



**PELAKSANAAN PROMOSI BANYUWANGI FESTIVAL SEBAGAI
DAYA TARIK WISATAWAN DI KABUPATEN BANYUWANGI**

*Implementation Of Banyuwangi Festival Promotion As A Tourist Attraction in
Banyuwangi District*

TUGAS AKHIR

Oleh

**FERRY KURNIAWAN
NIM 140903102054**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**PELAKSANAAN PROMOSI BANYUWANGI FESTIVAL
SEBAGAI DAYA TARIK WISATAWAN DI KABUPATEN
BANYUWANGI**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh
FERRY KURNIAWAN
NIM 140903102054

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

PERSEMBAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda Eko Susanto dan Ibunda Priyati Rahayu yang selalu mendoakan dan selalu mendukung;
2. Keluarga serta kerabat yang ikut serta memberi motivasi dan doa agar cepat tercapai penyelesaian Karya Tulis Akhir;
3. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Suhartono, M.P Selaku Dosen Pembimbing Laporan Praktek Kerja Nyata;
5. Ketua Prodi D III Usaha Perjalanan Wisata Dra. Sri Wahjuni, M.Si ;
6. Dosen D III Usaha Perjalanan Wisata dan segenap Dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan di D III Usaha Perjalanan Wisata;
7. Almamater tercinta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
8. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan Praktek Kerja Nyata;
9. Devi Rachmaniar (Mahasiswa Unej), Ferry Faristawan (Mahasiswa Unej)
10. Teman-teman D III Usaha Perjalanan Wisata 2014 dan 2015.

MOTTO

Kepuasan itu terletak pada usaha, bukan pada pencapaian hasil. Berusaha keras adalah kemenangan yang besar.

(Mahatma Gandhi)

Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

(Terjemahan Surat *Asy-Syarh* ayat 7)

Aku tidak pernah melakukan sesuatu karena tidak sengaja, atau melakukan sesuatu karena kebetulan. Mereka datang dari kerja keras

(Thomas Alva Edison)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ferry Kurniawan

NIM : 140903102054

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul “Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival Sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri berdasarkan praktek kerja nyata, kecuali kutipan yang sudah disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 November 2018

Yang Menyatakan,

Ferry Kurniawan

NIM 140903102054

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Telah disetujui Laporan Tugas Akhir Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Nama : FERRY KURNIAWAN

NIM : 140903102054

Jurusan : ILMU ADMINISTRASI

Program Studi : DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA

Judul

**“PELAKSANAAN PROMOSI BANYUWANGI FESTIVAL SEBAGAI
DAYA TARIK WISATAWAN DI KABUPATEN BANYUWANGI”**

Jember, 12 November 2018

Menyetujui

Dosen Pembimbing

Drs. Suhartono, M.P.

NIP. 196002141988031002

PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata berjudul: “Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival Sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi”

Telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : November 2018

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Boedijono, M.Si
NIP. 196103311989021001

Sekretaris,

Anggota,

Drs. Suhartono, M.P.
NIP. 196002141988031002

Drs. Juhanda, M.Par
NIP. 0505556/0715056406

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Jember

Dr. Ardiyanto, M.Si
NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival Sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi; Ferry Kurniawan, 140903102054 ; 2018 : halaman; Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Praktek Kerja Nyata dilaksanakan pada tanggal 02 Januari 2018 sampai tanggal 14 Mei 2018. Tujuan pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Banyuwangi adalah untuk mengetahui model pelaksanaan promosi di bidang pemasaran pariwisata dan untuk dapat melatih serta menerapkan kerja penulis.

Peranan sektor pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara memegang peranan kunci. Indonesia dengan keberagaman budaya merupakan destinasi yang menarik bagi wisatawan sebagai alternatif kunjungan wisata. Wisatawan yang datang berkunjung di indonesia merupakan salah satu sumber devisa negara yang dapat meningkatkan pendapatan negara dan menambah pendapatan masyarakat di obyek wisata. Kabupaten Banyuwangi dikenal sebagai destinasi wisata yang kaya akan produk budaya dan tapak wisata alam. Dalam hal ini peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi menjadikan salah satu daerahnya sebagai destinasi wisata utama di Jawa Timur.

Disbudpar Kabupaten Banyuwangi optimis dengan upaya pengembangan dan upaya dalam meningkatkan jumlah kumjungan wisatawan melalui promosi (*promotion mix*) Promosi merupakan salah satu variabel penting didalam Bauran Pemasaran (*Markrting mix*). Ketujuh *Marketing Mix* tersebut adalah: promosi (*promotion mix*) terdiri dari periklanan (*advertising*), promosi (*promotion*), harga (*price*), produk (*product*), tempat (*place*), manusia (*people*), proses (*process*) dan bentuk fisik (*physical evidence*). Promosi secara besar-besaran dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke tapak wisata di Kabupaten Banyuwangi.

Kabupaten Banyuwangi secara geografis terletak di ujung timur Pulau Jawa, berdekatan dengan daerah tujuan wisata Bali dan merupakan pintu gerbang masuknya wisatawan ke Pulau Bali dari arah barat. Banyuwangi mempunyai kekayaan hayati dan non hayati serta sumber daya alam potensial yang merupakan modal untuk dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan asli daerah.

Kabupaten Banyuwangi telah meraih penghargaan dari Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) dalam ajang 12th UNWTO Awards Forum di Madrid Spanyol, Sejak menerima penghargaan tersebut Pemerintah Kabupaten Banyuwangi berupaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dengan cara membangun sarana dan prasarana maupun sumber daya manusia pariwisata. Berkaitan hal ini Disbudpar Kabupaten Banyuwangi menjadi ujung tombak dalam pelaksanaan program pengembangan sektor pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan.

Dalam pelaksanaan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi memiliki beberapa objek wisata budaya, wisata alam maupun wisata buatan dan Disbudpar Banyuwangi juga memiliki program event-event yang selalu di lakukan setiap tahunnya. Ada beberapa jenis promosi yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus memaksimalkan potensi daerah yaitu:

1. Periklanan (*advertising*) Majalah, *Booklet*, *Paper Bag*, Buku Kesenian,
2. (Brosur) Media ini di implementasikan dengan cara memberikan kepada setiap tamu atau wisatawan yang datang ke Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi yang membutuhkan informasi mengenai pariwisata Banyuwangi.
3. *Inflight magazine* atau majalah penerbangan : majalah ini dibuat khusus untuk para wisatawan baik nusantara maupun mancanegara yang menggunakan jasa layanan penerbangan Garuda Indonesia dan Lion Air yang melayani rute penerbangan dari Surabaya – Banyuwangi – Surabaya.

4. Majalah : majalah ini berjudul Exploring Banyuwangi yang memuat beberapa objek wisata unggulan yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi dilengkapi dengan deskripsi mengenai masing-masing objek wisata dengan dua bahasa yaitu Bahasa Indonesia yang merupakan Bahasa Nasional dan Bahasa Inggris yang merupakan Bahasa Internasional.
5. Maps : maps Banyuwangi merupakan media promosi cetak yang paling lengkap. Maps ini memuat tentang semua objek wisata Banyuwangi, peta objek wisata, hotel, restoran, *tour and trave*, transportasi, pusat oleh-oleh dan lain sebagainya.
6. Calendar event : hal yang termuat dalam calender event adalah semua event dari kebudayaan, kuliner, upacara adat yang ada di Banyuwangi seperti Festival Gandrung Sewu, Seblang, Kebo-keboan dan masih banyak yang lainnya. Cara penerapannya yaitu sama dengan majalah yang diberikan khusus untuk tamu penting.
7. Cd : cd tersebut berisi tentang video tentang beberapa objek wisata Banyuwangi dan festifal-festival unggulan yang diselenggarakan setiap tahunnya. Cara menerapkannya media ini yaitu sama halnya dengan majalah dan calender event.
8. Banyuwangi festival (B-Fest) : Banyuwangi festival merupakan kegiatan penyelenggaraan rangkaian event selama satu tahun yang sudah terjadwal secara tetap. Banyuwangi festival rentan waktu penyelenggaraan dalam satu tahun yang jadwalnya telah ditetapkan pada awal-awal tahun.
9. *Paper Bag* atau tas kertas: media ini berupa tas yang di desain semenarik mungkin. Dalam tas tersebut bergambar beberapa objek wisata Banyuwangi.
10. Aplikasi berbasis android : dalam beberapa kurun waktu terakhir Banyuwangi meluncurkan aplikasi berbasis android yang dapat diakses oleh semua pengguna android. Aplikasi tersebut yaitu "*Banyuwangi Tourism*".
11. Pemanfaatan media luar dengan program pemasangan baliho, spanduk, poster dan *billboard* berisikan tentang jadwal-jadwal setiap event yang diselenggarakan sejak awal tahun hingga akhir tahun.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktek kerjanya yang berjudul “Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival Sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi”. Laporan Praktek Kerja Nyata ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III (D3) pada Jurusan Ilmu Administrasi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

1. Dr. Ardiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
2. Ahmad Toha M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si.,selaku Ketua Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata dan Dosen Pembimbing
4. Drs. Suhartono, M.P. selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Margaretta Andini,S.Si.,M.Si selaku Dosen Supervisor.
6. Para Dosen DIII Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
7. M.Y. Bramuda,S.Sos, MBA, MM, selaku Pelaksana Tugas Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.
8. Teman-teman seperjuangan Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
9. Semua pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan Laporan Tugas Akhir ini. Akhirnya penulis berharap, semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat.

