

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini, peneliti akan menyajikan dan menjelaskan data yang telah diperoleh mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam meningkatkan jumlah wisatawan melalui *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 untuk kemudian dianalisis dengan teori. Data yang disajikan merupakan data yang telah diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan informan dan dokumen-dokumen dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

A. Sajian Data

Obyek wisata merupakan seluruh tempat maupun keadaan alam yang ada di suatu daerah yang memiliki potensi sumber daya wisata. Berbagai macam jenis obyek wisata baik berupa wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, candi, benteng, serta wisata yang berkaitan dengan budaya. Keberadaan obyek wisata tersebut dapat untuk menarik masyarakat luas untuk datang berkunjung.

Banyaknya obyek wisata di suatu daerah apabila tidak dibarengi dengan adanya kegiatan promosi, maka keberadaan obyek wisata tersebut tidak dapat diketahui oleh masyarakat luas (wisatawan). Salah satu yang memiliki kewajiban dan wewenang untuk mengelola serta mempromosikan seluruh obyek wisata yang berada

di Banjarnegara yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Banjarnegara memiliki beragam potensi wisata baik pegunungan, sungai, budaya, tradisi, kerajinan industri dari masyarakat setempat. Untuk memaksimalkan berbagai potensi wisata yang ada di Banjarnegara perlu dilakukan promosi guna menarik minat wisatawan untuk berkunjung, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara telah melakukan kegiatan promosi salah satunya dengan melalui *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

Kegiatan promosi yang dilakukan melalui *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 ini tentu untuk memperkenalkan dan menginformasikan terkait tradisi dan budaya yang masih dilestarikan serta potensi alam yang dimiliki oleh Banjarnegara, agar masyarakat luas (wisatawan) dapat mengetahuinya.

Kita ingin mengenalkan Banjarnegara kepada masyarakat luas melalui *event* ini. Ini loh Banjar punya tradisi yang khas yang nggak dimiliki oleh daerah lain. Kita ingin mengemasnya agar lebih menarik, jadi masyarakat nanti yang datang nggak bosan. (wawancara dengan Ibu Widhy selaku Kasi Pemasaran dan Promosi pada 20 Februari 2017).

Pada sub bab ini terdapat data-data yang telah diperoleh peneliti terkait dengan strategi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Bapak Daryo selaku tim saat pelaksanaan *event* memberikan gambaran mengenai *event* Festival Serayu Banjarnegara pada tahun 2015.

Festival Serayu Banjarnegara ini merupakan sebuah festival yang didalamnya terdapat berbagai macam kegiatan yang dikemas secara menarik. Dalam festival ini yang menjadi kegiatan utama itu *Parak Iwak*, jadi wisatawan nanti turun ke sungai Serayu untuk menangkap ikan yang telah disebar. Nah, untuk ikan dan airnya itu sendiri diambil dari 7 telaga di dataran Dieng. Kegiatan ini sebagai bentuk rasa syukur masyarakat Banjarnegara, selain itu sebagai ajakan untuk masyarakat agar tetap melestarikan sungai Serayu. (wawancara dengan Bapak Daryo selaku tim saat pelaksanaan *event* pada 20 Februari 2017).

1. Strategi Promosi

Strategi dapat dijadikan sebagai sebuah taktik untuk mencapai sebuah tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Sebelum melaksanakan operasional aktivitasnya, sebuah instansi atau perusahaan terlebih dahulu menyusun sebuah rencana. Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang penting dalam menunjang kesuksesan sebuah *event*.

Promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang memiliki peranan sangat penting untuk dilakukan oleh organisasi ataupun perusahaan guna memperkenalkan produk yang dimiliki. Dimana sebuah promosi merupakan salah satu alat yang dapat mempengaruhi dan membujuk konsumen agar menggunakan produk tersebut. Kesuksesan dari sebuah kegiatan tidak dapat dipisahkan dari peran promosi yang dilakukan. Dalam mempromosikan tradisi, budaya dan tempat wisata yang ada di Kabupaten Banjarnegara, strategi promosi tentu diperlukan untuk dijadikan sebagai acuan dalam melakukan kegiatan promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Oleh

karena itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menyusun perencanaan sebelum melakukan kegiatan promosi.

Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara agar kegiatan promosi yang dilakukan menjadi kegiatan yang efektif dan efisien, yaitu :

a. Tujuan Kegiatan Promosi (*Event*)

Tahap awal dalam melakukan perencanaan yang efektif yaitu dengan menentukan tujuan yang hendak dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Tujuan komunikasi atau promosi dari *event* ini yaitu untuk menginformasikan dan mengingatkan kembali kepada masyarakat luas mengenai penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara, selain itu juga untuk membujuk masyarakat luas untuk datang menyaksikan kebudayaan dan tradisi yang dimiliki Banjarnegara. Dengan harapan untuk kemudian wisatawan dapat berkunjung ke daerah-daerah di Banjarnegara.

Agar pesan dan informasi dapat dijangkau oleh masyarakat luas, selain dengan menggunakan beragam model komunikasi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara mendesain poster dengan lebih menarik dan memperhatikan unsur AIDA serta 5W sehingga dapat menarik minat masyarakat luas untuk menyaksikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

Saat ini, para pengunjung tidak hanya datang untuk mengikuti dan menyaksikan kegiatan yang diselenggarakan pada *event* ini, namun para

pengunjung juga dapat merasakan langsung dan terlibat dalam kegiatan. Sehingga para pengunjung mendapatkan pengalaman setelah mengikuti kegiatan tersebut. Dalam *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 ini, penyelenggara menambahkan berbagai macam kegiatan di *sub event* yang dapat dinikmati dan diikuti oleh para pengunjung.

Dra. Widhy Anggoro Asih selaku Kepala seksi Pemasaran di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menyatakan :

Tujuan diselenggarakannya *event* Festival Serayu Banjarnegara tentu untuk menarik minat wisatawan untuk dapat berkunjung ke Banjarnegara, dengan kemasan yang menarik yaitu dengan sebuah *event*. Karena kalau tidak dikemas secara menarik, mereka (wisatawan) akan bosan dan kurang tertarik. Kita ingin memberitahu pada wisatawan kalau Banjarnegara itu memiliki tradisi dan budaya yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Dalam *event* ini, pengunjung tidak hanya sekedar menyaksikan namun ada kegiatan inti dimana para pengunjung dapat terlibat di dalamnya dan ikut merasakan, yaitu kegiatan Parak Iwak (wawancara pada 20 April 2017).

Hasil wawancara diatas memperlihatkan bahwa tujuan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu untuk menginformasikan kepada wisatawan mengenai tradisi, budaya, serta ciri khas yang dimiliki oleh Banjarnegara. Salah satunya yaitu tradisi Parak Iwak yang merupakan wujud rasa syukur masyarakat Banjarnegara. Dimana dalam *event* ini mengangkat tema *Merawat Sungai Merawat Peradaban* yang berarti sebuah

ajakan kepada masyarakat untuk tetap melestarikan dan merawat sungai yang telah memberikan kehidupan bagi masyarakat sekitar.

b. Segmen Pasar

Segmen pasar atau target sasaran yang akan dituju dalam *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 ini yaitu masyarakat setempat dan masyarakat luar daerah. Tidak ada segmentasi berdasarkan geografis, demografis dan psikologis. Sehingga dapat diartikan, bahwa *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 menggunakan *undifferentiated marketing* atau strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar, karena semua kalangan masyarakat dapat ikut serta berpartisipasi dan menyaksikan *event* tersebut. Seperti yang dituturkan oleh Widhi selaku Kasi Promosi di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara :

Untuk segmen pasar dalam penyelenggaraan *event* ini, kita belum menentukan secara spesifik apakah mancanegara dan nusantara. Pokoknya sasaran atau target pasar kita itu wisatawan. (wawancara pada 20 April 2017)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memiliki target sasaran secara umum yaitu wisatawan agar berkunjung ke Banjarnegara, dan belum mengklasifikasikan apakah wisatawan nusantara atau mancanegara.

c. Memilih Berita / Pesan

Event Festival Serayu Banjarnegara 2015 mengusung tema “Merawat Sungai Merawat Peradaban”, dengan tema tersebut pesan yang ingin disampaikan yaitu sebuah ajakan kepada masyarakat setempat khususnya untuk tetap menjaga sungai Serayu dimana sungai tersebut merupakan nadi kehidupan bagi masyarakat sekitar, dan mengajak masyarakat luas umumnya untuk ikut menjaga sungai yang ada di lingkungan mereka.

