

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Acara Dieng Culture Festival 2015-2020

Dieng Culture Festival (DCF) merupakan acara tahunan pesta budaya terbesar yang diselenggarakan sejak tahun 2010 dan dilaksanakan di Kawasan Wisata Dieng, Kabupaten Banjarnegara, Provinsi Jawa Tengah. Sebelumnya acara ini disebut sebagai Pekan Budaya Dieng, namun kemudian berganti menjadi Dieng Culture Festival akibat munculnya inisiatif dari kelompok sadar wisata (Bella, 2020). Berikut jadwal pelaksanaan DCF sejak tahun 2015-2020:

Tabel 4.1 Data DCF 2015-2020

Tanggal Terlaksana Acara	Status Acara	Jumlah Pengunjung
31 Juli 2015	<i>Offline</i>	60.000
5-7 Agustus 2016	<i>Offline</i>	90.000
4-6 Agustus 2017	<i>Offline</i>	100.000
3-5 Agustus 2018	<i>Offline</i>	156.000
2-3 Agustus 2019	<i>Offline</i>	177.000
16-17 Agustus 2020	<i>Online/Virtual</i>	17.785

Sumber: olahan data peneliti

Menurut Ketua Pengelola DCF Alif Faozi, Dieng Culture Festival dilaksanakan atas dasar 4 tujuan utama yakni (1) pelestarian budaya, (2) pemberdayaan masyarakat, (3) promo potensi dan (4) kegiatan sosial. DCF lahir atas gagasan dari kelompok sadar wisata Dieng Pandawa yang menerapkan konsep Community Base. Dimana kelompok sadar wisata Dieng Pandawa memadukan antara budaya dan pariwisata yang disebut sebagai pariwisata budaya *Living Culture* atau dikenal sebagai desa wisata.

DCF sendiri menjadi acara yang ber-*value* dan unik karena memiliki 12 sub *event* lebih, diantaranya yaitu aksi dieng bersih, kongkow budaya, jazz atas awan,

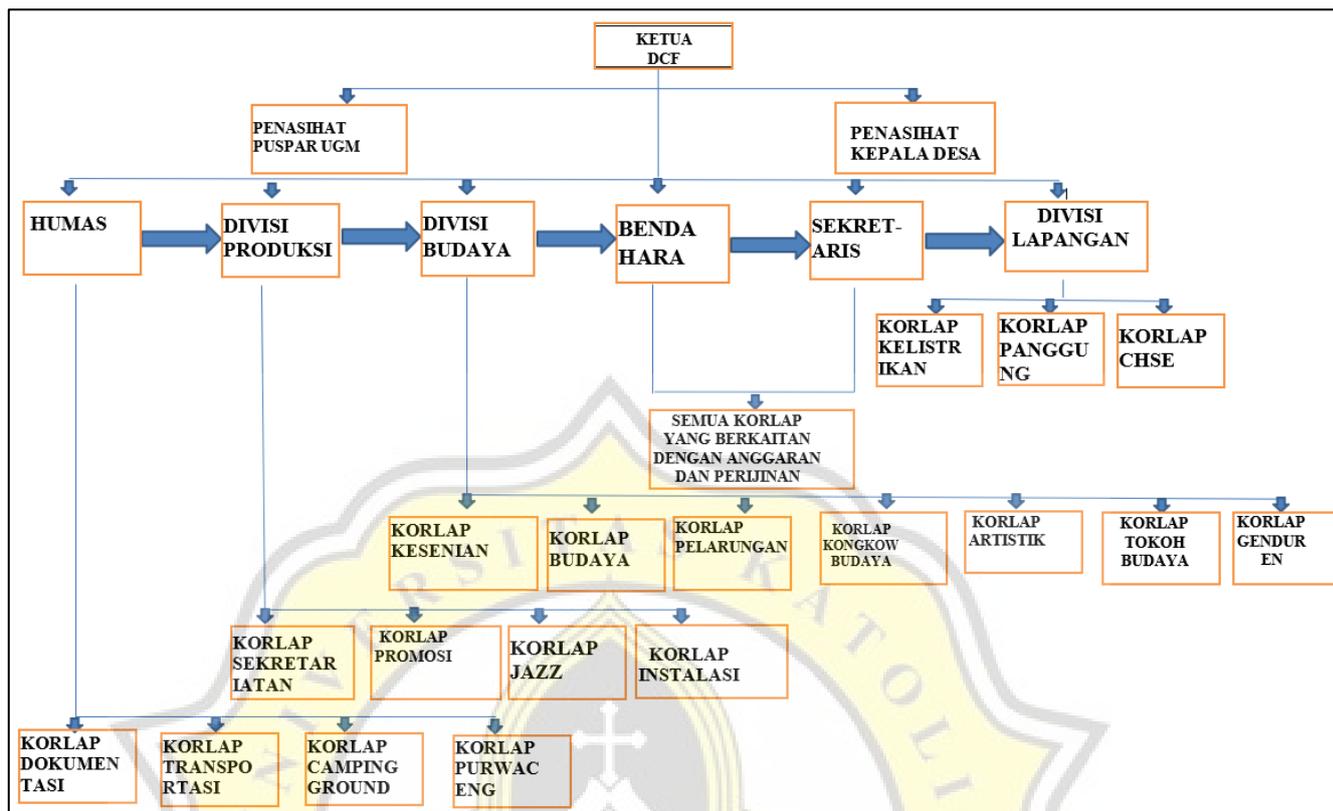
pagelaran kesenian, pameran umkm, beragam festival (lampion, kopi, caping, domba, bunga, tumpeng), kirab budaya, prosesi ruwat rambut gimbal dan prosesi larungan. Dari sekian banyaknya acara yang ada, prosesi ruwat rambut gimbal menjadi puncak acara dari DCF.

Dalam merangkai acara, pengelola menerapkan perencanaan pengembangan pariwisata sesuai *blue-print*. Dengan dasar *event*, 65% budaya 30% alam dan 5% *man-made* atau buatan dimana *event* termasuk di dalamnya.



Gambar 4.1 Kegiatan Ruwat Rambut Gimbal dalam DCF 2016  
Sumber: Instagram @festivaldieng (2 Juli, 2016)

DCF dikelola secara mandiri oleh masyarakat setempat tanpa menggunakan bantuan dari tenaga profesional. Tim pengelola acara DCF dikenal dengan sebutan Dieng Pandawa, berikut merupakan struktur organisasi Dieng Pandawa:



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dieng Pandawa  
Sumber: Dokumentasi Panitia

Acara Dieng Culture Festival berhasil terpilih untuk masuk ke dalam Jawa Tengah *Calendar of Events* yang diluncurkan pada tahun 2017 dan kemunculan acara DCF pada Jawa Tengah *Calendar of Events* masih tetap konsisten sampai tahun 2021. Ini menandakan *value* yang dimiliki DCF masih terjaga karena acara yang terdaftar dalam *Calendar of Events* merupakan acara yang telah memenuhi kriteria 3C (*Cultural/Creative Values, Commercial and Communication Values* dan *CEO Commitment*) berdasarkan penilaian kurator ([www.keliling-dunia.com](http://www.keliling-dunia.com)). Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, *Calendar of Events* dibuat untuk memberikan dampak besar dalam mendongkrak kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) untuk mengunjungi destinasi yang tersebar di 34 Provinsi ([www.genpi.id](http://www.genpi.id)).

#### 4.2 Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dieng Culture Festival 2015-2020

Komunikasi pemasaran pariwisata merupakan bentuk interaksi yang terjadi antara pengelola destinasi pariwisata dengan target pelanggan serta seluruh pemangku kepentingan. Dimana dalam memasarkan destinasi pariwisata maka dibutuhkan sebuah konsep agar tujuan dari pemasaran tercapai dan tepat sasaran.

Salah satu konsep yang mendukung komunikasi pemasaran pariwisata yaitu Komunikasi Pemasaran Digital/ *Digital Marketing Communication (DMC)*. Dimana teknik komunikasi pemasaran pada konsep DMC menggunakan bantuan media digital sehingga lebih efektif dan efisien dalam hal jangkauan, daya saing, anggaran yang lebih murah, interaksi yang lebih mudah dan tersedianya data pasar.

Berkaitan dengan kegiatan DCF, Ketua Pengelola DCF Alif Faozi mengatakan bahwa komunikasi pemasaran pariwisata DCF tentunya mengalami banyak proses perubahan mengikuti perkembangan jaman. Sebelum era media sosial, pengelola memasarkan DCF melalui awak media profesional setelah itu saat muncul era *Facebook* pengelola memanfaatkan *Facebook* kemudian *Twitter*. Tidak berhenti sampai disitu, pengelola akhirnya membuat *Blog* dan *Website*. Namun untuk website berulang kali pengelola melakukan perubahan (*www.diengindonesia.net*, *www.dieng.id*, dan *www.dieng.co*). Terakhir yakni dengan memanfaatkan media sosial *Instagram* dan *Youtube*.

