



Manajemen Event Kediri Nite Carnival dalam Memperkuat City Branding Kota Kediri

Aji Prasajo^{1*}, Alif Anggun Yuliasari², Eka Amelia Putri Dinanty³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri

*Penulis Korespondensi: ajiprasajo1995@gmail.com

Abstract. *This study examines the management of Kediri Nite Carnival (KNC), an annual event organized by the Kediri City government to commemorate the city's anniversary and showcase local arts, culture, and tourism potential. This research uses qualitative methodology and employs literature analysis, observation, and documentation as case study methods. The Miles and Huberman interactive model is used to analyze the data. The Kediri City Tourism Office has implemented each stage of event management according to Goldblatt's concept: research, design, preparation, coordination, and evaluation. The focus of the research was to determine the objectives and target audience; the design highlighted the local cultural theme "Exotic Flower in Paradise"; planning included budget planning, scheduling, and promotional strategies through social media and collaboration with local media; coordination was carried out through task distribution and cross-team communication; and evaluation assessed the success of the event based on community feedback and its effects on tourism and the local economy. The research results show that KNC plays an important role in improving the public's perception of Kediri City as a creative and cultured city. However, efforts to increase the number of tourist visits in the long term still need to be made. It is hoped that these findings will help the local government develop a sustainable tourism communication plan.*

Keywords: *Cultural Tourism; Event Management; Kediri Night Carnival; Sustainable Tourism; Tourism Communication.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji pengelolaan Karnaval Malam Kediri (KNC), sebuah acara tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Kediri untuk memperingati hari jadi kota dan menampilkan potensi seni, budaya, dan pariwisata lokal. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan menerapkan analisis literatur, observasi, dan dokumentasi sebagai metode studi kasus. Model interaktif Miles dan Huberman digunakan untuk menganalisis data. Dinas Pariwisata Kota Kediri telah menerapkan setiap tahapan pengelolaan acara sesuai dengan konsep Goldblatt: penelitian, desain, persiapan, koordinasi, dan evaluasi. Fokus penelitian adalah untuk menentukan tujuan dan target audiens; desain menyoroti tema budaya lokal "Bunga Eksotis di Surga"; perencanaan mencakup perencanaan anggaran, penjadwalan, dan strategi promosi melalui media sosial dan kolaborasi dengan media lokal; koordinasi dilakukan melalui pembagian tugas dan komunikasi lintas tim; dan evaluasi menilai keberhasilan acara berdasarkan umpan balik masyarakat dan dampaknya terhadap pariwisata dan ekonomi lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KNC memainkan peran penting dalam meningkatkan persepsi masyarakat terhadap Kota Kediri sebagai kota yang kreatif dan berbudaya. Namun, upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dalam jangka panjang masih perlu dilakukan. Diharapkan temuan ini dapat membantu pemerintah daerah mengembangkan rencana komunikasi pariwisata berkelanjutan.

Kata Kunci: Karnaval Malam Kediri; Komunikasi Pariwisata; Pariwisata Berkelanjutan; Pariwisata Budaya; Pengelolaan Event.

1. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang, banyak organisasi yang menyelenggarakan beragam aktivitas pada waktu-waktu tertentu dengan maksud yang spesifik. Aktivitas ini sering disebut sebagai event. Event biasanya diadakan dalam bentuk festival atau perayaan. Saat ini, kita sering menemukan acara yang berfokus pada seni. Festival atau perayaan ini umumnya diselenggarakan oleh komunitas yang ingin mempromosikan budaya lokal. Selain itu, aktivitas ini bertujuan untuk memperkenalkan tradisi daerah serta memberikan informasi kepada pengunjung tentang daerah tersebut. Melalui cara ini, banyak komunitas berupaya untuk menjaga budaya asli

mereka agar dapat menarik lebih banyak pengunjung. Dengan demikian, event dapat dianggap sebagai sarana yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat dan sebagai strategi untuk memperkenalkan berbagai kegiatan tahunan di lokasi tertentu. Selain itu menurut Sulaksana (2003), Event adalah pertemuan yang telah direncanakan dengan pesan khusus untuk audiens yang dituju. Tujuan diselenggarakan suatu event juga ini dapat mengambil bentuk pendidikan, inspirasi, jaringan, peringatan, kesenangan, mempromosikan barang-barang baru perusahaan atau meningkatkan pendapatan perusahaan (Any, 2009).