Berdasarkan hal tersebut, dalam menyusun konten promosi yang efektif maka Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memperhatikan unsur AIDA dan 5W, sehingga pesan yang hendak disampaikan dapat menarik minat para pengunjung. Selain itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam pemilihan maskot *event*, memilih untuk menggunakan tokoh Bima. Dimana tokoh Bima merupakan legenda lahirnya sungai Serayu, yang mempunyai watak jujur apa adanya dan selalu ingin melindungi. Dengan demikian, pemerintah ingin mengajak melalui konsep yang diusung *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 bahwa kita harus melindungi alam kita.

d. Menyusun Anggaran

Dalam menyusun anggaran, bidang pemasaran dan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara berkoordinasi dengan bendahara agar dapat menyesuaikan dana yang dimiliki. Dalam hal ini, tidak

disebutkan berapa jumlah anggaran yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara karena merupakan data pribadi yang tidak bisa disebar luaskan kepada pihak lain. Anggaran yang dikeluarkan merupakan anggaran yang telah diberikan bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Banjarnegara tahun Anggaran 2015.

e. Media Mix

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam perannya melakukan kegiatan promosi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 memilih beberapa media yang digunakan sebagai sarana untuk melakukan promosi yang dianggap efektif dan efisien dalam memperkenalkan *event* Festival Serayu Banjarnegara kepada masyarakat luas. Dalam memilih media yang digunakan harus disesuaikan dengan target dan tujuan yang hendak dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara agar sampai kepada wisatawan. Berdasarkan penuturan Ibu Widhy selaku Kepala seksi Pemasaran di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara :

“untuk mempublikasikan ini, kita menggunakan media cetak seperti koran Suara Merdeka, Satelit Post, Wawasan, lalu ada media elektronik baik lokal maupun nasional, media luar ruang, *website*, dan media sosial lain seperti *Twitter*, *Instagram* dan *Facebook*.” (wawancara pada 20 April 2017).

Dalam pemilihan media, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara bekerjasama dengan media cetak seperti surat kabar, media ini

dipilih selain karena dapat menjangkau semua kalangan juga karena biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar. Selain media cetak, media sosial menjadi media yang dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara untuk melakukan kegiatan promosi. Seperti yang kita ketahui, memanfaatkan media sosial tidak memerlukan biaya yang besar. Terlebih, kini masyarakat banyak yang menggunakan media sosial. Dimana pengguna *twitter* di Indonesia termasuk dalam pengguna paling aktif di dunia (<http://www.encycity.co/pengguna-twitter-indonesia-terbanyak-ketiga-dunia/>, diakses tanggal 28 Mei 2017 jam 21.00).

f. Menentukan bauran promosi

Bauran promosi merupakan salah satu bagian yang penting dari pemasaran, oleh karena itu berbagai kegiatan yang dilakukan dalam melakukan kegiatan promosi harus dapat mencapai tujuan yaitu menyampaikan informasi sebuah produk atau jasa. Bauran promosi seperti apa yang nantinya akan digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

Dalam menentukan bauran promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara melakukan kegiatan promosi lebih banyak melalui periklanan/ *advertising* dan melalui berbagai macam *event* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

2. Bauran Promosi

Dalam mengkomunikasikan informasi kepada target sasaran, media promosi memiliki peran yang penting sehingga Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan beberapa model komunikasi agar jumlah wisatawan yang berkunjung dan menyaksikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dapat mencapai target. Berikut merupakan bauran promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yang terbagi menjadi beberapa saluran komunikasi, yaitu :

a. Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu dengan bekerjasama dengan pihak *travel agent* agar bersedia membawa rombongannya untuk mengikuti *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Bentuk kerjasama tersebut sudah dilakukan sejak enam bulan sebelum *event* tersebut diselenggarakan.

b. Word of Mouth Marketing

Word of mouth marketing merupakan kegiatan promosi yang dilakukan baik secara lisan maupun tulisan, model komunikasi ini menjadi salah cara promosi yang kuat dalam mempengaruhi calon wisatawan. Terlebih dengan adanya media sosial yang dapat menyebarkan informasi tersebut dengan cepat dan menarik. Kegiatan promosi dengan model *Word of mouth marketing* ini merupakan promosi

yang dilakukan oleh wisatawan yang sudah pernah mengikuti *event* Festival Serayu Banjarnegara pada tahun selanjutnya.

Selain itu, pengguna sosial media baik *twitter*, *facebook*, dan *instagram* dapat memberikan rekomendasi dengan memposting status dan bisa disertakan foto yang dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pengguna media sosial yang lainnya. Dengan adanya *review* dari pengguna media sosial yang sudah pernah menyaksikan dan mengunjungi *event* Festival Serayu Banjarnegara yang kemudian ditulis dan ceritakan melalui *blogs* juga dapat dijadikan sebagai cara untuk mengkomunikasikan informasi kepada target sasaran melalui *word of mouth marketing*.

c. Periklanan

Periklanan/*advertising* merupakan media yang sering digunakan untuk melakukan kegiatan promosi oleh organisasi ataupun perusahaan baik produk maupun jasa. Melalui media periklanan dapat membantu kesadaran konsumen terhadap keberadaan produk dan jasa yang ditawarkan serta membujuk konsumen agar dapat membeli dan menggunakan jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini yaitu kesadaran wisatawan terhadap penyelenggaraan sebuah *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, serta membujuk wisatawan agar tertarik untuk berkunjung dan menyaksikan *event* tersebut.

Seperti halnya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, yaitu menggunakan media periklanan seperti media

cetak (koran, brosur, *booklet*, *calendar of events*), media elektronik (radio dan televisi), media internet (*website*), media luar ruang (baliho dan *sticker*), serta media social (*Instagram*, *facebook* dan *twitter*). Berikut merupakan contoh kegiatan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 :

1. Media Elektronik

1.1 Televisi

Gambar 3.1

Pemberitaan Festival Serayu Banjarnegara di televisi nasional



(sumber : youtube.com)

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara tidak melakukan kegiatan promosi melalui advertensi televisi, karena untuk dapat bekerjasama dengan televisi dirasa sulit, mengingat dalam hal promosi dengan menggandeng media televisi membutuhkan dana yang tidak sedikit. Namun

ketika *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dilaksanakan, beberapa media televisi seperti Global TV dan Metro TV datang ke lokasi diselenggarakannya *event* untuk meliput dan menjadikannya sebagai berita.

Gambar 3.2

Pemberitaan Festival Serayu Banjarnegara di televisi nasional



(sumber : youtube.com)

1.2 Radio

Radio merupakan media elektronik yang dapat dijadikan sebagai media promosi untuk menyampaikan informasi dengan tujuan agar pendengar dapat terpengaruh sehingga tertarik untuk mengunjungi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan radio sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi. Advertensi elektronika *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 melalui radio

yaitu dengan pemutaran *adlib* secara intens yaitu lima kali dalam satu hari di Radio Suara Banjarnegara, Pop FM, dan RRI Purwokerto. Selain itu, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga melakukan travel dialog untuk menyampaikan informasi terkait dengan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

2. Media Cetak

Selain menggunakan media elektronik, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga menggunakan beberapa media cetak untuk mempromosikan *event* ini seperti surat kabar (Wawasan, Suara Merdeka, Satelit Post), *calendar of events*, *booklet* dan brosur.

2.1 Surat Kabar

Gambar 3.3



(Pemberitaan Festival Serayu Banjarnegara di surat kabar Wawasan)

Surat kabar harian merupakan salah satu media cetak yang dapat digunakan sebagai media promosi untuk menyampaikan informasi kepada

masyarakat luas. Dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, mereka hanya menyediakan materi yang ingin diberitakan di surat kabar untuk selanjutnya akan dijadikan sebagai bahan berita. Bentuk timbal balik yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara kepada pihak surat kabar tersebut yaitu dengan berlangganan membeli beberapa eksemplar setiap harinya. Dalam satu bulan, ada pemberitaan terkait dengan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 sebanyak 4 kali. Beberapa media cetak (surat kabar) yang bekerjasama yaitu Satelit Post, Wawasan dan Suara Merdeka.

2.2 Brosur

Gambar 3.4

Brosur Festival Serayu Banjarnegara 2015



(Sumber: Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara)

Brosur merupakan salah satu media cetak yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait dengan produk atau jasa dari sebuah perusahaan, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam menginformasikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dengan menggunakan brosur. Secara umum, brosur yang digunakan sebagai media promosi harus bersifat informatif dan di desain secara menarik dan unik agar dapat menarik minat para wisatawan. Dengan demikian, brosur tersebut dapat memudahkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam melakukan promosi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Konten yang terdapat di dalam brosur yaitu berisikan informasi kegiatan dan ulasan , lokasi, dan waktu penyelenggaraan.