Jember, 12 November 2018

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata	7
1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata	8
1.4.1 Bagi Mahasiswa	
1.4.2 Bagi Universitas	
1.4.3 Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi	
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pariwisata	9
2.2 Daya Tarik Wisata	10
2.3 Wisatawan	11
2.4 Bauran Pemasaran	12
2.5 Komunikasi Pemasaran	13
2.6 Promosi	14

2.7 Strategi Promosi.....	16
2.8 Bauran Promosi	16
2.9 Festival	18
2.10 Penyelenggaraan atau Pelaksanaan	19
BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata	21
3.1.1 Lokasi Praktik Kerja Nyata	21
3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata	21
3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktik Kerja Nyata	21
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan	21
3.2.2 Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktik Kerja Nyata	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1 Jenis Data	30
3.3.2 Sumber Data	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
BAB 4. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN	32
4.1 Perkembangan Pariwisata Banyuwangi	32
4.2 Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival	34
4.2.1 Jenis Promosi	34
4.2.2 Promosi Penjualan	38
4.3 Faktor Pendukung dan Penghambat	41
4.3.1 Faktor Pendukung	41
4.3.2 Faktor Penghambat	42
BAB 5. PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Input Data Banyuwangi jalan-jalan	52
2. Banyuwangi Culture Everyday	53
3. Peninjauan lokasi Banyuwangi Ijen Race Photo Competition	54
4. Mencari peserta Pentas Gandrung	55
5. Pendataan Banyuwangi jalan-jalan	56
6. Pembuatan <i>Ittenarary</i>	57
7. Penyambutan Tamu Asing yang menjadi Peserta BEC	58
8. Rombongan Pemberangkatan Banyuwangi Jalan-Jalan	59
9. Festival Karya Tari	60
10. Penyambutan dan Pengarahan Kunjungan Museum Blambangan	61
11. Pelatihan BEC di Gedung Wanita	63
12. Banyuwangi Ijen <i>Race Photo Competition</i>	64
13. Komplain dari Website Banyuwangi jalan-jalan	65
14. Pembuatan <i>Ittenarary</i> Banyuwangi <i>Green and Recycle</i>	66

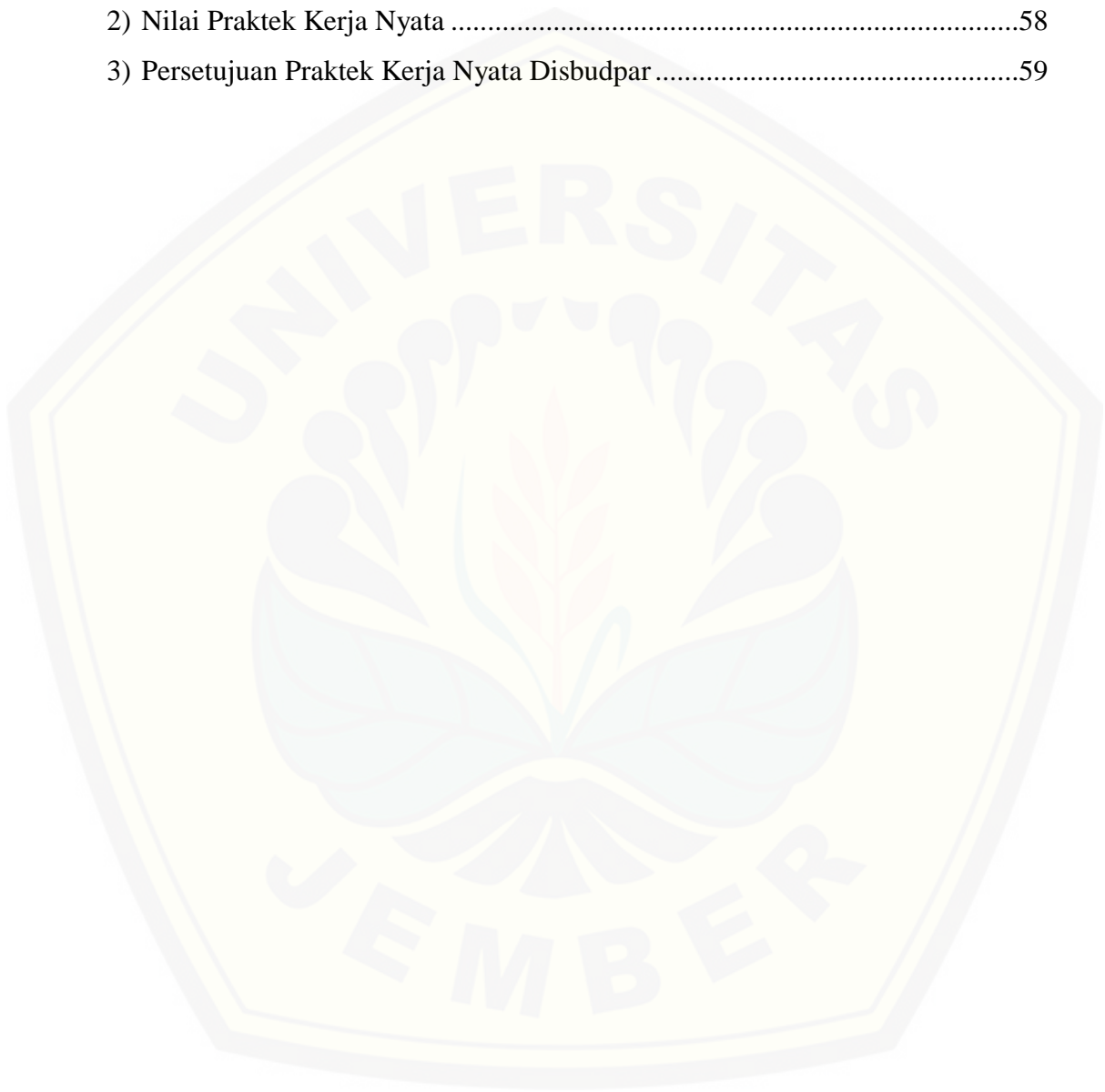
DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Tabel Kegiatan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi	16
3.2 Tabel <i>weekly activity</i> Praktek Kerja Nyata di Dispar Banyuwangi	17



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1) Sertifikat Praktek Kerja Nyata	57
2) Nilai Praktek Kerja Nyata	58
3) Persetujuan Praktek Kerja Nyata Disbudpar	59



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki berbagai macam destinasi pariwisata, dengan berbagai pilihan wisata mulai dari pariwisata bahari hingga pariwisata budaya Indonesia menjadi salah satu destinasi wisata mancanegara dengan suguhan berbagai eksotisme keindahan yang mempesona. Berbagai daya tarik wisata di Indonesia sudah dikembangkan secara luas mulai dari, objek wisata alam darat dan pegunungan, wisata sejarah serta wisata laut dengan berbagai keanekaragaman hayati yang ada di dalamnya. Pariwisata di Indonesia telah tumbuh dan berkembang menjadi lebih pesat, hal ini tidak lepas dari peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Penyelenggaraan pariwisata diarahkan untuk terwujudnya pendapatan ekonomi daerah yang menyeluruh, kesempatan berusaha, dan membuka lapangan kerja. Peran Industri Pariwisata dan Pemerintah mendorong sektor yang terkait agar berkembang, Pariwisata tidak hanya menjual pemandangan dan keindahan alam tetapi juga menjual citra, semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan kepada wisatawan maka semakin baik pula citra yang diberikan objek wisata tersebut. Keuntungan inilah yang membuat Indonesia berbenah untuk menarik sebanyak-banyaknya wisata mancanegara agar menaikkan devisa Negara.

Pariwisata merupakan bentuk potensi sumber daya yang dapat dikembangkan oleh setiap daerah. Pariwisata adalah jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menggiatkan sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi (Wahab dalam Yoeti, 1996 : 116). Bentuk pariwisata yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke daerah tersebut adalah dengan cara menyelenggarakan *event* di beberapa daerah yang tersebar di kota tersebut dan menambahkan beberapa *takeline* sebagai *brand image* atas daerah tersebut.

Indonesia memiliki kota yang berpotensi menjadi destinasi wisata dan memiliki keunikan dalam menarik para wisatawan diantaranya adalah Kabupaten Banyuwangi, bukan hanya potensi alamnya saja yang diunggulkan oleh Kabupaten Banyuwangi tetapi Banyuwangi juga mengenalkan produk serta destinasi Kota Banyuwangi dengan cara menyelenggarakan *event-event* yang digelar di beberapa daerah atau objek yang tersebar di Banyuwangi. Bupati Banyuwangi menyediakan wadah untuk semua potensi-potensi yang berada di wilayah Banyuwangi seperti upacara adat, bersih desa, upacara pernikahan, dan lain-lain untuk dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. *Event-event* tersebut menyuguhkan berbagai informasi tempat wisata mulai dari wisata alam, wisata kuliner, wisata sejarah dan budaya kearifan lokal yang sangat dikagumi wisatawan yang telah berkunjung melalui berbagai media pada saat *event* tersebut berlangsung.

Kabupaten Banyuwangi mulai menyelenggarakan *event* pertama kali pada tahun 2012 dengan jumlah sebanyak 10 *event*. Pada tahun tersebut Banyuwangi mulai memperbaiki seluruh kegiatan pariwisatanya mulai dari akses menuju tempat wisata, penginapan, tempat makan, hingga tempat belanja.



Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

Tahun	Rencana event	Jumlah Event	Terlaksana
2016	55	55	53
2017	53	72	72
2018	96	77	s/d mei 27

Tahun	Tanggal Event	Jenis Event
2016	1. 18-19 November	1. Forum Kesenian Kawasan Selatan dan Lomba Kompetensi Siswa
2017	1. 15 September 2. 12-13 Mei 3. 26-30 April 4. 19-22 Juli 5. 4 Februari 6. 25 Maret 7. 29 Juli 8. 14 Oktober 9. 26 Juli 10. 4-5 Agustus 11. 26 Juni 12. 30 Juni 13. 24 Agustus 14. 14 September 15. 23 Juli 16. 22-23 April 17. 12 April 18. 18 Oktober	1. Banyuwangi <i>Sail Yacht</i> 2. Festival Bambu 3. Festival Sastra 4. Festival Teknologi Inovatif 5. Indonesia <i>Fashion Week</i> 6. <i>Green and Recycle Fashion Week</i> 7. Banyuwangi Batik Festival 8. Banyuwangi <i>Fashion Festival</i> 9. Festival Video Kreatif 10. Festival Dandang Sewu 11. Barong Ider Bumi 12. Seblang 13. Tumpeng Sewu 14. Kebo-keboan 15. Banyuwangi <i>International Ijen Green Run</i> 16. Banyuwangi <i>International BMX</i> 17.) <i>Kite and Surfing Competition</i> , Banyuwangi Kuliner Pecel Pithik 18. Banyuwangi Festival Kopi
2018	1. 13-14 Maret 2. 1 April	1. Pekan Seni Pelajar 2. Festiva Gotada/Gowes

2018	3. 1-30 April	Tapal Kuda
	4. 21 April	3. Banyuwangi <i>Goes to Entrepreneur</i>
	5. 24 Juli	4. Festival Musik Raung
	6. 18-19 Agustus	5. Festival Padi
	7. 22 Agustus	6. Festival Layangan Pantai Cacalan
	8. 8 September	7. Festival Pencak Sumping
	9. 14-15 September	8. Festival Pacuan Kuda
	10. 18 September	9. Festival Kawitan Temenggungan
	11. 19 Desember	10. Festival Sritanjung
	12. 31 Desember	11. Festival Sholawat
	13. 12 Agustus	12. Festival Kembang Api
	14. 14 Agustus	13. <i>decoratif vehicle</i>
	15. 9 September	14. <i>Scout Lampion Carnival</i>
	16. 16 Oktober	15. Festival <i>Grand Tracking Raung</i>
	17. 9 Agustus	16. Festival Sibunas O-Lele
	18. Malam Suro	17. Festival Pasar Lelang
		18. Festival Grebeg Suro (tahun baru suro)

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi 2017

Di tahun 2016 terdapat perencanaan *event* Banyuwangi Festival sejumlah 55 terdapat 2 *event* yang tidak memasuki atau termasuk *event* asli dari Kabupaten Banyuwangi yaitu Forum Kesenian Kawasan Selatan (18-19 November) dan Lomba Kompetensi Siswa. Di tahun 2017 B-Fest atau Banyuwangi Festival terdapat penambahan *event* dari suksesnya di tahun 2016 beberapa *event* tambahan tersebut adalah Banyuwangi *Sail Yacht* (15 september), Festival Bambu (12-13 mei), Festival Sastra (26-30 april), Festival Teknologi Inovatif (19-22 juli), Indonesia *Fashion Week* (4 februari), *Green and Recycle Fashion Week* (25 maret), Banyuwangi Batik Festival (29 juli), Banyuwangi *Fashion Festival* (14 oktober), Festival Video Kreatif (26 juli), Festival Dandang Sewu (4-5 agustus), Barong Ider Bumi (26 juni), Seblang (30 juni dan 5 september), Tumpeng Sewu (24 agustus), Kebo-keboan (14 september dan 1 oktober), Banyuwangi *International Ijen Green Run* (23 juli), Banyuwangi *International BMX* (22-23 April) *Kite and Surfing Competition*, Banyuwangi Kuliner Pecel Pithik (12 april), Banyuwangi Festival Kopi (18 oktober). Di tahun 2018 Kabupaten Banyuwangi terdapat penambahan rencana *event* namun dari 96 perencanaan *event* tersebut hanya disetujui 77 top *event* oleh Pemerintah Daerah Banyuwangi diantaranya adalah Pekan Seni Pelajar (13-14 maret), Festiva Gotada/Gowes Tapal Kuda (1april), Banyuwangi *Goes to Entrepreneur* (1-30 april), Festival Musik Raung (21 april), Festival Padi (24 juli), Festival Layangan Pantai Cacalan (18-19 agustus), Festival Pencak Sumping (22 agustus), Festival Pacuan Kuda (8 september), Festival Kawitan Temenggungan (14-15 september), Festival Sritanjung (18 desember), Festival Sholawat (19 desember), Festival Kembang Api (31 Desember), *decoratif vehicle* (12 agustus), *Scout Lampion Carnival* (14 agustus), Festival *Grand Tracking* Raung (9 september), Festival Sibunas O-Lele (16 oktober), Festival Pasar Lelang (9 agustus), Festival Grebeg Suro (tahun baru suro) Festival Gandrung Terop.

Dari hasil *event* tahun 2016 yang sudah diselenggarakan terlihat bahwa kunjungan pariwisata di Banyuwangi terus meningkat baik dari wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2015	46.214	1.896.088
2016	77.139	4.022.449
2017	92.000	4.006.402

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi 2017

Pemerintah Banyuwangi terus mengembangkan Banyuwangi Festival dan pada tahun 2018 sudah terdapat 77 *event* yang telah dijadwalkan. Dalam mengembangkan pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi berperan dalam beberapa bidang yaitu bidang kebudayaan yang menyiapkan kesenian pada saat pembukaan setiap *event*, bidang pemasaran yang mempromosikan *event* tersebut melalui berbagai media cetak, elektronik, dan media sosial, dan bidang pariwisata yang menyediakan tempat untuk terselenggaranya beberapa *event* Banyuwangi Festival di beberapa titik destinasi.

Event Gandrung Sewu merupakan event yang terkenal setelah BEC atau Banyuwangi *Ethno Carnival*, Gandrung Sewu merupakan tarian tradisional banyuwangi yang telah dijadikan event tahunan oleh Pemerintah Banyuwangi. Gandrung berasal dari bahasa Banyuwangi sendiri yang artinya suka, tergilagila atau terpesona. Masyarakat Banyuwangi menterjemahkan Gandrung sebagai wujud terpesona atau kekaguman masyarakat Blambangan yang agraris kepada Dewi Sri sebagai Dewi padi yang membawa kesejahteraan bagi masyarakat. Tari gandrung dipersembahkan sebagai wujud rasa syukur masyarakat setelah panen. Filosofi penghormatan terhadap Dewi Sri inilah yang menjadi semangat masyarakat Banyuwangi untuk mengembangkan dan melestarikan Tari Gandrung. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merupakan lembaga pemerintahan tingkat Kabupaten Banyuwangi yang menangani hal-hal yang berhubungan dengan kepariwisataan termasuk Banyuwangi Festival atau yang dikenal dengan B-Fest. Dalam upaya pengembangan industri pariwisata tidak perlu mendatangkan mesin-mesin atau teknologi canggih lainnya sebagai penunjang cukup dengan mengembangkan potensi yang ada dan mengangkat budaya kearifan lokal. Di samping itu produksi wisata tidak perlu didistribusikan dengan alat angkut yang

memerlukan pembiayaan untuk sarana serta prasarana transportasi dan komunikasi. Industri pariwisata hanya membutuhkan promosi dan juga pengembangan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas daya tarik produk dan potensi apa yang terkandung di dalamnya. Maka dari itu penulis mengambil judul “PELAKSANAAN PROMOSI BANYUWANGI FESTIVAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATAWAN DI KABUPATEN BANYUWANGI”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan pariwisata di Banyuwangi?
2. Bagaimana Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival yang dapat menarik minat wisatawan?
3. Faktor pendukung dan penghambat saat melaksanakan Banyuwangi Festival?

1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Adapun tujuan dari Praktek Kerja Nyata:

1. Mengetahui Pelaksanaan Promosi Banyuwangi Festival dari awal hingga menjadi Kota Terkenal dengan event budaya dan juga keeksotisan alamnya
2. Mengetahui Langkah dalam Mempromosikan Banyuwangi Festival hingga menjadi salah satu cara supaya wisatawan datang berkunjung ke Banyuwangi.

1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Adapun manfaat praktek kerja nyata sebagai berikut :

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a) Mahasiswa mendapat pengetahuan lebih tentang kinerja pemerintah khususnya Dinas Kebudayaan dan pariwisata Banyuwangi dalam mengembangkan pariwisata dan budaya.
- b) Mahasiswa mendapatkan pengalaman kerja nyata sehingga sebagai bekal mahasiswa dalam dunia kerja.
- c) Mahasiswa dapat menerapkan ilmu perkuliahan secara langsung dalam praktek kerja nyata.

1.4.2 Bagi Universitas

- a) Terjalannya kerjasama antara Universitas Jember dengan Dinas kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi.
- b) Universitas Jember dapat meningkatkan kualitas mahasiswa dari pengalaman yang didapat mahasiswa sewaktu praktek kerja nyata.

1.4.3 Bagi industri Pariwisata

- a) Adanya kerjasama antara Universitas Jember dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi.
- b) Mendapatkan bantuan tenaga kerja dari mahasiswa yang melaksanakan praktek kerja nyata.
- c) Dinas kebudayaan dan pariwisata Banyuwangi mendapatkan dukungan dari mahasiswa dalam program-program pemerintah.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas manusia yang melaksanakan perjalanan dan tinggal di daerah tujuan perjalanan di luar lingkungan atau daerah kesehariannya, *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)*. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (undang-undang No.9 Tahun 1990). Pariwisata berkembang karena adanya gerakan manusia didalam mencari sesuatu yang belum pernah diketahui, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana atau untuk mendapat perjalanan baru (Robinson, 1976). Menurut etimologi kata “pariwisata” diidentikkan dengan kata “*travel*” dalam bahasa inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain, atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12). Pariwisata dalam arti modern merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pengartian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan (E. Guyer Freuler; Irawan, 2010:11). Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempat semula dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan tamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (*Richard Sihite* dalam Marpaung dan Bahar 2000:46-47). Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain bersifat sementara dilakukan perorangan maupun

kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Kodhyat, 1983:4). Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap (Salah Wahab; Oka Yoeti 1994, 116).

