

Analisis Parade Budaya Colorful Medan Night Carnival dalam Memperkuat City Branding Kota Medan sebagai Destinasi Wisata Multikultural

Eni Kusuma Amalia Ningrum¹, Vivianti Novita²

¹MICE, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

²Administrasi Bisnis, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

e-mail: ¹enikusumaamalianingrum@polmed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* dalam memperkuat *city branding* Kota Medan sebagai destinasi wisata yang berbasis keberagaman budaya. Perkembangan pariwisata perkotaan memperlihatkan bahwa aspek identitas budaya memiliki posisi strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi melalui pembentukan citra kota, penciptaan pengalaman wisata yang bermakna, serta penguatan partisipasi masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dokumentasi, serta kajian literatur yang relevan. Proses analisis data dilakukan secara bertahap melalui kegiatan seleksi dan pengorganisasian data, penyajian informasi, serta interpretasi untuk menghasilkan kesimpulan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Colorful Medan Night Carnival* memiliki peran sebagai ruang representasi budaya yang mampu menampilkan keberagaman etnis, nilai tradisi, dan kreativitas masyarakat Kota Medan. Parade budaya ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pertunjukan atau daya tarik wisata, tetapi juga menjadi instrumen komunikasi identitas kota melalui pemanfaatan simbol budaya, estetika visual, seni pertunjukan, dan pengalaman wisata yang autentik. Keterlibatan berbagai aktor, seperti pemerintah daerah, komunitas budaya, masyarakat lokal, serta wisatawan, menjadi faktor penting dalam mendukung keberlanjutan event tersebut sebagai bagian dari strategi *city branding*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Colorful Medan Night Carnival* berkontribusi dalam memperkuat citra Kota Medan sebagai kota multikultural sekaligus memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata berbasis budaya.

Kata kunci:

City Branding; Parade Budaya; Wisata Multikultural; Identitas Kota; *Colorful Medan Night Carnival*

ABSTRACT

This study aims to examine the contribution of the Colorful Medan Night Carnival Cultural Parade in strengthening Medan City's city branding as a destination based on cultural diversity. The development of urban tourism demonstrates that cultural identity plays a strategic role in enhancing destination competitiveness through city image formation, the creation of meaningful tourism experiences, and the strengthening of local community participation. This study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through field observations, in-depth interviews, documentation, and relevant literature reviews. The data analysis process was conducted through several stages, including data selection and organization, data presentation, and interpretation to formulate research conclusions. The findings indicate that the Colorful Medan Night Carnival serves as a cultural representation space that showcases the ethnic diversity, traditional values, and creativity of Medan's communities. The cultural parade functions not only as a form of entertainment or tourism attraction but also as a strategic communication instrument for constructing city identity through cultural symbols, visual aesthetics, performing arts, and authentic tourism experiences. The involvement of various stakeholders, including local government, cultural communities, local residents, and tourists, plays an essential role in supporting the sustainability of the event as part of the city branding strategy. This study concludes that the Colorful Medan Night Carnival contributes to strengthening Medan's image as a multicultural city while enhancing its position as a culture-based tourism destination.

Keywords:

City Branding; Cultural Parade; Multicultural Tourism; City Identity; *Colorful Medan Night Carnival*

A. PENDAHULUAN

Persaingan antarwilayah dalam menarik perhatian wisatawan telah mendorong perubahan cara kota membangun daya saingnya. Kota tidak lagi diposisikan semata-mata sebagai ruang dengan keunggulan infrastruktur, fasilitas publik, atau aktivitas ekonomi, melainkan sebagai entitas yang memiliki karakter, makna, dan identitas yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat luas. Dalam konteks tersebut, *city branding* berkembang sebagai pendekatan strategis yang memungkinkan suatu kota membangun citra melalui pengelolaan identitas, nilai simbolik, serta pengalaman yang ditawarkan kepada

pengunjung. Identitas budaya, kreativitas masyarakat, sejarah lokal, dan karakter sosial menjadi elemen penting karena mampu menciptakan diferensiasi destinasi di tengah homogenitas perkembangan kota modern. Perspektif *place identity* dan *destination image* menunjukkan bahwa persepsi terhadap suatu kota tidak hanya terbentuk dari aspek fisik, tetapi juga melalui narasi budaya dan pengalaman emosional yang melekat pada suatu tempat (Zenker & Braun, 2022). Oleh karena itu, pengembangan pariwisata berbasis budaya menjadi salah satu strategi yang relevan dalam membangun citra kota yang memiliki keunikan dan daya saing.

Salah satu bentuk implementasi *city branding* berbasis budaya dapat ditemukan melalui penyelenggaraan festival dan parade budaya. Event budaya memiliki kemampuan untuk mengubah ruang perkotaan menjadi panggung representasi identitas melalui perpaduan seni pertunjukan, simbol budaya, kreativitas visual, serta interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan. Dalam perspektif *festival tourism*, kegiatan budaya tidak hanya dipahami sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi yang menyampaikan nilai, cerita, dan karakter suatu destinasi. Pengalaman yang terbentuk selama festival dapat meningkatkan kedekatan emosional wisatawan terhadap sebuah tempat sekaligus memperkuat citra destinasi yang dibangun melalui pengalaman langsung (*experiential tourism*) (Richards, 2021). Selain itu, keberhasilan sebuah event budaya sangat dipengaruhi oleh keterlibatan komunitas lokal karena masyarakat berperan sebagai aktor utama dalam mempertahankan autentisitas budaya dan menciptakan hubungan antara identitas komunitas dengan identitas kota. Dengan demikian, festival budaya dapat dipahami sebagai strategi *cultural event branding* yang mengintegrasikan kepentingan promosi wisata, pembangunan identitas kota, dan partisipasi sosial masyarakat.