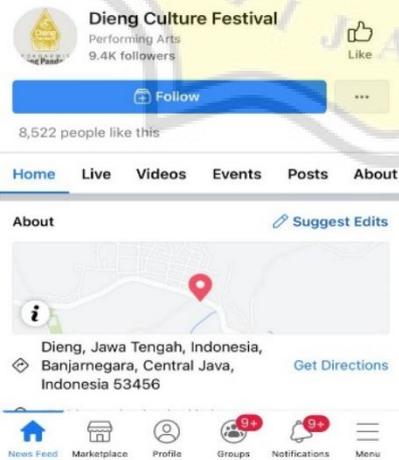
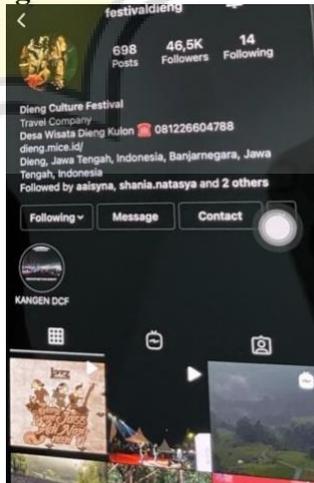
Meskipun telah memanfaatkan media sosial yang ada namun pengelola tetap memasarkan kegiatan DCF melalui biro dimana target dari pemasaran ini ditujukan untuk traveler yang berkunjung ke Dieng, sedangkan pemanfaatan media sosial

difokuskan untuk pemasaran di daerah kota dimana orang-orang memiliki dan menggunakan media digital terutama media sosial.

Menurut Van Dijk (dalam Nasrullah, 2020:11) bahwa media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, menemukan bahwa sejak 2015 pihak pengelola acara Dieng Culture Festival memiliki dan menggunakan berbagai media sosial. Jika dilihat dari jenis media sosial, maka pihak pengelola acara Dieng Culture Festival memiliki serta menggunakan 4 jenis media sosial yaitu *social networking* (*Facebook* dan *Instagram*), *blog* ([www.dieng.id](http://www.dieng.id)), *micro-blogging* (*Twitter*) dan *media sharing* (*Youtube*).

Tabel 4.2 Media Sosial DCF Berdasarkan Jenisnya

Media Sosial	
<b>Social Networking</b>	
 <p>Sumber: Facebook</p>	 <p>Sumber: Instagram</p>

## Blog

### DIENG

INFORMASI SEPUTAR DIENG PLATEAU

MENU



October 23, 2020 Obyek Wisata

#### CURUG SIKARIM SURGA YANG TERSEMBUNYI

by Admin Dieng Leave a comment

Puas menyusuri Bukit Sikunir, ada baiknya

Sumber: [www.dieng.id](http://www.dieng.id)

## Micro blogging



Sumber: Twitter

## Media Sharing



Sumber: Youtube

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh pihak pengelola mengenai penggunaan media sosial melalui wawancara bahwa sekarang ini memang eranya media sosial dan bagi pihak pengelola bahwa media sosial menjadi ujung tombak promosi. Dibuktikan melalui penjualan tiket yang habis terjual sebanyak 60% melalui media sosial instagram @festivaldieng, dimana pengakses melakukan pembelian melalui direct message atau nomor narahubung yang tersedia dan 40% sisanya diserahkan kepada pihak ketiga (biro perjalanan, agen resmi, dll).

Dari beragam media sosial yang dimiliki, Instagram menjadi media sosial utama yang dijadikan sebagai media promosi. Menurut Atmoko (2012:3) instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Instagram dikenal sebagai aplikasi yang berguna untuk membagikan *moment*, baik berupa foto maupun video atau dikenal

sebagai layanan *photo sharing*. Melalui foto yang dipublikasikan, pengguna dapat saling berinteraksi antara satu sama lain.

Dari penjabaran yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat bahwa dalam mengkomunikasikan pemasaran destinasi pariwisata tim pengelola acara DCF menerapkan konsep Komunikasi Pemasaran Digital / *Digital Marketing Communication*. Konsep komunikasi pemasaran ini merupakan pengembangan dari teknik komunikasi pemasaran tradisional dimana pengelola acara DCF yang awalnya melakukan pemasaran pariwisata dengan bantuan awak media kemudian beralih menggunakan bantuan media digital sehingga konsep ini mempermudah komunikasi pemasaran pariwisata.

Dari beragam media digital yang ditawarkan, tim pengelola DCF menggunakan media digital seperti *website*, media sosial, dan *search engine*. Media sosial yang digunakan untuk memasarkan kegiatan DCF yaitu *Facebook, Instagram, Twitter, Blog*, dan *Youtube*. Sayangnya, media sosial *Twitter* DCF hilang pada tahun 2019. Namun menurut peneliti bahwa keputusan pengelola untuk menerapkan konsep DMC sudah baik karena pengelola sudah berusaha untuk membuat dan menggunakan media sosial untuk menunjang kegiatan pemasaran destinasi acara DCF.

#### 4.3 Pemanfaatan Instagram @festivaldieng sebagai Media Promosi Acara DCF 2015-2020

Promosi merupakan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan sehingga memunculkan *awareness*, membujuk sehingga

memunculkan ketertarikan dan berakhir pada pembelian. Seiring dengan perkembangan zaman, promosi yang tadinya dilakukan dengan menggunakan media konvensional sekarang beralih ke media digital. Hal ini juga diterapkan oleh pihak pengelola acara Dieng Culture Festival. Dimana seperti yang kita ketahui bahwa pihak pengelola menerapkan konsep *Digital Marketing Communication* sehingga promosi dilakukan dengan menggunakan bantuan media digital fokusnya yaitu media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil wawancara bersama *Creative Manager* DCF Apriyanto langkah ini diambil atas pertimbangan kondisi era sekarang yang mana semua orang berkomunikasi menggunakan handphone, mereka jarang untuk menonton tv dan juga mendengarkan radio. Dari 24 jam, mereka menghabiskan waktu 4 jam untuk mengakses instagram. Jadi ini memang jalan promosi yang bisa dilakukan selain paling murah juga paling kena. Hal ini sesuai dengan data yang peneliti temukan, dimana dilansir dari Databoks bahwa di Indonesia terdapat *user* media sosial aktif sebanyak 160 juta dengan rata-rata waktu *on screen* sekitar 3,5 – 4 jam untuk menggunakan media sosial. Sedangkan untuk menonton televisi rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan waktu sekitar 3 jam. Selain itu ada fakta yang peneliti temukan, bahwa terdapat sebanyak 58% perusahaan yang memilih untuk meningkatkan anggaran iklannya melalui media digital dibanding meningkatkan anggaran iklan melalui televisi ([www.lokadata.id](http://www.lokadata.id)).

Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Nurdin Hidayah mengenai keunggulan dari *Digital Marketing Communication*, dimana disebutkan bahwa *Digital Marketing Communication* dapat (1) menjangkau dan menghubungkan

pengguna internet dan ponsel pintar; (2) memperkuat daya saing destinasi; (3) menghemat anggaran pemasaran; (4) membantu berinteraksi secara real-time serta (5) membantu mengelola data pasar dan pemasaran. Oleh karena itu, jelas bahwa media digital merupakan alat komunikasi yang murah dan mampu menjangkau pengakses sehingga sesuai untuk dijadikan sebagai media dalam melakukan promosi. Salah satu media digital yang digunakan yaitu media sosial Instagram. Dimana Instagram dijadikan alat bantu agar pengelola dapat berkomunikasi dan terhubung dengan pengakses.

Dieng Culture Festival memiliki akun instagram dengan *username* @festivaldieng yang dibuat pada tanggal 27 April 2015. Data sampai bulan Desember 2020 akun instagram @festivaldieng memiliki 46.500 *followers* dengan total postingan sebanyak 698 postingan. Pada halaman utama (*profile*) dapat kita temukan informasi utama terkait dengan acara DCF sendiri yakni nomor narahubung, lokasi acara dan website resmi dari acara DCF. Akun ini dikelola secara mandiri oleh Apriyanto selaku *Creative Manager*.



Gambar 4.3 Akun instagram DCF  
Sumber: Instagram @festivaldieng

Akun instagram @festivaldieng dibuat dengan tujuan sebagai media promosi acara Dieng Culture Festival. Dimana pengelola bisa memasarkan pariwisata Dieng Culture Festival kepada para pengakses. Melalui instagram @festivaldieng pengelola dapat memaparkan beragam informasi seputar Dieng Culture Festival sekaligus mempromosikan destinasi pariwisata melalui acara tersebut. Pada akun instagram @festivaldieng dapat kita jumpai beragam konten baik berupa teks, foto, maupun video.