Event merupakan media komunikasi dalam menyampaikan informasi / pesan dari brand atau perusahaan dengan melakukan interaksi langsung dengan konsumen maupun publik internal perusahaan (Ramadhan, 2015). Mengelola sebuah event baik dari tahap mencari hingga evaluasi acara diperlukan komunikasi dan koordinasi, keberhasilan sebuah event sendiri dilihat dari keberdampakannya pada lingkungan sekitarnya. Baik itu dari menarik perhatian media, menarik pengunjung, meningkatkan ekonomi, meningkatkan brand awareness dan meningkatkan terhadap penjualan (Tafarannisa et al., 2021). Tentu saja, potensi ini dapat berkembang menjadi daya tarik yang menguntungkan, seperti yang terlihat pada Kediri Nite Carnival. Kediri Nite Carnival adalah sebuah acara yang diperuntukkan bagi penduduk Kota Kediri dan seluruh masyarakat Indonesia untuk merayakan ulang tahun Kota Kediri. Acara ini telah menjadi kegiatan tahunan di Kota Kediri yang memberikan kesempatan kepada para penggemar mode dan seni untuk mengekspresikan kreativitas mereka. Diselenggarakan oleh pemerintah setempat di Kediri, Jawa Timur, acara ini melibatkan 101 peserta dari berbagai instansi pemerintah dan masyarakat, serta 14 peserta dari daerah lain. Dalam festival ini, terdapat beragam pertunjukan dan kostum yang menarik, disertai dengan cerita unik yang menginspirasi setiap peserta Kediri Nite Carnival. Peserta festival ini mengenakan kostum yang biasanya menampilkan efek pencahayaan dari lampu-lampu yang mereka bawa.

City branding adalah manajemen suatu destinasi melalui inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, sosial, komersial, kultural dan peraturan pemerintah (Anholt dalam Moilanen & Rainisto, 2009). Kavaratiz & Ashworth (2005) menyebutkan *city branding* adalah sebuah konsep yang secara umum dipraktikkan oleh beberapa kota dalam konteks persaingan menarik wisatawan dan investasi lingkungan secara intensif untuk mempromosikan pembangunan daerah. City branding merupakan metode untuk menciptakan identitas sebuah kota yang bertujuan sebagai alat untuk memperkenalkan atau menyebarluaskan potensi daerah kepada semua pihak yang berkepentingan, baik secara lokal maupun global. Salah satu sasaran dari city branding adalah untuk menarik minat investor dan pengunjung dalam mengembangkan serta mempromosikan potensi wisata yang tersedia. *City branding* memiliki

fungsi sebagai alat untuk mengkomunikasikan tempat (Kota, Kabupaten atau Provinsi) pada pemangku kepentingan (Yananda & Salamah, 2014). *City branding* Hexagon Anholt menciptakan *city branding* hexagon untuk mengukur efektivitas *city branding*. Penguatan *city branding* Kota Kediri tentunya tidak terlepas penerapan strategi dari pemerintah, investor, pelaku industri pariwisata, maupun dari masyarakat lokal itu sendiri. Peran masyarakat lokal membuktikan bahwa mereka adalah aspek penting dalam pembentukan citra suatu tempat, sehingga perlu diperhitungkan dalam strategi branding sebuah kota (Braun E & S, 2010).

Kondisi semacam ini kerap ditemukan di berbagai tempat di Indonesia, di mana Kediri Nite Carnival (KNC) berfungsi sebagai daya tarik wisata yang meningkatkan jumlah pengunjung, baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Event ini juga bertujuan untuk mengenalkan budaya atau potensi pariwisata di daerah tertentu. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena lebih fokus pada pengelolaan acara untuk memperkuat citra kota Kediri. Penelitian sebelumnya oleh Fajrini (2018) menyoroti branding kota wisata Sawahlunto melalui penyelenggaraan event Sawahlunto International Songket Carnival (SISCa) 2016, yang dianggap sebagai salah satu bentuk promosi daerah dalam mewujudkan visi kota.