Kota Medan memiliki karakter yang relevan untuk dikaji dalam perspektif pengembangan destinasi berbasis budaya karena terbentuk melalui dinamika sosial masyarakat yang beragam. Sebagai kota metropolitan di wilayah Sumatera Utara, Medan berkembang sebagai ruang pertemuan berbagai kelompok budaya, seperti Melayu, Batak, Jawa, Tionghoa, Minangkabau, Aceh, India, serta komunitas lainnya yang turut membentuk struktur sosial perkotaan. Keberagaman tersebut merupakan modal budaya (*cultural capital*) yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata multikultural. Namun, keberadaan keragaman budaya tidak secara otomatis menghasilkan citra destinasi yang kuat apabila tidak dikemas melalui strategi representasi yang tepat. Dalam kajian *destination branding*, suatu kota perlu mengonstruksi narasi yang mampu menerjemahkan keberagaman sosial menjadi identitas yang mudah dikenali, memiliki nilai emosional, dan relevan bagi wisatawan (Wang & Xu, 2025). Dengan demikian, tantangan utama Kota Medan bukan hanya mempertahankan keberagaman budaya, tetapi juga bagaimana mengomunikasikannya sebagai kekuatan branding destinasi.

Konsep “Colorful Medan” menjadi salah satu bentuk representasi yang menarik dalam melihat upaya pengemasan identitas budaya Kota Medan. Konsep tersebut merefleksikan keberagaman warna sosial, budaya, kreativitas, dan ekspresi masyarakat yang menjadi karakter kehidupan perkotaan Medan. Salah satu manifestasi dari narasi tersebut adalah Colorful Medan Night Carnival, sebuah parade budaya yang menghadirkan berbagai unsur visual dan pertunjukan melalui kostum, permainan warna, musik, seni

pertunjukan, simbol budaya, serta keterlibatan komunitas. Parade ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan publik, tetapi juga dapat dipahami sebagai ruang produksi makna budaya yang memperlihatkan bagaimana sebuah kota merepresentasikan dirinya kepada masyarakat internal maupun eksternal. Melalui pendekatan *cultural representation*, Colorful Medan Night Carnival berpotensi menjadi media pembentukan persepsi mengenai Medan sebagai kota yang plural, kreatif, dan terbuka terhadap keberagaman budaya. Oleh sebab itu, fenomena ini menarik dikaji sebagai bagian dari strategi komunikasi identitas kota dalam pengembangan wisata multikultural.

Kajian mengenai hubungan antara event budaya dan pembentukan citra destinasi telah berkembang dalam berbagai penelitian sebelumnya. Penelitian Prasetyo (2021) menunjukkan bahwa festival budaya memiliki peran dalam membangun identitas daerah melalui penguatan narasi lokal dan pengalaman budaya yang ditawarkan kepada pengunjung. Kajian tersebut memberikan pemahaman bahwa festival dapat menjadi ruang artikulasi nilai budaya, meskipun masih lebih banyak menempatkan event sebagai instrumen promosi dibandingkan sebagai proses konstruksi identitas kota. Selanjutnya, Ramadhan (2022) melalui kajian mengenai Jember Fashion Carnival memperlihatkan bahwa festival berbasis kreativitas mampu mendukung *city branding* dengan menggabungkan unsur budaya lokal, inovasi visual, dan strategi komunikasi destinasi. Namun, fokus kajian tersebut lebih menekankan keberhasilan festival yang telah memiliki tingkat popularitas tinggi. Putri dkk. (2023) juga menjelaskan bahwa event budaya berkontribusi terhadap promosi pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif daerah melalui peningkatan daya tarik wisata. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan pentingnya event budaya dalam strategi branding, tetapi belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana elemen-elemen simbolik dalam parade budaya membangun identitas kota secara lebih mendalam.

Penelitian mengenai *city branding*, *festival tourism*, dan *destination image* juga menunjukkan bahwa hubungan antara budaya dan pemasaran destinasi semakin kompleks. Sejumlah kajian internasional menegaskan bahwa keberhasilan branding suatu tempat tidak hanya bergantung pada penyebaran informasi promosi, tetapi juga pada kemampuan destinasi menciptakan pengalaman bermakna dan autentik bagi wisatawan (Richards, 2021; Zenker & Braun, 2022). Meskipun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian terdahulu. Pertama, sebagian besar kajian lebih banyak membahas festival budaya yang telah memiliki reputasi nasional maupun internasional, sementara parade budaya malam dengan karakter visual yang kuat masih relatif kurang mendapat perhatian. Kedua, hubungan antara elemen visual parade, seperti kostum, warna, musik, koreografi, dan simbol etnis, dengan pembentukan citra kota belum banyak dianalisis secara

komprehensif. Ketiga, penelitian mengenai strategi *city branding* berbasis keberagaman budaya masih terbatas pada beberapa kota tertentu dan belum banyak mengeksplorasi konteks kota-kota multikultural di kawasan Sumatera, khususnya Kota Medan. Celah tersebut menunjukkan perlunya penelitian yang melihat event budaya bukan hanya sebagai produk wisata, tetapi sebagai mekanisme pembentukan identitas dan komunikasi nilai suatu kota.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan menempatkan *Colorful Medan Night Carnival* sebagai fenomena budaya yang berfungsi lebih luas daripada sekadar atraksi wisata. Penelitian ini memandang parade budaya sebagai ruang strategis tempat identitas kota dikonstruksi melalui representasi budaya, pengalaman wisata, dan komunikasi destinasi. Pendekatan ini memperluas kajian *destination branding* dengan menghubungkan konsep *place identity*, *cultural representation*, dan *multicultural tourism* dalam konteks Kota Medan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menilai festival berdasarkan aspek promosi atau dampak ekonomi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana keberagaman budaya diterjemahkan menjadi narasi visual dan simbolik yang memperkuat posisi Kota Medan sebagai destinasi wisata multikultural.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* berkontribusi dalam memperkuat *city branding* Kota Medan sebagai destinasi wisata multikultural melalui aspek representasi budaya, pengalaman wisata, dan strategi komunikasi destinasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan kajian *city branding*, *cultural tourism*, dan *place identity*, sekaligus menjadi masukan praktis bagi pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, serta komunitas budaya dalam merancang strategi pengembangan destinasi berbasis keberagaman budaya.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* sebagai salah satu bentuk strategi budaya dalam memperkuat *city branding* Kota Medan sebagai destinasi wisata berbasis multikultural. Pendekatan ini digunakan karena penelitian berupaya mengungkap makna, pengalaman, serta proses pembentukan identitas kota yang muncul melalui praktik budaya, simbol, dan interaksi sosial dalam penyelenggaraan sebuah event budaya.