Gambar 4.4 Konten Instagram @festivaldieng  
Sumber: instagram @festivaldieng

Jenis akun yang digunakan oleh pengelola DCF yakni akun bisnis. Dimana pengelola memilih akun tersebut dengan tujuan agar pemasaran destinasi dapat dilakukan secara maksimal. Berikut merupakan hasil observasi yang peneliti lakukan mengenai fitur-fitur yang digunakan oleh pengelola @festivaldieng. Dimana pihak pengelola memanfaatkan fitur insight untuk mengelola data pasar DCF:

Tabel 4.3 *Insight* pada akun instagram @festivaldieng

 <p>Hasil <i>insight</i> mengenai <i>account reached</i>, <i>account engaged</i>, dan <i>total followers</i>.</p>	 <p>Hasil <i>insight</i> mengenai kota asal dari para pengakses.</p>
 <p>Hasil <i>insight</i> mengenai negara asal dari para pengakses</p>	 <p>Hasil <i>insight</i> mengenai rentan usia para pengakses.</p>
 <p>Hasil <i>insight</i> mengenai jenis kelamin dari para pengakses.</p>	 <p>Hasil <i>insight</i> mengenai jangkauan konten yang disukai para pengakses.</p>

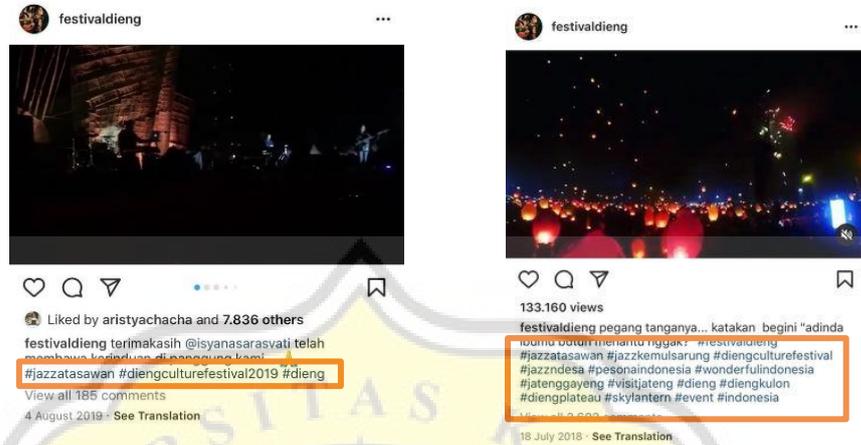
Sumber: Data pengelola Instagram @festivaldieng

Dimana fitur *insight* menampilkan 3 informasi utama yaitu *account reached*, *account engaged*, dan *total followers* yang kemudian didukung dengan informasi yang lebih detail mengenai negara asal, kota asal, usia, jenis kelamin, dan konten yang disukai oleh para pengakses. Dengan adanya fitur *insight* maka pihak pengelola tidak perlu repot-repot untuk membuat kuisisioner untuk mendapatkan data pengaksesnya sehingga pihak pengelola tetap dapat menyiapkan dan mempublikasikan konten yang sesuai dengan pangsa pasarnya. Selain itu pengelola menggunakan beberapa fitur lainnya, sebagai berikut:

Tabel 4.4 Fitur media sosial Instagram

Fitur yang digunakan akun @festivaldieng	
<p><b>Live, IGTV, dan Story</b></p> 	
<p><b>Highlights</b></p> 	

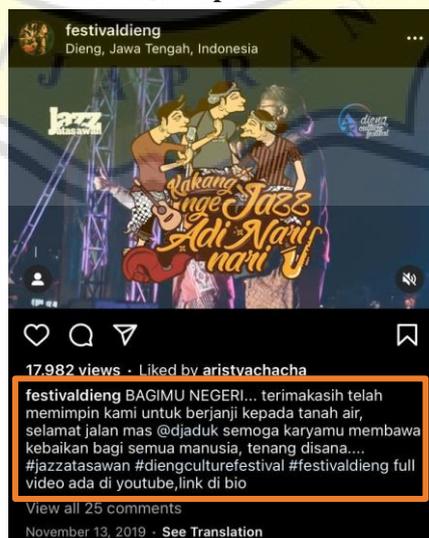
## Hastag

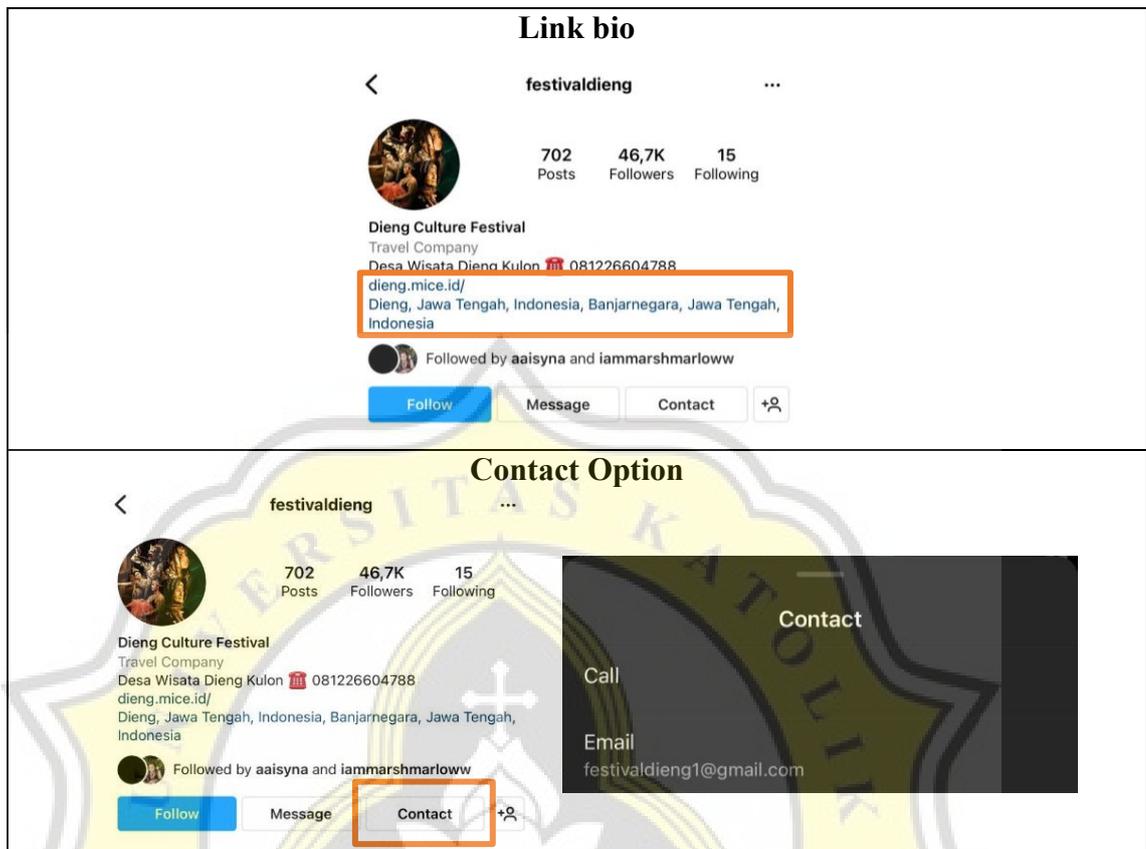


## Geotagging



## Caption





Sumber: Instagram @festivaldieng

Berdasarkan hasil pemaparan yang peneliti lakukan dapat dikatakan bahwa pengelola akun @festivaldieng telah menggunakan hampir keseluruhan fitur yang tersedia pada akun bisnis. Untuk beberapa fitur ada yang tidak digunakan yaitu fitur *Instagram shopping*, *quick reply* dan *promote post*. Untuk fitur *Instagram ads* sendiri pernah digunakan oleh pihak pengelola akun instagram @festivaldieng, menurut pernyataan dari Aprilianto selaku pengelola akun instagram @festivaldieng bahwa fitur tersebut cukup berdampak pada promosi kegiatan dan bisa membantu untuk menjaga eksistensi kegiatan DCF. Namun sayangnya penggunaannya kurang maksimal, hal ini dikarenakan anggaran yang dipasang memang tidak banyak sehingga pengaruhnya juga tidak begitu besar untuk penjualannya melalui fitur *promotions*. Selain itu menurut peneliti fitur *highlights*

juga kurang dimaksimalkan, dimana dapat dilihat bahwa hanya terdapat 1 tema *highlights* saja dan di dalam nya tidak tersedia banyak *story archive*.

