

**Manajemen *event* Lampung Krakatau Festival 2019 dalam
Mempromosikan Pariwisata Lampung**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh : NUGROHO

**WICAKSONO
16321016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

SKRIPSI

**Manajemen *event* Lampung Krakatau Festival Tahun 2019 dalam
Mempromosikan Pariwisata Lampung**

Disusun Oleh :

Nugroho Wicaksono

16321016

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan
dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 16 Juni 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,


Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN 0529098201

SKRIPSI

**Manajemen *event* Lampung Krakatau Festival 2019 dalam
Mempromosikan Pariwisata Lampung**

Disusun oleh
Nugroho Wicaksono
16321016

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji
Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 16 Juni 2021

Dewan Penguji:

1. Ketua : Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN 0529098201



2. Anggota : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.
NIDN 0505068902



Mengetahui
Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi
dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Indonesia




Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN : 0529098201

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 Juli 2021



(Nugroho Wicaksono)
NIM : 16321016



**PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG
DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF**

Jl. Jend. Sudirman No. 29 Telp. (0721) 261430 Fax. (0721) 266 184
BANDAR LAMPUNG 35127

website : www.dinaaspariwisata.lampungprov.go.id Email : dispar@lampungprov.go.id
Email : disparekraflampung@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800/ 343 IV.20/Sek.1/VIII/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ADRI, S.KM., M.M.
Pangkat /Gol. : Pembina Tk. I / IV. B
N I P : 19650705 198803 1 007
Jabatan : Sekretaris Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung

Dengan ini menerangkan :

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Program Studi	Asal Lembaga
1	Nugroho Wicaksono	16321016	Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi & Ilmu Sosial Budaya	Universitas Islam Indonesia

Bahwa Mahasiswa tersebut benar telah melakukan Pengambilan Data Skripsi pada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, dalam rangka penyusunan tugas dengan judul "Strategi Manajemen event Lampung Krakatau Festival Tahun 2020 dalam Mempromosikan Pariwisata Lampung".

Apabila penyusunan tugas telah selesai, harap dapat disampaikan pula kepada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam bentuk hard copy maupun softcopy tugas dimaksud.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sepertiunya.

Bandar Lampung, 19 Agustus 2020

a.n. KEPALA DINAS
Sekretaris



ADRI S.KM., M.M.
Pembina Tk.I
NIP. 19650705 198803 1 007

HALAMAN MOTTO

“Ilahi lastu lil firdausil ahla, wa la aqwa ‘alan naril jahimi”

“Ya Tuhanku, hamba tidak pantas menjadi penghuni surga, namun hamba tidak kuat jika dimasukkan ke dalam neraka”

Al I'traf Syair Abu Nawas

الجمعة الامتد الاندو

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini, penulis persembahkan bagi Bapak dan Ibu tercinta
Bapak Gatot Haryanto dan Ibu Sulasmini

Terima kasih atas doa, kasih sayang, cinta, *support*, baik secara moril maupun materi.

Terima kasih sudah membesarkan saya hingga menjadi berada di tahap ini. Selain itu juga terima kasih disampaikan untuk kakak saya Adityo Ariefbowo dan juga Satrio Basukoro yang terus menyemangati proses Skripsi ini hingga terselesaikan. Juga teruntuk teman – teman seperjuangan di tanah rantau seperti Arfan, Rudi, Ibnu, Bobby, dan lain - lain serta Aa Burjo Qubah yang telah hadir dalam suka duka ketika hidup di Yogyakarta



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alamum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu-Nya,serta hidayah kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan karya skripsi ini dengan baik dan semoga dapat bermanfaat bagi orang lain. Pada penelitian skripsi ini penulis membahas serta mendeskripsikan tentang **Manajemen event Lampung Krakatau Festival Tahun 2019 dalam Mempromosikan Pariwisata Lampung**. Penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. Selama proses penyusunan penelitian, banyak pihak yang berkontribusi membantu penulis baik dalam bentuk spiritual, moral dan material.

Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H. Gatot Haryanto dan Ibu Hj. Sulasmini yang memberikan doa dan mendukung kepada penulis selama melakukan studi akademik serta memberikan dukungan dalam bentuk moral dan materi selama studi di Yogyakarta.
2. Kakak saya Adityo Ariefbowo dan Satrio Basukoro yang juga memberikan dukungan pada proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan masukan, bimbingan, dukungan, motivasi, senyuman serta semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Narasumber yang telah membantu hingga terselsesaikannya penelitian ini Bapak Indra selaku Kepala divisi Sektor Pemasaran Pariwisata Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dan juga Ibu Tata yang

telah menghubungkan saya dengan narasumber, dan Ariyan serta Fikri selaku pengunjung *event* Lampung Krakatau Festival 2019.

5. Bapak Dr.rer.soc. Masduki,S.Ag., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penulis.
6. Segenap dosen pengajar dan staf Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia yang telah membantu proses penyusunan penelitian ini.
7. Sahabat dan rekan dekat saya, Septian Arfan, Rudi Afrinanda, Ibnu Mufti Sumarno, Bobby Dessandro yang sejak dulu berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Keluarga KKN UII 261 2019
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan terimakasih untuk semangat dan supportnya

Tidak lupa saya mohon maaf apabila selama pengerjaan skripsi ini terdapat kekhilafan dan kesalahan. Saya menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Oleh karena itu, saya mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta

Peneliti

Nugroho Wicaksono

ABSTRAK

Wicaksono, Nugroho. (16321016). Manajemen *event* Lampung Krakatau Festival 2019 dalam Mempromosikan Pariwisata Lampung (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2019.

Penelitian ini membahas mengenai manajemen *event* pada Lampung Krakatau Festival yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 2019. Serta bagaimana *event* Lampung Krakatau Festival menjadi sebuah media komunikasi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung untuk mempromosikan serta mengenalkan pariwisata dan budaya kepada wisatawan.

Penelitian ini menggunakan dasar teori manajemen *event* pariwisata. Metode yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dan dilanjutkan wawancara di kantor di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung disertai dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa manajemen *event* yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung untuk mempromosikan pariwisata Lampung melalui *event* Lampung Krakatau Festival yakni dengan mengadakan musyawarah rutin dengan para pelaku industri pariwisata untuk menetapkan tujuan yang berupa kerangka acuan kerja sehingga dapat menentukan apa yang ingin dicapai serta mencari ide, penetapan kriteria. Selain itu, *event* tersebut memiliki 4 unsur penyelenggaraan yakni *design, planning, coordination, evaluation*. Aktivitas pemasaran *event* tersebut hampir semua media mainstream seperti TV, Radio, Sosial Media.

Kata Kunci : Manajemen event, Pemasaran, Pariwisata

ABSTRAK

Wicaksono, Nugroho. (16321016). Manajemen *event* Lampung Krakatau Festival 2019 dalam Mempromosikan Pariwisata Lampung (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2019.

This research discusses event management at the Lampung Krakatau Festival conducted by the 2019 Lampung Province Tourism and Creative Economy Office. As well as how the Lampung Krakatau Festival event becomes a communication medium for the Lampung Province Tourism and Creative Economy Office to promote and introduce tourism and culture to tourists.

This research uses the basic theory of tourism event management. The method used is a qualitative descriptive approach with data collection through observation and followed by interviews at the office at the Lampung Province Tourism and Creative Economy Office accompanied by documentation.

This research resulted in the findings that event management carried out by the Lampung Province Tourism and Creative Economy Office to promote Lampung tourism through the Lampung Krakatau Festival event, namely by holding regular deliberations with tourism industry players to set goals in the form of a framework of reference so they can determine what to achieve. as well as looking for ideas, setting criteria In addition, this event has 4 elements of implementation, namely design, planning, coordination, evaluation. The event marketing activities are almost all mainstream media such as TV, Radio, Social Media.

Keywords: event management, marketing, tourism

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Tinjauan Pustaka	3
F. Landasan Teori.....	6
1. <i>Event</i>	6
a. <i>Uniquenesses</i>	7
b. <i>Perishability</i>	7
c. <i>Intangibility</i>	7
2. <i>Event</i> sebagai Media Komunikasi.....	7
3. Manajemen <i>Event</i>	8
b. <i>Design</i>	9
c. <i>Planning</i>	9
d. <i>Coordination</i>	10
e. <i>Evaluation</i>	10
4. Metode Penelitian	13
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	15
A. Gambaran Umum Provinsi Lampung	15
B. Geografis Provinsi Lampung	16
C. Luas Wilayah dan Administrasi Pemerintahan	16
Penduduk.....	17
Gunung Krakatau dan Pulau Sebesi	19
Kota Bandar Lampung.....	21
Taman Nasional Bukit Barisan Selatan.....	22

Wisata Taman Nasional Way Kambas.....	23
Teluk Kiluan.....	24
Tanjung Setia.....	25
Menara Siger.....	26
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Lampung Krakatau Festival	27
<i>Uniquenesses</i>	28
<i>Perishability</i>	32
<i>Intangibility</i>	32
<i>Personal Interaction</i>	33
B. Manajemen <i>Event</i> Lampung Krakatau Festival dalam mempromosikan Pariwisata Lampung.....	38
<i>Design</i>	39
<i>Planning</i>	40
<i>Coordination</i>	40
BAB IV	44
KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
a. Kesimpulan.....	44
b. Keterbatasan Penelitian.....	45
c. Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	
Lambang Provinsi Lampung.....	16
Gambar 2.2	
Peta Provinsi Lampung.....	17
Gambar 2.3	
Gunung Anak Krakatau.....	20
Gambar 2.4	
Pulau Sebesi.....	20
Gambar 2.5	
Kota Bandar Lampung.....	22
Gambar 2.6	
Taman Nasional Bukit Barisan Selatan.....	23
Gambar 2.7	
Taman Nasional Way Kambas.....	24
Gambar 2.8	
Teluk Kiluan.....	25
Gambar 2.9	
Tanjung Setia.....	28
Gambar 2.10	
Menara Siger.....	26
Gambar 3.1	
Parade Budaya pada <i>event</i>	
Lampung Krakatau Festival 2019.....	30
Gambar 3.2	
Tour Krakatau pada <i>event</i> Lampung Krakatau Festival.....	30

Gambar 3.3	
Tagline Treasure Of Sumatera.....	36
Gambar 3.4	
Calender Of <i>Event</i>	
Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	
Republik Indonesia 2019 untuk Wilayah	
Provinsi Lampung.....	36



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	
Luas daerah Provinsi Lampung.....	17
Tabel 2.2	
Junlah penduduk Di Provinsi Lampung 2019.....	17
Tabel 2.3	
Struktur PPID.....	19

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
الجمعة الإسلامية الأندلسية

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Provinsi Lampung memiliki kekayaan alam, keragaman budaya serta daya tarik wisata yang tiap tahunnya ditampilkan dalam sebuah *event* Lampung Krakatau Festival. *Event* tersebut sudah diadakan secara turun – temurun sejak tahun 1990 yang selalu menghadirkan duta besar dari negara – negara luar negeri dengan tujuan untuk memeriahkan serta turut andil dalam kegiatan tersebut. Menurut Gubernur Lampung, Arinal, kegiatan Lampung Krakatau adalah sebuah langkah yang pertama dalam mempromosikan kepariwisataan di Provinsi Lampung. Tidak hanya itu, terdapat sebuah tujuan yang menjadikan sebuah budaya dan kekayaan alam sebagai daya tarik utama didalam festival serta untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif.