Pendekatan kualitatif dipandang relevan karena fokus penelitian tidak diarahkan pada pengukuran hubungan antarvariabel, melainkan pada upaya memahami bagaimana suatu fenomena sosial dan budaya diproduksi, ditafsirkan, serta dikomunikasikan

oleh individu maupun kelompok yang terlibat di dalamnya. Dalam konteks penelitian ini, *Colorful Medan Night Carnival* tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan pertunjukan atau hiburan publik, tetapi sebagai ruang representasi budaya yang menghadirkan pesan mengenai keberagaman, identitas lokal, serta citra Kota Medan sebagai kota yang memiliki karakter multikultural.

Penelitian ini menggunakan perspektif konstruktivisme sosial (*social constructivism*) sebagai dasar pemikiran dalam memahami pembentukan identitas kota. Perspektif tersebut menjelaskan bahwa identitas suatu tempat tidak terbentuk secara alami dan tetap, tetapi berkembang melalui proses sosial, interaksi antaraktor, praktik budaya, serta berbagai bentuk representasi yang berlangsung dalam masyarakat. Berdasarkan perspektif tersebut, penelitian ini menganalisis bagaimana unsur keberagaman budaya yang ditampilkan dalam parade dikonstruksi menjadi sebuah narasi destinasi yang mampu mendukung penguatan posisi Kota Medan dalam konteks pariwisata multikultural.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kawasan Kesawan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Pemilihan kawasan Kesawan sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik wilayah tersebut yang memiliki nilai historis, budaya, dan simbolik sebagai salah satu representasi perkembangan Kota Medan. Kawasan ini tidak hanya menjadi bagian penting dari sejarah perkotaan Medan, tetapi juga menjadi ruang pertemuan berbagai aktivitas sosial, budaya, ekonomi kreatif, dan pariwisata.

Pelaksanaan penelitian berlangsung selama periode Maret hingga Mei 2026. Pada tahap awal, yaitu bulan Maret 2026, penelitian dilakukan melalui kegiatan observasi awal, pemetaan fenomena, serta identifikasi aspek-aspek yang berkaitan dengan penyelenggaraan *Colorful Medan Night Carnival*. Selanjutnya, bulan April 2026 difokuskan pada pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Tahap akhir penelitian pada bulan Mei 2026 meliputi proses analisis data, pengujian keabsahan informasi melalui triangulasi, interpretasi temuan, serta penyusunan laporan penelitian.

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini mencakup individu maupun kelompok yang memiliki keterlibatan, pengalaman, serta pengetahuan mengenai penyelenggaraan Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* dan kaitannya dengan pengembangan *city branding* Kota Medan. Penentuan subjek penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Penggunaan teknik *purposive sampling* didasarkan pada karakteristik penelitian kualitatif yang lebih menekankan kualitas dan kedalaman informasi dibandingkan jumlah responden. Informan dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang relevan mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, pemaknaan budaya, serta dampak event terhadap pembentukan citra Kota Medan.

Penelitian ini melibatkan 15 informan yang berasal dari berbagai kelompok pemangku kepentingan (*stakeholders*). Informan tersebut terdiri atas dua orang panitia penyelenggara, dua orang perwakilan Dinas Pariwisata Kota Medan, tiga orang anggota komunitas budaya, tiga orang peserta parade, tiga orang masyarakat lokal, serta dua orang wisatawan atau pengunjung kegiatan.

Pemilihan informan dari pihak penyelenggara dilakukan karena mereka memiliki pemahaman mengenai konsep, tujuan, serta strategi pelaksanaan *Colorful Medan Night Carnival*. Perwakilan Dinas Pariwisata dipilih karena memiliki keterkaitan dengan kebijakan pengembangan destinasi, promosi pariwisata, dan pemanfaatan event budaya sebagai instrumen pembangunan citra kota.

Sementara itu, komunitas budaya dan peserta parade dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam menghadirkan unsur budaya pada kegiatan tersebut. Masyarakat lokal menjadi informan untuk memahami penerimaan dan pandangan masyarakat terhadap event budaya yang berlangsung di lingkungan mereka. Adapun wisatawan dipilih untuk memperoleh perspektif mengenai pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap citra Kota Medan sebagai destinasi wisata multikultural.

Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Ketiga teknik tersebut digunakan secara bersamaan agar memperoleh gambaran fenomena penelitian yang lebih menyeluruh.

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung berbagai aktivitas yang berkaitan dengan *Colorful Medan Night Carnival*. Pengamatan mencakup bentuk pertunjukan, penggunaan simbol budaya, elemen visual parade, pola interaksi antaraktor, serta respons masyarakat dan wisatawan terhadap kegiatan tersebut. Melalui observasi, peneliti memperoleh pemahaman mengenai bagaimana budaya ditampilkan dan dikomunikasikan dalam ruang publik.