Selain dilihat dari penggunaan fiturnya, pengelola juga ingin mengaitkan dengan indikator promosi *online* menurut Rangkuti (2019). Dimana terdapat 5 indikator promosi *online* yaitu iklan, *sales promotion*, *public relation*, *direct marketing*, dan *personal selling*. Dilihat melalui 698 postingan dari tahun 2015-2020, jika dikaitkan dengan indikator promosi online, maka;

#### 1. Iklan

Indikator iklan ini dilihat berdasarkan tersedianya link ke situs yang bisa mengarahkan para pengakses untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan Dieng Culture Festival. Biasanya link ke situs ini diarahkan menuju situs-situs penyedia jasa penjualan tiket acara Dieng Culture Festival contohnya ke situs [www.dieng.id](http://www.dieng.id), [www.ticketapasaja.com](http://www.ticketapasaja.com), [www.bookmyshow.com](http://www.bookmyshow.com), [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com), [www.pointers.id](http://www.pointers.id), dan [www.itx.co.id](http://www.itx.co.id) (<https://Bit.ly/2sbW6Y6>) . Berdasarkan keterangan dari *Creative Manager* DCF Aprilianto selama ini iklan yang dipublikasikan melalui media sosial berupa *copytext* yang *simple*, padat dan jelas. Dimana di dalam iklan tercantum nomor narahubung atau *link* menuju ke situs. Hal ini dianggap mempermudah pengakses sehingga interaksinya lebih cepat dibanding mempublikasikan konten yang didalamnya berisi gambar, teks dan logo-logo. Selain itu pengelola juga menggunakan gaya komunikasi informal dan ringan serta mempublikasikan iklan saat *prime time*.

Tabel 4.5 Iklan pada instagram @festivaldieng

Konten Iklan Tahun 2015	
	<p><b>festivaldieng</b> Jazz atas awan 2015 akan digelar pada 31 juli 2015 sebagai pembuka festival budaya dieng ke 6                  Informasi lebih lanjut sila berselancar ke dieng.id                  Dapatkan paket di paket.dieng.id                  Follow twitter kami di @festivaldieng                  Untuk bercuap dgn kami , kirim email ke diengculturefest@gmail.com                  See ya... :)                  #jazz4c #jazzkemulsarung #jazzatasawan #jawatengah #dieng #indonesia #desawisata</p> <p>56 likes                  APRIL 28, 2015</p>
<p>Sumber: Instagram @festivaldieng (28 April 2015)</p>	
	<p><b>festivaldieng</b> Jazz kemul sarung, segala bunyi di alam ini adalah alunan jazz,dimana kita butuh untuk menikmatinya..                  #jazz4c #jawatengah #jazzkemulsarung #jazzatasawan #2015 #juli #dieng #indonesia #indonesiantourism #visitjawatengah #diengkulon #diengculturefestival #dcf                  Info :                  www.jazzatasawan.com                  www.dieng.id                  Follow us on twitter @festivaldieng @jazzatasawan</p> <p>54 likes                  MAY 5, 2015</p>
<p>Sumber: Instagram @festivaldieng (5 Mei 2015)</p>	

Pada tahun 2015 acara DCF mengusung tema *Harmony of Culture*. Dapat dilihat melalui poster acara yang peneliti lampirkan pada tabel diatas, dimana desain dari poster acara cukup *simple* yakni menampilkan foto pada *background* dengan *copytext* yang *simple* tidak terlalu penuh namun informasinya terlampirkan dengan baik. Untuk *caption* yang digunakan juga sudah cukup lengkap, sehingga pengakses mudah untuk

memahami ditambah tersedianya *hashtag* pada *section caption*. Untuk link ke situs dapat ditemukan melalui *section caption*.

### Konten Iklan Tahun 2016



festivaldieng Update : #campingground kelas VIP sementara ditutup ya kak. Kelas yang lain (Non VIP & Kavling) masih dibuka. Pendaftaran di <http://www.dieng.id>

285w

Sumber: Instagram @festivaldieng (25 Juni 2016)



festivaldieng Tiket khusus DCF tersedia lagi. Bisa dipesan di [tiket.dieng.id](http://tiket.dieng.id)

288w

Sumber: Instagram @festivaldieng (1 Juni 2016)



festivaldieng Pendaftaran Camping Ground sdh bisa melalui [www.dieng.id](http://www.dieng.id) . Syaratnya hrs punya tiket dulu ya kak.

288w

Sumber: Instagram @festivaldieng (3 Juni 2016)



**festivaldieng** 5000 lampion akan diterbangkan oleh peserta DCF, tgl 6 Agt 2016 pukul 20:00-23.00 dlm rangka #DiengCultureFestival | info klik [www.dieng.id](http://www.dieng.id)

287w

Sumber: Instagram @festivaldieng (9 Juni 2016)



**festivaldieng** Kami hanya menyediakan 25 tenda VIP, 50 tenda only, dan Kavling untuk 150 tenda. Pendaftaran di [www.dieng.id](http://www.dieng.id)

286w

Sumber: Instagram @festivaldieng (17 Juni 2016)



**festivaldieng** Pemesanan tiket ada di <http://tiket.dieng.id> . Jumlah tiket yang tersisa 543. Jika habis, tunggu sisa dari agen travel yang ter-cancel. Akan dibuka lagi tgl 1 Juli 2016.

285w

Sumber: Instagram @festivaldieng (21 Juni 2016)



**festivaldieng** Informasi lebih lanjut klik [www.dieng.id](http://www.dieng.id) cp 08112504160

285w

Sumber: Instagram @festivaldieng (25 Juni 2016)

Pada tahun 2016, tema yang diusung pada acara DCF yakni *The Soul of Culture*. Dilihat melalui desain kontennya lebih mengarah pada gambar. Dengan penggunaan *caption* yang cukup minimalis namun informasi pentingnya tetap tersampaikan. Namun konten iklan pada tahun 2016 tidak terlalu banyak menggunakan *hashtag*. Untuk link ke situs dapat ditemukan melalui *section caption*.

### Konten Iklan Tahun 2017



**festivaldieng** PENGUMUMAN : Kami mohon maaf, website [www.dieng.id](http://www.dieng.id) untuk pemesanan tiket dan paket tiket DCF belum bisa diakses, karena ada kendala teknis pada system & server. Semoga secepatnya bisa tertangani sehingga kakak2 yang mau pesan tiket bisa terpenuhi.

Mohon bersabar ya kak, maafkan kami ya kak. Hiiks....

252w

Sumber: Instagram @festivaldieng (5 Febuari 2017)



**festivaldieng** Pengumuman : Tiket khusus DCF 2017 bisa pesan di [www.dieng.id](http://www.dieng.id) tanggal 1 April 2017 ya. Maaf bikin kakak menunggu. Masih sabar kan kak?

245w

Sumber: Instagram @festivaldieng (26 Maret 2017)



**festivaldieng** Pembelian tiket DCF 2017 klik [paket.dieng.id](http://paket.dieng.id) ya kak...

245w

Sumber: Instagram @festivaldieng (1 April 2017)



**festivaldieng** Dieng Culture Festival Ke-8 |•| 4-6 Agt 2017 | Pemesanan tiket [paket.dieng.id](http://paket.dieng.id) |•| Info klik [www.dieng.id](http://www.dieng.id) |•| WhatsApp 081326913476

244w

Sumber: Instagram @festivaldieng (7 April 2017)



**festivaldieng** Dieng Culture Festival |•| 4-6 Agt 2017 |•| [www.dieng.id](http://www.dieng.id) |•| Pemesanan tiket <http://paket.dieng.id>

239w

Sumber: Instagram @festivaldieng (8 Mei 2017)



**festivaldieng** Kami sudah tak punya Tiket DCF lagi alias Soldout. Ada tiket yg dijual oleh ITX di <http://Bit.ly/2sbW6Y6> dgn syarat punya credit card.

235w

Sumber: Instagram @festivaldieng (8 Juni 2017)



**festivaldieng** Tiket DCF tersedia di link berikut : <http://Bit.ly/2sbW6Y6>

Silahkan diburu, terbatas jumlahnya.

235w

Sumber: Instagram @festivaldieng (9 Juni 2017)



**festivaldieng** Info : Pembelian tiket DCF di ITX bisa tak gunakan kartu kredit. Yg berminat silahkan hub kami via email [diengculturefest@gmail.com](mailto:diengculturefest@gmail.com), nanti penjelasan cara transaksi akan dikirim kan via email.

235w

Sumber: Instagram @festivaldieng (10 Juni 2017)



**festivaldieng** Ini link ITX yg jual tiket DCF <http://Bit.ly/2sbW6Y6> . Bila tak punya kartu kredit, bisa dilayani. Hub email [diengculturefest@gmail.com](mailto:diengculturefest@gmail.com) utk Tata cara transaksi ya kak.

235w

Sumber: Instagram @festivaldieng (10 Juni 2017)



**festivaldieng** Pengumuman : kakak-kakak yg berencana beli tiket di ITX tapi gak punya kartu kredit, ditunggu request via email [diengculturefest@gmail.com](mailto:diengculturefest@gmail.com) hingga malam ini. Nanti jam 00:00 kami Kirimkan via email prosedur pembayarannya.

235w

Sumber: Instagram @festivaldieng (10 Juni 2017)



**festivaldieng** Pemesanan tiket DCF di [@itx.indonesia](https://www.itxindonesia.com) yang tanpa kartu kredit, silahkan hub email [diengculturefest@gmail.com](mailto:diengculturefest@gmail.com) . Nanti ada admin yg akan respon tatacara pembayaran nya.