<http://dinaspariwisata.lampungprov.go.id/berita/detail/bapak-gubernur-mebuka-langsung-perhelatan-lampung-krakatau-festival-lkf-2019>. (18 Januari 2019, pukul 21.00 WIB).

Festival tersebut menghadirkan parade busana tradisional dari dua suku besar di Lampung yakni Sai Batin dan Pepadun. Parade tersebut menampilkan juga kesenian topeng tradisional tuppung dan sekura yang menjadi salah satu kekhasan seni tradisional Lampung. Tidak hanya itu, dalam festival tersebut menampilkan atraksi unik seperti parade baris polisi cilik, serta gajah – gajah dari Taman Nasional Way Kambas.

Lampung Krakatau Festival tahun 2019 memiliki keunikan tema yaitu Urban Etnik yang akan memadukan unsur tradisional seperti adat istiadat daerah dan modern. Dengan mempersembahkan empat kegiatan di dalamnya, yakni Pesona Kemilau Sai Bumi Ruwa Jurai, Expo Krakatau Lampung, Trip Krakatau dan Tapis Karnaval.

Pesona Kemilau Sai Bumi Ruwa Jurai merupakan suatu rangkaian upacara pembukaan resmi dari kegiatan Lampung Krakatau Festival 2019 yang dipusatkan di pusat kota Bandar Lampung. Pembukaan tersebut dimeriahkan oleh seni, drama, dan tari daerah. Kemudian, terdapat juga kesenian tradisional dan kreasi modern serta ada juga pertunjukan musik yang di meriahkan oleh grup musik indie asal Lampung dan juga Artis Nasional.

Expo Krakatau Lampung merupakan kegiatan yang dilaksanakan di pusat kota Bandar Lampung yang menghadirkan bazaar kuliner Lampung, pertunjukkan atraksi, pameran fotografi, permainan tradisional anak – anak, serta festival UKM Ekonomi Kreatif, Demo Masak, Kuliner Tradisional, Kuliner Kekinian, Lomba Hias 1000 Cupcake, dan penyajian 5000 porsi gratis olahan Mie Seruit.

Trip to Krakatau yang merupakan suatu kegiatan yang paling di unggulkan di Lampung Krakatau Festival 2019. Trip ini dilakukan untuk studi observasi pengetahuan Gunung Anak Krakatau yang di saksikan dari atas kapal serta mendapatkan penjelasan dari BMKG dan BKSDA.

Penutupan dari agenda Lampung Festival Krakatau yakni kegiatan Tapis Karnaval yang menampilkan sebuah parade budaya. Pada kegiatan tersebut tidak hanya menampilkan budaya di Provinsi Lampung saja, melainkan ada juga penampilan dari budaya – budaya Nusantara yang diselenggarakan untuk menunjukkan sebuah keberagaman, kemegahan dan juga kekayaan sebuah budaya dengan ciri khas masing – masing daerah di dalam bentuk sebuah festival.

Event ini menjadi menarik karena masyarakat, komunitas bahkan semua aspek yang terdapat dalam jajaran Dinas Provinsi Lampung turut terlibat langsung memeriahkan pesta rakyat Lampung terbesar ini. Selama pelaksanaannya pun dilangsungkan sangat meriah sehingga mampu menjadi daya tarik wisatawan dari berbagai negara dan daerah.

Dari latar belakang yang telah ditulis, penulis ingin mengetahui hasil dari kegiatan Lampung Krakatau Festival yang sudah dilaksanakan pada tahun 2019, dikarenakan pada tahun 2020 tidak dilaksanakannya Lampung Krakatau Festival dikarenakan sedang terjadi pandemi, maka dari itu penelitian dilaksanakan dengan judul “Manajemen *Event* Lampung Krakatau Festival 2019 dalam mempromosikan Pariwisata Lampung.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana Manajemen *event* Lampung Krakatau Festival 2019 oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung?
2. Bagaimana *event* Lampung Krakatau Festival menjadi media komunikasi Dinas Pariwisata Lampung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Manajemen *event* dalam penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival tahun 2019

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta mampu menjadi sebagai bahan acuan untuk melakukan sebuah pengembangan penelitian terhadap Manajemen *Event* pariwisata daerah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki sebuah harapan untuk mampu memberikan masukan kepada Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dalam pelaksanaan *event* Lampung Krakatau Festival selanjutnya.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum dilakukan penelitian ini, peneliti mencari penelitian terdahulu dengan pembahsan dan fokus yang mempunyai beberapa kesamaan. Hal tersebut untuk menjadi panduan dalam melaksanakan kegiatan penelitian.

Tinjauan yang pertama dilakukan Satwika Rosyida Wijayaningrum (2018) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia yang berjudul Analisis Manajemen *Event* Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara. Berdasakarkan penyajian hasil penelitian, berfokus kepada mendeskripsikan dan menganalisis. Penelitian ini menghasilkan sebuah kesimpulan yakni pada penyelenggaraan *event* Gumelem Ethnic Carnival memiliki pembagian terhadap proses yang dilakukan saat penyelenggaraan dengan menggolongkan manajem *event* kebeberapa tahapan, yaitu 1) Penetapan pada tujuan, 2) Rencana awalan, 3) Rencana detail, serta melakukan diskusi mengenai perencanaan, merancang persiapan *event*, penyelenggaraan *event*, pengesahan, serta *research design, planning, coordination* dan juga *evaluation*. Selain itu, terdapat beberapa penghambat pada manajemen *event* terkait pada anggaran, tidak memiliki biaya yang cukup dan juga minimnya dukungan dari pemerintah terhadap *event* tersebut. Kurangnya promosi pun yang mengakibatkan tidak banyak mengetahui penyelenggaraan *event* tersebut.

Perbedaan penelitian yang dilakukan adalah *event* Etnic Carnival dilaksanakan oleh *Community Organizer* (CO), Komunitas Mahasiswa Banjarnegara (KMB) dan Karang Taruna Desa Gumelem dan baru diselenggarakan dua kali. Sedangkan penelitian tentang Lampung Krakatau Festival dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung sehingga menjadikan *event* rutin di setiap tahunnya dan tercantum dalam kalender *event* Nasional. Persamaan penelitian yang dilakukan yakni tentang bagaimana ingin meneliti tentang Manajemen *event* daerah.

Tinjauan Pustaka berikutnya merupakan penelitian yang berjudul Perencanaan *Event Management* Festival Kesenian Yogyakarta sebagai media Komunikasi Identitas Yogyakarta yang dilakukan oleh Johan Saputra (2014) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Penelitian tersebut memusatkan perhatian pada penggambaran *event management* dalam pelaksanaan Festival Kesenian Yogyakarta. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perencanaan *event management* Festival Kesenian Yogyakarta (FKY) dimulai dengan menunjuk ketua umum dan pembentukan panitia pelaksana (*Organizing Committee*) penyelenggara FKY oleh Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta dengan bantuan *Streeting Committee* FKY.

Perbedaan penelitian yang dilakukan adalah *event* yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta hanya untuk menjadi sebuah Media Komunikasi Identitas Yogyakarta bukan untuk menjadi sebuah *event* Nasional. Persamaan penelitian ini ialah sama – sama mengacu kepada perencanaan Manajemen *event* yang dilakukan oleh Dinas.

Tinjauan Pustaka berikutnya yakni oleh Riza Prasisna (2016) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia yang berjudul Manajemen *Event* Tabalong Etnik Festival Dalam Melestarikan Budaya Di Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan. Fokus Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana manajemen *event* TEF yang diselenggarakan oleh Putra Putri Saraba Kawa (Perkumpulan Pusaka) Tabalong dalam melestarikan budaya daerah melalui *event* Tabalong Etnik Festival (TEF) V yang sudah terlaksana di daerah Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan selama 5 tahun terakhir. Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen *event* TEF ini memiliki 4 tahapan yaitu : 1. Perencanaan. 2. Pengorganisasian 3. Pengarahan 4. Pengendalian

Perbedaan penelitian yang telah dilakukan dimana TEF dilakukan oleh Putra Putri Saraba Kawa sedangkan Lampung Krakatau Festival diselenggarakan dari Dinas

Pariwisata Provinsi Lampung. Persamaan dari kedua penelitian ialah bertujuan bagaimana manajemen *event* yang rutin dilakukan.

