

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis secara teoritis sampai pada pengumpulan data-data saat berada di lapangan serta melakukan pembahasan data yang didapat sesuai dengan teori dan jurnal ilmiah, peneliti dapat menarik kesimpulan terhadap *City Branding* kota Singkawang melalui kegiatan dari festival *Cap Go Meh* merupakan sebuah kegiatan *akulturasi* budaya yang dijadikan untuk ajang melestarikan budaya daerah dan menjadi satu *event* utama yang memiliki daya tarik untuk meningkatkan wisatawan datang berkunjung.

Festival *Cap Go Meh* ini memiliki potensi besar untuk dapat dikembangkan terbukti melalui temuan berupa faktor internal dan faktor eksternal untuk selanjutnya dapat diterapkan secara optimal oleh pihak pengelola. Adapun poin dari faktor internal yang dapat diolah untuk pengembangan dari festival *Cap Go Meh* di kota Singkawang diantaranya ada, (a) Paguyuban etnis, komunitas pecinta budaya, dewan adat, multietnis dan multikultur, (b) Tingkat toleransi yang sangat tinggi, (c) Banyak lokasi wisata / spot wisata, (d) Aksibilitas yang mudah, (e) Festival *Cap Go Meh* satu-satunya even besar di kota Singkawang. Sedangkan pada poin faktor eksternal yang memiliki potensi untuk diolah dan dapat mendukung pengembangan untuk festival ini diantaranya ada, (a) Peningkatan usaha kreatif dan UMKM, (b) Adanya program pembangunan nasional oleh pemerintah melalui pariwisata dan even nasional, (c) Mulai meningkatnya sistem teknologi dan informasi.

Selain itu juga festival *Cap Go Meh* memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap peningkatan pariwisata di kota Singkawang dan melalui festival ini juga citra dari kota Singkawang semakin kuat sehingga menjadi salah satu kota tujuan pariwisata yang memiliki keunikan dan menarik wisatawan. Sebagai salah satu festival yang menjadi ujung tombak untuk menarik wisatawan perlu adanya kemasan baru dan ide kreatif di setiap tahunnya karena pengembangan dalam pengelolaan festival ini berkaitan dengan besarnya potensi-potensi dari tempat wisata yang ada di kota Singkawang, sehingga hal ini dapat diterapkan melalui jalur festival budaya dengan cara memaksimalkan seluruh faktor internal dan eksternal yang ada di festival *Cap Go Meh*. Fokus dalam pengembangan SDM juga menjadi hal yang penting untuk pengelolaan festival, karena dalam kegiatan besar ini perlunya ada tim ahli yang benar-benar memahami dan profesional.

Melihat festival *Cap Go Meh* yang merupakan perayaan budaya *Tionghoa* yang khas dan unik di kota Singkawang hal ini juga yang membuktikan bahwa kota Singkawang berhasil mempertahankan dan memperkenalkan budaya lokal yang ada di kota Singkawang, hal ini juga berkaitan dalam membangun citra kota yang unik dan membedakan kota Singkawang dari kota lainnya yang ada di Indonesia. Festival ini juga mendorong kolaborasi dan partisipasi masyarakat yang aktif dalam festival ini. selain itu juga festival *Cap Go Meh* yang ada di kota Singkawang ini mempunyai peran ganda dalam bidang pelestarian budaya dan secara otomatis juga dapat memberikan dampak yang baik dalam kegiatan pariwisata, hal ini

tentu tidak dapat dipisahkan dan harus seiring berjalan. Jika semua faktor dapat dilakukan dengan maksimal dan pemanfaatan semua potensi sumber daya yang ada diberdayakan maka cara ini akan secara otomatis menghadirkan *image* yang sangat baik bagi *city branding* di kota Singkawang melalui festival *Cap Go Meh* ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian mengenai *city branding* kota Singkawang melalui festival *Cap Go Meh* dan melihat potensi yang dipaparkan oleh penulis pada bab sebelumnya terdapat saran untuk pihak pengelola dan juga pihak pemerintah berkaitan dengan manajemen pengelolaan *event* dan pengembangan potensi pariwisata yang ada di kota Singkawang diantaranya :

1. pemerintah yang berperan sebagai fasilitator dan panitia yang berperan sebagai pengelola anggaran harus memiliki rencana strategi yang matang untuk pengembangan festival *Cap Go Meh* dengan mengangkat ciri khas lokal dan budaya yang dijadikan sebuah konsep *city branding*, yang disesuaikan tentunya dengan dasaran faktor internal dan eksternal yang mana dapat menjadi poin pendukung di mata masyarakat, terutama pada bidang budaya dan pariwisata. Pengelolaan kebijakan dari pemerintah juga harus bisa memberikan dampak positif dan menguntungkan untuk semua pihak, baik dari segi kegiatan ekonomi bahkan sampai pada nilai-nilai moral yang berlaku di dalam masyarakat.

2. Perlunya ada kerjasama antara pemerintah kota, pihak penyelenggara dan para seniman, serta tokoh budaya melalui sosialisasi yang dilakukan secara berkala dengan tujuan untuk dapat terciptanya sebuah konten materi dengan kemasan terbaru dan dapat menjadi daya tarik untuk para wisatawan yang ingin berkunjung ke kota Singkawang.
3. Perlunya pembenahan fasilitas publik agar dapat membentuk sebuah citra positif yang nantinya akan menimbulkan tingkat kepuasan dari wisatawan sehingga minat untuk kembali berkunjung akan tumbuh dengan sendirinya terhadap wisatawan.
4. Pemerintah dapat merencanakan sebuah rencana dalam bentuk program jangka Panjang untuk branding dan pemanfaatan media sebagai sebuah strategi branding dengan tujuan pengembangan potensi pariwisata dan seni budaya agar dikenal wisatawan.

Saran untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan kajian lainya karena masih ada peluang dan potensi ruang penelitian terhadap kota Singkawang dengan konsep pengembangan yang berfokus pada strategi promosi kegiatan pariwisata.