Sementara itu, penelitian Permadi (2021) lebih menitikberatkan pada peran aktor Pentahelix dalam pengembangan dan re-branding Sawahlunto sebagai "Kota Wisata Tambang Berbudaya" untuk meraih pengakuan UNESCO. Penelitian ini menawarkan terobosan dengan mengkaji secara rinci bagaimana pelaksanaan suatu acara bisa menjadi strategi utama dalam memperkuat identitas Kota Kediri. Berikutnya, akan dibahas cara merencanakan, menilai, dan mengelola acara-acara tersebut demi mendukung citra kota. Diharapkan artikel ini mampu memberikan masukan bagi pemerintah daerah, terutama Pemerintah Kota Kediri, dalam merumuskan kebijakan komunikasi pariwisata yang lebih efektif untuk meningkatkan sektor pariwisata di Kota Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengelolaan acara Kediri Nite Carnival yang diadakan oleh Pemerintah Kota Kediri sebagai langkah untuk memperkuat branding Kota Kediri.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2018) bahwa alasan mengombinasikan data kuantitatif dan data kualitatif ini adalah agar lebih memahami masalah penelitian tersebut dengan mengonvergensi data kuantitatif (berupa angka) dan data kualitatif (berupa pandangan-pandangan deskriptif). Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengetahui media yang efektif serta manajemen event yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menyelidiki

media yang paling tepat serta pengelolaan acara yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Kediri.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada tinjauan pustaka, yang bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan acara Kediri Nite Carnival guna meningkatkan citra Kota Kediri. Pemilihan pendekatan kualitatif dilakukan karena metode ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang dibahas melalui literatur yang relevan. Analisis pustaka diangkat sebagai metode utama karena tujuan penelitian ini adalah untuk menilai berbagai konsep, temuan, dan teori-teori yang sudah ada sebelumnya.

Dengan menggali tulisan akademis, jurnal, artikel, dan laporan penelitian, pendekatan ini memberikan dasar yang kuat untuk mengidentifikasi pola strategi serta kelemahan dalam penelitian yang perlu ditangani. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para peneliti terkait penyelenggaraan acara Kediri Nite Carnival (KNC) di Kota Kediri, yang berada di bawah naungan Pemerintah Kota (Pemkot) Kediri di alamat Jl. Jend. Basuki Rahmat No. 15, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur. Lokasi ini sering dianggap sebagai pusat untuk kantor pemerintahan kota. Para peneliti menemukan bahwa mulai tahun 2024, Kota Kediri secara proaktif menyelenggarakan acara tersebut untuk meningkatkan citra Kota Kediri.

Menurut Sugiyono (2012), objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, perhatian utama diarahkan pada Kediri Nite Carnival (KNC). Para narasumber yang terlibat merupakan orang-orang yang diyakini dapat memberikan wawasan tentang Kediri Nite Carnival (KNC) berdasarkan penilaian dari peneliti.

