyatakan bahwa Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan teks yang bersifat naratif. Berdasarkan penyajian data ini memungkinkan peneliti untuk dapat menarik kesimpulan atau pengambilan tindakan lebih lanjut.

c. Kesimpulan

Tahap ketiga ini adalah dengan menarik kesimpulan yang menjadi pokok-pokok di rumusan masalah. Kesimpulan ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang di dapat dari penyajian data.

6. Metode Keabsahan Data

Untuk memperdalam dan memastikan validitas data yang dikumpulkan, maka diperlukan metode yang tepat dalam menguji keabsahan data. Metode keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan triangulasi. Dengan triangulasi, maka peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu dengan berbagai teknik pengumpulan data dan dari berbagai sumber data (Sugiyono, 2024).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis triangulasi ahli, yakni menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui sumber ahli. Peneliti mencari keabsahan data melalui triangulasi ahli dengan wawancara terstruktur. Narasumber ahli pada penelitian ini yaitu Devi Wening Astari, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Konsentrasi bidang keilmuan beliau mencakup Media (Komunikasi Media), R&D, Komunikasi dan Perubahan Sosial, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Organisasi, dan PR/Corporate Communication.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai *Analisis Manajemen Event Prambanan Jazz dalam Mengembangkan Potensi Music Tourism di Yogyakarta*, maka dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival 2024 dilakukan dengan menggunakan tahapan manajemen event menurut Joe Goldblatt, yang terdiri dari *research, design, planning, coordination, evaluation*. Setiap tahapan tersebut saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan proses yang utuh dalam penyelenggaraan event. Proses riset dilakukan sebagai langkah awal untuk memahami kebutuhan dan preferensi penonton. Informasi dari hasil riset tersebut kemudian menjadi dasar dalam proses perancangan desain festival yang disusun secara kreatif dan konseptual, agar selaras dengan tema, karakter musisi, serta ekspektasi. Tahap perencanaan disusun secara sistematis dan matang, mencakup penjadwalan hingga pemetaan area. Koordinasi antar divisi berlangsung dengan baik dan terorganisir, sehingga pelaksanaan di lapangan dapat berjalan lancar. Tahap evaluasi juga dilakukan sebagai refleksi atas keberhasilan maupun kekurangan yang ditemukan selama event berlangsung, kemudian digunakan sebagai bahan perbaikan dan peningkatan kualitas penyelenggaraan di tahun-tahun berikutnya.

Selain itu, pengembangan potensi *music tourism* di Yogyakarta melalui Prambanan Jazz Festival 2024 dapat dianalisis menggunakan konsep 4A pariwisata Cooper, yang mencakup *attraction, accessibility, amenity, dan ancillary*. Dalam aspek penguatan daya tarik pariwisata, Candi Prambanan sebagai latar utama memberikan nilai estetika dan historis yang kuat, menjadikannya magnet tersendiri bagi para penonton. Lokasi penyelenggaraan yang mudah diakses turut mempermudah mobilitas penonton dan mendukung kelancaran operasional. Berbagai fasilitas penunjang, seperti area parkir, serta titik informasi disediakan secara memadai demi kenyamanan penonton. Di samping itu, kerja sama dengan sponsor, media partner, dan pihak-pihak terkait lainnya memberikan kontribusi penting dalam hal layanan pendukung dan keberlanjutan acara.

Potensi pengembangan *music tourism* di Yogyakarta dapat semakin maju dengan lebih banyaknya penyelenggaraan event-event musik yang digelar di tempat-tempat ikonik seperti Candi Prambanan dan situs budaya lainnya. Kehadiran event-event musik di lokasi ikonik tersebut tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga menjadi daya tarik wisata tersendiri. Penyelenggaraan Prambanan Jazz Festival 2024 berpotensi mengembangkan destinasi wisata musik di Yogyakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai manajemen event Prambanan Jazz Festival 2024 dalam mengembangkan potensi music tourism di Yogyakarta, peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Penyelenggara Prambanan Jazz Festival

Disarankan untuk mengoptimalkan aksesibilitas dan fasilitas, seperti penambahan toilet dan mushola, serta meningkatkan kerja sama dengan transportasi daring untuk memudahkan mobilitas penonton yang datang.