2.3 Booklet

Gambar 3.5

Booklet Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara



(Sumber : Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara)

Kemudian, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan *booklet*, dimana *booklet* merupakan salah satu sarana melakukan kegiatan promosi untuk menjangkau calon wisatawan sehingga menimbulkan rasa ingin tahu dan tertarik untuk mengunjungi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Dalam *booklet* tersebut menampilkan informasi atau profil dari Kabupaten Banjarnegara, wisata (baik alam, buatan, seni dan budaya), dan kalender *event*. Dalam hal ini sekilas mengenai *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 juga dicantumkan dalam *booklet* tersebut.

2.4 Calendar of events

Gambar 3.6

Calendar of events Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara



(Sumber: Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara)

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan *calendar of events*, dimana di dalam *calendar of events* terdapat ulasan terkait berbagai macam kegiatan yang ada di Festival Serayu Banjarnegara 2015, serta waktu dan lokasi pelaksanaan *event*. *Calendar of events* ini bisa didapatkan para pengunjung melalui *website* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dan di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

3. Media Luar Ruang

3.1 Baliho

Gambar 3.7

Baliho *Event Festival Serayu Banjarnegara* 2015



Baliho juga merupakan salah satu media luar ruang yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, yang berisikan informasi terkait dengan *event* yang diselenggarakan. Baliho yang dipergunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara berjumlah delapan baliho, pemasangan baliho ada di delapan titik strategis, beberapa diantaranya berada di depan kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, perbatasan kabupaten (Klampok), alun-alun Kabupaten Banjarnegara, Jl. Raya Pucang depan SMK N 1 Bawang. Selain itu, Dinas Pariwisata juga menggunakan baliho

provinsi Jawa Tengah yang terdapat di perbatasan provinsi Jawa Tengah dan DIY.

3.2 Poster

Gambar 3.8

Poster *Event Festival Serayu Banjarnegara* 2015



(Sumber: Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara)

Sedangkan poster *event Festival Serayu Banjarnegara* 2015 ditempel di tempat umum seperti sekolah, kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, dan kantor Dinas lainnya di Banjarnegara. Seperti yang

terlihat pada gambar dengan tetap menonjolkan dan menampilkan maskot *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yaitu tokoh Bima. Untuk konten yang terdapat di dalam poster yaitu berisikan informasi kegiatan, lokasi, dan waktu penyelenggaraan.

d. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan model komunikasi hubungan masyarakat dan publisitas yaitu dengan mengadakan *press conference* dengan berbagai media, kegiatan ini dilakukan dua kali yaitu pada awal tahun dan menjelang hari H dilaksanakannya *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 di Dieng. *Press conference* ini dilakukan dengan tujuan untuk mensosialisasikan kepada media terkait dengan penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, dalam *press conference* akan dijelaskan mengenai rangkaian kegiatan yang akan diselenggarakan selama *event* berlangsung. Selain itu, *press conference* juga dilakukan pada saat hari H penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yang berlokasi di Pikas Banjarnegara.

e. Internet dan Interaktif Marketing

1. Internet Marketing

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang semakin pesat, hampir setiap orang menggunakan internet untuk menunjang aktivitas mereka. Banyak organisasi atau perusahaan yang menggunakan *website* sebagai media promosi, selain itu media sosial kini juga banyak digunakan. Media

tersebut dapat membantu dan memudahkan para wisatawan untuk dapat berkunjung ke Festival Serayu Banjarnegara dan tempat wisata lainnya di Banjarnegara. Melalui *website*, wisatawan dapat dengan mudah mengetahui informasi atau gambaran mengenai Festival Serayu Banjarnegara, baik lokasi maupun jadwal kegiatan yang dilakukan. Website dirancang dengan semenarik mungkin agar dapat menarik minat para pengunjung dengan mencantumkan informasi yang lengkap.

Gambar 3.9

Home page Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara



(Sumber : <http://budparbanjarnegara.com>)

Gambar 3.10

Publikasi Media *Online*



(Sumber : tempo.co)

Selain itu, *internet marketing* yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga melalui media online dari beberapa surat kabar yang sudah memiliki portal *online* untuk memberikan informasi beritanya. Media *online* tersebut diantaranya yaitu : detik.com, tempo.com, kompas.com, antaranews.com, suaramerdeka.com, satelitnews.co. Peran dari media *online* tersebut tidak hanya untuk memberikan informasi, namun juga dapat membantu untuk mempublikasikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Seperti pada gambar 3.10 yang memperlihatkan media *online* mempublikasikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

2. Interaktif Marketing

Seiring dengan pesatnya teknologi yang berkembang, alat promosi yang dilakukan pun kian bertambah. Salah satunya yaitu media sosial yang kini menjadi media yang efektif untuk melakukan kegiatan promosi. Media ini tidak memerlukan biaya yang besar untuk melakukan kegiatan promosi penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Selain itu, ketika mempromosikan *event* melalui media sosial bisa dilakukan kapan dan dimana saja. Media sosial yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu *facebook*, *instagram*, dan *twitter*.

Dalam memberikan informasi melalui *facebook*, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dapat menyampaikan informasi tersebut secara detail dalam satu kali posting, dimana *facebook* tidak membatasi jumlah kata yang digunakan sehingga dapat memudahkan bagi pembaca. Meski demikian, bahasa dan kalimat yang digunakan untuk menyampaikan informasi tetap harus diperhatikan agar dapat mempengaruhi calon wisatawan.

Berbeda dengan *facebook*, apabila menyampaikan informasi melalui *twitter*, pesan yang hendak disampaikan terbatas oleh jumlah kata sehingga harus singkat, padat, dan mudah dipahami oleh *netizen*. Karena keterbatasan tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara tidak hanya memposting informasi tersebut dalam satu kali, namun harus berulang. Hal ini dapat menimbulkan *miss* apabila *netizen* tidak mengikuti atau membaca dari awal.

Gambar 3.11



(Sumber: @Budaya_Banjar)

Media sosial yang bekerjasama dengan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yaitu *twitter* di akun @TIC_Jateng, @Kemenpar_RI, @JavaPromo, @Budaya_Banjar, @ksi2015. Media sosial tersebut selalu memberikan informasi terbaru terkait dengan penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

3. Pelaksanaan *Event* Festival Serayu Banjarnegara 2015

Setelah perencanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 selesai dilaksanakan, tahap selanjutnya yaitu mengimplementasikan perencanaan. Beberapa bulan sebelum *event* diselenggarakan, diadakan rapat berkala untuk melakukan pembahasan dan persiapan *event* di Kantor Setda Kabupaten Banjarnegara dengan dihadiri oleh perwakilan dari masing-masing SKPD dan

pihak-pihak lain yang terlibat dalam penyelenggaraan. Tujuan diadakannya rapat tersebut yaitu untuk membahas persiapan dan pelaksanaan *event*, selain itu juga untuk memberikan penjelasan terkait dengan pembagian kerja saat *event* berlangsung.

Gambar 3.12

Coffee Morning Persiapan *Event* Festival Serayu Banjarnegara 2015



(sumber : www.banjarnegarakab.go.id)

Event Festival Serayu Banjarnegara 2015 diselenggarakan selama satu minggu, 26-31 Agustus 2015 dengan berbagai rangkaian kegiatan yang diawali dengan prosesi pembukaan di Balai Budaya Kabupaten Banjarnegara, Kongres Sungai di Hotel Surya Yudha, Serayu Expo 2015 di Stadion Kolopaking Banjarnegara, Parade Budaya, Parak Iwak dan ditutup dengan Banjarnegara Bershalawat. Berikut merupakan agenda kegiatan dan susunan acara selama *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 berlangsung, diantaranya yaitu :

a. Prosesi Pembukaan

Rangkaian kegiatan diawali dengan prosesi pembukaan di Balai Budaya Banjarnegara pada hari Rabu 26 Agustus 2015 yang dibuka oleh Presiden Republik Indonesia dan dihadiri oleh para menteri, Gubernur Jawa Tengah, Bupati Banjarnegara beserta jajarannya, serta peserta Kongres Sungai. Pemilihan tempat di Hotel Surya Yudha karena *event* ini mengangkat Sungai Serayu, dimana Hotel Surya Yudha berada tepat di pinggir Sungai Serayu. Pada hari pertama *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, 26 Agustus 2015 mengambil lokasi di Balai Budaya. Sebelum acara berlangsung pada pukul 10.55 WIB, penyelenggara mensterilkan lokasi pembukaan.

Prosesi pembukaan tersebut diawali dengan sambutan selamat datang oleh Bupati Banjarnegara, selanjutnya sambutan Gubernur Jawa Tengah dan pidato Presiden RI. Acara pembukaan ditandai dengan menabuh kentongan yang dipimpin oleh Presiden dan dilanjutkan dengan prosesi Banjarnegara Banjir Dawet.