235w

Sumber: Instagram @festivaldieng (11 Juni 2017)



**festivaldieng** Selamat siang kakak2 budiman ... mohon maaf tiket di paket.dieng.id sudah habis namun kami masih membuka pembelian via mitra kami ITX . Hanya saja pembelian paket dengan kartu kredit ... jika kakak ingin membeli paket tp tidak ada CC bisa menghubungi kami via DM terimakasih Paket bisa dibeli disini <http://Bit.ly/2sbW6Y6>

234w

Sumber: Instagram @festivaldieng (11 Juni 2017)



**festivaldieng** Selamat sore kak ... mohon maaf kami tidak bisa membalas pertanyaan kakak satu persatu ... intinya tiket masih tersedia di ITX silahkan berseluncur... <http://Bit.ly/2sbW6Y6>  
#diengculturefestival #jazzkemulsarung  
#jazzatasawan #jazzndesa #festivaldieng #dieng

284w

Sumber: Instagram @festivaldieng (14 Juni 2017)



**festivaldieng** INFO : Hanya ada 182 Tiket DCF dpt dipesan di ITX melalui <https://t.co/U4JsDSB8TH> (dgn kartu kredit) atau pesan via 081291500544 (non cc).

232w

Sumber: Instagram @festivaldieng (2 Juli 2017)



**festivaldieng** Pendaftaran Camping Ground sudah dibuka, silahkan melalui link <http://bit.ly/DaftarCampingGround-DCF2017> Tunggu konfirmasi dari admin yang akan dikirim melalui email.

230w

Sumber: Instagram @festivaldieng (10 Juli 2017)





**festivalidieng** Camping ground utk kavling sudah SOLDOUT, tinggal tenda only yg tersedia. Cek di <http://dieng.id/camping-ground/>

230w

Sumber: Instagram @festivalidieng (14 Juli 2017)

---





**festivalidieng** Pendaftaran Camping Ground klik <http://dieng.id/camping-ground/> . Tersedia untuk tipe tenda full set (termasuk matras & sleeping bag) untuk 4 orang dan tenda only (hanya tenda tanpa matras dan sleeping bag).

229w

Sumber: Instagram @festivalidieng (28 Juli 2017)

Pada tahun 2017, tema yang diusung oleh acara DCF yakni *The Spirit of Culture*. Dilihat dari konten-konten yang dipublikasikan pada tahun 2017 bahwa jenis konten pada 2017 cukup beragam ada yang berupa foto, foto dengan *copytext*, dan juga video. Pada bagian poster acara dimana ditemukan 2 macam poster pada tahun 2017, dengan warna desain *warm tone* dan *cool tone*. Selain itu menurut peneliti, pada desain poster tahun 2017 proporsinya lebih baik dibandingkan poster acara tahun 2016 dan pada poster acara tahun 2017 sudah dilengkapi dengan beberapa logo corporate dan logo acara. Fitur caption pada tahun 2017 lebih banyak digunakan namun untuk fitur hastag hanya digunakan pada beberapa postingan saja. Untuk link ke situs tidak hanya dapat ditemukan melalui *section caption* tapi juga melalui konten bergambar maupun video.

## Konten Iklan Tahun 2018



festivalardieng Selamat Malam Indonesia mohon maaf atas keterlambatan rilis tiket #diengculturefestival semoga kami dapat mengobati rindu... Bismillahirohmanirohim tiket #dcf2018 kami buka di : pointers.id dan di itx.co.id selamat berburu #jazzatasawan #pesonaindonesia #wonderfulindonesia #dieng #jazzkemulsarung #indonesia #jatenggayeng @desawisatadieng

Sumber: Instagram @festivalardieng (16 April 2018)



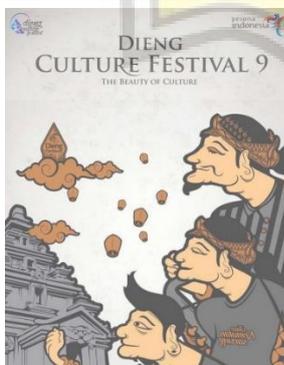
festivalardieng DIENG CULTURE FESTIVAL 2018

Sisa peradaban masa lalu di Negeri Atas Awan, dikemas dalam kegiatan apik nan romantis sebagai pemikat hati para pejalan yang merindukan perpaduan keindahan alam, keunikan budaya, dan keramah tamahan manusianya.

BUY TICKET : <https://goo.gl/qgRgC7>

#diengplateau #diengculturefestival #jazzatasawan

Sumber: Instagram @festivalardieng (20 April 2018)



festivalardieng 3 - 5 agustus siapkan mental kak... jangan lupa bawa jaket... beli tiketnya di pointers.id ... #diengculturefestival #festivalardieng #dieng #pesonaindonesia #wonderfulindonesia #jawatengah #jazzatasawan #jazzkemulsarung

187w

Sumber: Instagram @festivalardieng (7 Mei 2018)





Pada tahun 2018, tema yang diusung pada acara DCF yaitu *The Beauty of Culture*. Dilihat melalui konten yang dipublikasikan terdapat beberapa jenis konten yakni *copytext*, gambar, foto, dan video. Pada desain poster acara ada perbedaan dengan tahun sebelumnya, dimana pada gambar/foto yang ditampilkan lebih klasik dan proporsi logo yang ditampilkan hanya 1 saja tidak seperti tahun 2017. *Copytext* ditampilkan juga lebih banyak ditemukan pada konten di tahun 2018. Fitur *caption* dan *hashtag* juga digunakan pada konten yang dipublikasikan. Untuk link ke situs tidak hanya dapat ditemukan melalui *section caption* tapi juga melalui konten bergambar maupun video.

## Konten Iklan Tahun 2019



**festivaldieng** CARA PEMBELIAN TIKET UNTUK BIRO/TOUR AGENT  
KIRIM EMAIL KE : birodcf2019@gmail.com

dengan format : NAMA BIRO - NAMA PEMILIK BIRO - ALAMAT KANTOR - ALAMAT EMAIL - WEBSITE - NOMOR TELPON / WA - JUMLAH TIKET - FOTO KTP ASLI

untuk selanjutnya akan dikirim invoice untuk pembayaran, dan tiket berupa E-TIKET yang nanti ditukar dengan tiket fisik saat festival berlangsung (ikuti petunjuk di e-tiket)

HARGA TIKET Rp. 350.000 nett

tiket hanya tersedia 3000 untuk biro segera!

130w

Sumber: Instagram @festivaldieng (14 Juni 2019)



**festivaldieng** selamat pagi indonesia! tiket telah kami buka sebagaimana untuk meleburkan rindu kalian 🥰 tiket seharga 360k untuk 3 hari dan mwndapatkan ,id pass all access,goodiebag,t-shirt,merchandise,tiket wisata 2 obyek,caping gunung,jarit,sky lantern silahkan langsung kak ngga usah bnyak tanya keburu habis 🥰 , jangan lupa bawa selimut #diengculturefestival2019 #jazzatasawan #festivaldieng #dieng #dcf2019

Sumber: Instagram @festivaldieng (25 Juni 2019)



**festivaldieng** tiket khusus jazz atas awan dan lampion 2-3 agustus kami buka di @traveloka dan berbeda dari tiket reguler sebelumnya

- tiket non reguler khusus jazzatasawan dan lampion
- tidak berlaku saat pencukuran adat rambut gembel
- tanpa merchandise

silahkan yang berminat... #diengculturefestival2019 #jazzatasawan #dieng #diengculturefestival

Sumber: Instagram @festivaldieng (30 Juli 2019)

Pada tahun 2019, tema yang diusung pada acara DCF yakni *The Inspiration of Culture*. Dilihat melalui konten yang dipublikasikan dapat dilihat bahwa proporsi desain yang digunakan sama yakni menampilkan copytext dan gambar dalam satu konten. Hanya saja penempatannya yang sedikit berbeda. Untuk fitur caption dan hastag juga digunakan dalam melakukan publikasi konten di tahun 2019. Untuk link ke situs lebih banyak tercantum pada konten bergambar dibanding pada *section caption*.