2.2 Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Selain itu, dijelaskan bahwa yang termasuk objek dan daya tarik wisata terdiri dari;

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna;
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Pengertian objek dan daya tarik wisata menurut Marpaung (2002: 78) dalam Bayu (2011) adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek dan daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata – mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu, misalnya penediaan aksesibilitas atau fasilitas.

Karyono (1997) memaparkan bahwa untuk menarik kunjungan wisatawan di suatu destinasi (daerah tujuan wisata), hendaknya objek wisata yang ada pada destinasi tersebut memenuhi tiga (3) syarat daya tarik, antara lain;

- a. Apa yang dapat dilihat (*something to see*);
- b. Apa yang dapat dilakukan (*something to do*); dan
- c. Apa yang dapat dibeli (*Something to buy*)

Muljadi (2012: 57-59) memberikan penjelasan mengenai usaha pada objek dan daya tarik wisata. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata meliputi kegiatan membangun dan mengelola objek dan daya tarik wisata beserta sarana dan prasarana yang diperlukan atau kegiatan mengelola objek dan daya tarik wisata.

2.3 Wisatawan

Berdasarkan Undang – Undang No. 9 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, pengertian wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata, sedangkan pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pitana, dkk (2005: 43-44) menjelaskan bahwa orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan atau *tourist*. IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*) dalam Pitana, dkk (2005: 43-44) memberikan batasan dan membedakan *visitor* menjadi dua, yakni:

- a. wisatawan (*tourist*), yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam;
- b. pelancong atau pengunjung (*excursionists*), yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kerang dari 24 jam. Batasan tentang wisatawan juga diberikan oleh Leiper (1995:11) yang mengatakan bahwa “*Tourist can be defined in behavioural terms as persons who travel away from their normal residential region for temporary period of at least one term as persons who travel away fromnight, to the extent that their behavior involves as search for leisure experiencies from interactions with features or characteristics of place they choose to visit*” Cohen (1972) dalam Pitana, dkk (2005: 53-54) memaparkan

tipologi wisatawan dan mengklasifikasi wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya. Cohen membedakan empat jenis wisatawan, yaitu:

- c. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil.
- d. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan – jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum (*off the beaten track*). Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
- e. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
- f. *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah kenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya ditempat tinggalnya, dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata. Wisatawan seperti ini sangat terkungkung oleh apa yang disebut sebagai *environmental bubble*.

2.4 Bauran Pemasaran

Marketing Mix adalah seperangkat alat pemasaran yang di gunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran (Rangkuti (2009)). Bahwasanya Produk, Harga, Distribusi, Promosi, saling berhubungan dimana masing – masing elemen di dalamnya saling mempengaruhi.

- a) Produk (*Product*); Produk adalah barang, jasa ataupun ide yang kemudian di kemas sedemikian rupa untuk di tawarkan kepada konsumen.
- b) Harga (*Price*); Harga adalah nilai yang diberikan untuk produk yang di tawarkan kepada konsumen.
- c) Tempat (*Place*); Distribusi adalah penyaluran atau pemilihan tempat untuk produk yang telah di produksi dan di rancang tersebut di pasarkan, Saluran

distribusi tentunya harus di pelajari dulu yang artinya harus sesuai dengan STP (*Segmentasi Targeting dan Positioning*)

- d) Promosi (*Promotion*); Promosi adalah hal – hal yang berkaitan dengan penjualan dan penyampaian informasi mengenai produk.

2.5 Komunikasi Pemasaran

Di Indonesia perkembangan industri event terlihat dengan dimulainya pengelolaan penyelenggaraan event masuk dalam kurikulum pada institusi formal dan non-formal, menghadapi perkembangan event saat ini dimana event organizer tidak dapat berdiri sendiri maka keterkaitan antara pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan event semakin meningkat (Any noor; 2013). Seiring dengan perkembangan yang terjadi, dahulu perusahaan seringkali menganggap bahwa elemen komunikasi sebagai aktivitas yang terpisah dari pemasaran, sedangkan filosofi pemasaran saat ini menekankan pentingnya integrasi keduanya untuk meraih sukses. Menurut Kennedy dan Soemanegara (2009) komunikasi pemasaran merupakan penggabungan kajian pemasaran dan komunikasi, yang dalam pengertiannya komunikasi pemasaran adalah aplikasi komunikasi yang bertujuan untuk membantu kegiatan pemasaran sebuah perusahaan. Aplikasi itu sangat dipengaruhi oleh berbagai bentuk media yang digunakan, daya tarik pesan, dan frekuensi penyajian. Definisi lainnya adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan memberikan informasi pada orang banyak agar tujuan perusahaan tercapai. *Marketing* komunikasi merupakan suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran, guna meraih segmentasi yang lebih luas (Kennedy, 2009:4). Ada 4 (empat) tahap yang sangat fundamental sebelum akhirnya mengimplementasikan aktivitas komunikasi pemasaran terpadu yang akan digunakan Shimp (2010:95), karena pada dasarnya semua aktivitas komunikasi pemasaran harus mempunyai *target* pasar yang jelas, posisi merek yang jelas, diciptakan untuk mencapai tujuan yang spesifik, dilakukan untuk mencapai tujuan dalam ‘kendala anggaran’, empat hal tersebut antara lain adalah:

- a. *Targeting* (menentukan audiens sasaran)

Menentukan audiens sasaran merupakan hal awal yang dilakukan dalam menentukan aktivitas komunikasi pemasaran yang akan digunakan, ada beberapa cara untuk menentukan *target* audiens, antara lain;

1. *Behaviorgraphic* yaitu sasaran audiens berdasarkan perilaku masyarakat, sehubungan dengan kategori produk tertentu atau kelas produk terkait.
2. *Psychographic*, pengelompokan didasarkan pada karakteristik setiap konsumen, seperti motivasi, kepribadian, persepsi, interest, minat, dan sikap.
3. *Geodemographic*, merupakan sebuah kombinasi dari karakteristik demografis dan gaya hidup konsumen dalam *cluster* geografis seperti kode pos area dan lingkungan rumah yang sama.
4. *Demographic*, pada segmentasi demografi pengelompokan dilakukan berdasarkan variabel usia, jenis kelamin, dan pekerjaan, pendapatan.

b. *Positioning*

(pemosisian merek) *Positioning* merek merepresentasikan / mewakili tentang fitur utama, keunggulan, manfaat atau citra sebuah merek yang terbentuk dibenak konsumen.

1) *Objective setting*

(menentukan tujuan) Merupakan tujuan yang ingin dicapai dari penerapan komunikasi pemasaran.

2) *Budgeting*

(menyusun anggaran) Mengalokasikan anggaran dalam menentukan aktivitas komunikasi pemasaran merupakan keputusan yang penting karena aktivitas komunikasi pemasaran seperti iklan biasanya sangat mahal.

2.6 Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau

jasanya. Promosi dikembangkan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk yang diciptakan oleh perusahaan dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan 2008:349). Sedangkan menurut Alma (2009:72) Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen barang dan jasa sebagaimana ditegaskan oleh Kotler (2002:23), promosi sebagai unsur dalam pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Beberapa faktor yang menyebabkan perlunya pelaksanaan promosi adalah :

- a) Jumlah konsumen potensial yang semakin meningkat.
- b) Persaingan antar perusahaan meningkat.
- c) Adanya kelemahan ekonomi.
- d) Adanya perkembangan-perkembangan ekonomi yang pesat dimana kegiatan pemasaran tidak hanya berhenti setelah produk dikembangkan, ditentukan harganya, dan di distribusikan kepada konsumen tetapi jauh lagi produk tersebut harus di komunikasikan kepada calon konsumen dengan cara promosi.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa kegiatan promosi sangat penting dalam memasarkan suatu produk. Sedangkan dalam promosi kita memerlukan suatu media yang dapat membantu menjalankan kegiatan tersebut, sebagaimana dijelaskan pada Tjiptono (2002) yaitu “strategi pemilihan media”. Hal tersebut dikarenakan media dapat membantu promosi sampai kepada target konsumennya.

Jenis promosi :

- a) Promosi secara fisik

Promosi dapat diadakan di lingkungan fisik yang biasanya dilakukan pada acara-acara tertentu atau event-event khusus yang diadakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival, konser dan semacamnya.

- b) Promosi melalui media tradisional

Yang dimaksud dengan media tradisional adalah via media cetak seperti koran, majalah, tabloid atau sejenisnya dan media elektronik seperti radio dan televisi serta media di luar ruangan seperti iklan banner atau papan reklame, papan *billboard* dan lain sebagainya.

c) Promosi melalui media digital

Jenis promosi media digital mencakup media internet dan sosial media atau jejaring sosial, ini merupakan cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop. Pengguna promosi saat ini lebih sering menggunakan media digital sebagai strategi promosi mereka karena memang sangat efektif dan juga menghemat biaya promosi dalam menjangkau konsumen mereka setiap hari.