Kemudian Presiden dengan didampingi para menteri menuju Dusun Jemblung Desa Sampang Kecamatan Karangobar untuk meresmikan hunian tetap relokasi bencana tanah longsor. Selanjutnya diadakan studium general yang menghadirkan Menko PMK, Menteri LHK, Menteri PUPera, Mendagri dan Kepala Bappenas sebagai narasumber di Hotel Surya Yudha.

b. Kongres Sungai

Gambar 3.13

Pembukaan Kongres Sungai Indonesia 2015



(sumber : www.banjarnegarakab.go.id)

Kongres Sungai berlangsung pada 26-30 Agustus 2015 dengan pusat kegiatan di Komplek Balai Budaya Selamanik dan Hotel Surya Yudha Banjarnegara. Kongres Sungai ini dibuka langsung oleh Puan Maharani. Pada hari kedua diadakan sidang komisi dan pendalaman materi, kemudian dilanjutkan dengan pleno khusus yang menghadirkan Prof. Din Syamsudin sebagai narasumber.

Kemudian hari ketiga berlangsung beberapa agenda seperti kompilasi hasil sidang komisi, perumusan draft hasil sidang komisi, perumusan draft keputusan kongres dan draft deklarasi Serayu “**Maklumat Sungai**”. Pada hari keempat diadakan sidang pleno memaparkan hasil sidang komisi I, komisi II

dan komisi III, berdiskusi dan menampung tanggapan umum untuk kemudian pengambilan keputusan. Dan pada hari terakhir, memaparkan hasil sidang komisi IV, V dan VI serta penutupan Kongres Sungai Indonesia.

c. Serayu Expo

Kegiatan Serayu Expo 2015 ini berlangsung pada 26-30 Agustus 2015 di Stadion Kolopaking, Parakancanggih Banjarnegara mulai pukul 08.00 hingga selesai. Dalam kegiatan ini terdapat 200 stand yang memamerkan berbagai macam produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, produk pertanian dan peternakan baik nasional, regional maupun lokal.

Gambar 3.14

Stand Disbudpar Kab. Bantul di Serayu Expo Banjarnegara 2015



(sumber : <http://disbudpar.bantulkab.go.id>)

Pembukaan kegiatan Serayu Expo 2015 berlangsung pada pukul 12.00 yang ditandai dengan minum dawet bersama dengan tajuk acara Banjar Banjar

Dawet yang menyediakan 15.000 gelas dawet secara gratis dan dibuka oleh Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo. Selain itu, selama Serayu Expo berlangsung juga didukung oleh kegiatan lain yaitu gelar seni terintegrasi untuk menarik dan meramaikan kegiatan Serayu Expo, yang menampilkan berbagai macam tarian seperti Tari Bima Lukar yang dibawakan oleh Sanggar Tari Tiara Banjarnegara, Pentas Seni dari Keluarga Mahasiswa Banjarnegara di Yogyakarta, dan lain sebagainya.

d. Parak Iwak

Gambar 3.15

Kirab Ulam Sari Tirta Nyawiji



(sumber : kompasiana.com)

Kegiatan Parak Iwak berlangsung pada 30 Agustus 2015 di Pinggir Sungai Serayu, Kutayasa Madukara Kabupaten Banjarnegara. Dimulai dari pengambilan *ulam sari tirta nyawiji* dari Dieng menuju Balai Desa Madukoro

yang diletakan pada bokor *Tumus Pandeleng ing Manah* pada pukul 07.00 untuk kemudian dikirab dari balai desa menuju pinggir sungai Serayu yang diiringi oleh peserta kirab yang terdiri dari pasukan Bima dan Arimbi. Kemudian pada pukul 10.00 dibuka dengan sambutan dari Wakil Ketua DPR RI, Taufik Kurniawan, Bupati Banjarnegara, Kementrian Pertanian dan Peternakan serta Gubernur Jawa Tengah.

Selanjutnya menaburkan *ulam sari tirta nyawiji* di Sungai Serayu dilanjutkan dengan Parak Iwak atau menangkap ikan tanpa menggunakan peralatan oleh wisatawan. Dalam kegiatan ini disediakan 3 ton bibit ikan nila yang sebagian diantaranya diberi pita sebagai penanda ikan yang ber-*doorprice*. Serta ditutup dengan makan bersama dengan sajian nasi bungkus yang disediakan dalam tenong (sejenis peralatan yang terbuat dari bambu berbentuk bulat) oleh masyarakat sekitar untuk para wisatawan.

e. Banjarnegara Bershalawat

Banjarnegara Bershalawat menjadi kegiatan penutup Festival Serayu Banjarnegara 2015, kegiatan ini sebagai rasa syukur kepada sang Pencipta atas kemakmuran dan kesejahteraan yang telah diperoleh oleh masyarakat Banjarnegara. Kegiatan ini dipimpin oleh Syech Habib Abdul Khadir Assegaf.

Gambar 3.16

Banjarnegara Bershalawat



(sumber : www.banjarnegarakab.go.id)

Selain itu, *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 juga dimeriahkan oleh kegiatan pendukung lainnya, diantaranya yaitu Banjar Banjir Dawet, Jambore Akik Nusantara, Lomba Fotografi, Gelar Seni, Apresiasi dan Konvensi Pokdarwis Desa Wisata Jateng, Festival Desa Wisata, Mancing Nasional, dan kegiatan lainnya.

4. Evaluasi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung menyaksikan tradisi dan budaya melalui sebuah *event* yang diselenggarakan, selain itu juga diharapkan dapat berkunjung ke tempat wisata lain yang ada di Banjarnegara. Dengan dilakukannya evaluasi, baik Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara ataupun pemerintah daerah dapat melihat perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banjarnegara setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah wisatawan serta berbagai macam kekurangan ketika pelaksanaan kegiatan promosi dalam hal ini *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, sehingga dengan adanya evaluasi dapat untuk melihat efektivitas dari kegiatan promosi yang dilakukan.

Untuk melihat efektivitas kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dapat dilihat berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung di kegiatan yang telah diselenggarakan, dalam hal ini yaitu *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

B. Analisis Data

Melakukan kegiatan promosi untuk mempromosikan pariwisata Banjarnegara dengan menggunakan media elektronik maupun media konvensional dirasa tidak cukup. Penyelenggaraan sebuah *event* dapat dijadikan sebagai salah satu alat yang menarik untuk mempromosikan pariwisata yang ada, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Banjarnegara.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti paparkan pada sub-bab sebelumnya dapat dilihat bahwa dalam melakukan kegiatan promosi, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menerapkan langkah-langkah strategi promosi melalui sebuah *event*. Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan untuk berkunjung ke

Kabupaten Banjarnegara, sehingga dengan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung akan berpengaruh pada meningkatnya pendapatan daerah.

Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Banjarnegara, strategi promosi yang tepat perlu dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara. Pada sub-bab sebelumnya peneliti memaparkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara telah melakukan tahap perencanaan sebelum melakukan kegiatan promosi. Terbukti pada tahun 2015, data yang telah diperoleh peneliti menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Banjarnegara mengalami peningkatan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan tahun 2014.

Event Festival Serayu Banjarnegara 2015 dirancang sedemikian rupa dan semenarik mungkin, dalam penyelenggaraannya tidak hanya sekedar kegiatan Parak Iwak namun juga ada Banjar Banjir Dawet, Banjarnegara Bersholawat, Parade Budaya, Gelar Seni untuk memperkenalkan kesenian unggulan daerah Banjarnegara berupa kesenian tradisional, seni kontemporer dan kesenian modern, serta kegiatan pendukung lainnya. Selain bertujuan untuk mempromosikan pariwisata yang ada di Banjarnegara, *event Festival Serayu Banjarnegara 2015* juga bertujuan untuk mengajak masyarakat agar tetap melestarikan dan merawat sungai. Berbeda dari tahun sebelumnya, *event Festival Serayu Banjarnegara 2015* ini menyajikan hal berbeda yaitu dengan hadirnya Kongres Sungai Indonesia

(KSI) 2015 yang baru pertama kali dilaksanakan di Indonesia dan dibuka langsung oleh Puan Maharani. Penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 memiliki keunikan atau ciri khas yang membuatnya menjadi pembeda dengan *event* pariwisata yang lainnya. Melalui *event* ini, masyarakat diajak untuk selalu ingat merawat dan melestarikan sungai, serta bersyukur atas apa yang telah diperoleh dari keberadaan sungai tersebut.

1. Strategi Promosi

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk dapat memberikan informasi yang sifatnya dapat membujuk dan mempengaruhi konsumen agar mengenal produk yang ditawarkan dan tertarik untuk membeli produk tersebut. Dalam hal ini, konsumen yang dimaksud yaitu calon wisatawan dan produk yang ditawarkan yaitu *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Oleh karena itu, kegiatan promosi yang dilakukan untuk menyebarluaskan informasi terkait dengan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 kepada calon wisatawan agar mereka dapat mengetahui dan tertarik untuk mengikuti *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang hendak dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, maka diperlukan strategi.