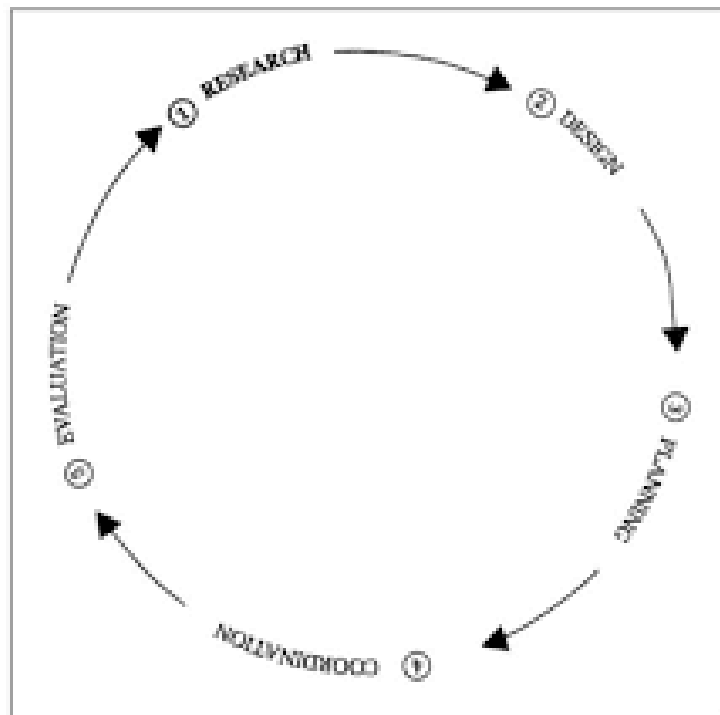
Untuk menjamin validitas data yang dikumpulkan, sangat penting untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan kondisi di lapangan, sehingga diperlukan metode yang tepat dalam proses pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi foto, ilustrasi, dokumen, serta artikel yang berkaitan. Analisis data dalam studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu cara untuk menganalisis data agar dapat menggambarkan citra kota dalam upaya mempromosikan Kota Kediri melalui acara Kediri Nite Carnival yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Kediri.

Data yang berhasil dikumpulkan akan diinterpretasikan, dianalisis, dan dijelaskan berdasarkan metode analisis yang diterapkan untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang telah ditetapkan. Penelitian kualitatif ini dilakukan pada saat pengumpulan data

berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data dari Miles dan Huberman yang model interaktif (Sugiyono,2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Konsep 5 tahapan manajemen event Goldblatt, yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri pada event Kediri Nite Carnival 2024 terdiri dari research, design, planning, coordinating and evaluation, dideskripsikan sebagai berikut:



Gambar 1. Flowchart Proses Penelitian.

Sumber: (Putri et al., 2016)

Pembahasan

Banyak strategi telah disiapkan jauh-jauh hari sebelum acara dilaksanakan, tetapi sering kali timbul berbagai tantangan selama proses berlangsung. Selain itu, sejumlah proyek besar memerlukan dana dan tenaga kerja yang cukup besar, namun tidak selalu menghasilkan outcome yang diharapkan. Salah satu penyebab utama kegagalan ini adalah minimnya pengelolaan yang tepat. Maka dari itu, kegiatan yang berhasil dalam mencapai tujuannya biasanya dikelola dengan cara yang efektif. Manajemen merupakan bidang yang berfokus pada kepemimpinan di dalam sebuah organisasi, yang mencakup berbagai tahap dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya yang terbatas agar tujuan dan sasaran dapat dicapai dengan cara yang efektif dan efisien.

Tahapan ini dikemukakan oleh (Goldblatt, 2002) diantaranya research, design, planning, coordination, dan evaluation (Haries & Wulandari, 2021).

Research

Keberhasilan sebuah acara dalam mencapai tujuan yang diinginkan sangat bergantung pada manajemen event yang terencana dengan baik. Salah satu langkah awal yang penting dilakukan adalah melakukan riset (Goldblatt, 2002). Pada tahap ini, Pemerintah Kota Kediri mengadakan rapat dengan seluruh tim dan panitia setelah menerima usulan dari PJ Walikota Kediri untuk menyelenggarakan Kediri Nite Carnival. Pertemuan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dasar penyelenggaraan acara tersebut. Dalam perbincangan ini, berbagai ide dapat disampaikan, dan bersama-sama upaya dilakukan untuk menemukan solusi yang paling tepat hingga mencapai kesepakatan mengenai tujuan, lokasi, konsep, dan pertunjukan yang akan disajikan dalam Kediri Nite Carnival.

