

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan karya “*Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa*” dilandaskan pada kebutuhan untuk menjembatani jarak pemaknaan antara cara warga Ngadiprono memaknai kuliner sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari dan cara sebagian pengunjung memandangnya sebagai objek wisata. Dengan menjadikan kuliner sebagai medium komunikasi budaya, karya ini bertujuan menghadirkan nilai Lokal, Lezat, Lestari (3L) bukan sebagai slogan, melainkan sebagai pengalaman yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dan direfleksikan secara langsung di dalam konteks Pasar Papringan.

Melalui pendekatan MOVE dan kerangka *Open-System of Event Management*, *Pawon Cerita* dirancang dalam bentuk special event yang menyatu dengan gelaran rutin pasar, bukan sebagai intervensi yang mengubah sistem yang sudah berjalan. Pilihan bentuk pameran foto dan walking narrative memungkinkan karya menjangkau arus pengunjung yang besar tanpa mengganggu aktivitas utama pasar, sementara *talkshow* dan kuis berfungsi sebagai lapisan pendalaman bagi pengunjung yang memilih untuk terlibat lebih jauh. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penempatan pameran di jalur masuk pasar berhasil menjangkau hampir seluruh pengunjung gelaran (± 4.000 orang) dan berfungsi efektif sebagai gerbang naratif yang membingkai pengalaman pengunjung sejak awal. Sementara itu, *talkshow* yang diikuti oleh 33 peserta menunjukkan bahwa kanal lisan menghasilkan kedalaman pemahaman yang lebih tinggi, meskipun dengan jangkauan yang lebih terbatas.

Temuan ini memperlihatkan bahwa *Pawon Cerita* bekerja melalui pola komunikasi berlapis: pameran visual membangun kesadaran dan konteks secara luas, sedangkan *talkshow* memfasilitasi dialog dan pemahaman yang lebih mendalam. Perbedaan antara jumlah pengunjung pasar dan jumlah peserta *talkshow* tidak dibaca sebagai kegagalan, melainkan sebagai karakteristik alami ruang pasar

yang cair dan bergerak. Hal ini menegaskan bahwa dalam konteks seperti Pasar Papringan, keberhasilan komunikasi tidak hanya diukur dari jumlah partisipan aktif, tetapi juga dari sejauh mana karya mampu membuka akses makna dan menyediakan berbagai tingkat keterlibatan yang realistis bagi pengunjung dengan latar dan intensitas kunjungan yang berbeda.

Dari sisi *outcome*, evaluasi kualitatif melalui wawancara *purposive* dengan pelapak, koordinator pasar, dan tim Spedagi menunjukkan bahwa *Pawon Cerita* berkontribusi pada suasana pasar yang lebih hidup, meningkatnya rasa bangga warga terhadap kuliner dan dapur mereka, serta munculnya keinginan agar pameran dan elemen visual *Pawon Cerita* dapat dimanfaatkan kembali secara berkala. Kontribusi ekonomi berupa peningkatan omzet di beberapa lapak dipahami sebagai indikasi awal yang bersifat kontekstual dan perseptual, bukan klaim kausal tunggal, mengingat banyaknya faktor lain yang turut memengaruhi keramaian pasar.

Secara reflektif, karya ini menegaskan bahwa *event* dan pameran foto dapat berfungsi sebagai medium komunikasi kultural yang efektif ketika dirancang dengan sensitivitas terhadap sistem sosial, ritme ruang, dan kapasitas komunitas. Pada saat yang sama, evaluasi juga mengungkap keterbatasan yang penting untuk dicatat: keterbatasan SDM dan infrastruktur teknis, strategi komunikasi talkshow yang masih dapat diperluas, serta tantangan merancang evaluasi yang benar-benar menyatu dengan dinamika pasar. Oleh karena itu, *Pawon Cerita* tidak diposisikan sebagai solusi final, melainkan sebagai langkah awal dalam proses belajar bersama baik bagi penulis, komunitas Pasar Papringan, maupun mitra pendukung untuk terus mengembangkan format komunikasi budaya yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan relevan dengan konteks desa.