Strategi promosi merupakan faktor penunjang keberhasilan kegiatan promosi yang hendak dicapai, karena saat ini banyak obyek wisata yang mulai dikembangkan dan dikelola serta dipromosikan demi menarik calon wisatawan.

Oleh karena itu guna mengimbangi hal tersebut dan dapat menarik minat wisatawan agar tetap meningkat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara perlu melakukan strategi untuk mendukung promosinya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, sebelum melakukan kegiatan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menyusun perencanaan untuk mengetahui langkah apa saja yang akan dilakukan selama kegiatan promosi. Menurut Swastha dan Irawan (1990:359) terdapat delapan tahapan yang dilakukan agar proses perencanaan promosi berjalan efektif dan efisien, yaitu menentukan tujuan, mengidentifikasi segmen pasar, menyusun anggaran, memilih pesan, menentukan bauran promosi, memilih media, mengukur efektifitas, serta mengendalikan dan memodifikasi kampanye promosi. Dari kedelapan tahapan tersebut, hanya enam diantaranya yang dilakukan dalam proses perencanaan promosi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Keenam langkah tersebut yaitu menentukan tujuan, mengidentifikasi segmen pasar, memilih berita/pesan, menyusun anggaran, memilih media, dan menentukan bauran promosi.

a. Tujuan Kegiatan Promosi

Dalam menyusun strategi promosi, tahap awal yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu menentukan tujuan promosi. Tujuan dilakukannya promosi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan

penyelenggaraan *event*, dengan adanya informasi tersebut diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat dan calon wisatawan sehingga dapat membujuk untuk dapat mengikuti *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 serta berkunjung ke obyek wisata yang ada di Banjarnegara. Menentukan tujuan kegiatan promosi sangat penting untuk dilakukan mengingat penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 ini yaitu untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Banjarnegara dan menjaga serta melestarikan tradisi, kebudayaan dan juga alam sekitar.

Tujuan yang telah ditetapkan tersebut sudah tepat karena penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dapat menjadi pembuktian bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara berharap agar tradisi, kebudayaan dan alam sekitar tetap dilestarikan, sehingga respon dari wisatawan dan masyarakat sekitar terhadap *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 ini sangat baik dan mendukung penyelenggaraan *event*.

b. Segmen Pasar

Menentukan target pasar merupakan hal yang penting untuk dilakukan dalam kegiatan promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, agar pihak Dinas mengetahui secara spesifik siapa yang akan menjadi target pasar dalam *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Dalam menentukan target audiens, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten

Banjarnegara tidak menentukan berdasarkan berdasarkan geografis, psikologis dan demografis. *Event Festival Serayu Banjarnegara 2015* menggunakan *undifferentiated marketing* atau *undifferentiated targeting strategy*, sehingga semua kalangan masyarakat dapat mengikuti *event Festival Serayu Banjarnegara 2015*. Dimana target audiens yang hendak dituju oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dan tim penyelenggara *event* yaitu seluruh masyarakat. Hal tersebut dilakukan karena Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara mempromosikan sebuah *event* yang memang dapat disaksikan oleh seluruh kalangan masyarakat tanpa terhalang oleh jenis kelamin, umur dan golongan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa tidak ada target audiens spesifik yang ingin dicapai oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

Namun, seharusnya dalam hal ini pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dapat memaparkan target audiens secara spesifik seperti menetapkan target wisatawan lokal, nusantara atau wisatawan mancanegara. Dalam hal ini, menurut peneliti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara perlu melakukan spesifikasi terhadap target audiens yang hendak dituju agar dapat menentukan target audiens mana yang hendak diprioritaskan, selain itu agar dapat melihat target audiens mana yang belum terjangkau.

c. Memilih Pesan

Memilih pesan yang hendak disampaikan sangatlah penting dan wajib untuk dilakukan, karena hal tersebut akan sangat berpengaruh pada keputusan yang diambil oleh calon wisatawan apakah tertarik atau tidak. Pemilihan pesan yang komunikatif untuk melakukan kegiatan promosi yang akan disampaikan hendaknya memperhatikan AIDA dan juga unsur 5W sehingga pesan yang tersebut dapat menarik minat wisatawan. Pesan yang hendak disampaikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara melalui *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yaitu sebuah ajakan kepada masyarakat dan para wisatawan untuk tetap merawat dan tetap melestarikan sungai, dimana sungai merupakan awal peradaban manusia. Dengan memanfaatkan sebuah *event*, diharapkan peslestarian tradisi, kebudayaan dan alam tetap terjaga.

Dalam memilih pesan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memperhatikan AIDA sehingga pesan yang disampaikan menarik minat wisatawan. Berdasarkan apa yang telah dilakukan oleh pihak Dinas, untuk dapat memberikan perhatian (*attention*) kepada masyarakat, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan berbagai macam kegiatan pendukung yang dikemas dalam satu wadah. Penggunaan kegiatan pendukung, penyelenggara juga mengajak untuk melestarikan kesenian tradisional dan kebudayaan yang ada. Selanjutnya

untuk dapat menarik (*interest*) minat masyarakat, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menyuguhkan 15.000 gelas dawet khas Banjarnegara untuk dibagikan secara gratis bagi pengunjung, selain itu juga masyarakat boleh membawa ikan hasil tangkapan mereka dengan jumlah yang tidak ditentukan. Kemudian untuk membangkitkan keinginan (*desire*) masyarakat, penyelenggara menggunakan Kongres Sungai Indonesia untuk memberitahu kepada masyarakat bahwa *event* ini selain sebagai bentuk rasa syukur juga sebagai ajakan untuk tetap peduli pada sungai. Dan untuk menghasilkan tindakan (*action*), Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara mencantumkan nomor yang bisa dihubungi oleh wisatawan jika ingin bertanya lebih jelas. Selain itu, wisatawan juga dapat membuka *website* dan media sosial.

d. Menyusun Anggaran

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu menentukan jumlah anggaran dana untuk melakukan kegiatan promosi. Pada tahap ini merupakan tahap yang penting untuk dilakukan, karena menentukan anggaran dana dapat berpengaruh pada setiap program yang dijalankan dan menentukan media apa yang hendak digunakan untuk melakukan kegiatan promosi. Apabila anggaran dana yang dimiliki tergolong besar maka dapat mempengaruhi efektifitas promosi.

Dalam menyusun anggaran dana, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan *affordable method* atau metode seadanya untuk menentukan anggaran promosi. Anggaran dana yang diperoleh untuk melakukan kegiatan promosi bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kabupaten Banjarnegara, dimana dana tersebut juga dikelola untuk kegiatan lainnya yang berkaitan dengan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Dalam hal ini, pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara tidak menyebutkan jumlah anggaran yang dimiliki untuk kegiatan promosi karena merupakan data pribadi dan tidak dapat disebar luaskan.

Karena keterbatasan anggaran dana untuk melakukan promosi, bidang Pemasaran dan Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menyesuaikan dengan dana yang ada namun promosi yang dilakukan tetap efektif. Sehingga memanfaatkan media promosi seperti media yang sudah bekerjasama dan dengan menggunakan media sosial serta internet.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dapat menggunakan sistem tender untuk pengelolaan *event* tersebut, karena dengan system tender memungkinkan peluang bagi pihak-pihak yang mempunyai kemampuan lebih dan dapat memberikan efisiensi pada sisi harga untuk melakukan kegiatan promosi, sehingga dapat membuat event Festival Serayu Banjarnegara menasional.

e. Media Mix

Selanjutnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menentukan media apa yang hendak digunakan untuk melakukan kegiatan promosi. Menentukan media yang digunakan menjadi hal yang penting karena berkaitan dengan anggaran yang dimiliki namun tetap harus menggunakan media yang efektif dan efisien. Sehingga dapat mencapai target dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengingat keterbatasan anggaran dana yang dimiliki, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memanfaatkan secara maksimal media apa saja yang mengeluarkan sedikit biaya namun tetap efektif. Berdasarkan data yang telah diperoleh peneliti, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam menentukan media sudah tepat, diantaranya yaitu media cetak (Suara Merdeka, Satelit Post, Wawasan), media elektronik (radio dan televisi lokal), media luar ruang (baliho dan poster), *website*, media sosial (*twitter*, *instagram*, *facebook*). Media-media tersebut merupakan media yang efektif untuk mempromosikan sebuah *event* dan tidak mengeluarkan biaya yang berlebih. Namun, informasi yang disampaikan melalui media di atas dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat dan menarik minat wisatawan.