Wawancara mendalam (*in-depth interview*) dilakukan kepada 15 informan yang telah ditentukan berdasarkan kriteria penelitian. Wawancara menggunakan model semi-terstruktur agar peneliti memiliki pedoman pertanyaan sekaligus fleksibilitas untuk mengeksplorasi informasi yang berkembang selama proses penelitian. Data wawancara digunakan untuk memahami pandangan, pengalaman, serta interpretasi informan mengenai kontribusi parade

budaya terhadap penguatan identitas dan citra Kota Medan.

Selain itu, penelitian ini menggunakan dokumentasi sebagai sumber data tambahan. Dokumentasi yang dikumpulkan berupa foto kegiatan, materi promosi, publikasi resmi, berita media, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penyelenggaraan *Colorful Medan Night Carnival*. Data dokumentasi berfungsi untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara serta memberikan gambaran historis maupun visual mengenai fenomena yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang terdiri atas tiga proses utama, yaitu kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Tahap pertama berupa kondensasi data (*data condensation*), yaitu proses pengolahan data dengan cara memilih, menyaring, mengelompokkan, dan memusatkan perhatian pada informasi yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dianalisis untuk menemukan tema-tema utama seperti representasi budaya, strategi komunikasi destinasi, pengalaman wisata, serta pembentukan identitas Kota Medan.

Tahap berikutnya adalah penyajian data (*data display*), yaitu penyusunan hasil temuan dalam bentuk uraian naratif, pengelompokan tema, dan hubungan antar kategori data. Penyajian tersebut dilakukan agar pola dan makna dari fenomena *Colorful Medan Night Carnival* dapat dipahami secara sistematis.

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu proses interpretasi terhadap keseluruhan data untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana parade budaya tersebut berkontribusi terhadap penguatan *city branding* Kota Medan. Kesimpulan yang diperoleh kemudian diverifikasi melalui pemeriksaan kembali terhadap data yang telah dikumpulkan.

Keabsahan Data

Untuk memastikan kualitas dan kredibilitas hasil penelitian, pengujian keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi. Strategi ini digunakan agar informasi yang diperoleh tidak hanya bergantung pada satu sumber atau metode tertentu.

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai kelompok informan, yaitu penyelenggara kegiatan, pemerintah daerah, komunitas budaya, peserta parade, masyarakat lokal, dan wisatawan. Perbandingan tersebut bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih objektif mengenai fenomena yang dikaji.

Selain itu, penelitian juga menerapkan triangulasi teknik dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui kombinasi berbagai metode

tersebut, peneliti dapat memastikan kesesuaian informasi dan memperkuat validitas temuan penelitian.

Penerapan triangulasi dilakukan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap hasil penelitian serta memastikan bahwa interpretasi mengenai peran Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* dalam memperkuat *city branding* Kota Medan didasarkan pada bukti empiris yang memadai dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Fenomena *Colorful Medan Night Carnival*

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, serta studi dokumentasi, ditemukan bahwa Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* tidak hanya berperan sebagai bentuk pertunjukan budaya bagi masyarakat, tetapi juga memiliki fungsi strategis sebagai media representasi identitas Kota Medan. Parade ini menghadirkan berbagai ekspresi kebudayaan melalui perpaduan seni pertunjukan, penggunaan kostum, musik tradisional maupun modern, simbol-simbol budaya, serta partisipasi berbagai komunitas yang merefleksikan karakter masyarakat Medan yang beragam.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya pergeseran pemaknaan terhadap budaya dalam konteks pengembangan pariwisata perkotaan. Budaya tidak lagi dipahami hanya sebagai peninggalan sosial yang harus dijaga keberlangsungannya, tetapi juga sebagai aset strategis yang dapat dimanfaatkan untuk membangun diferensiasi dan daya tarik suatu destinasi. Melalui identitas “*Colorful Medan*”, keberagaman budaya masyarakat Kota Medan dikemas menjadi sebuah narasi yang menggambarkan karakter kota sekaligus menjadi pesan utama yang ingin dikomunikasikan kepada masyarakat luas dan wisatawan.

Hasil observasi memperlihatkan bahwa elemen visual dalam parade, seperti penggunaan warna yang beragam, kostum pertunjukan, ekspresi seni, serta keterlibatan berbagai kelompok budaya, mampu menciptakan pengalaman visual yang kuat bagi para pengunjung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa parade budaya memiliki kemampuan komunikatif dalam menyampaikan pesan mengenai karakter Kota Medan sebagai ruang sosial yang terbentuk melalui interaksi berbagai latar belakang budaya.

Dengan demikian, *Colorful Medan Night Carnival* dapat dipahami sebagai sebuah fenomena budaya yang tidak hanya menghadirkan hiburan publik, tetapi juga berfungsi sebagai ruang artikulasi identitas kota melalui penggabungan unsur budaya, kreativitas masyarakat, dan pengalaman wisata.

Representasi Keberagaman Budaya sebagai Identitas Kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi keberagaman budaya menjadi salah satu aspek fundamental dalam penyelenggaraan *Colorful*

Medan Night Carnival. Kota Medan memiliki karakter sosial yang khas karena berkembang melalui interaksi berbagai kelompok etnis dan komunitas budaya, seperti Melayu, Batak, Jawa, Tionghoa, Minangkabau, Aceh, India, serta kelompok budaya lainnya yang turut membentuk identitas masyarakat perkotaan.

Dalam pelaksanaan parade, keberagaman tersebut tidak hanya ditampilkan sebagai unsur dekoratif atau bagian dari pertunjukan semata, tetapi menjadi pesan utama dalam membangun narasi mengenai identitas Kota Medan. Parade budaya menjadi ruang pertemuan berbagai kelompok budaya dalam satu panggung yang sama, sehingga memperlihatkan bahwa karakter Medan terbentuk melalui proses interaksi dan keberagaman sosial.