2.7 Strategi Promosi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Rangkuti;2009:50). Strategi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis (Kotler dan Armstrong 2008:91). Strategi adalah tindakan berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang baik (Rachmat, 2014:6). Strategi promosi menurut Moekijat (2000:43): “strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli.” Selayaknya Lamb, Hair, McDaniel (2012: 147): mengatakan “Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi : periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan”. Sebegitu pentingnya promosi bagi penjualan suatu produk ataupun jasa dalam sebuah perusahaan.

2.8 Bauran Promosi

Promotion Mix Di dalam pemasaran produk terdapat beberapa strategi promosi yang dapat dilaksanakan oleh perusahaan. Kegiatan ini merupakan

variabel – variabel strategi promosi yang disebut dengan bauran promosi (*promotional mix*). Menurut Lamb, Hair, McDaniel (2012:147) “bauran promosi adalah kombinasi dari alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan”. Beberapa alat promosi atau dikenal dengan bauran promosi (*promotion mix*) menurut Tjiptono (2008:36) terdiri atas 5 variabel utama, yaitu:

- a) Periklanan (*Advertising*) adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang di lakukan oleh perusahaan, lembaga nirlaba serta individu.
- b) Penjualan Perseorangan (*Personal selling*) Adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang di tujukan untuk mencipitakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak lain.
- c) Publisitas (*Publicity*) Merupakan usaha untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk secara non personal dengan membuat berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang di siarkan dalam media tersebut.
- d) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) Adalah salah satu kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian serta dapat meningkatkan efektifitas para distributor atau retailer dengan mengadakan pameran, display, eksibisi, peragaan, dan berbagai kegiatan penjualan lainnya, yang dilakukan sewaktu waktu dan bersifat tidak rutin.
- e) Pemasaran langsung (*direct marketing*) Menurut Fandy Tjiptono (2012) *Direct marketing* merupakan sistem pemasaran interaktif yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk meningkatkan respon langsung yang sifatnya spesifik dan terukur. Metode-metode *direct and online marketing* meliputi katalog, pos, telepon seluler, TV, TV kabel, TV interaktif, mesin fax, internet dan lain-lain (Tjiptono, 2008:36)

2.9 Pengertian Festival

Menurut I Allasi (dalam Jiunkpe: 1998) di dalam kata pengantar pada bukunya yang berjudul “ *Time Out of Time : Essay on The Festival* ”, Fallasi (1987) menyimpulkan bahwa : *Festival is an Event, a social phenomenon encountered in virtuality all human cultures* (festival adalah suatu peristiwa atau kejadian penting, suatu fenomena sosial yang pada hakekatnya di jumpai dalam semua kebudayaan manusia)

Sedangkan menurut W.J.S Poerwadarminta (dalam Jiunkpe 1998) Festival, dari bahasa Latin berasal dari kata dasar "festa" atau pesta dalam bahasa Indonesia. Festival biasanya berarti "pesta besar" atau sebuah acara meriah yang diadakan dalam rangka memperingati sesuatu. Atau juga bisa diartikan dengan hari atau pekan gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting atau bersejarah, atau pesta rakyat.

Jenis-Jenis Festival :

- a) Festival Film Merupakan sebuah perayaan yang dimana isinya menampilkan produksi film-film (biasanya film yang diproduksi selama satu tahun).
- b) Festival Musik serangkaian tindakan di tempat umum atau tertentu dan terinspirasi oleh tema pemersatu, seperti musik nasional, musik modern atau mempromosikan karya-karya komposer / yang menonjol, dapat juga berupa bentuk kontes untuk penyanyi atau komposer.
- c) Festival Seni merupakan peristiwa terbesar dimana pertunjukan, pameran dan kompetisi seputar seni musik, teater, lukis dan kerajinan diadakan.
- d) Festival Budaya merupakan pengekspresian pandangan tentang isu-isu budaya, sosial dan politik. Seringkali perdebatan perubahan pada fokus polarisasi antara pendukung perubahan dan yang ingin melestarikan “tradisional” atau “lokal budaya modernisasi dan globalisasi.

2.10 Pengertian Penyelenggaraan atau Pelaksanaan

Penyelenggaraan atau biasa disebut pelaksanaan berasal dari kata “Selenggara” yang artinya menyelenggarakan, mengurus, dan mengusahakan seperti memelihara atau merawat (Moehyi, 1992). Menurut Westa (1985:17) Pelaksanaan merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan di tetapkan dengan dilengkapi segala kebutuhan, alat-alat yang diperlukan, siapa yang melaksanakan, dimana tempat pelaksanaanya mulai dan bagaimana cara yang harus dilaksanakan. Sedangkan menurut Abdullah (1987 : 5) bahwa Pelaksanaan atau penyelenggaraan adalah suatu proses rangkaian kegiatan tindak lanjut setelah program atau kebijaksanaan ditetapkan yang terdiri atas pengambilan keputusan, langkah yang strategis maupun operasional atau kebijaksanaan menjadi kenyataan guna mencapai sasaran dari program yang ditetapkan semula.

Pengertian diatas memperlihatkan bahwa kata pelaksanaan atau penyelenggaraan bermuara pada aktivitas, adanya aksi, tindakan, atau mekanisme sistem. Ungkapan mekanisme mengandung arti bahwa pelaksanaan bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan dilakukan secara bersungguh-sungguh berdasarkan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Faktor-Faktor Penyelenggaraan atau pelaksanaan:

- a) Komunikasi, merupakan suatu program yang dapat dilaksanakan dengan baik apabila jelas bagi para pelaksana. Hal ini menyangkut proses penyampaian informasi, kejelasan informasi dan konsistensi informasi yang disampaikan.
- b) *Resources* (sumberdaya) dalam hal ini meliputi empat komponen yaitu terpenuhinya jumlah staff dan kualitas mutu, informasi yang diperlukan guna pengambilan keputusan atau kewenangan yang cukup guna melaksanakan tugas sebagai tanggung jawab dan fasilitas yang dibutuhkan dalam pelaksanaan.
- c) Disposisi, sikap dan komitmen daripada pelaksanaan terhadap program khususnya dari mereka yang menjadi pelaksana program.

- d) Struktur Birokasi yaitu SOP (*standar operating procedures*) yang mengatur tata aliran dalam pelaksanaan program.

Keempat faktor diatas, dipandang mempengaruhi keberhasilan suatu proses penyelenggaraan atau pelaksanaan adanya keterkaitan satu dengan lainnya.



BAB 3. GAMBARAN UMUM

3.1 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Program studi usaha perjalanan wisata memberikan kesempatan mahasiswa dengan bebas dalam memilih tempat pelaksanaan praktek kerja nyata, namun tempat praktek kerja nyata harus sesuai dengan jurusan perkuliahan yakni sesuai dengan pariwisata. Dalam hal ini penulis melakukan praktek kerja nyata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi, yang berada di JL. A Yani No 78 Banyuwangi, Jawa Timur.

3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan praktek kerja nyata penulis yang beradadi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dilaksanakan selama 4 bulan 2 minggu, tepatnya dimulai tanggal 2 Januari – 14 Mei 2018. Adapun waktu pelaksanaan praktek kerja nyata sesuai peraturan yang ditetapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata diantaranya pada Tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1 Waktu kegiatan Praktek Kerja Nyata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi

HARI KERJA	JAM KERJA	ISTIRAHAT
Senin – Kamis	07.00 – 15.30	12.00 – 13.00
Jumat	06.30 – 15.30	11.00 – 13.00
Sabtu – Minggu	Libur	Libur

3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata data yang diperoleh penulis, digunakan dalam Laporan Tugas Akhir berjudul “Penyelenggaraan Promosi Banyuwangi Festival sebagai Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Banyuwangi”. Pada pelaksanaan praktek kerja nyata penulis berada pada bidang pemasaran, bidang pariwisata, bidang kebudayaan dan TIC (*Tourist Information Center*).

3.2.2 Kegiatan yang dilakukan selama praktek kerja nyata

Kegiatan praktek kerja nyata yang dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi harus sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan. Berikut Tabel 3.2 kegiatan yang telah dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja nyata :

Tabel 3.2 *Weekly Activity* Praktek Kerja Nyata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi

Waktu Pelaksanaan (A)	Kegiatan (B)	Hasil (C)
Minggu ke-1 2-5 Januari 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apel pagi 2. Berkenalan dengan seluruh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi 3. Membahas tentang pariwisata Banyuwangi 4. Menyiapkan data mengenai Banyuwangi Festival tahun 2018 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paham akan persiapan apa saja yang diperlu diperbaiki tentang sarana dan prasarana di destinasi wisata 2. Mengikuti alur dari awal persiapan hingga disetujuinya 77 event yang terselenggara

Minggu ke-2 8-12 Januari 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apel Pagi 2. Input data web mengenai wisata kuliner khas Banyuwangi 3. Praktek kerja di TIC (<i>Tourist Information Center</i>) sebagai informator mengenai pariwisata Banyuwangi 4. Mempelajari mengenai Banyuwangi Festival 5. Revisi agenda Banyuwangi Festival 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memegang salah satu web kuliner yang biasa disebarluaskan ke wisatawan 2. Memegang kendali atas Banyuwangi jalan-jalan saah satu bentuk promosi wisata dengan transportasi gratis 3. Membantu juga menyiapkan revisi agenda di kantor dinas bupati
(a)	(b)	(c)
Minggu ke-3 15-19 Januari 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktek kerja di TIC Brawijaya 2. Input data-data pemasaran 3. Mengkenalkan Triangle Diamonds (Kawah Ijen, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan informasi mengenai obyek-obyek wisata di Banyuwangi kepada wisatawan 2. Mendata ulang keperluan B-Fest