f. Menentukan Bauran Promosi

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara hanya menggunakan beberapa macam

bauran promosi (*promotional mix*) diantaranya yaitu promosi penjualan, *word of mouth marketing*, periklanan, hubungan masyarakat dan publisitas, serta internet dan interaktif *marketing*. Pemanfaatan bauran promosi tersebut menjadikan promosi lebih menarik dan efektif, mengingat kegiatan promosi sangat diperlukan untuk mengenalkan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 agar lebih dikenal oleh masyarakat luas dan diharapkan mereka dapat terpengaruh oleh kegiatan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

2. Bauran Promosi

Dalam mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 diperlukan model komunikasi agar dapat menjangkau target audiens lebih luas, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung sesuai dengan target yang diharapkan. Hal tersebut tidak hanya berdampak baik bagi pariwisata di Banjarnegara, namun juga berdampak baik bagi perekonomian di Banjarnegara karena dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung dapat berdampak pada Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Seperti yang telah dipaparkan oleh peneliti pada sub-bab sebelumnya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menggunakan beberapa macam bauran promosi untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Berikut merupakan model komunikasi yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, yaitu :

a. Promosi Penjualan

Dengan melalui promosi penjualan diharapkan dapat menarik minat wisatawan baik yang sudah memiliki pengalaman sebelumnya mengikuti *event* Festival Serayu Banjarnegara maupun wisatawan baru agar dapat berkunjung ke Banjarnegara dan berpartisipasi dalam *event* tersebut. Pada tahun 2015, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara bekerjasama dengan pihak *travel agent* untuk dapat mengarahkan rombongan wisatawan berkunjung ke *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Kerjasama ini dilakukan pada awal tahun yaitu enam bulan sebelum diselenggarakannya *event* tersebut. Pada tahun 2015, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara bekerjasama dengan *travel agent* diantaranya yaitu CV.Permata Wisata, Banyu Wong Zhafir Tour and Adventure, Santika Wisata, Mustika Wisata Tour and Travel, Oriana Tour and Travel, BPW. Teratai Tour and Travel, BWP Vicho Tour and Travel, BWP Jivex Tour and Travel, CV Fortekindo Tour and Travel Organizer, serta Sapta Pesona Tour and Travel.

Dalam proses kerjasama ini, tidak berlaku potongan harga apapun bagi pihak *travel agent* yang membawa rombongan ke *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dikarenakan *event* tersebut tidak ada tiket tanda masuk dan tidak dikenai biaya sedikitpun. Sehingga, apabila pihak *travel agent* bersedia untuk membawa rombongannya, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Kabupaten Banjarnegara hanya menjamu pihak *travel agent*. Namun, menurut peneliti model komunikasi ini tidak efektif, karena hampir sebagian wisatawan yang hadir secara pribadi tanpa menggunakan *travel agent*.

b. *Word of Mouth Marketing*

Model komunikasi ini merupakan kegiatan promosi yang dilakukan baik dari pengunjung yang sudah pernah berkunjung pada tahun sebelumnya dan mempunyai pengalaman maupun dari pihak Dinas yang ada di Kabupaten Banjarnegara. Para pengunjung menceritakan pengalaman yang mereka rasakan pada tahun sebelumnya. *Word of Mouth* merupakan model komunikasi yang efisien dan efektif dikarenakan tidak menggunakan biaya sedikitpun serta disampaikan langsung oleh pihak ketiga yaitu oleh pengunjung. Model komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan, salah satu bentuk secara tulisan yaitu dengan unggahan status dari para pengunjung di media sosial. Selain itu, *review* dari blogs pengunjung juga dapat dijadikan sebagai *Word of Mouth marketing*.

c. Periklanan

Periklanan merupakan salah satu alat promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, agar dapat mempengaruhi dan membujuk wisatawan untuk mengikuti *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu

Widhy pada tanggal 20 April 2017, beliau menyampaikan bahwa enam bulan sebelum penyelenggaraan *event* bagian promosi sudah melakukan promosi agar dapat menarik minat calon wisatawan untuk berkunjung. Beberapa jenis media yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu media cetak (surat kabar, brosur, *booklet* dan *calendar of events*), media elektronik (radio dan televisi), media luar ruang (baliho, poster dan *sticker*).

1. Media Elektronik

1.1 Televisi

Seperti yang telah dipaparkan peneliti pada sub-bab sebelumnya bahwa Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam bekerjasama dengan televisi tidak dengan menampilkan iklan, namun pada hari H pelaksanaan *event* dua stasiun televisi datang ke lokasi penyelenggaraan untuk meliput berbagai macam kegiatan dan dijadikan sebagai bahan pemberitaan. Bentuk kerjasama yang dilakukan yaitu ketika *crew* televisi datang meliput, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara menjamu dan menyediakan akomodasi untuk *crew* televisi.

Analisa peneliti, hal tersebut cukup membantu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam melakukan publisitas *event* sehingga masyarakat luas dapat mengetahui dan mengenal *event* tersebut.

Dua media televisi yang meliput penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yaitu Metro TV dan Global TV. Terlebih media televisi merupakan media yang dapat memberikan efek dan mempengaruhi masyarakat luas yang menontonnya. Selain itu, dua stasiun televisi tersebut merupakan televisi nasional yang dapat disaksikan oleh seluruh masyarakat Indonesia. Setidaknya, melalui stasiun televisi tersebut dapat mengenalkan *event* yang dimiliki oleh Banjarnegara kepada masyarakat luas.

1.2 Radio

Melalui pemanfaatan radio, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara bekerjasama dengan tiga radio diantaranya yaitu Suara Banjarnegara, Pop FM dan RRI Purwokerto. Ketiga radio tersebut merupakan radio yang belum cukup luas jangkauannya sehingga belum dapat menjangkau pendengar yang lebih luas. Pendengar yang dapat dijangkau oleh ketiga radio tersebut hanya disekitar daerah Banjarnegara dan Purwokerto. Dalam bekerjasama dengan radio, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara mempersiapkan pembicara dan materi untuk menjadi narasumber dan melakukan siaran radio dengan topik siaran yaitu *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Selain menjadi narasumber untuk mengisi siaran radio, bentuk promosi yang

dilakukan melalui media radio yaitu dengan pemutaran *adlips* lima kali dalam satu hari.

Menurut analisis peneliti, bentuk promosi yang dilakukan melalui kerjasama dengan media radio oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara masih kurang efektif karena radius dari media radio yang digunakan masih termasuk dalam radius pendek dan belum dapat dijangkau oleh masyarakat yang lebih luas. Meski demikian, hal tersebut dapat menarik minat wisatawan di lingkup daerah Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen. Sehingga, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara tetap menggunakan media radio untuk mendukung kegiatan promosi demi meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.

2. Media Cetak

2.1 Surat Kabar

Surat kabar harian menjadi salah satu bentuk media cetak yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara 2015 untuk melakukan kegiatan promosi. Dengan melalui media cetak ini, bentuk kerjasama yang dilakukan yaitu pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara membuat materi untuk dapat diberikan kepada media cetak yang nantinya akan dijadikan

sebagai bahan berita dalam surat kabar tersebut. *Feedback* yang diberikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara bagi media cetak ini yaitu dengan berlangganan surat kabar tersebut beberapa eksemplar setiap harinya. Beberapa surat kabar harian yang menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara diantaranya yaitu Satelit Post, Wawasan dan Suara Merdeka. Dalam satu bulan, setiap surat kabar harian memuat berita terkait dengan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 sebanyak empat kali.

Alasan pemanfaatan surat kabar harian yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara untuk mempromosikan penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dinilai cara yang efektif dan efisien dari segi biaya, mengingat surat kabar merupakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi yang paling dekat dengan masyarakat. Selain itu, pesan yang disampaikan melalui surat kabar lebih cepat dan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Sehingga masyarakat juga dimudahkan untuk mendapatkan informasi terkait dengan *event* tersebut.

2.2 Brosur

Brosur yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara untuk mendukung kegiatan promosi yaitu berisikan tentang informasi terkait dengan *event* Festival Serayu

Banjarnegara 2015 yang didesain dengan menarik dengan tetap menonjolkan maskot Bima yang merupakan maskot *event* tersebut. Perpaduan warna yang digunakan dalam desain brosur tersebut pun menarik dan mudah untuk dibaca. Proses penyebaran brosur tersebut disebarluaskan di berbagai kantor SKPD di Banjarnegara, *travel agent*, rumah makan dan hotel. Enam bulan sebelum pelaksanaan *event*, brosur tersebut sudah diproduksi dan dapat disebarluaskan.