### Konten Iklan Tahun 2020



festivaldieng virtual event Dieng Culture Festival 2020 - 16/17 september 2020 . streaming di youtube,facebook,instagram,mice.id GRATIS!!!  
#jazzatasawan #diengculturefestival  
#festivaldieng2020

65w

Sumber: Instagram @festivaldieng (14 September 2020)



festivaldieng ada @kailasa\_music akan membuka gelaran virtual #jazzatasawan open registration 🇮🇩 dieng.mice.id #diengculturefestival

64w

Sumber: Instagram @festivaldieng (15 September 2020)



festivaldieng jangan lupa mulai sore ini kita live streaming ya , yg belum registrasi bisa lgsg cek dieng.mice.id ... kita akan dipandu oleh mas @jabangbayi #jazzatasawan

64w

Sumber: Instagram @festivaldieng (16 September 2020)



festivaldieng selamat pagi indonesia! gelaran #jazzatasawan akan kami bawa ke rumah kalian, siapkan ciki dan kuota ketengan karean besok kita akan hadir ke seluruh penjuru negeri 😊

@rubahdiselatan  
jangan lupa kita live di :  
chanel youtube "dieng pandawa"  
facebook page : dieng culture festival  
instagram : @festivaldieng  
mice.id

Sumber: Instagram @festivaldieng (15 September 2020)

Pada tahun 2020, tema yang diusung pada acara DCF yakni *Virtual Event Dieng Culture Festival*. Dilihat pada desain poster yang dipublikasikan dimana pengelola memunculkan 4 macam poster mulai dari poster acara secara keseluruhan dan juga poster acara Jazz Atas Awan. Dengan proporsi desain yang lebih terkesan modern, dengan penggunaan warna yang cerah, tidak terlalu banyak *copytext*, terdapat gambar pendukung dan juga porsi terbanyak yaitu pada logo sponsorship. Isi dari

caption cukup minim begitu pula dengan penggunaan hastag. Untuk link ke situs tidak tertera namun pengelola hanya mencantumkan nama akun untuk menonton *virtual event* yang diselenggarakan.

Berdasarkan hasil pemaparan di atas, dapat dilihat pada tabel 4.5 bahwa terdapat 42 macam konten iklan yang dipublikasikan sejak 2015-2020. Dimana tahun 2015 terdapat 2 macam konten iklan, 2016 terdapat 7 macam konten iklan, 2017 terdapat 17 macam konten iklan, 2018 terdapat 9 macam konten iklan, 2019 terdapat 3 macam konten iklan, dan 2020 terdapat 4 macam konten iklan.

Disini pengelola acara memanfaatkan akun instagram @festivaldieng untuk mempublikasikan konten iklan secara gratis tidak melalui layanan fitur *Instagram Ads*. Dimana visual dari konten iklan yang terdapat di akun instagram @festivaldieng berupa foto (poster), video dan juga teks. Untuk link ke situs penjualan tiket acara Dieng Culture Festival tahun 2015-2019, pengelola melampirkan *link* tersebut ke dalam poster langsung atau pada bagian *caption*. Namun untuk tahun 2020 karena acara dilaksanakan secara *online* untuk pertama kalinya sangat disayangkan pengelola justru tidak mencantumkan link ke situs sehingga pengakses merasa kebingungan untuk mengikuti acara Dieng Culture Festival 2020. Hal ini dibuktikan pada salah satu komentar dari pengakses di kolom komentar.



Gambar 4.5 Komentar pengakses  
Sumber: Instagram @festivaldieng

## 2. Sales Promotion

Indikator *sales promotion* dapat dilihat melalui adanya program yang diselenggarakan oleh pihak pengelola yang mana pada program ini tentunya pengelola mengajak para pengakses untuk berinteraksi dan berpartisipasi menjadi bagian dari acara Dieng Culture Festival.

Berdasarkan pernyataan dari *Creative Manager* DCF Aprilianto bahwa pengelola melakukan kegiatan *sales promotion* yaitu dengan membuat *games* atau kuis dengan hadiah *merchandise*. Namun kebanyakan dari kegiatan *sales promotion* lebih sering dilakukan secara langsung kepada *traveler* yang datang ke lokasi dibandingkan dengan pengakses akun instagram @festivaldieng.

Tujuan dari kegiatan *sales promotion* sendiri untuk menambah *awareness* terhadap kegiatan DCF, dimana pengelola mengarahkan *traveler* untuk melakukan

follow pada akun instagram @festivaldieng dan memposting *merchandise* yang *traveler* dapatkan melalui kegiatan *sales promotion* yang dilakukan oleh pengelola. Berikut beberapa kegiatan *sales promotion* yang telah dilakukan oleh pihak pengelola yang dipublikasikan melalui akun instagram @festivaldieng.

Tabel 4.6 *Sales Promotion* pada akun instagram @festivaldieng

Konten	
	<p><b>Tahun 2016</b></p> <p>festivaldieng Punya usaha kreatif? Silahkan pasarkan disini, utk lebih dari 60 ribu traveler. 😊😊</p> <p>285w</p>
Sumber: Instagram @festivaldieng (25 September 2016)	
	<p><b>Tahun 2017</b></p> <p>festivaldieng Ucapan Terimakasih kepada kakak2 setia, jamaah bapernesia di seluruh pelosok negeri... 2 paket DCF2017 2 Exclisive Merchandise DCF2017</p> <p>Caranya :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- FOLLOW @festivaldieng</li> <li>- tag @festivaldieng - REPOST postingan ini dengan : - tulis caption seBaper mungkin 🤗 - tag 5 teman atau lebih - gunakan hashtag dibawah ini</li> </ul> <p>#dcfgift #dcfbaper #diengculturefestival #festivaldieng #dieng #dcf2017 #jazzatasawan #jazzndesa #jazzkemulsarung #instadieng #pesonaindonesia</p> <p>Repost terbaper...dan paling kreatif Akan kami umumkan 2 tahap - 1 Juni 2017 - 1 Juli 2017</p> <p>Salam Budaya</p> <p>244w</p>
Sumber: Instagram @festivaldieng (8 April 2017)	

## Tahun 2018



festivaldieng wani ng'Jazz?  
panggung #jazzatasawan mencari musisi jazz yang sudi tampil di panggung kami...  
syaratnya adalah : sehat jasmani nan rohani 😊 , band bergenre jazz , manusiawi ... segera kirim email ke diengpandawa07@gmail.com , mas admin akan pandu kisanak untuk menjadi penampil di panggung jazzatasawan 2018 . #diengculturefestival #pesonaindonesia #wonderfulindonesia #jatenggayeng #indonesia #jazz #jazzfestival #festivaldieng #dieng

Sumber: Instagram @festivaldieng (10 Mei 2018)

## Tahun 2019



festivaldieng barang siapa yang siap menjadi bagian dari panggung #jazzatasawan 2019 silahkan kirimkan penawaran ke email yang tertera dan kami tunggu di panggung jazzatasawan 2019 #dieng #jazzatasawan2019

125w

Sumber: Instagram @festivaldieng (16 Juli 2019)

Dapat dilihat melalui tabel 4.6 dimana pihak pengelola acara Dieng Culture Festival memanfaatkan akun instagram @festivaldieng untuk melakukan kegiatan *sales promotion* sejak tahun 2016-2019. Beragam program diadakan tiap tahunnya dan dipublikasikan melalui akun instagram @festivaldieng yang tentunya dilakukan untuk menarik antusias dari para pengakses.

Dari keempat program yang pernah diadakan oleh pihak pengelola, program pendaftaran *band-jazz* 2019 menjadi program yang paling digemari oleh pengakses instagram @festivaldieng, dibuktikan dengan jumlah *like* sebanyak 3.444 dan jumlah *comment* sebanyak 421 pada postingan konten tersebut merupakan jumlah paling banyak diantara postingan konten program *sales promotion* lainnya.



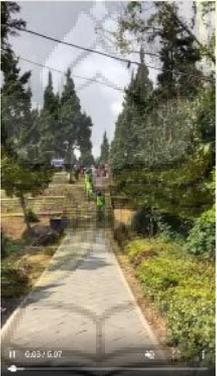
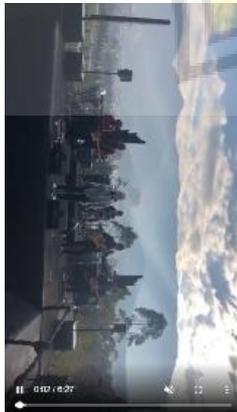
Gambar 4.6 Program pendaftaran band 2019  
Sumber: Instagram @festivaldieng

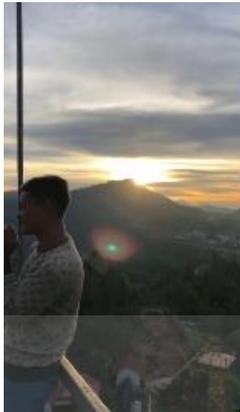
### 3. *Direct Marketing*

Indikator *direct marketing* dapat dilihat melalui pencantuman data-data narahubung dari pihak pengelola acara seperti nomor telepon, fax, alamat dan *email*. Selain itu adanya publikasi *virtual tour*, informasi mengenai denah lokasi, kalender kegiatan, serta fasilitas yang ada.

Aprilianto mengatakan bahwa biasanya kegiatan *direct marketing* melalui media sosial responnya cukup baik. Dimana dengan adanya *virtual tour*, *story*, dan keseluruhan informasi yang dipublikasikan pengelola mendapat interaksi dari para pengakses. Selain menggunakan media sosial yang dinilai paling berdampak yaitu komunikasi langsung dari masyarakat kepada traveler yang berkunjung ke lokasi karena informasi yang didapat lebih banyak dan nyata. Jadi terhitung sebagai iklan atau promosi gratis.