Tinjauan pustaka selanjutnya oleh Giovanny Gouwardi (2016) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara yang berjudul *Event Management* Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata (DISBUDPAR) Provinsi Banten Dalam Memperkenalkan Pariwisata Banten. Fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan, proses dan tujuan *Event Management* yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam memperkenalkan Pariwisata Banten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kegiatan *event management* yang dijalankan dan dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dalam memperkenalkan pariwisata di Banten menggunakan tahapan – tahapan yang ada dalam di teori komunikasi. Provinsi Banten juga melakukan kegiatan promosi pariwisata yang ditujukan untuk mendatangkan banyak pengunjung, serta adanya pengenalan lebih dalam tentang wisata apa saja yang dimiliki oleh Banten. Kegiatan promosi juga mengacu kepada berbagai *event* festival yang sudah ada dan dikembangkan menjadi lebih luas agar mendapatkan efek yang lebih dimasyarakat.

Perbedaan dari penelitian ini ialah upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang masih berupaya memperkenalkan Pariwisata Banten melalui beberapa *event* dan juga belum terdapat satu *event* rutin tiap tahunnya, sedangkan Provinsi Lampung sudah memiliki satu *event* festival yang rutin diselenggarakan ditiap tahunnya dan sudah menjadi agenda Nasional. Persamaan penelitian ini adalah kedua dinas menerapkan Manajemen *Event* yang sama dalam upaya mempromosikan serta mengembangkan *event* untuk promosi pariwisata.

Penelitian terdahulu yang terakhir yakni oleh Putu Ayu Renata Indrianinghati dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang berjudul Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai *Event* Majapahit Travel Fair 2019 Yang diselenggarakan Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Jawa Timur. Penelitian ini berfokus kepada tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* Majapahit Travel Fair 2019 yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *event* Majapahit Travel Fair dikategorikan rendah diukur dengan event lokasi, cuaca, biaya, keunikan, suasana, pelayanan, dan interaksi sosial, serta *intangibility* sebagai indikator. Pada indikator *intangibility* khususnya, menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat terhadap *event* tersebut sangat rendah.

Meskipun sudah terlaksana setiap tahun dalam 20 tahun terakhir, pengetahuan masyarakat tentang *event* ini masih sangat rendah.

Perbedaan dari penelitian ini adalah terdapat suatu manajemen *event* yang masih perlu diperbaiki oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur sehingga menyebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat akan *event* rutin ini, berbeda dengan Lampung Krakatau Festival yang sudah dikenal oleh masyarakat Provinsi Lampung. Persamaan dari kedua penelitian ini adalah kedua *event* ini dilakukan rutin setiap tahunnya.

F. Landasan Teori

1. *Event*

Suatu rangkaian acara yang dilakukan pada waktu tertentu dan menampilkan berbagai pertunjukan dengan tujuan untuk memperingati hal – hal penting serta memiliki target dalam pelaksanaannya disebut sebagai *event*. Karakter pada *event* yakni banyak bentuknya, salah satunya ialah festival. Festival merupakan bentuk *event* yang lebih bertujuan memberikan suatu hiburan bagi pengunjungnya serta menampilkannya dalam bentuk kesenian, budaya, permainan, bahkan terdapat penjualan produk. Festival juga memiliki sebuah karakteristik yakni melibatkan banyak peserta, dikarenakan tujuan utamanya yang menghibur pengunjung, serta menunjukkan produknya, eksistensi perusahaan, lalu seringkali ada satu tema yang diangkat dan sasaran lebih detail. (Golbatt,2002:11)

Pada saat ini, dikarenakan berkembangnya kegiatan masyarakat disertai oleh kemajuan teknologi, konsep *event* terus mengalami suatu perkembangan. Hal ini membuat suatu jenis *event* yang dibuat lebih beragam dan tidak terbatas pada kegiatan yang memiliki nilai kebudayaan dan keagamaan saja. Penyelenggaraan *event* ini telah banyak berkembang dikarenakan keinginan konsumen yang beranekaragam seperti ingin melihat suatu *event* olahraga, pengenalan produk atau lainnya.

Sebuah *event* akan lebih baik jika mengetahui lebih dahulu tujuan apa yang ingin dicapai. Salah satu tujuannya yakni merupakan kepada siapa *event* itu akan di tuju serta target audience. *Event* harus memiliki fokus diadakannya kepada bagaimana mendatangkan audience dikarenakan jumlah seberapa banyak yang hadir atau lebih dari target yang direncanakan dapat dikategorikan *event* yang dilaksanakan tersebut berhasil. (Noor, 2009:7) Menurut Noor juga di dalam buku

Manajemen Event, *event* yang baik harus memiliki beberapa karakteristik serta aspek dalam penyelenggaraannya, yaitu :

a. *Uniquenesses*

Didalam sebuah penyelenggaraan *event* kunci utama suksesnya ialah bagaimana cara membuat keunikan sendiri yang berbeda dari yang lain, sehingga tidak mudah untuk dilupakan oleh para audience yang hadir.

b. *Perishability*

Maksud dari *perishability* adalah merupakan suatu kemungkinan suatu hal dalam penyelenggaraan *event* yang tidak sesuai dengan rencana atau dapat dibidang kurang memuaskan. Oleh karena itu, jika tidak baik dalam penyelenggaraannya maka *event* tersebut tidak akan mencapai suatu yang ditargetkan.

c. *Intangibility*

Bagi yang menyelenggara *event* ini memiliki sebuah tantangan untuk mengganti pelayanan *intangible* menjadi sesuatu yang nyata sehingga sekecil apapun wujud tersebut yang diterapkan kedalam *event* dapat mengubah persepsi pengunjung.

d. *Personal Interaction*

Keterlibatan aktif maupun kontribusi pengunjung pada *event* berfungsi besar dalam kesuksesan suatu *event*.

2. *Event sebagai Media Komunikasi*

Menurut Noor (2009:7) mendefinisikan *event* bagaikan sesuatu aktivitas yang diselenggarakan buat mempertingati perihal– perihal berarti, baik secara orang maupun kelompok. Johnny Allen (dalam Abdullah, 2009: 47) mendefinisikan *event* bagaikan ritual istimewa, pertunjukkan, penampilan, perayaan yang pasti direncanakan serta bisa dibikin buat kegiatan spesial, ataupun buat menggapai tujuan sosial, budaya maupun tujuan bersama.

Bentuk *event* sangatlah beragam yang salah satunya merupakan festival. Festival merupakan *event* dengan tujuan memberikan hiburan untuk para hadirin dengan menampilkan sebuah bentuk kesenian, permainan maupun juga dalam pemasaran hingga penjualan produk. Karakteristik festival diantaranya : menunjukkan eksistensi industri maupun produknya, bermacam. (Goldbatt. 2002:11)

Banyak pakar yang menempatkan *event* selaku media komunikasi. Pendapat ini misalnya merujuk Schmitt (2010: 63) yang menempatkan *event* bagaikan media komunikasi pemasaran yang fokus kepada konsumen untuk berhubungan secara langsung dengan industri, merk, serta komunitas. Sulaksana (2007: 40) yang menarangkan kalau *event* ialah salah satu instrument komunikasi below the line yang banyak digunakan industri buat menghadirkan produk kepada khalayaknya. Ruslan (2007: 141- 172) menarangkan kalau *event* ialah pengembangan kegiatan public relations bagaikan salah satu media komunikasi buat menarik atensi serta liputan media pers serta universal terhadap lembaga ataupun produk tertentu yang ditampilkan.

Event selaku media komunikasi untuk suatu kota diterangkan oleh Getz (2008: 403). Bagi Getz, melalui penyelenggaraan sesuatu *event* bagaikan kota sanggup mengkomunikasikan keunikan maupun kekhasan yang dipunyai. Getz menarangkan sebagai berikut:

- a. *Event* selaku atraksi(attraction), sangat jelas bisa diungkapkan dimana kegiatan *event* ialah atraksi/ energi tarik tertentu untuk suatu destinasi. Atraksi merupakan suatu yang menarik buat dilihat/ dinikmati.
- b. *Event* selaku pemberi citra destinasi(image maker); lewat aktivitas *event* suatu destinasi bisa memasarkan dirinya buat membagikan kesan serta pemikiran terhadap destinasi yang ditawarkan.
- c. *Event* selaku pendorong tumbuhnya atraksi wisata (*animators of static attractions*). Lewat aktivitas *event* bisa ditunjukkan seluruh wujud atraksi yang ialah ajang kegiatan serta kreativitas pelakon *event*.
- d. *Event* selaku penggerak tumbuhnya pembangunan sector lain (*catalyst for other development*). Lewat *event*, perkembangan sector lain secara tidak langsung berkembang buat memenuhi aktivitas *event* yang dilaksanakan.

3. Manajemen *Event*

Didalam sebuah penyelenggaraan *event*, harus mengandung sebuah unsur 5W + 1H yang dimana dinyatakan dalam Abdullah (2009:146) yakni (*what, when, where, why, who* dan *how*) yang memiliki sebuah arti dari sebuah makna *event* tersebut ialah apa nama *event* yang akan diselenggarakan, kapan pelaksanaannya, dimana lokasi yang akan dijadikan tempat diadakannya *event* tersebut, lalu dengan

tujuan apa *event* tersebut dilaksanakan, lalu siapa saja yang dilibatkan serta kepada siapa tujuan, dan yang terakhir bagaimana *event* tersebut akan diselenggarakan. Selanjutnya dalam membuat *event*, tentunya terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaannya, Menurut Goldblatt (2002), Tahapan ini dimaksudkan untuk terlaksananya *event* yang efektif dan efisien.

a. Researches

Dalam penyelenggaraan *event* memiliki 5 persoalan didalamnya (*why, when, where, what*) sehingga bisa digunakan buat memutuskan penerapan suatu *event*:

1. Mengapa *event* tersebut diadakan?
2. Siapa yang dituju dari *event* tersebut?
3. Kapan *event* tersebut diselenggarakan?
4. Dimana posisi *event* tersebut hendak diselenggarakan?
5. Apa yang hendak ditampilkan pada *event* tersebut?