2. Bagi Pemerintah Daerah

Diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih besar terhadap penyelenggaraan event musik seperti Prambanan Jazz Festival, mengingat dampaknya terhadap promosi destinasi budaya dan peningkatan ekonomi lokal.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dianjurkan untuk memperluas lingkup kajian, baik dengan membandingkan event sejenis di lokasi yang berbeda atau menggunakan pendekatan teori lain, agar diperoleh pemahaman yang lebih luas dan mendalam. Selain itu, aspek pengelolaan media sosial dalam event juga dapat diteliti lebih lanjut, khususnya dalam konteks strategi komunikasi digital. Penelitian ini dapat menjadi referensi di bidang Ilmu Komunikasi untuk menganalisis efektivitas branding maupun peran media sosial dalam membangun reputasi dan daya tarik event secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Alessandrina, D. (2024, January 11). *Populix: 77% Masyarakat Indonesia Suka Nonton Konser Musik*. Marketeers.
- Alhamdi, R., Kuliner, M., Batam, P., & Saputra, E. (2024). *Potensi Wisata Musik terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Batam*. 3(1).
<https://doi.org/10.59193>
- Alim, A. K., & Noor, A. A. (2024). Daya Tarik Wisata Musik dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung. *Tourism Scientific Journal*, 9(2), 162–173. <https://doi.org/10.32659/tsj.v9i2.237>
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(1). <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434>
- Arief, A. K. (2022). *Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Perspektif Alqur'an Dan Hadis*.
- Aulia, F., & Artanti, Y. (2021). Peran festival satisfaction sebagai variabel mediasi pada pengaruh festival quality dan positive emotion terhadap festival loyalty para pengunjung Jazz Traffic Festival di kota Surabaya. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6, 49–71.
- Azhar Melati Putri, D., & Nurhidayati, H. (2018). Faktor Pendorong dan penarik Wisatawan Terhadap Jazz Gunung Bromo Sebagai Atraksi Music Tourism di Jawa Timur. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 6(1), 26–38. <https://doi.org/10.35814/tourism.v6i1.761>
- Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta. (2024). Perkembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, Juli 2024. In *Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta*.

<https://yogyakarta.bps.go.id/id/pressrelease/2024/09/02/1570/perkembangan-pariwisata-daerahistimewa-yogyakarta--juli-2024.html>

Baiquni, M., Priyambodo, T. K., & Faluti, Z. (2022). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Wisatawan Terhadap Pertunjukan Musik Angklung Malioboro Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Yogyakarta. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 6.

Christiani, J. (2022). Perspektif Bisnis Dalam Prambanan Jazz Festival Yogyakarta. *Promusika*, 10, 113–122.

Dewa, I., & Satrya, G. (2024). Toward the concert and music tourism in Solo of Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 8, 97–108. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v8i2.97-108>

GoodStats. (2024, July). *Prambanan Jazz Festival 2024 Targetkan 40 Ribu Orang, Siap Ciptakan Pengalaman Baru*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/targetkan-40-ribu-orang-prambanan-jazz-festival-2024-siap-ciptakan-pengalaman-baru-St5Pv>

Hutabarat, P. M. (2022). Music Tourism Potential in Indonesia: Music Festivals and Its Role in City Branding. *Journal of Indonesia Tourism and Policy Studies*, 7(1). <https://doi.org/10.7454/jitps.v7i1.278>

Ifid. (2023, July 16). *Pjf#9 Musik Wujud Nyata, Tidak ada Batasan Mengenal Budaya*. Dinas Kebudayaan (Kundha Kabudayan) Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kememparekraf/Baparekraf RI. (2021, November 9). *Konser Musik Indonesia Kelas Dunia yang Selalu Dinantikan*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Marlina, E. A., Nurdiani, S., & Khairunnisa, A. (2025). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis 4A di Desa Haranggaol, Kabupaten

- Simalungun. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 3(1), 18–24.
<https://doi.org/10.61696/juparita.v3i1.552>
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Pertama)*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press.
- Populix. (2024). *Beyond Borders: A Study of Indonesian Concert-Goers' Behavior*. <https://info.populix.co/reports/a-study-of-indonesian-concert-goers>
- Prambanan Jazz Festival. (n.d.). *About Prambanan Jazz Festival*. Prambanan Jazz Festival. <https://prambananjazz.com/>
- PT Taman Wisata Candi. (n.d.). *Profil*. In Journey Destination Management.
- Puspita, N., Amelia, R., & Rodjak, R. J. (2021). Development Strategy of Music Tourism: Ubud Village Jazz Festival as Community-Based Event in Ubud, Bali. In *Journal of Tourism Destination and Attraction ITSA Special Edition Maret (Vol. 2021)*.
- Qur'an Kemenag* (Kementerian Agama RI, Trans.). (2023). Kementerian Agama RI.
- Rajawali Indonesia Communication. (n.d.). *Profil dan Layanan perusahaan*. Rajawali Indonesia. <https://www.rajawaliindonesia.co.id/>
- Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (A. Mujahidin, Ed.). Nata Karya.
- Sound Diplomacy and ProColombia. (2018). *Music is the New Gastronomy*. <https://www.sounddiplomacy.com/reports/music-is-the-new-gastronomy>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suuryandari, Ed.; 3rd ed.). Alfabeta CV.

- Tafarannisa, M. A., Nursilah, N., & Haerudin, D. (2021). Manajemen Event Choreonite Vol. 9: Time to Bloom di Masa Pandemi Covid- 19. *Jurnal Seni Tari*, 10(2), 168–175. <https://doi.org/10.15294/jst.v10i2.50272>
- UK Music. (2017). *Image the Contribution of Live Music to the UK Economy*. www.ukmusic.org.
- Wuisang, A. S. B., Febriani, E., Erdogmus, K., & Fajarina. (2023). Pengelolaan International Special Event dalam Mempromosikan Kebudayaan Nasional di Amerika Serikat (Studi Kasus Event 'A walk through Indonesia'). *Forum Ilmiah Indonusa*, 20.