

ABSTRAK

“EVALUASI PROGRAM PROMOSI KAWASAN CAGAR BUDAYA KOTABARU MELALUI EVENT: STUDI PADA DINAS PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA”

Nama Mahasiswa : Hengki Saputra
NIM : 253232004
Pembimbing : Prof. Dr. Puji Lestari, S.I.P., M.Si
Co-Pembimbing : Prayudi, S.I.P., M.A., Ph.D.

Penelitian ini mengevaluasi program promosi kawasan cagar budaya Kotabaru, Yogyakarta yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melalui berbagai event. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis efektivitas promosi dalam memperkenalkan Kotabaru sebagai destinasi *urban heritage* dan menemukan model evaluasi yang mendukung pemerataan kunjungan wisatawan dari kawasan pusat seperti Malioboro. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggabungkan *promotion mix* dengan kerangka *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan model evaluasi CIPP (*Context, Input, Process and Product*). Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan analisis diidentifikasi melalui empat program utama *Tour de Kotabaru*, *Kotabaru Ceria*, *JESICA* (Jogja enjoy musik asik) dan *Angkringan Kotabaru*. Hambatan utama yang ditemui adalah keterbatasan anggaran dan jangkauan promosi yang masih bergantung pada kolaborasi. Studi ini menghasilkan sebuah kerangka evaluasi terintegrasi. Aspek *Context* menekankan pada peneguhan *brand heritage* dan segmentasi audiens. *Input* berfokus pada pembentukan *task force* dan kolaborasi dengan komunitas dan UMKM. *Process* menilai pengelolaan kanal promosi, *storytelling* dan kalender event. Sementara, *Product* (Hasil) mengukur peningkatan kesadaran, kunjungan wisata dan dampak ekonomi. Penelitian ini memberikan kontribusi kajian ilmu komunikasi dalam promosi pariwisata berbasis cagar budaya. Rekomendasi strategis yang disarankan seperti penyeragaman pesan edukatif *heritage* pada semua promosi event, penguatan kemitraan media, optimalisasi kanal digital dan penggunaan *dashboard* terpadu untuk memastikan transparansi dan keberlanjutan program promosi.

Kata kunci: IMC, CIPP, event promosi, *heritage tourism*, cagar budaya, kotabaru Yogyakarta.

ABSTRACT

This study evaluates the promotional program for the Kotabaru cultural heritage district in Yogyakarta, which the Yogyakarta City Tourism Office implements through various events. The purpose of this research is to analyze the effectiveness of promotional efforts in introducing Kotabaru as an urban heritage destination and to develop an evaluation model that supports the distribution of tourist visits beyond central areas such as Malioboro. This study employs a descriptive qualitative approach by integrating the promotion mix with the framework of Integrated Marketing Communication (IMC) and the CIPP evaluation model (Context, Input, Process dan Product). Data were collected through interviews, observations, and document analysis. Based on the study, four main programs were identified Tour de Kotabaru, Kotabaru Ceria, JESICA (Jogja Enjoy Musik Asik), and Angkringan Kotabaru. The main challenges encountered include budget limitations and the limited reach of promotional activities, which still rely heavily on collaboration and partnerships. This study produces an integrated evaluation framework. The Context aspect emphasizes strengthening heritage branding and audience segmentation. The Input component focuses on establishing a task force and collaborating with communities and MSMEs. The Process dimension assesses the management of promotional channels, storytelling, and the event calendar. Meanwhile, the Product (Outcome) aspect measures improvements in awareness, tourist visits, and economic impact. This research contributes to the field of communication studies, specifically in the context of cultural heritage based tourism promotion. Strategic recommendations include standardizing heritage educational messages across all promotional events, strengthening media partnerships, optimizing digital channels, and using an integrated dashboard to ensure transparency and sustainability of promotional programs.

Keywords: IMC, CIPP, promotional events, heritage tourism, cultural heritage, Kotabaru, Yogyakarta.