Sesudah bisa menanggapi atas kelima persoalan tersebut, butuh dicoba analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, threats*) agar memiliki serta menetapkan semua tahapan yang akan berjalan secara struktural.

b. Design

Suatu ide dibutuhkan disebabkan bisa menunjang suatu kegiatan pelaksanaan *event* menggapai tujuannya dengan metode brainstorming serta *mind mapping*. Yang paling dibutuhkan *event manager* adalah kreativitas dikarenakan pada produk wajib memiliki sisi kreatif, oleh karena itu dibutuhkan keativitas menjadi bagian paling utama yang wajib didukung pada proses *manajemen event*.

Brainstorming serta *mind mapping* merupakan sebuah aktivitas yang dimana semua anggota dikumpulkan untuk memberikan sebuah saran agar dijadikan menjadi satu pemikian *event* yang mencakup keuangan, social, budaya serta aspek yang berarti lain dalam penerapan suatu *event*.

Brainstorming memiliki fokus kepada tema serta konsep keigatan, bagaimana tata rias serta artistik, hiburan yang ditampilkan, strategi komunikasi yang akan digunakan. Pada sesi ini mencoba riset berupa kelayakan *event* meliputi anggaran bayaran, sumber daya manusia, serta keadaan.

c. Planning

Planning ataupun perencanaan membutuhkan proses manajemen *event* yang lama. Apabila sesi *research* serta *design* dicoba dengan baik hingga sesi perencanaan dapat dicoba dengan gampang. Tetapi apabila *research* serta *design* belum dicoba dengan baik hingga hendak sangat bisa jadi terjalin ketidaksesuaian pada sesi perencanaan serta dikerjakannya pergantian pada rencana utama dengan rencana pengganti.

Pada tahapan ini, menggunakan 3 konsep dasar perencanaan, yaitu waktu, tempo maupun tempat. Membutuhkan fokus yang tinggi dalam memakai ketiga konsep dasar tersebut yang hendak dilaksanakan.

d. *Coordination*

Koordinasi ialah sesi yang sangat banyak dicoba dikala penerapan ataupun eksekusi pada sesi tadinya ialah mengeksekusi rencana yang sudah dibangun dengan matang. Pada sesi ini kedudukan *event* manager sangat berarti di mana *event* manager dihadapkan pada banyak opsi yang mewajibkan pengambilan keputusan demi keputusan dicoba dengan handal sehingga berakibat baik pada hasil dari *event* yang diselenggarakan.

e. *Evaluation*

Evaluasi merupakan sebuah tahapan yang melakukan penilaian terhadap *event* dari tahapan pertama hingga *event* telah selesai dilaksanakan. Proses penilaian pada evaluasi sendiri berfungsi untuk menjadi bahan referensi pada penyelenggaraan *event* serupa yang akan dilaksanakan pada periode selanjutnya.

Evaluasi adalah proses akhir untuk mendapatkan hasil serta penilaian, pengukuran terhadap tingkat keefektifitas strategi selanjutnya dalam upaya mencapai suatu tujuan. Data yang didapatkan berasal dari hasil evaluasi yang digunakan untuk menganalisis situasi didalam pelaksanaan program berikutnya. Hal ini mempunyai tujuan agar dapat melihat suatu keberhasilan dari acara yang telah berlangsung serta melihat kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaannya.

Bagan 1.1
Kategori Special Event



Berdasarkan konsep serta definisi yang telah dikembangkan diatas, adapun kategori *special event* dikemukakan oleh Menurut Noor (2009:9), terdapat empat jenis macam *event* diantaranya yaitu :

1. **Leisure Event**, yaitu tipe *event* dengan perkembangan banyak kegiatan keolahragaan didalamnya aspek pertandingan serta mendatangkan banyak turis.
2. **Personal Event**, yaitu tipe *event* dengan berkegiatan mengaitkan anggota keluarga maupun teman dan berkesan sederhana.
3. **Cultural Event**, yaitu jenis *event* dengan kegiatannya bernuansa budaya maupun yang memiliki nilai social besar dalam tatanan masyarakat.
4. **Organizational Event**, yakni bentuk *event* dengan kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi.

Dalam sebuah penyelenggaraan *event* dibutuhkan promosi yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Promosi sebagai media pemasaran agar menggapai tujuannya. Bagi Morissan(2010) Promosi yakni suatu kerjasama yang dicoba buat membangun dan membagikan bermacam data buat menjual benda ataupun menghadirkan idenya. Promosi mempunyai kedudukan sangat berarti dalam suatu aktivitas, buat membagikan data kepada warga buat menggapai tujuan

yang di idamkan. Proses pemasaran yang sukses ialah mempunyai 3 sesi ialah segmentasi, targeting serta positioning.

Bagi Shimp (2003:12) promosi sangat berfungsi berarti dalam suatu aktivitas, buat membagikan data kepada warga buat menggapai tujuan. Pemasaran merupakan data yang diberikan pada media yang satu dengan media yang yang lain serta program *event* yang satu dengan yang yang lain.

Didalam sebuah *event*, memiliki beberapa kriteria yang berpacu pada jumlah total pengunjung. menurut Abdullah (2009) ada tiga jenis kategori *event* berdasarkan ukuran dan skalanya, yaitu:

1. **Mega Event**, yaitu *event* yang mengacu kepada jenis yang diikuti kanca internasional, regional minimal lima negara, pengunjung dalam jumlah total keseluruhan berdasarkan total durasi kegiatan serta lebih dari satu juta orang pengunjung yang memiliki investasi besar, keuntungan lebih banyak dan berdampak kepada ekonomi masyarakat serta diliput media secara luas. Contohnya adalah Olimpiade, Piala dunia.
2. **Medium Event**, yaitu *event* yang berkategori menengah dan dikunjungi antara seratus ribu orang sampai dengan jutaan pengunjung.
3. **Mini Event**, yaitu *event* dengan kegiatan yang diikuti oleh kurang dari seratus ribu orang pengunjung dan bersifat lokal.

Event mempunyai keberagam perencanaan Cangara (2013:48-51) membagi kedalam tipe perencanaan kegiatan komunikasi ke dalam dua jenis, yaitu perencanaan strategis dan perencanaan operasional. Perencanaan strategis adalah sebuah arahan manajemen yang digunakan organisasi serta kondisi untuk bekerja jangka panjang. Adapun perencanaan operasional adalah perencanaan yang memerlukan tindakan dalam bentuk aktivitas yang dirancang untuk mencapai tujuan.

Mengenai dengan sebuah perencanaan *event management*, Harris dan Allen (2002:5) menjadikan perencanaan kedalam dua tingkatan perencanaan *event*, yang pertama, perencanaan strategis yang menggambarkan tentang sasaran jangka panjang keberlangsungan *event*, termasuk di dalamnya strategi yang dibutuhkan untuk mencapainya, dan kedua, perencanaan operasional yang memfokuskan kepada sebuah langkah tertentu untuk menerapkan strategi tersebut.

4. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode deskriptif kualitatif, dikarenakan penelitian ini memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian yang memiliki tujuan berfokus kepada konteks khusus secara alamiah. Berkaitan dari hasil wawancara sendiri yaitu berupa pendapat, opini, pengetahuan, dan pengalaman dari berbagai narasumber mengenai *Management Event Festival Krakatau* oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dalam mempromosikan pariwisata Provinsi Lampung. Data yang dihasilkan dari penelitian kualitatif ini yaitu data diskriptif yang berbentuk kata – kata dan kalimat berdasarkan objek penelitian.

Penelitian ini berlokasi di kantor Dinas Provinsi Lampung yang memiliki tanggung jawab sebagai pengurus acara Festival Krakatau 2019 dan Festival Krakatau 2019 nantinya. Narasumber yang akan diwawancarai peneliti yaitu.

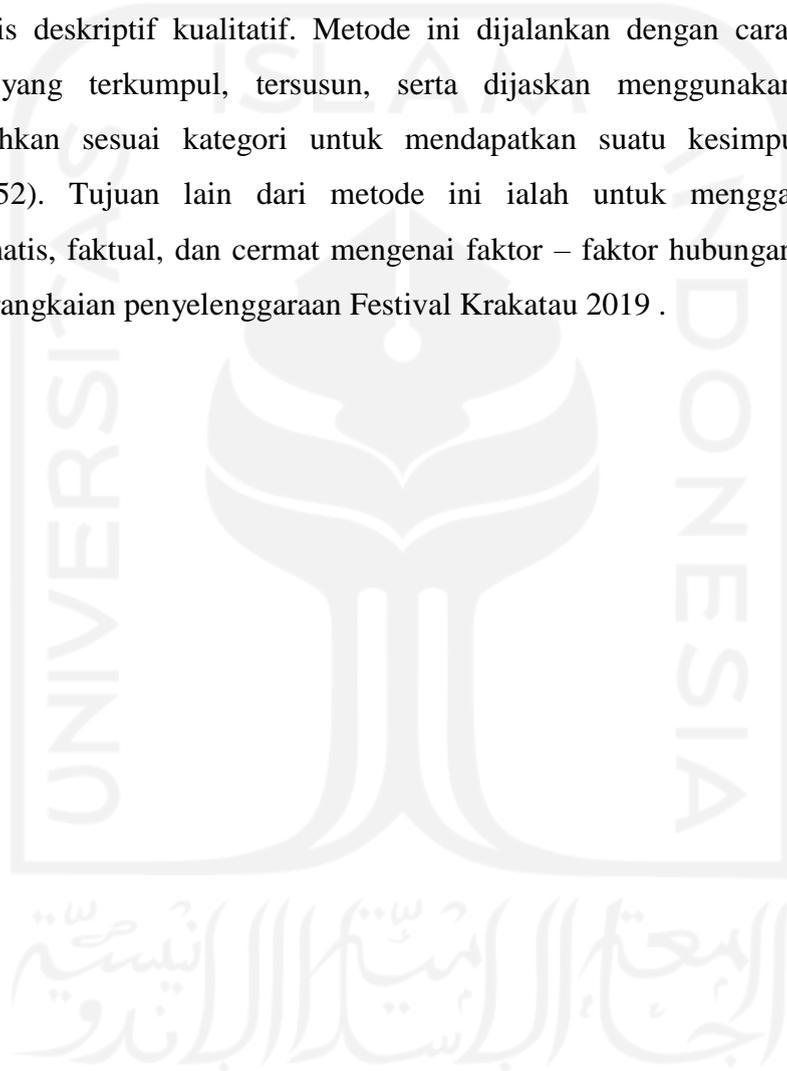
1. Ketua Bidang divisi Kreatif Dinas Pariwisata Provinsi Lampung
2. Sekretaris Dinas Pariwisata Provinsi Lampung
3. Panitia acara Lampung Krakatau Festival 2019 dan 2019.
4. Pengunjung Lampung Kratakau Festival 2019