Salah satu informan dari pihak penyelenggara menjelaskan bahwa konsep *Colorful Medan* dirancang untuk menggambarkan keberagaman budaya yang hidup berdampingan di Kota Medan.

“Konsep *Colorful Medan* ingin memperlihatkan bahwa Medan memiliki banyak budaya yang hidup bersama. Setiap komunitas memiliki kontribusi dalam membangun karakter kota, sehingga keberagaman tersebut menjadi kekuatan utama yang ingin ditampilkan melalui parade.” (Informan penyelenggara)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa parade budaya tidak hanya berfungsi sebagai media pertunjukan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan dan penyampaian identitas kota. Identitas suatu tempat tidak hanya terbentuk melalui faktor geografis maupun peninggalan sejarah, tetapi juga melalui aktivitas budaya yang melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep *place identity* yang menjelaskan bahwa identitas sebuah tempat terbentuk melalui hubungan dinamis antara ruang, masyarakat, pengalaman, dan simbol-simbol budaya yang berkembang di dalamnya. Dalam konteks *Colorful Medan Night Carnival*, parade menjadi ruang representasi yang memperkuat keterkaitan antara ekspresi budaya masyarakat dengan citra Kota Medan.

Dengan demikian, parade budaya tersebut tidak sekadar menjadikan budaya sebagai objek tontonan wisata, tetapi menjadikan budaya sebagai bagian dari narasi identitas kota yang dapat dikenali, dipahami, dan diapresiasi oleh masyarakat maupun wisatawan.

Colorful Medan Night Carnival sebagai Strategi *City Branding* Kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Colorful Medan Night Carnival* memiliki peran penting sebagai salah satu instrumen komunikasi dalam membangun citra Kota Medan. Parade budaya ini tidak hanya menghadirkan pertunjukan seni sebagai bentuk hiburan masyarakat, tetapi juga menjadi media strategis untuk menyampaikan identitas kota kepada publik. Melalui penyajian unsur budaya, kreativitas visual, serta keterlibatan berbagai kelompok masyarakat, kegiatan

ini membangun narasi mengenai Medan sebagai kota yang memiliki karakter multikultural dan kaya akan ekspresi budaya.

Dalam perspektif *city branding*, sebuah kota tidak hanya dipasarkan melalui aspek fisik seperti infrastruktur, fasilitas wisata, atau pembangunan kawasan perkotaan, tetapi juga melalui nilai simbolik dan pengalaman yang melekat pada suatu tempat. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Colorful Medan Night Carnival* berupaya menciptakan pengalaman tersebut melalui penyajian budaya yang bersifat interaktif dan atraktif. Wisatawan maupun masyarakat tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga menjadi bagian dari proses pembentukan persepsi terhadap identitas Kota Medan.

Salah satu informan dari Dinas Pariwisata Kota Medan menyampaikan bahwa penyelenggaraan parade budaya memiliki tujuan untuk memperkenalkan karakter Kota Medan melalui kekuatan keberagaman budaya yang dimiliki.

“Medan memiliki banyak potensi budaya yang berasal dari berbagai komunitas. Melalui kegiatan seperti *Colorful Medan Night Carnival*, keberagaman tersebut dikemas menjadi daya tarik wisata sekaligus memperkuat citra Medan sebagai kota yang terbuka dan multikultural.”
(Informan Dinas Pariwisata)

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa event budaya dapat menjadi instrumen strategis dalam menghubungkan identitas lokal dengan kepentingan promosi destinasi. Keberadaan parade tidak hanya memperlihatkan budaya yang dimiliki suatu daerah, tetapi juga menciptakan cerita mengenai bagaimana sebuah kota ingin dipersepsikan oleh masyarakat eksternal.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa *city branding* merupakan proses konstruksi identitas yang melibatkan berbagai elemen sosial, budaya, dan komunikasi. Kota yang memiliki keberagaman budaya perlu mengelola dan mengomunikasikan aset tersebut agar dapat diterjemahkan menjadi citra destinasi yang mudah dikenali. Dalam konteks Kota Medan, *Colorful Medan Night Carnival* menjadi salah satu ruang yang memungkinkan keberagaman budaya dikonstruksi sebagai nilai kompetitif dalam pengembangan pariwisata.

Dengan demikian, parade budaya tersebut dapat dipahami sebagai bentuk strategi branding berbasis budaya (*cultural-based city branding*) yang menggabungkan aspek identitas lokal, kreativitas masyarakat, dan pengalaman wisata. Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas pertunjukan, tetapi juga oleh kemampuannya dalam menyampaikan pesan mengenai karakter dan nilai yang dimiliki Kota Medan.

Peran Komunitas Budaya dalam Penguatan Identitas Multikultural

Penelitian ini menemukan bahwa keterlibatan komunitas budaya menjadi salah satu faktor penting

dalam keberhasilan *Colorful Medan Night Carnival* sebagai media representasi identitas Kota Medan. Komunitas budaya tidak hanya berperan sebagai kelompok pendukung acara, tetapi juga sebagai aktor utama yang menghadirkan nilai, simbol, dan makna budaya dalam setiap pertunjukan yang ditampilkan.

Keterlibatan komunitas menunjukkan bahwa pembangunan citra kota tidak dapat dilakukan hanya melalui strategi institusional pemerintah, tetapi membutuhkan partisipasi masyarakat sebagai pemilik budaya (*cultural owner*). Melalui keterlibatan tersebut, budaya yang ditampilkan dalam parade tetap memiliki hubungan dengan nilai sosial dan sejarah komunitas yang bersangkutan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota komunitas budaya, ditemukan bahwa partisipasi mereka dalam parade tidak hanya bertujuan untuk tampil dalam sebuah acara publik, tetapi juga menjadi kesempatan untuk memperkenalkan budaya kepada generasi muda dan masyarakat luas.