Analisis peneliti, dalam melakukan kegiatan promosi pemanfaatan brosur sangat berperan penting karena dapat menjangkau banyak masyarakat, selain itu informasi yang terdapat di dalam brosur pun lengkap sehingga memudahkan calon wisatawan untuk datang berkunjung. Brosur yang disebarluaskan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sudah sesuai dengan syarat sebuah pesan karena menggunakan metode AIDA yang sering digunakan dalam melakukan kegiatan promosi. Namun, langkah lebih baiknya apabila penyebaran brosur dilakukan lebih luas sehingga dapat menjangkau target audiens yang lebih luas.

3.3 Booklet

Booklet juga menjadi bagian yang dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, dimana didalamnya terdapat informasi yang sangat lengkap yang berkaitan dengan Banjarnegara.

Mulai dari informasi wisata, *event*, kesenian dan tradisi, kuliner dan makanan khas Banjarnegara, akomodasi hotel, sarana, serta aneka souvenir khas Banjarnegara. Informasi yang disuguhkan tidak hanya sekedar tulisan, namun juga dilengkapi dengan galeri foto yang dapat menambah daya tarik dan menimbulkan rasa ingin tahu bagi calon wisatawan untuk datang berkunjung ke Banjarnegara. Media ini menjadi media yang cukup efektif karena dapat menarik minat wisatawan, namun juga mempermudah mereka ketika mencari informasi yang terkait.

3.3 Calendar of Events

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga memanfaatkan *calendar of events*, dalam *calendar of events* berisi tentang berbagai macam *event* yang diselenggarakan di Banjarnegara, salah satunya yaitu Festival Serayu Banjarnegara 2015. Didalamnya dipaparkan mengenai deskripsi singkat *event*, waktu pelaksanaan, dan *contact person* yang dapat dihubungi apabila ada wisatawan yang ingin mengetahui lebih jelas terkait dengan *event* tersebut. *Calendar of events* ini bisa didapatkan wisatawan melalui *website* resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara atau dapat juga didapatkan secara langsung di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

Menurut analisis peneliti, pemanfaatan *calendar of events* hampir sama dengan pemanfaatan *booklet* hanya saja dalam *calendar of events* informasi yang dimuat lebih dipadatkan dan tidak terlalu mendetail. Namun, *calendar of events* ini cukup efektif, karena dengan adanya *calendar of events* dapat mempermudah calon wisatawan untuk mengetahui lebih jelas terkait dengan berbagai macam *event* yang diselenggarakan di Banjarnegara.

3. Media Luar Ruang

3.1 Baliho

Baliho merupakan media yang paling sering digunakan untuk melakukan kegiatan promosi, termasuk yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Baliho ini dipasang di beberapa titik di pinggir jalan raya yang memang dianggap strategis sehingga banyak orang yang berlalu lalang melewati jalan tersebut dapat melihat iklan yang dipasang tersebut. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memasang baliho *event* tersebut di delapan titik strategis, satu terletak di depan SMA 1 Bawang, satu di alun-alun kota Banjarnegara, satu di dekat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, empat baliho dipasang di setiap

perbatasan kabupaten, serta satu baliho milik provinsi Jawa Tengah yang terletak di perbatasan Jawa Tengah dengan Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian, pemasangan baliho yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sudah efektif, karena terletak di titik strategis yang dilintasi oleh banyak orang dan masyarakat luas. Terlebih, didukung dengan pemasangan baliho di perbatasan provinsi sehingga dapat menarik minat wisatawan dari luar provinsi. Selain itu, baliho yang dipasang bersifat informatif dimana semua informasi yang dicantumkan pada baliho diterangkan dengan jelas seperti tempat penyelenggaraan, waktu, dan kegiatan apa saja yang diselenggarakan.

3.2 Poster

Poster yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara tidak jauh berbeda dengan desain pembuatan baliho, bahkan hampir tidak ada yang berbeda antara poster dan baliho. Sama halnya dengan baliho, poster juga sudah dapat diedarkan enam bulan sebelum penyelenggaraan *event* dilaksanakan. Penyebaran poster dilakukan diberbagai ruang publik yang ramai dengan pengunjung, seperti ditempel pada papan informasi yang ada di sekolah, di setiap kantor SKPD di Banjarnegara. Menurut analisa peneliti berdasarkan data

yang telah diperoleh, desain yang digunakan sangat menarik dengan warna dasar merah dan tetap menonjolkan maskot *event* Festival Serayu Banjarnegara dan dilengkapi dengan informasi penyelenggaraan *event* tersebut. Poster ini menjadi media promosi yang efektif karena dapat dijumpai di ruang-ruang publik di Banjarnegara. Dengan desain yang menarik tersebut, menjadikan daya tarik bagi masyarakat yang melihatnya.

d. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Hubungan masyarakat dan publisitas merupakan hal yang juga perlu dilakukan, dimana seperti yang kita ketahui fungsi dari hubungan masyarakat yaitu untuk menciptakan citra positif. Selain itu, juga untuk menjalin hubungan baik dengan media agar media juga memberikan timbal balik yang positif dengan harapan dapat meliput penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara mengadakan *press conference* dengan beberapa awak media yang diselenggarakan di Pikas Banjarnegara dengan pembicara Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo. Tujuan diselenggarakannya *press conference* tersebut yaitu untuk mensosialisasikan terkait dengan penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 kepada media agar media lebih mengetahui *event* tersebut. Dalam acara ini, pembicara juga menjelaskan mengenai rangkaian kegiatan yang akan dilakukan selama *event* Festival

Serayu Banjarnegara 2015 berlangsung. Selain mengadakan *press conference*, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga membuat *press release* yang berisikan tentang penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 untuk diberikan kepada pihak media.

Terdapat empat tujuan dari hubungan masyarakat yaitu pantas diberitakan, rangsangan bagi wiraniaga dan penyalur, kebutuhan kredibilitas dan anggaran kecil. Dari ke empat tujuan tersebut, tiga diantaranya merupakan tujuan promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara, yaitu pantas diberitakan dengan memaparkan rangkaian *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 saat berlangsungnya *press conference*, agar dapat menarik minat media untuk menginformasikan terkait *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Kedua yaitu kebutuhan kredibilitas, diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 melalui konten yang dibuat oleh media. Serta tujuan yang terakhir yaitu mengingat anggaran dana yang dimiliki kecil sehingga model komunikasi ini membantu bidang Pemasaran dan Promosi dalam berpromosi.

Berdasarkan data tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sudah melakukan kegiatan promosi melalui hubungan masyarakat dan publisitas dengan baik dan efektif. Dimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara terbukti dapat menjalin hubungan

yang baik dengan awak media. Hal seperti ini diharapkan dapat tetap dilakukan untuk *event* Festival Serayu Banjarnegara di tahun berikutnya.

e. Internet & Interaktif Marketing

1. Internet Marketing

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat membuat persebaran informasi menjadi semakin mudah untuk diakses. Oleh karena itu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 memanfaatkan keberadaan internet untuk dapat menjangkau target audiens. Salah satunya yaitu dengan menggunakan *website* untuk menyampaikan informasi kepada calon wisatawan. *Website* di desain dengan semenarik mungkin agar dapat menarik minat *netizen*. Perpaduan warna dan *font* yang digunakan sangat sesuai, sehingga mempermudah *netizen* saat membaca informasi. Informasi yang dicantumkan dalam *website* pun lengkap seperti informasi penyelenggara, *event* Festival Serayu Banjarnegara untuk semua kalangan masyarakat, lokasi yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan, sub *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, jadwal kegiatan, galeri foto kegiatan saat *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Pemanfaatan *website* untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 merupakan pilihan yang baik, dikarenakan di era modern seperti saat ini masyarakat mencari dan mendapatkan informasi dari *website* yang dapat dipertanggungjawabkan

kebenarannya. Dengan adanya *website* dapat mempermudah calon wisatawan untuk mencari informasi terkait dengan *event* tersebut.

Namun, untuk *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 *website* yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara belum efektif dikarenakan tidak ada *website* khusus untuk *event* tersebut. Sehingga calon wisatawan mencari informasi *event* melalui *website* resmi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara.

Selain menggunakan *website*, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara juga menggunakan *internet marketing* yaitu dengan melalui media *online* dari beberapa surat kabar yang sudah memiliki portal *online*. Media *online* tersebut yaitu detik.com, tempo.com, kompas.com, antaranews.com, suaramerdeka.com, satelitnews.co. Media *online* tersebut tidak hanya berperan untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, namun juga mempublikasikan *event* tersebut. Seperti yang terlihat pada gambar 3.10, tempo.co mempublikasikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

2. Interaktif Marketing

Seiring dengan teknologi yang berkembang semakin pesat memunculkan media promosi kian bertambah, salah satunya yaitu dengan adanya media sosial. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memanfaatkan media sosial untuk membagikan informasi terkait dengan

penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yang berupa gambar dan teks. Selain pengeluaran biaya yang tidak banyak, memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 juga karena media ini dapat langsung berinteraksi dengan wisatawan.