Waktu pelaksanaan penelitian tersebut yaitu selama sebulan dari bulan juni sampai juli 2019.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data secara langsung ke lapangan. Dengan mengumpulkan dua bentuk data yaitu berupa data primer dan data sekunder, yang dimana data primer tersebut didapatkan dari hasil wawancara langsung dengan narasumber. Serta data sekunder yaitu peneliti menggunakan berbagai dokumen, laporan, yang berkaitan dengan penelitian, berbagai referensi buku – buku, maupun jurnal – jurnal yang berkaitan dan juga relevan dengan penelitian ini. Setelah adanya pengumpulan data dilanjutkan dengan reduksi data, yang dimana menuliskan data tersebut yang didapat di lapangan dan ditulis kedalam catatan penelitian, dilanjutkan dari hasil data yang diperoleh setelah direduksi berupa penyajian data, hal tersebut bertujuan supaya peneliti dapat dengan mudah membaca dalam fokus penelitian yang dibahas. Setelah melakukan reduksi data, selanjutnya dilakukan penafsiran dan analisis data, yang mana penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif model interaktif yaitu dilakukan terus – menerus sampai menunjukkan data jenuh serta dilakukannya secara

interaktif. Model interaktif yaitu dilakukannya pengumpulan data yang sesuai da nada pada lokasi dilaksanakannya penelitian. Dengan dilakukannya pengamatan atau observasi wawancara, hasil dokumentasi observasi dan narasumber yang didapat serta menentukan data yang berkaitan serta sesuai. Setelah itu, langkah terakhir adalah peneliti akan memverifikasi data, data yang diperoleh secara terus menerus sehingga dapat menarik kesimpulan dari persoalan penelitian.

Dalam mengolah serta menganalisis data, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode ini dijalankan dengan cara mengklasifikasi data yang terkumpul, tersusun, serta dijaskan menggunakan kalimat yang dipisahkan sesuai kategori untuk mendapatkan suatu kesimpulan. (Moleong, 2007:52). Tujuan lain dari metode ini ialah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan cermat mengenai faktor – faktor hubungan antar fenomena pada rangkaian penyelenggaraan Festival Krakatau 2019 .



BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Provinsi Lampung

Provinsi Lampung lahir pada tanggal 18 Maret 1964 dengan telah ditetapkan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 3/1964 yang kemudian menjadi Nomor 14 tahun 1964. Provinsi Lampung adalah sebuah provinsi dengan memiliki letak dibagian selatan di Pulau Sumatera, beretepat di kota Bandar Lampung yang dijadikan ibu kota. Provinsi ini memiliki dua kota yakni kota Bandar Lampung dan juga Kota Metro dan juga terdapat 13 kabupaten didalamnya. Provinsi Lampung memiliki luas 35.376,50 km² dan terletak di antara 105°45'-103°48' BT dan 3°45'-6°45' LS yang memiliki keadaan geografis berada di sebelah barat berbatasan dengan Samudra Hindia, di sebelah timur dengan Laut Jawa dan juga disebalah utara berbatasan dengan Provinsi Sumatera Selatan, serta berbatasan engan Selat Sunda. Provinsi Lampung memiliki pelabuhan utama bernama Pelabuhan Panjang dan Pelabuhan Bakauheni, bandar udara utama yakni Radin Inten II serta Stasiun Tanjungkarang.

Keadaan alam Lampung, di sebelah barat dan selatan, di sepanjang pantai merupakan daerah yang berbukit-bukit sebagai sambungan dari jalur Bukit Barisan di Pulau Sumatra. Di tengah-tengah merupakan dataran rendah. Sedangkan ke dekat pantai di sebelah timur, di sepanjang tepi Laut Jawa terus ke utara, merupakan perairan yang luas. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung> diaskes pada tanggal 10 Februari 2021 pukul 16.00)

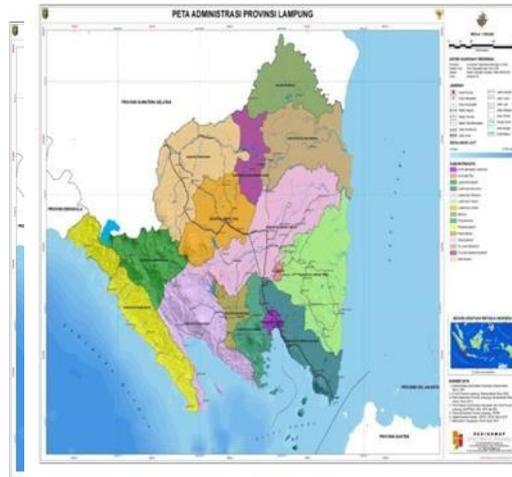


Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung>

Gambar 2.1 Lambang Provinsi Lampung

B. Geografis Provinsi Lampung

Provinsi Lampung memiliki luas 35.376,50 km² dan terletak di antara 105°45' 103°48' BT dan 3°45'-6°45' LS Daerah ini berada pada sebelah barat yang berbatasan langsung dengan Samudra Hindia, pada disebakah timur berbatasan dengan Laut Jawa, lalu disebelah utara berbatasan dengan Sumatra Selatan, dan disebelah selatan dengan Sulat Sunda. Adapun pulau-pulau yang termasuk pada Provinsi Lampung meliputi Pulau Darot, Pulau Legundi, Pulau Tegal, Pulau Sebuku, Pulau Kelagian, Pulau Sebesi, Pulau Pahawang, Pulau Krakatau, dan Pulau Tabuan. Dan juga ada Pulau Tampang dan Pulau Pisang masuk ke wilayah pesisir Barat. (<https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung> diakses pada tanggal 10 Februari 2021 pukul 16.00)



Sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung>

Gambar 2.2 Peta Provinsi Lampung

Kondisi iklim yang dimiliki di Kota Bandar Lampung termasuk beriklim tropis basah. Suhu udara maksimum pada provinsi ini biasanya rata-rata 30,57°C, kelembaban maksimum rata-rata 89,34%, intensitas penyinaran rata-rata 0,25 jam dengan kecepatan angin rata-rata 2,34 km/jam dan rata-rata evaporasi 3,95 mm/hari. Curah hujan yang sangat tinggi (>100mm/bulan) terjadi pada bulan November-Mei dan musim kemarau (CH<100 mm/bulan) terjadi selama bulan Juni – Oktober.

C. Luas Wilayah dan Administrasi Pemerintahan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1964, yang kemudian menjadi Undang-Undang Nomor 14 tahun 1964 Keresidenan Lampung ditingkatkan menjadi Provinsi Lampung dengan ibukota Tanjungkarang- Telukbetung. Kemudian

berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 24 tahun 1983 telah diganti namanya menjadi Kotamadya Bandar Lampung terhitung tanggal 17 Juni 1983.

Administrasi Pemerintahan di Provinsi Lampung dibagi dalam 15 (lima belas) Kabupaten/Kota, sebagai berikut :

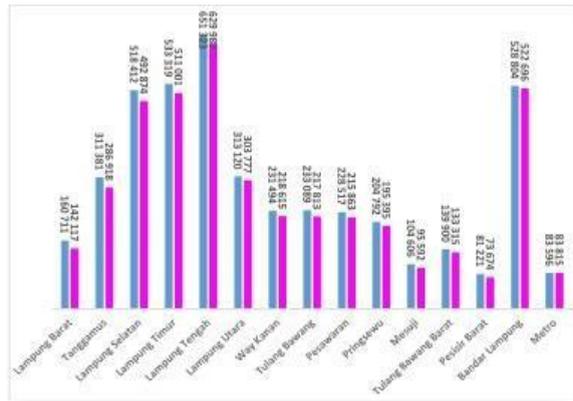
Kabupaten/Kota <i>Regency/Municipality</i>	Ibukota Kabupaten/Kota <i>Capital of Regency/Municipality</i>	Luas ¹ <i>Total Area¹</i> (km ² /sq.km)	Persentase terhadap Luas Provinsi <i>Percentage to Province's Area</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Lampung Barat	Liva	2 142,78	6,19
Tanggamus	Kota Agung	3 070,64	8,71
Lampung Selatan	Kalanda	700,32	2,02
Lampung Timur	Sukadana	5 325,03	15,38
Lampung Tengah	Gunung Sugi	3 802,68	10,98
Lampung Utara	Kotabumi	2 725,87	7,87
Way Kanan	Blambangan Umpu	3 921,63	11,33
Tulang Bawang	Menggala	3 466,32	10,01
Pesawaran	Gedong Tataan	2 243,51	6,48
Pringsewu	Pringsewu	625,00	1,81
Mesuji	Mesuji	2 184,00	6,31
Tulang Bawang Barat	Panangan	1 201,00	3,47
Pesisir Barat	Krau	2 907,23	8,40
Kota Bandar Lampung	Bandar Lampung	296,00	0,85
Kota Metro	Metro	61,69	0,18
Lampung		34 623,80	100,00

Sumber : Provinsi Lampung dalam Angka hal. 7)

Tabel 2.1 Luas daerah Provinsi Lampung

Penduduk

Wilayah Provinsi Lampung mempunyai motto dalam lambing daerahnya, pada motto ini berisi “Sang Bumi Ruwa Jurai”. Sang Bumi diartikan sebagai rumah tangga yang agung yang berbilik, sedangkan untuk Ruwai Jurai diartikan dua unsur golongan masyarakat yang berdiam pada wilayah Provinsi Lampung (Lampung Dalam Angka 2009,p.v). Motto ini berawal hanya untuk mencakup dua golongan masyarakat asli yang ada di Provinsi Lampung yaitu Pepadun dan Peminggir, namun semenjak Lampung dijadikan salah satu tempat untuk bagian dari transmigrasi, Ruwai Jurai kemudian bermakna untuk masyarakat asli dan pendatang.