	Taman Nasional Alas Purwo, Sukomade)	3. Mengantar dan menyerahkan undangan rapat B-Fest
	4. Mengurus surat-surat B'Fest di PEMKAB	
Minggu ke-4 22-26 Januari 2018	1. Praktek kerja di TIC Brawijaya 2. Membahas tentang cara Banyuwangi dalam mengubah <i>mindseat</i> wisatawan untuk datang ke Taman Alas Purwo yang dianggap mistis 3. Membahas strategi pemasaran mengenai 1.100 titik wifi di Banyuwangi	1. Memberikan informasi mengenai obyek-obyek wisata di Banyuwangi kepada wisatawan 2. Penyuluhan tentang tapak wisata 3. Mempersiapkan rapat pendopo mengenai titik wifi
	4. Mengantar majalah booklet, brosur dll ke PEMKAB	
Minggu ke-5 29 Januari-2 Februari 2018	1. Revisi jadwal Banyuwangi jalan-jalan 2. Menginput data destinasi dan hotel di Banyuwangi	1. Membantu dalam penyusunan obyek-obyek wisata kepada wisatawan yang akan satu minggu berada di Banyuwangi

	<p>3. Membantu dalam mendata di bagian pemasaran</p> <p>4. Belajar tourguide di Museum</p>	<p>2. Memperbarui data hotel dan destinasi</p> <p>3. Memberi pengarahan dan penjelasan kepada wisatawan tentang sejarah Banyuwangi didampingi oleh bapak Bayu</p>
<p>Minggu ke-6 5-9 Februari 2018</p>	<p>1. Mengikuti Festival Jeding Rijig (Toilet Bersih)</p> <p>2. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan</p> <p>3. Membuat daftar hadir rapat panitia festival Tahu Tempe</p> <p>4. Mempersiapkan acara TnT Festival (Tahu Tempe) yang diadakan di Kalilo</p>	<p>1. Menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi Jalan-jalan</p> <p>2. Persiapan rapat pendopo salah satu Festival kuliner</p>
<p>Minggu ke-7 12-16 Februari 2018</p>	<p>1. Membantu Festival Tahu dan Tempe yang bertempat di Kalilo</p> <p>2. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan</p>	<p>1. Terjun lapangan mengkoordinir Festival tahu tempe</p> <p>2. Menyetujui dan menolak peserta</p>

		Banyuwangi jalan-jalan
	3. Membantu memberi informasi kepada turis di TIC Brawijaya	3. Persiapan surat edar <i>Drum band Ethnic Carnival</i>
	4. Membantu persiapan <i>Drum band Ethnic Carnival</i>	
Minggu ke-8 19-23 Januari 2018	1. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan	1. Menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi jalan-jalan
	2. Mempersiapkan kebutuhan <i>Drum band Ethnic Carnival</i>	
	3. Mengantar surat-surat <i>Drum band Ethnic Carnival</i> di PEMDA	2. Mengantar surat ke dinas-dinas tentang perijinan tempat menginap sementara peserta <i>Drum band Ethnic Carnival</i>
	4. Menyebarkan undangan <i>Drum band Ethnic Carnival</i>	
	5. Mempersiapkan pembukaan Banyuwangi <i>Culture everyday</i> di taman blambangan	3. Membantu pihak Kebudayaan dalam <i>Soft-Opening Banyuwangi Culture Everyday</i>

(a)	(b)	(c)
Minggu ke-9 26 Februari-2 Maret 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendata KTP Aktualisasi Seni dan Budaya 2. Ikut menjadi tourguide di Museum Blambangan 3. Mengumpulkan berkas-berkas kebudayaan 4. Membantu tugas-tugas di Kebudayaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memasukan data peserta baru Aktualisasi Seni 2. Memberi pengetahuan kepada wisatawan tentang beberapa benda kuno di museum 3. Memilah berkas lama dan memasukan data Kartu Seni lama
Minggu ke-10 5-9 Maret 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan 2. Menyiapkan surat-surat keperluan Banyuwangi <i>Race Photo Competition</i> 3. Menjaga stand pendaftaran Banyuwangi <i>Race Photo Competition</i> 4. Mempersiapkan <i>Technical Meeting</i> bagi peserta Banyuwangi <i>Race Photo Competition</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi jalan-jalan 2. Menjaga pendaftaran Banyuwangi <i>Race Photo</i> di sekretariat TIC dispar 3. Mengadakan <i>Technical Meeting</i> mengenai spot foto dan peraturan lomba 4. Meninjau lokasi di Desa Kemiren

5. Menyiapkan Festival
Banyuwangi *Race Photo*
Competition

(a)	(b)	(c)
Minggu ke-11 12-16 Maret 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu dalam tugas-tugas di Kebudayaan 2. Di Museum untuk tourguide anak-anak TK 3. Membantu memilah barang museum (wayang, kendi, batu) 4. Mendata KTP Aktualisasi Seni dan Budaya 5. Membantu bidang pemasaran dalam mempersiapkan Festival Imlek 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi beberapa pengetahuan tentang-benda kuno yang ada di museum Blambangan 2. Memindahkan barang ke museum baru 3. Menginput peserta baru dari Aktualisasi seni 4. Meninjau lokasi yang menjadi tempat terselenggaranya Festival Imlek
Minggu ke-12 19-23 Maret 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginput jadwal pembaharuan Banyuwangi jalan-jalan 2. Menginput data 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi jalan-jalan 2. Membuat <i>itinerary</i>

(a)	(b)	(c)
<p>Minggu ke-13 26-30 Maret 2018</p>	<p>Banyuwangi jalan-jalan</p> <p>3. Membuat <i>itinerary</i> bagi bintang tamu tamu yang akan menghadiri <i>Green and Recycle Fashion Week</i></p> <p>4. Mengantar surat undangan <i>Green and Recycle Fashion Week</i> ke instansi-instansi</p> <p>5. Mempersiapkan acara dan rundown bagi para tamu undangan</p>	<p>bagi bintang tamu yang menjadi salah satu pengisi <i>Green and Recycle Week</i></p> <p>3. Membuat rundown acara dan rundown bagi tamu khusus</p>
	<p>1. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan</p> <p>2. Mempersiapkan rapat Festival Karya tari</p> <p>3. Mengikuti rapat Festival Karya Tari</p> <p>4. Menjadwalkan seleksi peserta BEC tahun 2018</p>	<p>1. menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi jalan-jalan</p> <p>2. persiapan Festival Karya Tari seluruh bidang</p> <p>3. membuat jadwal dan rundown acara seleksi peserta BEC tahun</p>

		2018
	5. Melihat di lapangan persiapan panggung karya tari	4. meninjau lokasi Festival Karya Tari
Minggu ke-14 2-6 April 2018	1. Persiapan seleksi (kembali) BEC 2018 2. Memberi data peserta yang telah lolos seleksi tahap 1 3. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan 4. Mempersiapkan Festival Banyuwangi <i>Underwater</i> 5. Menyambut kedatangan para <i>Divers</i> yang mengikuti Festival Banyuwangi <i>Underwater</i>	1. Merekap data dan mengamati proses seleksi yang ketat 2. menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi jalan-jalan 3. meninjau lokasi dan perlengkapan penari gandrung secara detail karena merupakan <i>event</i> Internasional 4. membuka <i>booth</i> pendaftaran bagi Banyuwangi <i>International Ijen Green Run</i>
	6. Menjaga stand pendaftaran Banyuwangi <i>International Ijen Green Run</i>	

Minggu ke-15 9-13 April 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempersiapkan jadwal latihan bagi peserta BEC 2. Memberikan surat ijin pemakaian Gedung Wanita sebagai tempat pelatihan BEC kepada PEMDA 3. Mengurus surat-surat Festival Bakul (Banyuwangi Kuliner) & Art Week 4. Memberi surat undangan Festival Bakul (Banyuwangi Kuliner) & Art Week di PEMDA 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Rundown</i> latihan bagi peserta lolos BEC 2. mengurus segala keperluan latihan BEC 3. Meninjau lokasi dan tenda serta pembuatan <i>Rundown</i> bagi bintang tamu <i>Cheff Farah Queen</i>
(a)	(b)	(c)
Minggu ke-16 16-20 April 2018	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga TIC Brawijaya 2. Menginput data Banyuwangi jalan-jalan 3. Memberi informasi kepada turis tentang Penginapan murah 4. Membenahi jadwal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyetujui dan menolak peserta Banyuwangi jalan-jalan 2. Merevisi <i>Rundown</i> Banyuwangi jalan-jalan

Banyuwangi jalan-jalan

Minggu ke-17
23-27 April 2018

1. Membantu persiapan latihan BEC
2. Membantu memindah peralatan musik dari Dispar ke Gedung Wanita
3. Membuat Rundown latihan
4. Mengecek daftar peserta

1. Mengikuti proses seleksi hingga persiapan latihan dan karantina selama 3 bulan sebelum acara
2. Membagi *Rundown* antar tema dan pengecekan kelengkapan peserta

Minggu ke-18
23-27 April 2018

1. Mendata KTP Aktualisasi Seni dan Budaya
2. Ikut menjadi tourguide di Museum Blambangan

1. Menginput data aktualisasi kesenian
2. Menjadi pendamping pihak Dispar dalam menjelaskan benda-benda kuno di museum Blambangan

3. Menyusun Spj
-

(a)

(b)

(c)