Sasaran utama Dinas Pariwisata dalam menyelenggarakan acara ini adalah memperkenalkan Kota Kediri kepada masyarakat guna meningkatkan citra kota baik di dalam maupun luar negeri. Di samping itu, acara ini diharapkan menjadi platform bagi masyarakat, seniman, dan komunitas kreatif untuk lebih aktif dalam menjaga warisan budaya serta mendukung pertumbuhan industri pariwisata. Dari perspektif pariwisata, Kediri Nite Carnival dirancang sebagai alat promosi untuk menarik perhatian terhadap berbagai destinasi wisata di Kota Kediri dan memberikan informasi kepada para pengunjung, baik lokal maupun internasional, mengenai keunikan budaya dan lokasi-lokasi wisata yang ada. Diharapkan, acara ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung, sehingga memperkuat posisi Kota Kediri sebagai tujuan wisata budaya dan hiburan.

Setelah tujuan ditetapkan dengan jelas, Pemerintah Kota Kediri melakukan analisis terhadap segmen target untuk kegiatan ini. Fokus utama mencakup masyarakat umum, seniman, komunitas kreatif, serta pengunjung yang memiliki minat terhadap budaya dan aktivitas di malam hari, baik dari daerah lokal maupun luar kota. Penelitian terkait pasar ini melibatkan beragam kelompok yang memiliki minat dalam bidang seni dan budaya.

Untuk mendukung tujuan tersebut, lokasi pelaksanaan Kediri Nite Carnival dipilih di area terbuka yang luas dan strategis di jantung Kota Kediri. Tempat ini dipilih karena aksesnya yang mudah bagi masyarakat dan sering menjadi tujuan wisata para pengunjung. Area tersebut dapat menampung jumlah penonton yang diharapkan serta menampilkan keindahan dan karakteristik Kota Kediri. Pertimbangan ini menjadi alasan yang kokoh dalam pemilihan lokasi acara. Tanggal dan hari pelaksanaan kegiatan telah disesuaikan dengan rencana kegiatan di Kota Kediri tahun 2024, sehingga ditentukan bahwa acara ini akan berlangsung pada hari Sabtu, 24

Agustus 2024. Dalam Kediri Nite Carnival 2024, berbagai jenis kegiatan seni dan budaya akan dilaksanakan, termasuk parade kostum yang menarik, serta kolaborasi dengan beberapa komunitas seni, baik yang berasal dari daerah setempat maupun berskala nasional.

Saat ini, Dinas Pariwisata telah berhasil melaksanakan program ini dengan sukses dan memenuhi seluruh syarat yang ada, termasuk mengenali semua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan Kediri Nite Carnival 2024. Pemilihan lokasi yang tepat sebagai destinasi wisata utama di Kota Kediri juga sangat krusial dalam perencanaan yang mendetail. Rencana acara ini disusun tidak hanya untuk tujuan hiburan, tetapi juga sebagai upaya untuk melestarikan dan memelihara budaya dengan menampilkan beragam seni pertunjukan serta bekerja sama dengan musisi dan komunitas seni yang ada.

Proses perancangan acara dimulai dengan pengumpulan berbagai ide yang disesuaikan dengan tujuan utama dari pelaksanaan event. Kegiatan ini dilakukan melalui sesi brainstorming dan pembuatan mind mapping yang membahas konsep-konsep kreatif, anggaran, serta aspek-aspek penting lainnya.

Kediri Nite Carnival 2024 direncanakan akan berlangsung secara tatap muka dengan tema " *Exotic Flower in Paradise*" (Bunga Eksotis di Surga). Tema ini menonjolkan keindahan bunga yang tidak biasa sebagai inspirasi utama dalam parade kostum dan pertunjukan seni, yang memadukan elemen budaya lokal dengan nuansa kontemporer. Dengan konsep ini, diharapkan acara bisa menampilkan keunikan serta kekayaan budaya Kota Kediri secara visual yang menakjubkan, sekaligus meningkatkan citra budaya daerah ke tingkat yang lebih luas.