Sumber : Provinsi Lampung dalam angka hal. 62

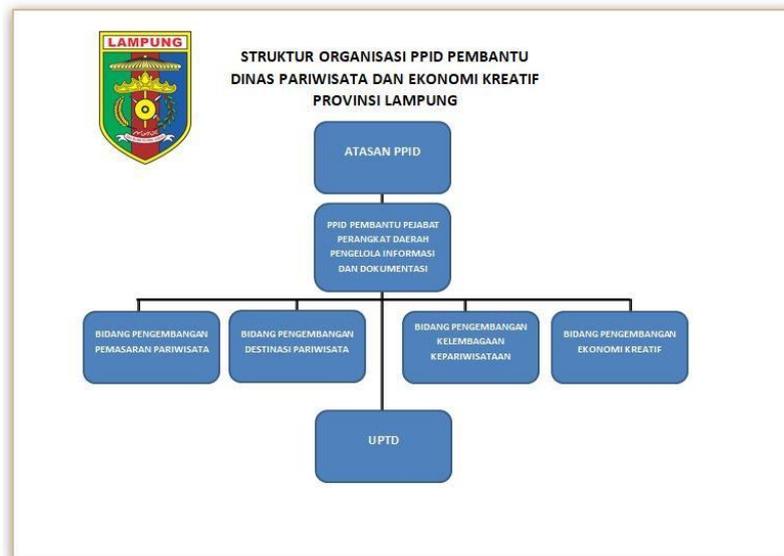
Tabel 2.2 Jumlah penduduk di Provinsi Lampung 2019

Gambaran dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung

Pada peraturan Daerah yang dimiliki dari Provinsi Lampung Nomor 4 Tahun 2019 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Lampung, Tugas dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ialah melaksanakan sebagai kegiatan pemerintahan di bidang pariwisata berdasarkan asas otonomi daerah yang telah menjadi kewenangan setempat, tugas dekonsentrasi dan pembantuan serta tugas yang lain sesuai dengan kebijakan yang telah disetujui oleh pihak Gubernur berdasarkan peraturan yang berlaku.

Dalam upaya melakukan tugas serta kewajiban, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, memiliki beberapa fungsi diantaranya, merumuskan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, pelaksanaan urusan untuk pemerintahan dan pelayanan umum di lingkungan pariwisata dan ekonomi kreatif, melakukan pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, melakukan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, melakukan pembinaan karakter dan budi pekerti bangsa, memonitoring dan mengevaluasi pariwisata dan ekonomi kreatif, menetapkan kebijakan promosi dan standarisasi pariwisata dan ekonomi kreatif, dan juga melaksanakan rencana induk dan rencana detil pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif serta pelayanan administratif

Provinsi Lampung merupakan sebuah daerah di selatan Pula Sumatera yang memiliki potensi keindahan alam sehingga bisa dikatakan ciri khas yang tidak dimiliki oleh daerah lainnya di Sumatera dan Indonesia, hal tersebut menjadikan Provinsi Lampung sangat unik. Berikut berupa pariwisata unggulan yang terdapat pada Provinsi Lampung.



Sumber : <https://dinaspariwisata.lampungprov.go.id/halaman/detail/struktur-ppid>

Tabel 2.3 Struktur PPID

Gunung Krakatau dan Pulau Sebesi

Pada kawasan pariwisata Gunung Krakatau adalah cagar alam yang masuk dalam area yang dilindungi sebagai cagar alam dan juga pada saat ini Gunung Krakatau masih berstatus sebagai gunung merapi aktif dan masih aktivitas layaknya gunung merapi lainnya seperti mengeluarkan abu vulkanis dan gempa, untuk melihat aktivitas gunung Krakatau dengan aman sudah diatur jarak sekitar 2-3 kilometer.

Pada kawasan Gunung Anak Krakatau masih mempunyai sejumlah daratan yang didominasi berpasir berwarna merah hasil dari aktivitas vulkanik gunung Krakatau. Meskipun begitu Gunung Anak Krakatau menyimpan keindahan alam yang sangat indah. Diatas Gunung Anak Krakatau para pengunjung wisatawan bisa melihat beberapa kepulauan yang terdapat pada kawasan ini seperti Pulau Panjang dan Induk Krakatau dan juga hamparan lautan luas yang sangat indah.

Pulau sebesi yang memiliki jarak sekitar 17 km atau satu jam perjalanan dari kawasan Gunung Krakatau sering dijadikan sebagai tempat untuk memantau aktivitas dari Gunung Krakatau, bukan hanya aktivitas dari Gunung Krakatau saja tetapi para wisatawan dapat mencoba beberapa keunggulan dari pulau dengan cara melakukan aktivitas air seperti Snorkling, bermain kano. lalu menikmati keindahan alam yang tersedia seperti melakukan hiking ke gunung yang ada di Pulau Sebesi untuk menikmati keindahan alam air terjun yang ada diwilayah pegunungan di pulau Sebesi.

Cara untuk menuju Gunung Krakatau dan Pulau Sebesi yaitu:

1. Untuk bisa berpergian dan berwisata di kawasan Gunung Krakatau dan Pulau Sebesi para wisatawan bisa melalui perjalanan dari pelabuhan Bakauheni menuju ke dermaga Canti Kalianda dan menyewa kano yang biasa menawarkan jasanya untuk melakukan perjalanan wisata harga yang ditawarkan dari penyedia jasa berkisar 3 juta.
2. Jika berangkat melalui kota Bandar Lampung, para wisatawan bisa langsung melakukan perjalanan ke Dermaga Canti Kalianda dan menyewa beberapa kapal dari penyedia jasa pariwisata setempat.



Sumber: <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/07/12/pbqmsk368-status-masih-waspada-gunung-anak-krakatau-erupsi-56-kali>

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/07/12/pbqmsk368-status-masih-waspada-gunung-anak-krakatau-erupsi-56-kali>

Gambar 2.3 Gunung Anak Krakatau

Penginapan:

Pada Kawasan dari Gunung Krakatau tidak memiliki fasilitas penginapan yang tersedia. Para wisatawan bisa ke pulau Sebesi untuk menginap, penyedia jasa penginapan biasanya membandrol harga mulai dari 200 ribu permalam.



Gambar 2.4 Pulau Sebesi

Kota Bandar Lampung

Berwisata di kota Lampung tentu saja tidak lengkap jika belum mampir ke ibukota provinsinya yaitu Kota Bandar Lampung. Di sini para wisatawan bisa merasakan budaya Lampung yang kental. Banyak festival budaya yang diselenggarakan untuk mengenalkan budaya Lampung kepada wisatawan. contohnya seperti Lampung Krakatau Festival. Kegiatan budaya dalam festival Lampung Krakatau biasanya dimeriahkan dengan deretan acara yang menarik para wisatawan seperti Tarian, Kuliner, Permainan Daerah, Hingga kain tapis yang menjadi ciri khas dari daerah Lampung dibuat dengan cara tradisional oleh penduduk lokal.

Cara untuk menuju ke Kota Bandar Lampung:

Jika para wisatawan dari Bandara Raden Inten II, wisatawan hanya perlu menggunakan kendaraan untuk menuju Kota Bandar Lampung. Perjalanan yang ditempuh biasanya hanya sekitar 45 menit dari Bandara ke kota Bandar Lampung.

Penginapan:

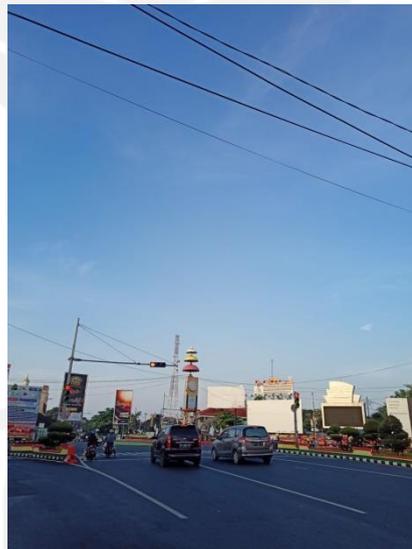
Penginapan yang tersedia di Kota Bandar Lampung sangatlah beragam mulai dari yang terjangkau hingga kelas atas. Penginapan di sini dibanderol mulai dari Rp 120 ribu hingga Rp 1 jutaan.

Wisata Kota Bandar Lampung:

1. Museum Lampung
2. Slanik Waterpark, waterpark terbesar di Lampung
3. Pantai Mutun
4. Pantai Sari Ringgung
5. Taman Kupu-kupu
6. Air Terjun Batu Putu
7. Monumen Krakatau
8. Anjungan Tulang Bawang
9. Dsb,

Tempat Para wisatawan untuk membeli oleh-oleh di Kota Bandar Lampung:

1. Kopi Lampung di Gang PU Bandar Lampung.
2. Kripik Pisang khas Lampung berlokasi di jalan ikan Kakap Teluk Betung
3. Krupuk Kemplang di berbagai supermarket dan kios di daerah Panjang dan Tarahan.
4. Pempek ala Lampung berlokasi di Jalan Salim Batubara Teluk Betung, Jalan Hayam Wuruk Kampung Sawah, dan Jalan Ikan Kakap.
5. Lempok Durian atau dodol durian di berbagai lokasi supermarket di Bandar Lampung.
6. Sambal Lampung di berbagai lokasi supermarket di Bandar Lampung.
7. Kain Tapis bisa dibeli di pasar tradisional Bambu Kuning, sentra Tapis di Kemiling Bandar Lampung dan Negeri Katon Pasawaran dekat Bandara, dan galeri-galeri yang ada di kota Bandar Lampung.



Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 2.5 Kota Bandar Lampung

Taman Nasional Bukit Barisan Selatan

Taman Nasional Bukit Barisan Selatan merupakan kawasan yang masuk dalam situs warisan dunia UNESCO. Taman nasional ini dilindungi dalam rangka pelestarian hutan hujan tropis.

Taman Nasional Bukit Barisan Selatan merupakan kawasan yang masuk kategori warisan dunia UNESCO. Taman nasional ini merupakan sebuah hutan hujan tropis yang masuk kedalam sektor hutan dilindungi. Taman nasional ini terdapat sebuah pantai, hutan hujan dataran rendah serta hujan pegunungan menjadikan daerah tersebut menjadi rumah bagi para gajah Sumatera, badak Sumatera, dan Harimau Sumatera.

Cara menuju ke Taman Nasional Bukit Barisan Selatan:

Tempat wisata yang terkenal menyajikan pemandangan alam dengan indah seperti Taman Nasional Bukit Barisan Selatan berlokasi 170 Kilometer dari kota Bandar Lampung. Para wisatawan sangat bisa datang ketempat ini untuk menikmati keindahan alam dengan cara menaiki fasilitas kendaraan umum yang tersedia di terminal Rajabasa ke Kota Agung di Kabupaten Tanggamus.



Sumber:<https://www.indephedia.com/2019/10/taman-nasional-bukit-barisan-selatan.html>

Gambar 2.6 Taman Nasional Bukit Barisan Selatan

Wisata Taman Nasional Way Kambas

Taman Nasional Way Kambas merupakan sebuah pusat konservasi hewan – hewan yang hampir mendekati angka kepunahan semisal Gajah Sumatera, Harimau Sumatera, Mentok Rimba, Badak Sumatera, dan Buaya Sepit.

Taman Nasional Way Kambas terletak di Kabupaten Lampung Timur dan banyak menyimpan pemandangan yang tidak biasa. Di sini pengunjung juga bisa melihat Kuan Raja, Burung Pependang Timut, Bangau Tongtong, dan Sempidan Biru serta masih banyak lagi hewan unik dan langka lainnya. Cara menuju ke Taman Nasional Way Kambas:

Taman Nasional Way Kambas terletak di Kabupaten Lampung Timur serta memiliki pemandangan yang tidak biasa. Pengunjung dapat melihat Kuan Raja, Burung

Pependang Timur, Bangau Tongtong serta Sempidan Biru dan masih banyak juga hewan unik dan langka lainnya.

Cara menuju Ke Taman Nasional Way Kambas :

Dapat menggunakan kendaraan umum, jika berasal dari Kota Bandar Lampung memiliki tempo waktu sekitar 3 jam untuk mencapai kesana.



Sumber: <https://www.backpackerlampung.com/wisata-lampung-taman-nasional-way-kambas/>

Gambar 2.7 Taman Nasional Way Kambas

Teluk Kiluan

Teluk Kiluan merupakan sebuah tempat yang sudah sangat terkenal dengan keindahan tempat yang merupakan rumah bagi para lumba – lumba yang bisa disaksikan langsung aktivitasnya.

Selain dapat melihat lumba – lumba, pengunjung dapat mengunjungi pulau – pulau disekitar lokasi tersebut seperti pulau kelapa yang sangat dikenal dengan pasir lembut. Tak hanya itu saja, terdapat juga Laguna Gayau yang memiliki keindahan kolam air alami yang terjebak didalam bebatuan karang.

Cara menuju ke lokasi:

Teluk Kiluan berlokasi di Kabupaten Tanggamus, untuk dapat mencapai tujuan, dapat menggunakan kendaraan umum dari terminal Rajabasa Bandar Lampung menuju ke Hanura, lalu ketika sampai di Hanura, lanjutkan dengan cara mencari jasa angkutan seperti ojek untuk menuju ke Desa Bawang, lalu ketika sudah sampai, dapat melanjutkan perjalanan menuju Teluk Kiluan.



Sumber : <https://dolanyok.com/teluk-kiluan/>
Gambar 2.8 Teluk Kiluan

Tanjung Setia

Tanjung Setia merupakan sebuah tempat idaman bagi para pecinta *surfer* yang memiliki hobi mengarungi ombak. Biasanya tempat ini akan penuh dengan para wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin merasakan ombak Tanjung Setia yang sudah sangat dikenal di mancanegara.

Cara menuju ke Tanjung Setia:

Jika berasal dari Bandar Lampung, dapat menggunakan kendaraan umum dengan jurusan Rajabasa Bandar Lampung – Krui, dengan tujuan Pantai Tanjung Setia.



Sumber: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2015/06/26/tanjung-setia-ombak-setia-peselancar-dunia/2015/06/25/buah-buah-asli-kalimantan/>

Gambar 2.9 Tanjung Setia

Menara Siger

Menara Siger adalah sebuah ikon yang menjadi ciri Khas Provinsi Lampung yang terletak di gerbang pintu masuk dari pelabuhan Bakauheni. Menara siger juga merupakan sebuah objek wisata yang dapat diakses dengan mudah serta memiliki pemandangan sangat indah.

Cara menuju ke menara siger:

Dapat diakses dengan berjalan kaki jika berasal dari Pelabuhan Bakauheni atau naik kendaraan umum hanya sekitar 10 menit. Jika berasal dari Kota Bandar Lampung , sekitar 2 jam menggunakan kendaraan pribadi ataupun umum



Sumber : <https://wisato.id/wisata-budaya/uniknya-bangunan-menara-siger/>
Gambar 2.10 Menara Siger

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Lampung Krakatau Festival

Lampung Krakatau Festival adalah *event* yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Salah satu tujuan dari tujuan dari *event* Lampung Krakatau Festival adalah untuk memperkenalkan potensi yang ada di Provinsi Lampung. Berfokus kepada misi diselenggarakannya *event* Lampung Krakatau Festival yaitu mengangkat suatu kebudayaan lokal serta pariwisata yang ada di Provinsi Lampung hal ini membantu memperkenalkan kepada seluruh masyarakat bahwa Lampung kaya akan budaya dan pesona alam yang patut di ketahui dan dikenal.

setelah Krakatau itu adalah festival budaya, yaa jadi budaya sebagai daya tariknya. Ya jadi di budaya sebagai daya tariknya dengan mengambil nama ikonik di kita gunung anak Krakatau yang meletus pada tahun 1883 (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**).

Sebelum *event* Lampung Krakatau Festival diselenggarakan, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung menentukan atas dasar apa acara tersebut dibuat. Setelah dilakukannya perundingan serta mengumpulkan ide masukan dari berbagai pihak, diputuskanlah bahwa Lampung Krakatau Festival merupakan suatu *event* yang diadakan sebagai memperingati atas terjadinya letusan gunung Krakatau pada tahun 1883 Kemudian pelaksanaan *event* tersebut pun menampilkan sebuah keberagaman budaya yang ada di Provinsi Lampung.

Penjelasan dari Noor tentang aspek dalam penyelenggaraan *event* yang baik harus memiliki 4 kriteria yaitu *Uniqueness, Perishability, Intangibility, Personal Interaction*.

Penelitian ini memberikan sebuah perkembangan terhadap Manajemen *Event* yang berbeda dengan penelitian terdahulu yaitu yang berjudul “Manajemen *Event* Tabalong Etnik Festival Dalam Melestarikan Budaya di Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan” oleh Riza Prasisna, tahun 2016 yang dimana melakukan manajemen *event* melalui beberapa tahapan yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, Pengendalian.

Penelitian yang berjudul “Manajemen *Event* Gumelem *Etnic Carnival* tahun 2016 dalam melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara” oleh Satwika Rosyida Wijyaningrum, tahun 2018, juga melakukan manajemen *event* kedalam

beberapa tahapan yaitu Penetapan Tujuan, Rencana Awal, Rencana Detail, diskusi tentang perencanaan, mengatur persiapan *event*, penyelenggaraan *event*, legalitas dan *research design, planning, coordination, evaluation*. Tetapi *event* tersebut tidak diketahui banyak pihak dikarenakan kurangnya promosi.

Perbedaan dari penelitian terdahulu lainnya pun dapat terlihat bahwa *event* acara Tabalong Etnik Festival, *Event Gumelem Ethnic Carnival* tidak termasuk dalam kegiatan pariwisata nasional pada *Calender of Event* karena acara tersebut masih dalam lingkup daerah lokal, sedangkan Lampung Krakatau Festival merupakan sebuah pesta terbesar di Provinsi Lampung yang dilaksanakan rutin pada setiap tahunnya dan menjadi acara yang ditunggu oleh para wisatawan lokal hingga mancanegara untuk mengikuti acara tersebut sehingga ditetapkan bahwa acara Lampung Krakatau Festival sebagai salah satu *Calender of Event* dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Perbandingan yang terlihat jelas bahwa *event* Lampung Krakatau terdapat nilai sejarah dalam memperingati kejadian letusan gunung Krakatau dan memiliki ruang lingkup yang lebih luas ketimbang dengan *event* Gumelem dan Tabalong etnik festival.

Uniquenesses

Event harus mempunyai sebuah kunci utama agar mencapai kesuksesannya, yakni bagaimana cara mengajak audience/massa dengan menghadirkan suatu konsep yang berbeda dan memiliki keunikan dari *event* lainnya ataupun yang sudah terselenggara sebelumnya, agar mendapatkan suatu kesan yang tidak dilupakan ketika menghidirinya. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi selalu memberikan upaya agar Lampung Krakatau Festival menjadi lebih menarik, yaitu:

tapi bagaimana namanya festival, itu namanya *Variety Show* ya semuanya tampilan, baik itu apa yang di gandrungi anak *millenial* sekarang, tentunya biasanya ada parade band, ada penampilan Kabupaten Kota, penampilan budayanya, ada seminar Krakatau sendiri, ada tour Krakatau yang tadi ada namanya ada Pesona Kemilau Sai Bumi Ruwa Jurai (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**).