Minggu ke-19 7-11 Mei 2018	<p>1. Membantu di Museum untuk tourguide siswa SMK Sritanjung Banyuwangi</p> <p>2. Menyusun data-data</p> <p>3. Mengurus KTP penari dan pemain musik</p> <p>4. Membantu pelaksanaan rapat Aliansi Masyarakat Nusantara</p> <p>5. Membantu pelaksanaan aktualisasi seni dan budaya 2018 di Blambangan</p> <p>6. Membantu penjualan tiket Bayuwangi <i>Beach Jazz Festival</i></p>	<p>1. Mengerjakan tugas kebudayaan dan melaksanakan Rapat Aliansi Masyarakat Nusantara</p> <p>2. Meninjau lokasi aktualisasi seni dan budaya 2018 di Blambangan</p> <p>3. Mengkoordinir penjualan tiket Banyuwangi <i>Beach Jazz Festival</i></p>
Minggu ke-20 14-18 Mei 2018	<p>1. Merekap agenda surat masuk dan surat keluar</p> <p>2. Membuat <i>itinerary famtrip</i></p> <p>3. Membuat SPJ ATK bidang pemasaran</p>	<p>2. Pembuatan <i>Itinerary famtrip</i> untuk Festival</p> <p>3. Mendata spj atk pemasaran</p> <p>4. Meninjau lokasi sanggar adat baru di Desa Kemiren</p>

4. menghadiri peresmian

sanggar baru di desa adat

kemiren

5. Melengkapi data yang

dibutuhkan sebagai

bahan Tugas Akhir

5. Melengkapi data Tugas

Akhir dan wawancara

beberapa sumber

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka (Muhadjir, 1996 : 2). Data kualitatif yang digunakan penulis dalam penelitian ini meliputi hasil wawancara kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dan observasi atau pengamatan langsung kegiatan Promosi Banyuwangi Festival dalam menarik minat wisatawan agar berkunjung di Kabupaten Banyuwangi.

3.3.2 Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik dari hasil pengukuran maupun observasi langsung (Irwan & Amalia, 2015 : 2). Sumber data primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui beberapa wawancara kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi dan observasi di tempat Praktek Kerja Nyata yang penulis lakukan.

b. Sumber data sekunder

Pengertian dari data sekunder menurut Sugiyono (2010:137) adalah Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder antara lain disajikan dalam bentuk data-data, tabel-tabel, diagram-diagram, atau mengenai topik penelitian. Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh dari hasil wawancara. Penulis menggunakan data sekunder hasil dari internet, majalah, buku kesenian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini, sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang lebih secara langsung (Usman dan Akbar,2003). Melalui wawancara ini penulis menggali informasi secara mendalam dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi mengenai Kegiatan Promosi Banyuwangi Festival.

b. Studi Pustaka

Penulis menggunakan buku internet dan jurnal refrensi yang berhubungan laporan Praktek Kerja Nyata ini.

c. Observasi

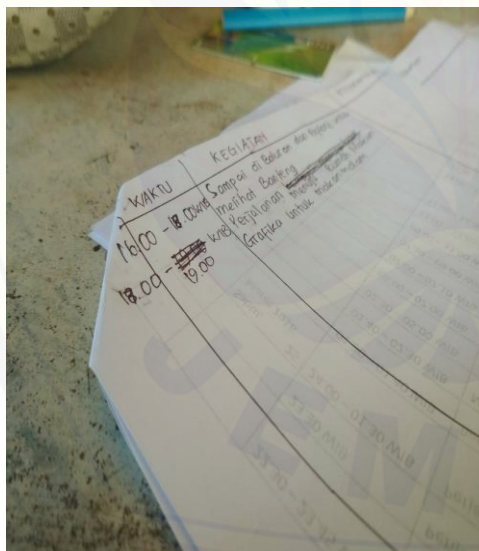
Dalam penyusunan laporan ini, penulis melakukan observasi secara langsung dengan mengamati perencanaan dan pelaksanaan dalam Promosi event Banyuwangi Festival secara seksama dan terorganisir.

d. Dokumen

Dokumen yang digunakan oleh penulis berupa brosur, arsip, booklet, majalah, pamflet, website resmi, jurnal dan buku kesenian Banyuwangi.



Penyambutan Beberapa Tamu Banyuwangi *Ethno Carnival* Sebagai Peserta dari Mancanegara.



Rundown Untuk Tamu Undangan BEC dari Luar Kota dan Mancanegara.

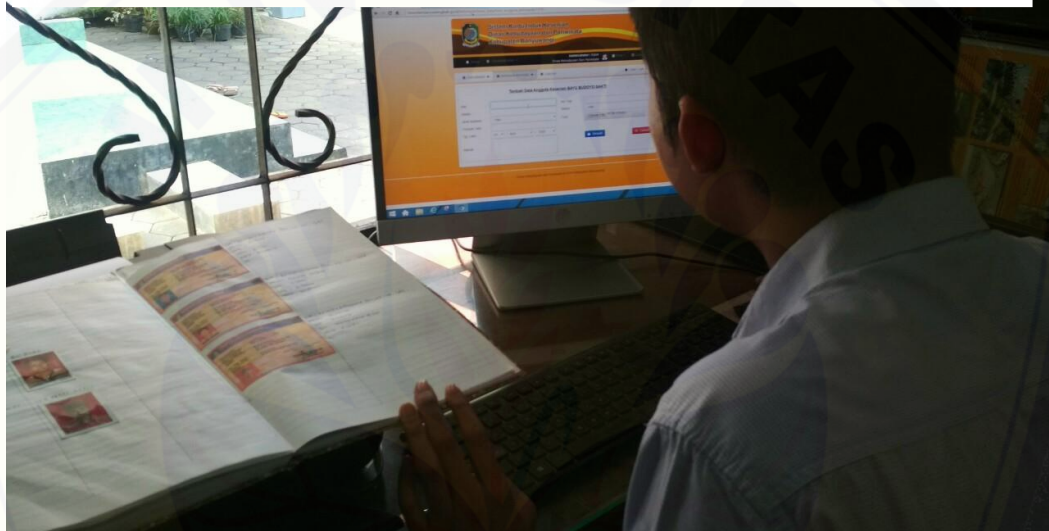
Pembuatan Tour Ittenarary Untuk Undangan BEC dari Luar Kota dan Mancanegara.



Pemahaman Tentang Tata Cara Menggunakan Wayang Kulit dan Pengenalan Beberapa Tokoh dalam Perwayangan.



Penataan Wayang Untuk di Pindahkan ke Museum Baru.



Pendataan dan Pelayanan Kartu Izin Sanggar Tari Budaya di Operator Museum di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi.



**Kunjungan Museum Blambangan Kebudayaan di dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Banyuwangi.**



**Program Kunjungan dan Pengarahan Museum Untuk Rombongan Sekolah
TK Singojuruh.**



Penginputan Data di Kantor *Tourist Information Center Brawijaya*.



**Foto Bersama Beberapa Staff di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Banyuwangi Sebelum Perpisahan Untuk Berterimakasih Setelah diberi
Kesempatan Magang di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.**

BANYUWANGI FESTIVAL 2016

1	GREEN & RECYCLE FASHION WEEK	20 MARET
2	FESTIVAL JEDING KIJIG (TOILET BERSIH)	23 MARET
3	FESTIVAL SEDEKAH OKSIGEN	30 MARET
4	BANYUWANGI INTERNATIONAL BMX	2-3 APRIL
5	FESTIVAL KULINER "SEGO CAWUK"	9 APRIL
6	BANYUWANGI ART WEEK	9-13 APRIL
7	BANYUWANGI AGRO EXPO	9-13 APRIL
8	FESTIVAL KALI BERSIH	13 APRIL
9	FESTIVAL KARO RAFTING & TUBING X BADENG	16-17 APRIL
10	STUDENT JAZZ FESTIVAL	22-23 APRIL
11	OSING CULTURE FESTIVAL	6-8 MEI
12	INTERNATIONAL TOUR DE BANYUWANGI LIEN	11-14 MEI
13	UNDERWATER FESTIVAL	21-22 MEI
14	FESTIVAL WAYANG KULIT	28 MEI
15	PEKAN OLIMPIADA & SEMI PELAJAR	1-3 JUNI
16	FESTIVAL RAMADHAN - TARTIL DAN SASTRA ISLAM - HADRAH PELAJAR - ISLAMIC EXPO - MUSIK PATROL RAMADHAN	8-28 JUNI
17	BANYUWANGI ASIAN HIJAB FESTIVAL	22 JUNI
18	BARONG IDER BUMI	8 JULI
19	DIASPORA BANYUWANGI	9 JULI
20	SEBLANG OLEHSARI	11-17 JULI
21	PUTER KAYU LEBARAN KUPAT	16 JULI
22	FESTIVAL PADI	20 JULI
23	LIEN SUMMER JAZZ JAWA BANANA	30 JULI
24	FESTIVAL MERDEKA	1 - 31 AGUSTUS
25	KITE FESTIVAL	6 - 7 AGUSTUS
26	PUBLIC SERVICE FESTIVAL	8 - 12 AGUSTUS
27	GERAK JALAN TRADISIONAL	13 AGUSTUS
28	KITE AND WIND SURFING	20 - 21 AGUSTUS
29	BANYUWANGI BEACH JAZZ FESTIVAL	27 AGUSTUS
30	FESTIVAL TUMPENG SEWU	4 SEPTEMBER
31	LIEN SUMMER JAZZ JAWA BANANA	10 SEPTEMBER
32	FESTIVAL GANDRUNG SEWU	17 SEPTEMBER
33	SERLANG BANUNGAN	19 SEPTEMBER
34	FESTIVAL MAINAN ANAK & LALARE OSING CONCERT	24 SEPTEMBER
35	ARUNG KANAL DECORATIVE BOAT	24-25 SEPTEMBER
36	KZBO - KEBODAN ALAS MALANG	2 OKTOBER
37	KEROGAN ALIYAN	8 OKTOBER
38	BANYUWANGI INTERNATIONAL RUN	9 OKTOBER
39	BANYUWANGI BATIK FESTIVAL	9 OKTOBER
40	BANYUWANGI FISH MARKET FESTIVAL	15 OKTOBER
41	PETIK LAUT MUNCAR	16 OKTOBER
42	LIEN SUMMER JAZZ JAWA BANANA	22 OKTOBER
44	FESTIVAL NGOPI SEPULUH EWU	5 NOVEMBER
45	BANYUWANGI ETHNO CARNIVAL	12 NOVEMBER
46	FESTIVAL LAGU USING	17-19 NOVEMBER
47	FESTIVAL ANAK YATIM	19 NOVEMBER
48	FESTIVAL PERAHU LAYAR	30 NOVEMBER
49	FESTIVAL KUWUNG	3 DESEMBER
50	BANYUWANGI PAINTING & PHOTOGRAPHY	6 -10 DESEMBER
51	USING TRADITIONAL FURNITURE FESTIVAL	8 - 10 DESEMBER
52	FESTIVAL ROWO BAYU	11 DESEMBER
53	FESTIVAL ENDHOG ENDHOGAN & GREDOAN MACAN PUTIH	14 - 17 DESEMBER