Lokasi acara dipilih di area terbuka yang strategis di pusat Kota Kediri, sehingga memungkinkan parade dan pertunjukan berlangsung dengan latar belakang pemandangan kota yang menarik. Acara akan diselenggarakan di malam hari, sehingga pencahayaan artistik dan hiasan lampu berwarna-warni akan menambah kemeriahan suasana dan memberikan pengalaman visual yang menyenangkan bagi para pengunjung. Kesuksesan sebuah acara tidak hanya bergantung pada manajemen yang efektif, tetapi juga pada jumlah pengunjung, peserta, dan penonton yang hadir. Oleh karena itu, perencanaan strategi promosi menjadi langkah kunci sebelum melakukan publikasi yang lebih luas. Promosi merupakan proses komunikasi informasi tentang acara kepada masyarakat dengan tujuan menarik minat dan meningkatkan keterlibatan.

Pemerintah Kota Kediri memanfaatkan berbagai platform media sosial, terutama Instagram, untuk menyebarkan informasi dengan konten-konten yang kreatif. Sebagai bagian dari promosi Kediri Nite Carnival 2024, Dinas Pariwisata mempersiapkan berbagai materi promosi seperti pamphlet, video edukasi, video ajakan, video promosi, serta siaran radio yang

melibatkan berbagai pihak yang terkait. Semua kegiatan promosi ini dipercayakan kepada Tim Digital Marketing Dinas Pariwisata Kota Kediri agar informasi dapat disampaikan dengan baik dan menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 2. Flayer Kediri Nite Carnival 2024.

Sumber: Lingkar Wilis 2024

Planning

Terdapat tiga poin pada tahap perencanaan: Perencanaan, Pelaksanaan, dan Publikasi. Pada tahap ini, panitia membuat rencana untuk menyukseskan acara. Pemerintah Kota Kediri menetapkan tenggat waktu untuk Kediri Nite Carnival 2024 hingga hari pelaksanaan, yang akan memakan waktu sekitar satu bulan. Setelah menetapkan tenggat waktu, dibentuklah panitia yang akan berpartisipasi sesuai dengan SDM yang tersedia, yaitu seluruh pegawai Dinas Pariwisata Kota Kediri dengan tugas yang berbeda-beda. Saat rapat berlangsung, progres persiapan acara akan diumumkan kepada seluruh kepanitian untuk mencegah kekacauan. Perencanaan anggaran dilakukan setelah membentuk kepanitian dan disesuaikan dengan kebutuhan untuk acara seperti operasional, hiburan, promosi, dan logistik dari awal persiapan hingga hari acara. Selain itu, panitia festival merencanakan berbagai acara untuk Kediri Nite Carnival 2024, yang akan berlangsung dari pukul 18.00 hingga selesai. dengan membagi rundown ke dalam tiga sesi: Pembukaan Parade Karnaval, Atraksi Seni dari seluruh dunia, dan Penutupan. Perencanaan pengalihan lahan parkir dan pengalihan arus lalu lintas yang dibagi oleh panitia juga memiliki tujuan pengunjung yang tinggi.



Gambar 3. Flyer Alih Arus Lalu Lintas.

Sumber: Lingkar Wilis 2024

Seluruh panitia bekerja sesuai dengan Jobdesk dan bertanggung jawab penuh atas semua tugas yang ditugaskan selama pelaksanaan. Dibuktikan dengan fakta bahwa kegiatan berlangsung dengan cara yang menyenangkan dan menyenangkan. Selanjutnya, publikasi didefinisikan sebagai penyebaran informasi tentang produk atau peristiwa milik suatu organisasi melalui berbagai media yang mudah diakses untuk menarik perhatian publik (Fadillah & Susyanti, 2022).

Semua informasi tentang Kediri Nite Carnival 2024 disiarkan melalui akun Instagram @pemkotkediri. Selain menggunakan media sosial, Kota Kediri juga bekerja sama dengan seluruh media yang ada di Kota Kediri untuk menyiarkan dan memberitakan acara tersebut.



Gambar 4. Foto Kediri Nite Carnival 2024.