Tabel 4.7 *Direct Marketing* pada akun instagram @festivaldieng

Konten		
<b>Data Narahubung</b>		
		
		
Sumber: Instagram @festivaldieng		
<b>Virtual Tour</b>		
		
(17 September 2020)	(17 September 2020)	(17 September 2020)
		
(17 September 2020)	(27 Juli 2020)	(27 Juli 2020)



(20 Juni 2020)



(20 Juni 2020)



(18 Juni 2020)



(18 Juni 2020)



(18 Juni 2020)



(16 Juni 2020)

Sumber: Instagram @festivaldieng

### Denah lokasi



(22 Juni 2016)



(24 Juni 2016)



(8 Februari 2018)



(29 Juli 2019)

Sumber: Instagram @festivaldieng

### Kalender Kegiatan



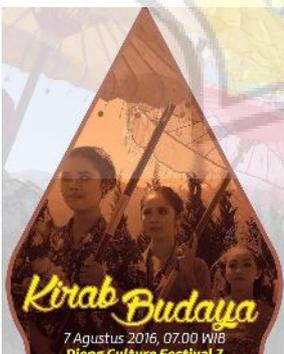
(15 Juli 2016)



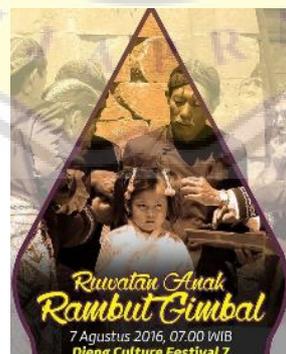
(15 Juli 2016)



(15 Juli 2016)



(15 Juli 2016)



(15 Juli 2016)



(26 Juli 2016)



(8 Juli 2018)

(12 Juli 2019)

(23 Juli 2019)

Sumber: Instagram @festivaldieng



(7 Juni 2018)

Sumber: Instagram @festivaldieng

Dapat dilihat melalui tabel 4.7 bahwa pengelola memanfaatkan akun instagram @festivaldieng untuk melakukan kegiatan *direct marketing*. Dimana kegiatan ini tentunya dilakukan agar pengakses bisa mendapatkan informasi detail mengenai acara DCF yang diselenggarakan. Dimana konten dari kegiatan *direct marketing* ditampilkan dalam bentuk foto dan juga video. Menurut peneliti, informasi pada konten *direct marketing* berupa foto sudah sangat detail ditambah adanya informasi tambahan yang dicantumkan melalui *caption*.

Namun untuk konten *virtual tour*, informasinya kurang lengkap sehingga pengakses hanya disuguhkan video suasana tempat tanpa adanya narasi di dalam video tersebut serta tidak adanya penambahan informasi yang lebih detail pada bagian *caption*.

#### 4. *Public Relations*

Indikator *public relations* dapat dilihat melalui *munculnya press release, FAQ, galeri foto, testimonial dan rekomendasi situs kepada para pengakses*. Berdasarkan pernyataan dari Creative Manager DCF Aprilianto bahwa akun instagram @festivaldieng dijadikan media utama untuk mempublikasikan informasi terkait acara Dieng Culture Festival sehingga untuk *e-newsletter* sendiri tidak di produksi secara terpisah melainkan instagram menjadi *e-newsletter* dari acara Dieng Culture Festival sejak 2015 yang didalamnya juga sudah mengandung galeri foto sekaligus *FAQ* melalui penggunaan fitur komentar dan *direct message*.

Pihak pengelola mengatakan bahwa *press release* tidak diproduksi lagi, melainkan hanya bergantung pada berita yang dipublikasikan oleh awak media. Berikut beberapa kegiatan *public relations* yang dapat ditemukan melalui akun instagram @festivaldieng;

Tabel 4.8 Public Relations pada akun instagram @festivaldieng

**Press release**



Sumber: Instagram @festivaldieng

**Galeri foto**



Sumber: Instagram @festivaldieng

### FAQ 2015



**ndangdevi** Tiketny sudah hanis yaa ?

338w Reply



**aydinayra\_** @mjdi90 Y or N? 😄👍

336w Reply



**fafianee** Gan tiket nya masih engga?

335w Reply

Sumber: Instagram @festivaldieng

### FAQ 2016



**bund\_klc** saya sudah kirim pesan ke dieng.id buat pesan ticket sejak hampir sebulan lalu, tapi belum dibalas. bagaimana? bisa pesan kemana lagi?

288w Reply



**festivaldieng** @bund\_klc ke web tiket.dieng.id kak

288w Reply



**chamonk\_iman** Buat camping ground kapan ka dibuka regist nya?

288w Reply

Sumber: Instagram @festivaldieng

### FAQ 2017



**festivaldieng** @apriyani\_asih tgl 4-6 agt kak

253w 1 like Reply



**januar\_0713** Beli tiket nya dimana min?

253w Reply



**oktavianinaomi** untuk venue ada tiket nya gak ya? pemesanan dimana ya mimin?  
@festivaldieng

Sumber: Instagram @festivaldieng

### FAQ 2018



**puriyuindriani** Mau tanya dong tahun ini festival lampionnya tgl berapa buln pa yah??



182w Reply



**annisatrityas** Ada batas waktu tdk min ?



190w Reply



**palufiaprl** ini saya sudah bayar gmn yaaa konfirmnya? karena tdk masuk ke email saya



190w Reply

Sumber: Instagram @festivaldieng

### FAQ 2019



**cemploks\_nursery** Tiketnya berapa kak

123w Reply



**sudrajathabibie** masih nyari tiket buat 3 orang nih, kalo ada yang mau jual DM yaa 🙏

126w Reply



**andrimuhamad31** Info penginapan buat dcf...

126w Reply



**veni\_lbn\_gaol** Yg msh jual tiket dcf perorangan siapa ya? Dan tolong kl jual jgn ksh harga tinggi2 donk..dr panitia aja jual 360rb masa beli sama orang lain bisa 450-500rb?? Gmn sih sistem distribusi tiketnya @festivaldieng?

125w Reply

Sumber: Instagram @festivaldieng

## FAQ 2020



muhammadtaufik1097 Lampion nya bneran udah ga boleh ya min. ???

69w Reply



yuliantosamad919 Letto..besok jam brp

64w Reply ...



mstiwtiw Streaming nya dimana?

64w Reply ...

Sumber: Instagram @festivaldieng

## Rekomendasi Situs

diengindonesia.com  
diengnesia.com  
jelajahdieng.com  
explorediengfour.com  
puspindahdieng.com  
insandieng.com  
halodieng.com  
kompasdieng.com  
lensandieng.com  
surgaatasawan.com  
diengadventure.com  
negeridieng.com

**Dieng Festival**  
The Inspiration of Culture

OFFICIAL TRAVEL AGENT LOCAL  
SUPPORT BY @FESTIVALDIENG

1. @EXPLOREDIENGTUR.ID
2. @DIENGATASAWAN
3. @NEGERI\_DIENG
4. @DIENGINDONESIA
5. @LENSADIENG
6. @DIENG\_ADVENTURE
7. @CANDIKADIENG
8. @DIENGnesia
9. @HALODIENG
10. @KOMPASIENG
11. @DIENGFAMILYRENTALMOBIL
12. @INSAN\_DIENG
13. @DIENGVACATION
14. @JASAWISATADIENG
15. @DIENGMAYO
16. @CENTRALDIENG

TICKET READY  
pointer bookmyshow ITX

Sumber: Instagram @festivaldieng

Dapat dilihat melalui tabel 4.8 pihak pengelola memanfaatkan akun instagram @festivaldieng untuk melakukan kegiatan *public relations*. Dimana tujuan dari kegiatan *Public Relations* yaitu untuk memperbaiki, menjaga, dan memperbaiki citra. Akun instagram @festivaldieng sendiri merupakan media publikasi berbasis

fotografi dimana pengakses dapat melihat beragam foto dan video dari acara Dieng Culture Festival sehingga pengelola tidak perlu media khusus lainnya untuk mempublikasikan atau mendokumentasikan galeri foto.

Dari apa yang peneliti dapatkan, uniknya *press release* yang dipublikasikan oleh pengelola acara Dieng Culture Festival tidak berupa *press release* yang pada umumnya ditemui, melainkan bentuk *press releasenya* berupa video *after movie* yang kemudian sedikit diperjelas oleh pengelola melalui *caption* yang mana sebenarnya di dalam video tersebut sudah menjelaskan bagaimana situasi lokasi disepanjang acara berlangsung dan hal tersebut memang sudah disampaikan oleh pengelola pada saat wawancara.

Selain pada *after movie*, pengakses juga dapat melihat melalui fitur *highlights*, dimana pada fitur ini pengelola melakukan *archive story* pada akun instagram @festivaldieng. Namun sayangnya *archive* yang dimiliki menurut peneliti kurang dimaksimalkan karena tidak seluruh dokumentasi *story* disimpan ke *archive*.