[@banyuwangi_sor](#) | [@banyuwangi_kab](#) | [@bwi_festival](#) | [www.banyuwangitourism.com](#) | [www.banyuwangi.kab.go.id](#)

Kalender Event Banyuwangi 2016



Kalender Event Banyuwangi 2017



Kalender Event Banyuwangi 2018



*Calico Tote Bag
produced by Kameha Indonesia, cv.*

Paper Bag promosi Banyuwangi



Tagline sebagai ciri khas promosi Banyuwangi

0:35

0,00K/d 4G 80%

← Google Play



Banyuwangi Festival

PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI

Events

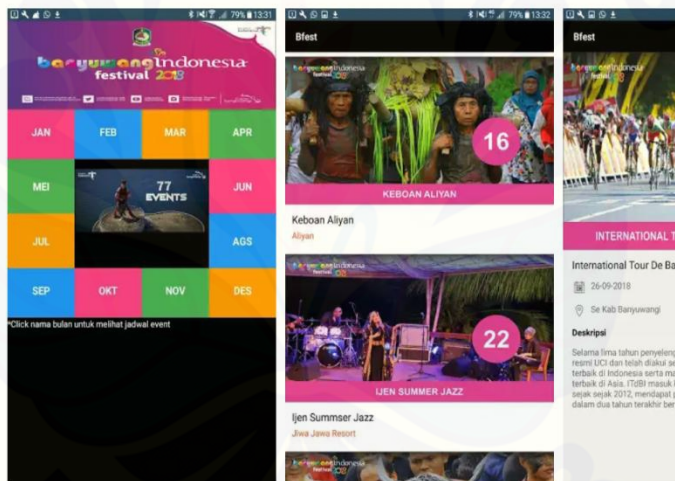
INSTAL

4,9 ★
103 ulasan

12 MB

3+
Rating 3+ ⓘ

1 r
Down



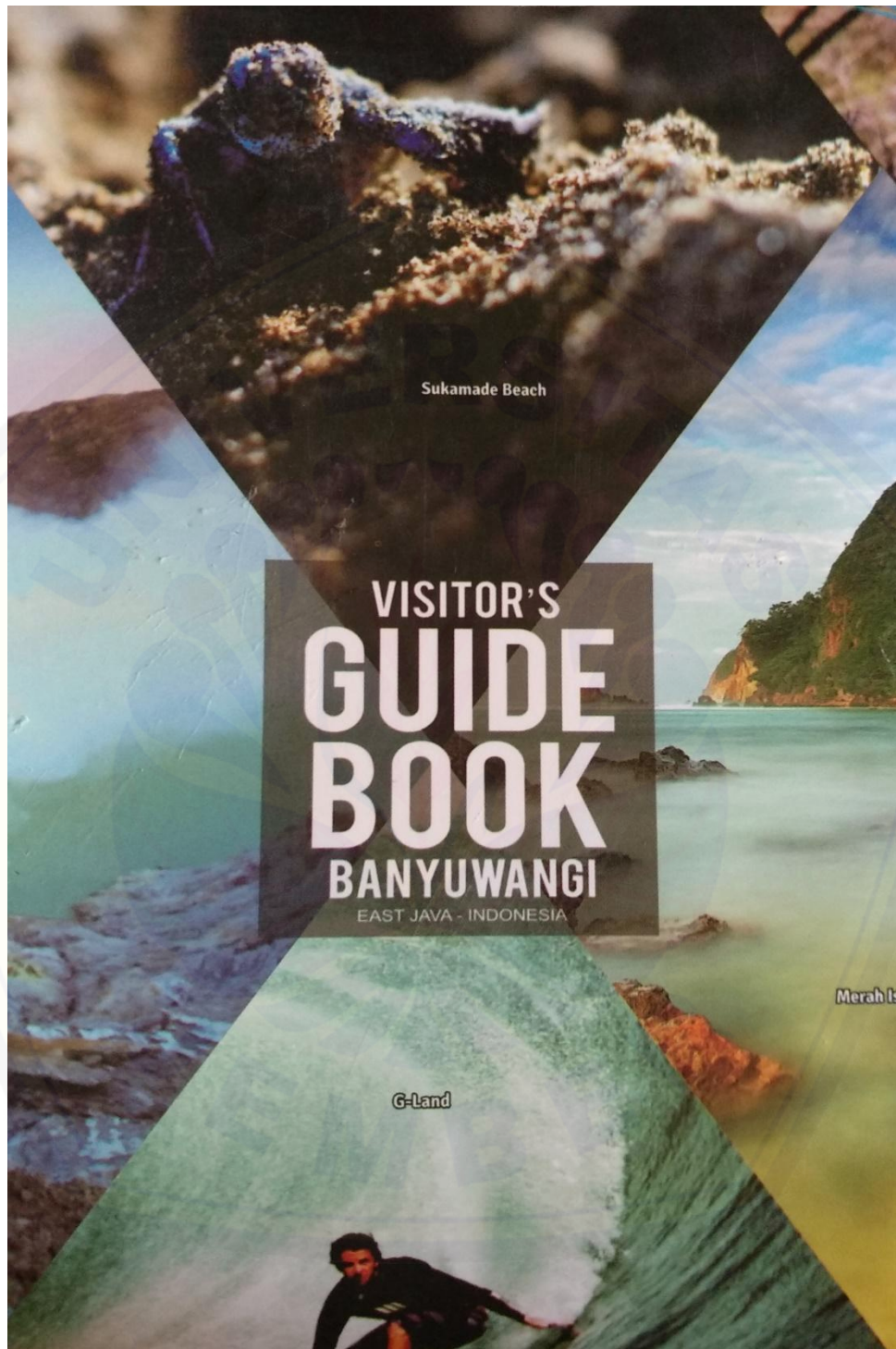
Aplikasi ini menampilkan jadwal Banyuwangi Festival tahun 2018

[Selengkapnya](#)

Aplikasi Android sebagai salah satu promosi di Banyuwangi



Promosi Menggunakan Map.



Salah satu promosi menggunakan *Booklet*

Tahun	Tanggal Even	Jenis Even
2016	1. 18-19 November	1. Forum Kesenian Kawasan Selatan dan Lomba Kompetensi Siswa
2017	1. 15 September 2. 12-13 Mei 3. 26-30 April 4. 19-22 Juli 5. 4 Februari 6. 25 Maret 7. 29 Juli 8. 14 Oktober 9. 26 Juli 10. 4-5 Agustus 11. 26 Juni 12. 30 Juni 13. 24 Agustus 14. 14 September 15. 23 Juli 16. 22-23 April 17. 12 April 18. 18 Oktober	1. Banyuwangi <i>Sail Yacht</i> 2. Festival Bambu 3. Festival Sastra 4. Festival Teknologi Inovatif 5. Indonesia <i>Fashion Week</i> 6. <i>Green and Recycle Fashion Week</i> 7. Banyuwangi Batik Festival 8. Banyuwangi <i>Fashion Festival</i> 9. Festival Video Kreatif 10. Festival Dandang Sewu 11. Barong Ider Bumi 12. Seblang 13. Tumpeng Sewu 14. Kebo-keboan 15. Banyuwangi <i>International Ijen Green Run</i> 16. Banyuwangi <i>International BMX</i> 17.) <i>Kite and Surfing Competition</i> , Banyuwangi Kuliner Pecel Pithik 18. Banyuwangi Festival Kopi
2018	1. 13-14 Maret 2. 1 April	1. Pekan Seni Pelajar 2. Festiva Gotada/Gowes

2018	3. 1-30 April	Tapal Kuda
	4. 21 April	3. Banyuwangi <i>Goes to Entrepreneur</i>
	5. 24 Juli	4. Festival Musik Raung
	6. 18-19 Agustus	5. Festival Padi
	7. 22 Agustus	6. Festival Layangan Pantai Cacalan
	8. 8 September	7. Festival Pencak Sumping
	9. 14-15 September	8. Festival Pacuan Kuda
	10. 18 September	9. Festival Kawitan Temenggungan
	11. 19 Desember	10. Festival Sritanjung
	12. 31 Desember	11. Festival Sholawat
	13. 12 Agustus	12. Festival Kembang Api
	14. 14 Agustus	13. <i>decoratif vehicle</i>
	15. 9 September	14. <i>Scout Lampion Carnival</i>
	16. 16 Oktober	15. Festival <i>Grand Tracking Raung</i>
	17. 9 Agustus	16. Festival Sibunas O-Lele
	18. Malam Suro	17. Festival Pasar Lelang
		18. Festival Grebeg Suro (tahun baru suro)

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi 2017