Sumber: Radio Andika 105,7 FM 2024 & Lingkar Wilis 2024

Coordinating

Pada tahap koordinasi ini, setiap anggota panitia memiliki tim mereka sendiri dengan tanggung jawab tertentu. Ini memungkinkan mereka untuk saling melengkapi dan mengelola dan bertanggung jawab atas tanggung jawab mereka. Diskusi rapat digunakan untuk menyampaikan perkembangan dari persiapan yang dilakukan. Untuk menghindari masalah yang menghalangi pelaksanaan acara, diskusi ini berlangsung. Selama pelaksanaan Kediri Nite Carnival 2024, pemerintah Kota Kediri melakukan komunikasi secara offline dan online. Kedua metode ini digunakan sesuai dengan kondisi dan situasi saat itu. Kedua metode ini berjalan dengan cukup baik.

Evaluasi

Untuk mengetahui apakah acara tersebut berhasil, tahap terakhir adalah melakukan evaluasi dari semua tahap yang telah dilakukan. Selanjutnya, dapat dilihat apa yang mempengaruhi keberhasilan acara untuk dievaluasi lebih lanjut. Pada saat ini, pemerintah Kota Kediri sedang mengevaluasi dampak dari Kediri Nite Carnival 2024. Acara ini dirancang untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Kediri dan meningkatkan citra kota sebagai destinasi populer di Indonesia. Sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, acara tersebut telah berjalan dengan lancar. Semua pihak yang terlibat memiliki sikap saling mendukung dan semangat bersama, komunikasi dan koordinasi yang baik, dan diskusi dan pertemuan yang produktif. Selain itu, pemerintah Kota Kediri melakukan penilaian umpan balik dari para pengunjung Kediri Nite Carnival 2024, yang mencakup ulasan positif, netral, dan negatif.

Hasil ini akan digunakan sebagai referensi untuk pengembangan Kediri Nite Carnival berikutnya. Namun, meskipun tujuan utama dari acara ini tidak hanya membuat orang menyukainya tetapi juga membuat orang lebih tertarik untuk mengunjungi Kota Kediri, acara tersebut belum memiliki dampak yang signifikan. Selain itu, Ibu Zanariah, PJ Wali Kota Kediri, menyatakan bahwa karnaval telah menjadi acara yang disukai oleh banyak daerah, termasuk di tingkat kelurahan yang sering mengadakan karnaval saat perayaan kemerdekaan. Kostum selalu menarik dan menarik. Dia menceritakan tentang pengalamannya sebagai tuan rumah Jaringan Kota Pusaka Indonesia (JKPI) ke-IX di Palembang, yang memiliki karnaval dan penampilan budaya dari berbagai daerah sebagai puncak acara.

Ibu Zanariah sangat gembira melihat Kediri Nite Carnival membawa semangat yang sama ke Kota Kediri. Menurutnya, parade warna-warni dan penampilan seni yang memukau menunjukkan keindahan dan kekayaan budaya dan kreativitas Kota Kediri. KNC juga dianggap sebagai bukti komitmen Pemkot Kediri untuk menyediakan tempat bagi para seniman dan

pegiat fashion untuk menampilkan karya mereka. Harapan adalah bahwa acara ini akan berdampak positif pada ekonomi, terutama dengan mendorong lebih banyak ide dan karya seni baru dari para seniman. Dengan banyak pengunjung, acara ini juga menjadi tempat bagi pedagang kaki lima (PKL) dan pelaku UMKM untuk menghasilkan uang. Selain itu, Ibu Zanariah berharap KNC terus memfasilitasi hubungan antar daerah dan memberikan kesempatan untuk saling belajar dan berbagi pengalaman. Selain itu, acara seperti ini sangat penting untuk mempertahankan keharmonisan komunitas. Selain itu, Ibu Zanariah mengucapkan terima kasih kepada seluruh masyarakat dan semua pihak yang telah membantu merayakan Hari Jadi Kota Kediri. Sebagai upaya untuk meningkatkan citra Kota Kediri di masa mendatang, diharapkan acara ini dapat diadakan setiap tahun dengan frekuensi yang lebih besar dan meriah. Salah satu penduduk yang hadir, Eka Dili, mengatakan dia selalu menyempatkan diri untuk mengunjungi Kediri Nite Carnival bersama keluarganya setiap tahun. Menurutnya, acara ini sangat sayang untuk dilewatkan, meskipun lebih ramai menontonnya secara langsung daripada menontonnya secara online.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penyelenggaraan *Kediri Nite Carnival* (KNC) memiliki peran strategis dalam memperkuat *city branding* Kota Kediri sebagai kota kreatif, budaya, dan pariwisata. Melalui penerapan lima tahapan manajemen event menurut Goldblatt *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Pemerintah Kota Kediri berhasil melaksanakan acara yang tidak hanya menampilkan keindahan budaya lokal tetapi juga menjadi media promosi pariwisata yang efektif. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pengelolaan event yang terencana dan terkoordinasi dengan baik mampu meningkatkan citra positif kota serta mendorong partisipasi masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif.