Dengan demikian, skripsi berbasis karya ini tidak hanya menyimpulkan efektivitas *Pawon Cerita* sebagai medium komunikasi nilai 3L, tetapi juga menunjukkan bagaimana praktik desain komunikasi visual, *event*, dan partisipasi komunitas dapat saling bertemu dalam sebuah sistem terbuka yang terus belajar dan berkembang.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan evaluasi pada Bab IV, penulis mengidentifikasi sejumlah peluang pengembangan yang dapat dijadikan rujukan, baik untuk penelitian akademis selanjutnya maupun untuk praktik penyelenggaraan program serupa di Pasar Papringan. Saran pada bab ini disusun sebagai respons atas capaian, keterbatasan, dan dinamika lapangan yang muncul selama perancangan dan pelaksanaan “Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa”, termasuk kesenjangan antara jumlah pengunjung yang sangat besar dengan tingkat partisipasi talkshow yang relatif terbatas. Oleh karena itu, saran dibagi ke dalam dua ranah, yaitu saran akademis dan saran praktis.

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, penelitian ini masih membuka ruang pengembangan pada aspek metodologi dan pendekatan evaluasi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan desain *mixed methods* yang lebih terintegrasi, khususnya dalam mengukur hubungan antara jangkauan *event* (jumlah pengunjung) dan kedalaman partisipasi (keikutsertaan dalam program seperti *talkshow*). Instrumen evaluasi dapat dirancang agar lebih tertanam dalam alur kunjungan, misalnya melalui observasi terstruktur, *micro-interview*, atau evaluasi berbasis aktivitas, sehingga tidak bergantung sepenuhnya pada kuesioner digital.

Selain itu, penelitian ini baru mengamati satu siklus gelaran Pasar Papringan. Studi lanjutan dapat dilakukan secara longitudinal untuk membandingkan beberapa gelaran sebelum dan sesudah penerapan program komunikasi seperti *Pawon Cerita*, sehingga dampak jangka menengah terhadap pemahaman pengunjung, pola partisipasi, dan citra pasar dapat dibaca secara lebih komprehensif. Dari sisi medium, penelitian berikutnya juga dapat mengeksplorasi format komunikasi alternatif selain talkshow, seperti tur berpemandu singkat, *audio walk*, atau aktivasi mikro berbasis cerita, guna membandingkan efektivitas berbagai bentuk intervensi komunikasi budaya di ruang publik desa.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan “Pawon Cerita: Saka Dapur, Tumukul Rasa”, berikut saran praktis yang dapat dipertimbangkan oleh Pasar Papringan, komunitas Ngadiprono, dan Spedagi untuk pengembangan program serupa pada gelaran berikutnya:

1. Promosi *talkshow* dibuat lebih “kelihatan” sejak awal

Informasi *talkshow* perlu muncul lebih sering dan lebih jelas: misalnya papan jadwal yang lebih besar di jalur masuk, pengumuman singkat berulang, dan bantuan pelapak untuk mengingatkan pengunjung bahwa ada *talkshow* di jam tertentu.

2. Format *talkshow* dibuat lebih singkat dan fleksibel

Karena pasar ramai dan pengunjung bergerak terus, format 60–75 menit bisa terasa “berat”. Sehingga, dapat dibuat beberapa sesi pendek (misalnya 10–15 menit per topik) atau versi “micro talk” agar pengunjung bisa ikut walau tidak dari awal sampai akhir.

3. Suasana dibuat lebih terbuka supaya tidak terkesan eksklusif

Penataan duduk dan cara mengajak audiens perlu dibuat lebih “mengundang”, supaya pengunjung umum tidak merasa acara ini hanya untuk kelompok tertentu. Misalnya: posisi duduk tidak terlalu mengelompok, moderator aktif mengajak orang yang lewat, dan ada penanda “*Talkshow* terbuka untuk umum”.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA