



# Orkestrasi Event Perkuat Branding Kota Festival

**YOGYA (MERAPI)** - Pemerintah Kota Yogyakarta terus mematangkan strategi penguatan branding sebagai Kota Festival melalui penguatan kalender event yang terintegrasi dan berdampak langsung pada masyarakat. Strategi ini terbukti berdampak signifikan terhadap sektor pariwisata.

"Kalau kita sudah menyebut sebagai Kota Festival, maka yang harus kita jawab adalah event-nya apa. Kita ingin ke depan orang datang ke Yogya bukan karena kebetulan ada acara, tetapi memang sengaja datang untuk menghadiri event tertentu," ujar Wakil Wali Kota Yogyakarta Wawan Harmawan saat Media Gathering bersama Paguyuban Wartawan Kota Yogyakarta (Pawarta) di Yogya, Kamis (16/4).

Menurutnya, selama ini terdapat lebih dari 1.000 event yang digelar di Kota Yogyakarta, namun belum semuanya memiliki kualitas dan dampak optimal. Karena itu, Pemkot berupaya melakukan orkestrasi kegiatan lintas perangkat daerah agar lebih terarah, terkurasi, dan saling mendukung.

Selain itu, strategi ini juga menjadi jawaban atas tantangan *low season* pariwisata yang terjadi pada Februari hingga April. Pemkot tengah menyiapkan berbagai agenda untuk mengisi periode tersebut, termasuk penguatan

event berbasis budaya seperti Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta, perayaan Imlek terintegrasi dari Malioboro hingga Ketandan, hingga penguatan Ruwahan Agung dan Lomba Takbiran bergensi saat Idul Fitri dan Idul Adha.

"Ke depan, kita ingin menciptakan event yang benar-benar menjadi rujukan. Seperti orang keluar negeri untuk konser besar, kita juga ingin orang datang ke Yogya karena event tertentu," tambahnya.

Pada puncaknya, Pemkot juga menyiapkan penguatan event sepanjang Oktober bertepatan dengan Hari Ulang Tahun Kota Yogyakarta. Wawan menjelaskan, rangkaian HUT Kota Yogya akan dikemas selama satu bulan penuh, mulai 1 hingga 31 Oktober, dengan berbagai kegiatan lintas sektor. "WJNC itu hanya salah satu event puncak, bukan satu-satunya. Kita sedang menyusun rangkaian besar selama satu bulan, mulai dari event budaya, perdagangan, hingga

kegiatan komunitas," jelasnya.

Dengan pengemasan baru, event Wayang Jogja Night Carnival (WJNC) ditargetkan kembali masuk dalam jajaran Karisma Event Nusantara dan menarik lebih banyak wisatawan. "Harapannya dampaknya besar, baik ke hotel, restoran, maupun penjualan souvenir dan ekonomi masyarakat," tambahnya.

Sekretaris Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, Muh Zandaru Budi Purwanto, menyampaikan bahwa penguatan event terbukti berdampak signifikan terhadap sektor pariwisata. Pada tahun 2025, jumlah kunjungan wisatawan mencapai sekitar 11 juta orang, termasuk 314 ribu wisatawan mancanegara. "Rata-rata lama tinggal wisatawan saat ini 1,77 hari, dan kami optimistis dengan penguatan event ke depan bisa mencapai target dua hari. Dampaknya juga terlihat pada peningkatan belanja wisatawan yang mencapai rata-rata Rp 2,28 juta per orang," jelas-



Wakil Wali Kota Yogyakarta Wawan Harmawan memberikan pemaparan saat media gathering di Yogya, Kamis (16/4).

nya. Data menunjukkan bahwa lonjakan kunjungan wisatawan terjadi saat event besar digelar, meski saat ini masih didominasi oleh event skala besar seperti WJNC. Ke depan, kolaborasi lintas wilayah dan penguatan event skala menengah-kecil diharapkan mampu memperluas dampak tersebut.

Kepala Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Yogyakarta, Tri Karyadi Riyanto Raharjo, menekankan pentingnya integrasi UMKM dalam eko-

sistem pariwisata. Menurutnya, UMKM tidak hanya sebagai pelengkap, tetapi menjadi bagian dari pengalaman wisata. "Ke depan, UMKM bukan hanya tempat membeli produk, tetapi juga menghadirkan pengalaman. Wisatawan bisa melihat proses, memahami cerita di balik produk, hingga mendapatkan nilai lebih dari setiap barang yang dibeli," ujarnya.

La juga menyebutkan bahwa event akan menjadi media promosi utama UMKM. Berbagai agenda

seperti Gebyar\* UMKM akan dikolaborasikan dengan event besar, termasuk rencana penguatan kegiatan di kawasan Malioboro melalui konsep Coffee Night yang melibatkan pelaku UMKM lokal.

Selain itu, pihaknya juga tengah menyiapkan pengembangan merchandise resmi Kota Yogyakarta yang dikurasi dari sisi desain, kualitas, hingga hak kekayaan intelektual (HAKI), sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal. (\*)

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1. Wakil Walikota	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 19 Mei 2026  
Kepala

**Ig. Trihastono, S.Sos. MM**  
NIP. 19690723 199603 1 005