Namun, meskipun KNC berhasil menarik perhatian publik dan memberikan dampak ekonomi jangka pendek, efek jangka panjang terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan penguatan identitas merek Kota Kediri masih perlu dioptimalkan melalui strategi komunikasi yang berkelanjutan. Pemerintah daerah disarankan untuk terus melakukan evaluasi rutin, memperluas kolaborasi lintas sektor, serta memanfaatkan media digital secara lebih inovatif agar KNC dapat menjadi ikon budaya tahunan yang konsisten memperkuat daya tarik dan citra Kota Kediri di tingkat nasional maupun internasional

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, A. D. (n.d.). *Analisis manajemen event Gumelem Ethnic Carnival tahun 2016 dalam melestarikan kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara* (Skripsi sarjana).
- 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), 570–580. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434>
- Anholt, S. (2007). Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. *Palgrave Macmillan*. <https://doi.org/10.1057/9780230627727>
- Fadhila, M. R., & Tricahyono, D. (2020). *Pengaruh city branding “Enjoy Jakarta” terhadap citra kota dan keputusan berkunjung youth traveler ke Jakarta* (Skripsi sarjana). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2008). Place marketing: How did we get here and where are we going? *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 150–165. <https://doi.org/10.1108/17538330810889989>
- Lestari, S. P., & Agustiniingsih, G. (2020). Strategi city branding melalui gelaran budaya Tari Sparkling sebagai komunikasi pariwisata Kota Surabaya. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(1), 20–29. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.646>
- Lestari, S. P., & Agustiniingsih, G. (2020). Strategi city branding melalui gelaran budaya Tari Sparkling sebagai komunikasi pariwisata Kota Surabaya. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 8(1), 20–29. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.646>
- Marta, R., Hafivi, I., Diego, D., & Trianto, I. (2024). Manajemen event dalam penguatan branding kota wisata dan budaya. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(2), 253–266. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.3511>
- Marta, R., Hafivi, I., Diego, D., & Trianto, I. (2024). Manajemen event dalam penguatan branding kota wisata dan budaya. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(2), 253–266. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i2.3511>
- Nariswari, L. P., Sholihah, N. M., & Suharto, B. (2025). Peran festival berkelanjutan dalam penguatan city branding Indonesia. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 6(6), 5561–5570. <https://doi.org/10.37385/ceej.v6i6.9740>
- Nur Syawalludin, M. N., Talaohu, N., Rumakat, A., & Mutmainna, T. (2024). Strategi komunikasi dan branding dalam manajemen event: Membangun identitas acara yang kuat. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 70–81. <https://doi.org/10.47945/Al-Mumtaz.v1i2.xx>

- Richards, G., & Palmer, R. (2010). Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation. *Butterworth-Heinemann*. <https://doi.org/10.4324/9780080969339>
- Riyadi, A., & Susilowati. (2022). Penyusunan laporan monitoring dan evaluasi city branding Kota Surakarta. *Jurnal Bengawan Solo*, 1(2), 73–87.
- Salsabila, N. A. (n.d.). *Manajemen event Wayang Jogja Night Carnival dalam meningkatkan city branding Yogyakarta sebagai kota budaya* (Skripsi sarjana). Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.