“Kami ikut dalam kegiatan ini bukan hanya untuk pertunjukan, tetapi juga agar budaya kami lebih dikenal. Anak-anak muda perlu melihat bahwa budaya lokal masih memiliki ruang untuk berkembang dan ditampilkan dalam kegiatan kota.”
(Informan komunitas budaya)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa parade budaya memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai media promosi wisata sekaligus sebagai ruang regenerasi dan pelestarian budaya. Kehadiran komunitas menjadikan representasi budaya dalam parade tidak bersifat artifisial, tetapi memiliki keterhubungan dengan praktik budaya yang berkembang di masyarakat.

Dalam perspektif *community engagement*, keterlibatan masyarakat lokal menjadi elemen penting dalam membangun pengalaman wisata yang autentik. Wisatawan tidak hanya memperoleh pengalaman visual dari pertunjukan budaya, tetapi juga berinteraksi dengan masyarakat yang menjadi bagian dari budaya tersebut. Hal ini memperkuat hubungan emosional antara wisatawan dan destinasi.

Dengan demikian, komunitas budaya memiliki posisi strategis dalam proses pembentukan *city branding* Kota Medan. Mereka tidak hanya menjadi pelaku budaya, tetapi juga berperan sebagai komunikator yang menyampaikan identitas kota melalui ekspresi budaya yang mereka tampilkan.

Kawasan Kesawan sebagai Ruang Representasi Budaya dan Pengalaman Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilihan kawasan Kesawan sebagai lokasi penyelenggaraan *Colorful Medan Night Carnival* memiliki nilai strategis dalam memperkuat hubungan antara ruang kota dan identitas budaya. Kawasan Kesawan tidak hanya berfungsi sebagai lokasi fisik pelaksanaan kegiatan, tetapi juga menjadi ruang simbolik yang mempertemukan unsur sejarah, budaya, masyarakat, dan aktivitas pariwisata.

Sebagai salah satu kawasan bersejarah di Kota Medan, Kesawan memiliki karakter yang mendukung pembentukan pengalaman wisata berbasis budaya. Keberadaan bangunan heritage, aktivitas masyarakat, serta atmosfer kawasan perkotaan memberikan konteks yang memperkuat pesan budaya yang ingin disampaikan melalui parade.

Hasil observasi menunjukkan bahwa penyelenggaraan parade di ruang publik memberikan pengalaman berbeda dibandingkan pertunjukan budaya yang berlangsung di ruang tertutup. Masyarakat dan wisatawan dapat menyaksikan secara langsung interaksi antara pertunjukan budaya dengan lingkungan perkotaan. Kondisi tersebut menciptakan pengalaman ruang (*spatial experience*) yang memperkuat hubungan emosional antara pengunjung dan destinasi.

Dalam konsep *place branding*, ruang kota memiliki peran penting karena identitas suatu tempat tidak hanya dibangun melalui simbol yang dikomunikasikan, tetapi juga melalui pengalaman yang dirasakan oleh individu ketika berada di tempat tersebut. Kesawan dalam konteks ini berfungsi sebagai panggung budaya yang memungkinkan identitas Kota Medan ditampilkan secara nyata.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kombinasi antara lokasi bersejarah, aktivitas budaya, dan partisipasi masyarakat menciptakan pengalaman wisata yang lebih kompleks. Wisatawan tidak hanya menikmati pertunjukan, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai karakter sosial dan budaya Kota Medan.

Oleh karena itu, keberadaan *Colorful Medan Night Carnival* di kawasan Kesawan menunjukkan bahwa strategi *city branding* tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan ruang kota. Ruang publik yang memiliki nilai historis dan budaya dapat menjadi media penting dalam memperkuat narasi destinasi serta menciptakan identitas kota yang lebih kuat.

Pengalaman Wisatawan terhadap *Colorful Medan Night Carnival* sebagai Atraksi Budaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan dalam menyaksikan *Colorful Medan Night Carnival* tidak hanya terbentuk melalui aspek visual pertunjukan, tetapi juga melalui interaksi emosional dan pemaknaan terhadap keberagaman budaya yang ditampilkan. Parade budaya ini memberikan pengalaman yang berbeda karena menggabungkan unsur hiburan, edukasi budaya, serta keterlibatan masyarakat dalam satu rangkaian kegiatan publik.

Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan, ditemukan bahwa daya tarik utama parade terletak pada keberagaman pertunjukan yang menampilkan berbagai identitas budaya dalam satu ruang yang sama. Pengunjung menilai bahwa perpaduan kostum, musik, tarian, dan elemen visual memberikan gambaran mengenai karakter Kota Medan sebagai kota dengan latar budaya yang beragam.

Salah satu wisatawan yang menjadi informan penelitian menyampaikan:

“Yang menarik dari acara ini adalah banyak budaya yang ditampilkan bersama. Kita bisa melihat bahwa Medan bukan hanya memiliki satu identitas budaya, tetapi terdiri dari banyak kelompok yang hidup berdampingan.”

(Informan wisatawan)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang terbentuk melalui parade tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai identitas sosial dan budaya suatu tempat. Wisatawan memperoleh pengalaman melalui proses melihat, merasakan, dan memahami simbol budaya yang ditampilkan.

Dalam perspektif pariwisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*), daya tarik destinasi tidak hanya bergantung pada objek wisata yang tersedia, tetapi juga pada pengalaman bermakna yang mampu menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan tempat yang dikunjungi. *Colorful Medan Night Carnival* menunjukkan karakter tersebut karena menghadirkan pengalaman budaya yang melibatkan aspek visual, sosial, dan emosional secara bersamaan.