Gambar 4.7 *Archive* Kegiatan pada akun instagram @festivaldieng  
Sumber: Instagram @festivaldieng

Jadi para pengakses hanya bisa melihat atau membaca berita mengenai acara DCF melalui beragam berita media *online*. Untuk *Frequently Asking Question (FAQ)* dari hasil observasi peneliti melalui konten yang dipublikasikan dan komentar yang tertera sejak 2015-2020, para pengakses seringkali menanyakan mengenai ketersediaan serta harga tiket acara Dieng Culture Festival, ketersediaan *camping ground* atau tempat penginapan, konfirmasi pembayaran dan jadwal acara Dieng Culture Festival. Dari sini peneliti melihat antusias yang besar dari para pengakses menunggu acara tahunan Dieng Culture Festival karena banyak dari para pengakses ternyata juga kecewa karena tidak berhasil mendapatkan tiket ataupun penginapan yang sudah habis terjual sehingga harus menunggu untuk acara Dieng Culture Festival tahun depan. Dari yang peneliti temukan, pengelola akun @festivaldieng informatif dalam menyampaikan informasi kepada pengakses dibuktikan dengan adanya informasi mengenai rekomendasi situs penjualan tiket dan juga informasi mengenai rekomendasi *tour agent* lokal resmi yang bisa membantu para pengakses untuk memesan tiket dan penginapan serta pembelian paket *tour* yang bisa membantu para pengakses untuk mendapatkan tiket dan penginapan dengan mudah dan terpercaya.

Namun untuk testimonial sendiri peneliti tidak dapat menemukan tempat resmi untuk memberikan testimonial pada acara Dieng Culture Festival, sehingga apa yang paling mendekati dengan testimonial yaitu komentar para pengakses yang dapat dilihat melalui kolom komentar di setiap postingan yang ada di akun instagram @festivaldieng.



Gambar 4.8 Testimonial pada kolom komentar  
Sumber: instagram @festivaldieng

### 5. Personal Selling

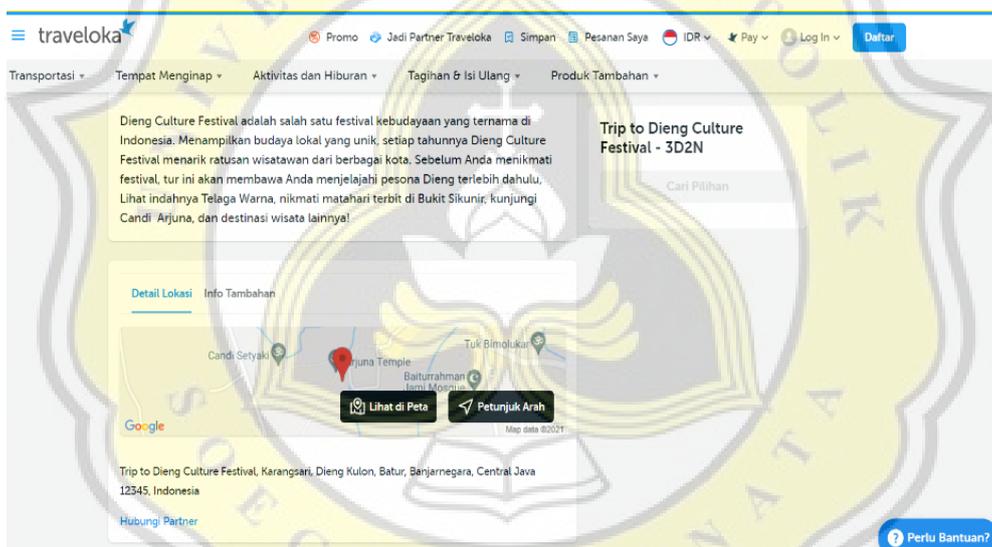
Indikator *personal selling* dapat dilihat melalui adanya fasilitas untuk melakukan penjualan secara *online*, dimana pengakses dapat melakukan *booking* secara *online* dan dapat melakukan pembayaran secara *online*.



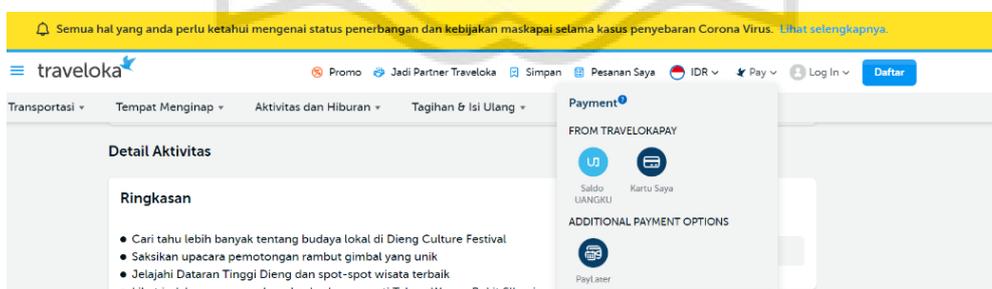
Gambar 4.9 *Personal Selling* pada akun instagram @festivaldieng  
Sumber: instagram @festivaldieng

Dari yang peneliti temukan melalui observasi pada akun instagram @festivaldieng sejak 2015-2020 pengelola tidak berpaku pada satu situs resmi

untuk melakukan penjualan *online* melainkan situs penjualan *online* disesuaikan dengan perjanjian kerja sama dengan pihak ketiga yaitu agen jasa penjualan tiket *online*. Biasanya pengelola cukup mencantumkan *link* ke situs penjualan secara *online* sehingga para pengakses dapat langsung menuju kepada situs untuk melakukan pembelian tiket, penginapan atau paket *tour* yang telah disediakan oleh pihak pengelola acara Dieng Culture Festival. Salah satu contohnya yaitu pada situs traveloka yang mana situs Traveloka sempat menjadi agen resmi untuk penjualan tiket acara Dieng Culture Festival pada tahun 2019.



Gambar 4.10 Situs *booking online*  
Sumber: Traveloka.com



Gambar 4.11 Pembayaran *online*  
Sumber: Traveloka.com

Pada situs ini para pengakses dapat melakukan *booking online* dan juga pembayaran *online*. Dimana tentunya transaksi yang dilakukan oleh pengakses dijamin keamanan dan kemudahannya karena situs penjualan *online* yang ada merupakan situs penjualan terpercaya serta menawarkan beragam pilihan pembayaran yang dapat dipilih sesuai dengan kemauan pengakses.

Berdasarkan hasil pemaparan peneliti maka dapat dilihat bahwa pengelola kegiatan DCF menerapkan konsep *Digital Marketing Communication* dengan baik karena manfaat dan keunggulan dari *Digital Marketing Communication* benar-benar tercapai. Dibuktikan dengan bagaimana pihak pengelola memanfaatkan instagram sebagai media promosi kegiatan DCF tahun 2015-2020. Dimana diakui oleh pihak pengelola dimana menurut keterangan dari *Creative Manager* DCF bahwa media sosial menjadi ujung tombak promosi DCF.

Dilihat melalui penggunaan fitur-fitur instagram yang tersedia sebagai penunjang publikasi berbasis *photo sharing* dapat dilihat bahwa pihak pengelola akun @festivaldieng tidak menggunakan keseluruhan fitur yang tersedia pada akun bisnis. Pihak pengelola hanya menggunakan fitur *live*, *IGTV*, *instastory*, *caption*, *hashtag*, *geotagging*, *archive*, *highlights*, *insight*, *instagram ads*, *contact option*, dan *link bio*. Selain itu peneliti merasa pihak pengelola acara DCF masih kurang memaksimalkan penggunaan fitur yang tersedia pada akun bisnis. Dilihat dari kurangnya data *archive* yang tersimpan pada fitur *highlights*. Selain itu pihak pengelola kurang aktif untuk membalas komen dari para pengakses dan kurang aktif untuk melakukan publikasi melalui fitur *story*. Padahal *story* cukup bisa

membantu *engagement account* @festivaldieng agar setidaknya tetap stabil dan yang terakhir yaitu pada penggunaan *instagram ads* yang masih minim dan sangat disayangkan oleh peneliti. Dimana hal tersebut juga diakui oleh pengelola bahwa anggaran untuk *instagram ads* tidak mencapai nominal 5juta, padahal jika anggaran untuk beriklan melalui *instagram ads* lebih maksimal dan sistem pembelian ditata lebih baik maka penjualan melalui instagram bisa lebih maksimal lagi.

Sedangkan pada penerapan promosi *online* yang dilakukan oleh pihak pengelola DCF sudah memenuhi indikator dan sesuai dengan paparan Rangkuti(2019) mengenai 5 indikator dalam melakukan promosi *online*. Hal ini dibuktikan dari pemaparan konten baik dari segi gambar maupun informasi tambahan yang dipaparkan melalui fitur *caption* dan interaksi antara pengelola kepada pengakses yang muncul pada kolom *comment*.