Menurut Genelius (2011:15) ada lima fungsi dari media sosial untuk mempermudah kegiatan promosi, diantaranya yaitu membangun hubungan, membangun merek, publisitas, promosi dan riset pasar. Dari kelima fungsi media sosial, tiga diantaranya menjadi tujuan dari penggunaan media sosial bagi *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Ketiga fungsi tersebut yaitu membangun merek, publisitas dan promosi.

Selain itu, menurut Kotler dan Keller (2012:568) media sosial terbagi menjadi tiga *platform* utama yaitu *online communities and forums*, *blogs*, dan *social networks*. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara lebih mengutamakan *social networks*, *social networks* yang digunakan untuk mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 yaitu melalui *instagram*, *facebook* dan *twitter*.

Menggunakan media sosial *facebook* memudahkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, karena melalui *facebook* dapat menyampaikan

informasi dalam satu kali posting. Berbeda dengan *facebook*, memanfaatkan media sosial *twitter* membutuhkan kreatifitas dalam menulis, karena dibatasi oleh jumlah karakter sehingga dalam menyampaikan informasi terkait dengan penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 tidak cukup hanya dalam satu kali posting. Media sosial yang menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara yaitu @TIC_Jateng, @Kemenpar_RI, @JavaPromo, @Budaya_Banjar, @ksi2015. Media sosial tersebut selalu memberikan informasi terbaru terkait dengan penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

Menurut peneliti, pemilihan dan pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk melakukan kegiatan promosi sudah tepat dan efektif, dimana sebagian wisatawan kini banyak menggunakan media sosial untuk mencari informasi. Dengan memanfaatkan media sosial untuk promosi yang didominasi untuk memperlihatkan foto kegiatan dan tempat wisata akan mempermudah calon wisatawan untuk mencari informasi dan lebih tertarik karena sudah melihat foto yang telah diunggah.

Berdasarkan hasil kajian peneliti, media promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dalam mempromosikan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 tidak jauh berbeda dengan *event* lainnya. Memiliki target audiens yaitu semua kalangan masyarakat tanpa ada segmentasi berdasarkan geografis, demografis dan

psikologis. Akan lebih baik apabila kegiatan promosi yang dilakukan tidak hanya berada di Jawa Tengah saja, sehingga dapat mendatangkan wisatawan yang lebih banyak. Mengingat keterbatasan anggaran yang dimiliki, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara memanfaatkan media *online*, media *internet* dan media sosial untuk dapat menjangkau target audiens yang lebih luas.

3. Pelaksanaan *Event* Festival Serayu Banjarnegara 2015

Pada tahap pelaksanaan merupakan implementasi dari perencanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, dimana setiap komponen yang telah disusun dan direncanakan mulai diimplementasikan oleh tim penyelenggara. Dalam pelaksanaannya setiap *event* akan melibatkan banyak pihak untuk mensukseskan *event* tersebut, oleh sebab itu diperlukan koordinasi yang baik. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sebagai ketua pelaksana memiliki tanggung jawab terhadap pelaksanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 dan bertugas untuk mengatur tim.

Menurut Goldbatt dalam Pudjiastuti (2010:97) untuk dapat berkoordinasi dengan baik ada tiga hal yang perlu diperhatikan yaitu tanggung jawab, disiplin dan dukungan pimpinan. Dari ketiga hal tersebut, *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 sudah melakukannya. Penyelenggara membentuk struktur kepanitiaan untuk pembagian kerja, Ganjar Pranowo yang merupakan Gubernur

Jawa Tengah berperan sebagai penasehat *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Koordinasi yang dilakukan tidak hanya dengan tim penyelenggara, namun juga dengan pihak-pihak yang ikut mendukung berlangsungnya *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015. Seperti dengan berbagai SKPD yang ikut berpartisipasi dan juga dengan Kapolres Banjarnegara, Dandim 0704 Banjarnegara, Kasatpol PP Kabupaten Banjarnegara, ORARI Banjarnegara dan RAPI Banjarnegara untuk mengamankan acara tersebut. Selain itu, terdapat beberapa bidang yang bertugas untuk membantu menyusun perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi penyelenggaraan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

Menjelang hari H pelaksanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, telah diadakan rapat untuk melakukan pembahasan dan persiapan *event* di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dengan dihadiri oleh perwakilan setiap SKPD, Kapolres Banjarnegara, Dandim 0704 Banjarnegara, Kasatpol PP Kabupaten Banjarnegara, ORARI Banjarnegara dan RAPI Banjarnegara serta tim penyelenggara. Tujuannya yaitu untuk memberikan penjelasan dan informasi terbaru terkait dengan pembagian kerja kepada masing-masing pihak selama *event* Festival Serayu Banjarnegara berlangsung.

Pada tahap pelaksanaan, semua perencanaan yang telah disusun mulai dilakukan, oleh karena itu meneliti kembali segala persiapan dan perencanaan merupakan hal yang penting. Sejalan dengan hal tersebut, menurut Pudjiastuti (2010:88) menyatakan bahwa gladi bersih merupakan kegiatan untuk mengecek

apakah setiap komponen telah siap. Hal tersebut sesuai dengan yang telah dilakukan pada pelaksanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, H-1 menjelang *event* berlangsung diadakan gladi bersih bagi hampir setiap semua kegiatan. Dengan tujuan agar semua kegiatan dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan.

Dalam pelaksanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015, Sekda Kabupaten Banjarnegara yang bertanggungjawab terhadap penyelenggaraan *event* dan tim penyelenggara yang terdiri dari berbagai bidang dengan perannya masing-masing dalam *event* tersebut. Hal tersebut sesuai dengan yang disampaikan oleh Cravens (1998:77) bahwa pelaksanaan yang baik memperhatikan *event* yang akan diselenggarakan seperti siapa yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan, waktu pelaksanaan, siapa yang berperan dalam *event* dan bagaimana pelaksanaan akan tercapai.

4. Evaluasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, kunjungan wisatawan ke obyek wisata yang ada di Kabupaten Banjarnegara dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Namun belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan yang menginap, hal tersebut dikarenakan beberapa hal diantaranya :

- a. Jumlah hotel dan penginapan yang ada di Kabupaten Banjarnegara masih sangat terbatas yaitu berjumlah 7 hotel, 6 diantaranya merupakan hotel melati dan satu diantaranya merupakan hotel berbintang tiga.
- b. Model wisata yang dilakukan oleh wisatawan cenderung wisata sambil berbelanja, sementara di Banjarnegara belum terdapat pusat oleh-oleh baik berupa makanan ataupun kerajinan khas dari Banjarnegara yang terpusat di satu titik agar mempermudah wisatawan ketika belanja.

Evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara masih secara umum, Ibu Widhy selaku seksi promosi dan pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara hanya menjelaskan *event Festival Serayu Banjarnegara 2015* sangat menarik dan dipadati oleh ribuan pengunjung dan dapat dikatakan berhasil mencapai target sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Allen (2010:492) menyatakan bahwa penilaian terhadap efektifitas program, implementasi perencanaan sampai tercapai atau tidaknya tujuan *event*, ditentukan dari penilaian hasil evaluasi. Evaluasi terbagi menjadi tiga jenis yaitu *pre-event evaluation*, *the monitoring and control process* dan *post event evaluation*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, evaluasi yang dilakukan masih belum efektif karena dari ketiga jenis evaluasi tersebut, hanya satu yang dilakukan oleh tim penyelenggara yaitu *post event evaluation*. Evaluasi ini dilakukan dengan seluruh tim penyelenggara setelah *event* tersebut selesai

diselenggarakan. Dari evaluasi yang dilakukan nantinya akan disusun laporan semua kegiatan yang berlangsung saat *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015 untuk diberikan kepada Pemkab Banjarnegara dan dijadikan sebagai arsip bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara sehingga dapat meningkatkan *event* Festival Serayu Banjarnegara yang akan datang. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kesuksesan penyelenggaraan *event*, selain itu juga untuk mengetahui faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan *event* Festival Serayu Banjarnegara 2015.

Diharapkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara dapat mengevaluasi setiap kegiatan yang dilaksanakan di Festival Serayu Banjarnegara 2015 sehingga nantinya akan dapat diketahui secara detail hasil dari promosi yang telah dilakukan serta dapat mengetahui kekurangan apa saja yang terdapat dalam kegiatan promosi agar dapat diperbaiki untuk *event* Festival Serayu Banjarnegara di tahun selanjutnya.