Selain itu, keterlibatan masyarakat dan komunitas budaya dalam parade memberikan nilai autentisitas yang menjadi faktor penting dalam pengembangan wisata budaya. Wisatawan tidak hanya melihat pertunjukan yang telah dikemas sebagai produk wisata, tetapi juga menyaksikan ekspresi budaya yang berasal dari masyarakat pemilik budaya tersebut.

Dengan demikian, *Colorful Medan Night Carnival* memiliki kontribusi dalam membangun pengalaman wisata yang mendukung pembentukan citra Kota Medan. Pengalaman positif yang diperoleh wisatawan berpotensi memperkuat persepsi bahwa Medan merupakan destinasi yang memiliki kekayaan budaya dan karakter multikultural.

Kontribusi *Colorful Medan Night Carnival* terhadap Penguatan *Destination Branding* Kota Medan

Berdasarkan hasil penelitian, *Colorful Medan Night Carnival* memiliki kontribusi terhadap penguatan *destination branding* Kota Medan melalui kemampuannya mengkomunikasikan nilai budaya, membangun pengalaman destinasi, serta memperlihatkan karakter unik kota kepada masyarakat luas. Parade ini menjadi salah satu bentuk strategi komunikasi yang menghubungkan identitas lokal dengan tujuan pemasaran pariwisata.

Dalam konteks *destination branding*, sebuah destinasi perlu memiliki karakter pembeda yang mampu membedakannya dari destinasi lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman budaya menjadi elemen utama yang digunakan dalam membangun diferensiasi Kota Medan. Melalui konsep “*Colorful Medan*”, keberagaman tersebut dikemas sebagai identitas yang menggambarkan keterbukaan,

keaktivitas, dan kehidupan sosial masyarakat yang plural.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga aspek utama yang memperkuat kontribusi parade terhadap *destination branding* Kota Medan. Pertama, aspek representasi budaya, yaitu kemampuan parade dalam menampilkan berbagai simbol dan ekspresi budaya sebagai identitas kota. Kedua, aspek pengalaman wisata, yaitu kemampuan kegiatan dalam menciptakan pengalaman langsung yang berkesan bagi pengunjung. Ketiga, aspek komunikasi destinasi, yaitu kemampuan parade dalam menyampaikan pesan mengenai karakter Kota Medan kepada publik.

Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa event budaya dapat menjadi instrumen strategis dalam membangun citra kota apabila dikelola secara konsisten dan memiliki keterhubungan dengan identitas lokal. *Colorful Medan Night Carnival* tidak hanya mempromosikan sebuah kegiatan, tetapi juga memperkenalkan narasi mengenai siapa Kota Medan dan nilai apa yang ingin dikomunikasikan kepada wisatawan.

Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pembangunan citra destinasi tidak cukup dilakukan melalui promosi konvensional, tetapi membutuhkan pengalaman nyata yang memungkinkan wisatawan berinteraksi dengan karakter suatu tempat. Dalam hal ini, parade budaya menjadi media yang menghubungkan masyarakat, budaya, ruang kota, dan wisatawan dalam satu pengalaman bersama.

Dengan demikian, *Colorful Medan Night Carnival* dapat diposisikan sebagai salah satu bentuk strategi *cultural destination branding* yang memanfaatkan keberagaman budaya sebagai sumber daya utama dalam membangun daya tarik wisata Kota Medan.

Pembahasan Teoretis: Parade Budaya sebagai Media Konstruksi Identitas Kota

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* dapat dipahami sebagai proses konstruksi identitas kota melalui praktik budaya yang berlangsung di ruang publik. Parade tidak hanya menghadirkan representasi budaya secara visual, tetapi juga menciptakan proses negosiasi makna mengenai bagaimana Kota Medan ingin dikenali dan dipersepsikan oleh masyarakat.

Dalam perspektif *place identity*, identitas sebuah kota terbentuk melalui hubungan antara masyarakat, ruang, sejarah, dan pengalaman sosial yang berlangsung di dalamnya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa keberagaman budaya Medan menjadi elemen utama yang dikonstruksi melalui parade sebagai simbol identitas kota. Berbagai kelompok budaya tidak ditampilkan secara terpisah, melainkan disatukan dalam sebuah narasi kolektif mengenai keberagaman.

Temuan ini menunjukkan bahwa budaya dalam konteks *city branding* bukan hanya menjadi komoditas wisata, tetapi juga menjadi sarana pembentukan makna

dan identitas sosial. Melalui parade budaya, masyarakat memiliki ruang untuk menampilkan keberadaan dan kontribusinya dalam membangun karakter kota.

Selain itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan sebuah event budaya dalam mendukung *city branding* sangat bergantung pada kemampuan event tersebut dalam menghubungkan tiga unsur utama, yaitu identitas budaya lokal, pengalaman wisatawan, dan strategi komunikasi destinasi. Ketika ketiga unsur tersebut berjalan secara sinergis, event budaya dapat menjadi instrumen yang efektif dalam memperkuat posisi suatu kota dalam persaingan destinasi wisata.

Dalam konteks Kota Medan, *Colorful Medan Night Carnival* menunjukkan bahwa keberagaman budaya dapat dikembangkan sebagai kekuatan strategis dalam membangun citra kota. Parade ini tidak hanya memperlihatkan kekayaan budaya yang dimiliki Medan, tetapi juga menciptakan narasi bahwa keberagaman merupakan karakter utama yang menjadi pembeda dibandingkan kota lainnya.

Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa event budaya memiliki peran yang lebih luas daripada sekadar kegiatan hiburan. Event budaya dapat menjadi ruang produksi identitas, media komunikasi destinasi, serta instrumen strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya dan multikulturalisme.

E. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian mengenai Analisis Parade Budaya *Colorful Medan Night Carnival* dalam Memperkuat *City Branding* Kota Medan sebagai Destinasi Wisata Multikultural, dapat disimpulkan bahwa keberadaan parade budaya tersebut memiliki kontribusi strategis dalam membangun serta memperkuat identitas Kota Medan sebagai destinasi wisata yang berlandaskan keberagaman budaya. *Colorful Medan Night Carnival* tidak hanya dipahami sebagai sebuah pertunjukan seni dan budaya, tetapi juga sebagai sarana komunikasi identitas kota yang menyampaikan nilai sosial, karakter masyarakat, dan kekayaan budaya Medan melalui berbagai representasi, seperti kostum, musik, pertunjukan seni, simbol budaya, serta partisipasi aktif berbagai komunitas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep “*Colorful Medan*” berhasil mengonstruksi keberagaman budaya sebagai elemen utama dalam pembentukan citra Kota Medan. Keberagaman etnis dan budaya yang menjadi karakter masyarakat Medan tidak sekadar ditampilkan sebagai daya tarik visual bagi wisatawan, tetapi dikembangkan menjadi narasi identitas yang menggambarkan Medan sebagai kota yang terbuka, inklusif, kreatif, dan memiliki karakter multikultural. Melalui penyelenggaraan parade budaya, berbagai kelompok masyarakat memperoleh ruang untuk menampilkan eksistensi sekaligus memperlihatkan peran mereka dalam membangun identitas kolektif Kota Medan.

Dalam konteks *city branding*, *Colorful Medan Night Carnival* berfungsi sebagai media komunikasi destinasi yang menghubungkan identitas budaya kota dengan pengalaman wisata yang dirasakan oleh masyarakat maupun pengunjung. Temuan penelitian memperlihatkan bahwa pembentukan citra kota tidak hanya dilakukan melalui aktivitas promosi secara formal, tetapi juga melalui pengalaman langsung yang memungkinkan wisatawan memahami karakter dan nilai suatu destinasi. Kehadiran parade budaya yang menghadirkan unsur autentik masyarakat lokal memberikan kontribusi terhadap terbentuknya persepsi positif mengenai Kota Medan sebagai destinasi yang memiliki keunikan budaya dan daya tarik berbasis keberagaman.

Selain aspek representasi budaya, penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan *Colorful Medan Night Carnival* dalam mendukung penguatan *city branding* sangat dipengaruhi oleh sinergi berbagai pihak yang terlibat. Pemerintah daerah, penyelenggara kegiatan, komunitas budaya, masyarakat lokal, pelaku ekonomi kreatif, serta wisatawan memiliki peran yang saling melengkapi dalam menciptakan keberlanjutan event budaya tersebut. Kolaborasi antaraktor menjadi faktor penting dalam menjaga nilai autentisitas budaya sekaligus memastikan bahwa parade tidak berhenti sebagai kegiatan seremonial, tetapi berkembang menjadi bagian dari strategi pengembangan pariwisata berbasis budaya.

Kawasan Kesawan sebagai ruang pelaksanaan kegiatan juga memberikan kontribusi terhadap penguatan nilai historis dan budaya yang melekat pada parade tersebut. Perpaduan antara ruang kota yang memiliki warisan sejarah dengan aktivitas budaya kontemporer menciptakan pengalaman wisata yang menghubungkan masa lalu, identitas lokal, dan kreativitas masyarakat modern. Integrasi tersebut semakin memperkuat posisi Kota Medan sebagai kota yang memiliki kekayaan sejarah sekaligus mampu beradaptasi dengan perkembangan pariwisata berbasis pengalaman.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Colorful Medan Night Carnival* merupakan salah satu strategi budaya yang memiliki potensi besar dalam memperkuat *city branding* Kota Medan sebagai destinasi wisata multikultural. Parade budaya ini mampu mengubah keberagaman sosial dan budaya menjadi aset strategis dalam membangun identitas kota, meningkatkan daya tarik wisata, serta memperkuat daya saing Kota Medan dalam konteks pariwisata berbasis budaya. Pengembangan event tersebut ke depan perlu diarahkan secara berkelanjutan melalui peningkatan kolaborasi antar-stakeholder, pemanfaatan strategi promosi digital, serta integrasi dengan kebijakan pengembangan pariwisata daerah agar nilai budaya yang direpresentasikan mampu memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan keberlanjutan destinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Hesmondhalgh, D. (2023). *The cultural industries* (5th ed.). SAGE Publications.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Liu, Y., & Chen, N. (2024). Cultural events, destination image, and tourist experience: Exploring the role of cultural authenticity in tourism development. *International Journal of Tourism Research*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Oliveira, E., & Ashworth, G. J. (2021). Place branding and sustainable urban development: Conceptualizing the relationship between identity, image, and competitiveness. *Place Branding and Public Diplomacy*.
- Prasetyo, A. (2021). Festival budaya sebagai strategi pembentukan identitas kota dan pengembangan pariwisata daerah. *Jurnal Pariwisata*.
- Putri, D., Hidayat, R., & Lestari, N. (2023). Event budaya sebagai strategi promosi pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif daerah. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*.
- Ramadhan, F. (2022). Event budaya dan penguatan city branding: Studi pada Jember Fashion Carnival. *Jurnal Komunikasi dan Pariwisata*.
- Richards, G. (2021). Rethinking cultural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 74–82.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Wang, S., & Xu, H. (2025). Destination branding and cultural identity: Understanding the role of multicultural representation in tourism development. *Tourism Management Perspectives*.
- Zenker, S., & Braun, E. (2022). Place branding: A conceptual framework for understanding and managing city identities. *Cities*.
- Zenker, S., & Braun, E. (2021). Measuring place brand effectiveness: A framework for evaluating city branding strategies. *Place Branding and Public Diplomacy*.