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung membuat sebuah festival budaya dengan nuansa kekinian yang sangat diminati khususnya oleh masyarakat milenial. Lampung Krakatau Festival memiliki keunikan, dimana tidak hanya tentang kebudayaan dari masing – masing Kabupaten Kota di Provinsi Lampung saja yang ditampilkan, melainkan banyak sekali acara – acara di dalamnya.

seperti para wisatawan dapat berkunjung langsung kepada ikon dari festival tersebut yakni Gunung anak Krakatau. Kesempatan ini hanya dilakukan dalam rangkaian acara dari festival Krakatau, diluar dari kegiatan ini tidak diizinkan berkunjung. Hal ini dikarenakan Gunung anak Krakatau berada di dalam pengawasan Badan Konservasi Sumber Daya alam Provinsi Lampung. Kegiatan yang menarik lainnya adalah terdapat sebuah hiburan berupa pertunjukan musik dan penampilan Kabupaten Kota.

Adapun daya tarik dari Lampung Krakatau Festival, dapat dilihat dari masyarakat yang hadir sebagai bentuk penilaian terhadap acara tersebut, yaitu:

yaa.. itu tadi, karena saya suka tentang kaya kebudayaan, jadi tertarik banget buat datang, apalagi kan ini *event* terbesarnya Lampung kan ya?? Jadi ya kayak instastory, update status di sosmed ya kayak bangga aja punya *event* besar di kota kelahiran sendiri **(Wawancara dengan Ariyan sebagai pengunjung Lampung Krakatau Festival 2019 27 Juli 2020).**

Adapun informan terhadap keunikan Lampung Krakatau Festival membuat citra tersendiri kepada pengunjung ke acara tersebut, hal tersebut juga dapat dilihat dari keikutpesertaan pengunjung tidak hanya satu kali saja hadir. Keunikan juga dapat dilihat dari keinginan mereka untuk hadir kembali jika *event* tersebut dihadirkan kembali, hal ini karena sudah ada kesan yang bagus dan audience. Dan bagi para pengunjung Lampung Krakatau Festival merupakan suatu *event* yang membanggakan untuk masyarakat dikarenakan salah satu *event* yang paling besar di Provinsi Lampung. Ditambah lagi para pengunjung sangat antusias ketika mengunjungi Gunung anak Krakatau secara dekat, karena tidak bisa dengan mudahnya untuk kesana. Masyarakat juga turut aktif mempromosikan *event* tersebut melalui sosial mediana ketika berkunjung. Oleh karena itu menurut masyarakat festival tersebut sangat dinikmati sekali dalam penyelenggaraannya.

ke Lampung Krakatau Festival sih udah dari 2017, berarti udah beberapa nih, 3x ya? mumpung deket dari rumah juga kan, terus juga acaranya keren juga ya sekalian ngeliat terus nyoba – nyoba jajan kan banyak tuh pedagang yang jualan. Tapi cuma datengnya ya sekitaran ya balam sini aja mas kalo yang jauh – jauh gak pernah **(Wawancara dengan Fikri 27 Juli 2020).**

Sesuai yang disampaikan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung bagi masyarakat juga berpendapat bahwa Lampung Krakatau Festival memiliki kesan terhadap acaranya yang mengarah kepada citra positif, Keunikan yang terus ditampilkan pada *event* tersebut merupakan suatu kepuasan tersendiri untuk para pengunjung. Pelaksanaan Parade Budaya serta Pesona Kemilau Sang Ruwa Jurai pun dilaksanakan di Ibukota Provinsi Lampung yaitu Bandar Lampung sehingga

memudahkan untuk para wisatawan dari luar maupun lokal dengan mudah menuju kesana.



Sumber:<https://www.cendananews.com/2019/08/festival-krakatau-2019-tampilkan-parade-budaya-lampung.html>

Gambar 3.1 Parade Budaya pada *event* Lampung Krakatau Festival 2019

Parade pawai budaya pakaian adat Lampung dilaksanakan untuk menggambarkan sebuah keaneka ragaman budaya yang terdapat di Provinsi Lampung dengan ciri khas serta keunikan masing – masing Kabupaten Kota disertai iringan musik tradisional. Kegiatan tersebut dimulai melewati rute Lapangan Saburai kemudian menuju ke Tugu Adipura, Jalan R.A Kartini dan kembali lagi menuju ke Lapangan Saburai.



Sumber:<https://www.indonesia.travel/in/en/event-festivals/lampung-krakatau-festival-2017-the-glory-of-the-lampung-crown>

Gambar 3.2 Tour Krakatau pada *event* Lampung Krakatau Festival

Rangkaian Lampung Krakatau Festival lainnya yang memiliki sebuah daya tarik lainnya yaitu Tour Krakatau untuk melihat aktivitas Gunung Anak Krakatau

secara dekat di Selat Sunda yang tidak bisa ditemui di tempat lain. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung mengadakan kegiatan tersebut dengan tujuan mempromosikan bahwa Gunung Anak Krakatau adalah milik Provinsi Lampung.

Diantara keberlangsungan acara Lampung Krakatau Festival, memiliki keunikan tersendiri yakni:

1. Surganya bagi para pecinta kuliner kekinian Lampung

Nusarasa Food Festival serta Kanikan Festival merupakan sebuah rangkaian acara dari Lampung Krakatau Festival yang dimana sebuah agenda untuk para pecinta kuliner dengan mengusung konsep *urban ethnic* yang menjadikan surge jajanan kekinian Lampung.

2. Hiburan Terbesar bagi rakyat Lampung

Rangkaian kegembiraan bagi pengunjung serta masyarakat Lampung sangat dinantikan kehadirannya yang meriah dengan Pesona Kemilau Sai Bumi Ruwa Jurai yang menampilkan public figure nasional maupun lokal, music, tarian, serta beberapa kesenian yang modern hingga tradisional ikut memeriahkan.

3. Meninjau Langsung Gunung Krakatau

Trip Krakatau adalah yang paling dinanti dari rangkaian Lampung Krakatau Festival. Dikarenakan hanya pada pagelaran *event* ini sajalah yang diperbolehkan mengunjungi Gunung Anak Krakatau.

4. Mengenal Lebih dalam budaya Lampung

Rangkaian acara Lampung Krakatau Festival ditutup dengan amat mengesankan oleh Parade Budaya Lampung Culture dan Tapis Carnival.

5. Menikmati Wisata Unggulan Lampung

Ibukota Provinsi Lampung terletak di daerah Bandar Lampung, membuat wisata populer seperti Pulau Pahawang dengan keindahan terumbu karangnya, Pulau Tegal Mas yang serupa Maldives, Pantai Sari Ringgung dengan Krakatau view Pantai Dwi Mandapa, Pantai Mutun hingga Pantai Klara amat dekat dan mudah sekali untuk dijangkau.

Provinsi Lampung yang memiliki ibukota yang bertepatan di Kota Bandar Lampung, memiliki sebuah pariwisata populer seperti halnya Pulau Pahawang dengan keindahan terumbu karang serta pasir yang sangat bersih. Pulau Tegal Mas yang menyerupai Maldives serta Pantai Sari Ringgung dengan Krakatau view Pantai Dwi Mandapa, Pantai Mutun hingga Pantai Klara amat mudah dijangkau.

Perishability

Pada penyelenggaraan *event* terdapat sebuah kemungkinan pada suatu momen yang tidak sesuai dengan rencana, dapat terjadi juga kepada Dinas Pariwisata dan Ekonomi Provinsi Lampung dalam penyelenggaraan acara Lampung Krakatau Festival.

iya pasti dong, misalnya iya dari apa namanya *external* misalnya, kita ada faktor cuaca, karena Festival Krakatau banyak menggunakan area di outdoor gitu kan, misalnya kalau hujan, dan itu bukan sekali dua kali ya Alhamdulillah masih terus berjalan, dan misalnya *tour* Krakatau, kalau suasana memang lagi tidak memungkinkan, *tour* itu bisa juga batal, bisa dibatalkan ya, ? Itu tadi ya sudah disampaikan ya, ya bisa juga kadang – kadang dari Kabupaten Kota terlibat tidak memiliki anggaran yang cukup yak an, untuk terlibat di Festival Krakatau, misalnya jadi beberapa kali Kabupaten Kota tidak dapat ikut serta secara penuh semuanya, misalnya **(Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020).**

Sebelum diberlangsungkannya *event*, tentunya pasti terdapat sebuah rencana – rencana dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung yang dimana untuk mengantisipasi dari hal – hal yang bisa menghambat acara Lampung Krakatau Festival. Dilaksanakannya secara terbuka di tempat umum tentunya memiliki konsekuensi terhadap faktor cuaca, terutama untuk pagelaran Parade Budaya serta *tour* Krakatau.

Intangibility

Di sebuah *event* pasti memiliki tantangan tersendiri sehingga banyak melakukan perubahan dalam bentuk pelayanan yang nampak walaupun itu kecil tetapi memiliki wujud digunakan untuk mengubah penilaian pengunjung.

kepemilikan dan kepesertaan semua lapisan masyarakat atau golongan komunitas untuk sama – sama giat di dalam festival Krakatau itu yakan? dalam artian keterlibatan mereka, gitu kan. Jadi kita juga butuh di kritik, kritik itu stimulan ya, vitamin bagi kita juga untuk membuat lebih baik lagi berikutnya gitu kan, tapi yang lebih penting lagi adalah kepesertaan mereka di kegiatan kita **(Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020).**

Dalam pelaksanaan *event*, tentunya terdapat sebuah hambatan saat berlangsung, langkah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung untuk tetap menjaga sebuah citra dari *event* Lampung Krakatau Festival dimata pengunjung ialah selalu menampung aspirasi dari beberapa pihak

yang terlibat sebagai bentuk kritikan yang akan membuat *event* tersebut berjalan dengan lancar dan lebih baik.

Personal Interaction

Lampung Krakatau Festival tentunya tidak dilaksanakan berdasarkan satu pihak saja, hal ini dikarenakan *event* tersebut adalah pesta rakyat terbesar bagi warga Lampung. Hal ini pasti memerlukan kontribusi dan keterlibatan banyak pihak yang aktif untuk berperan besar dalam kesuksesan acara tersebut.

hampir semua dinas kita semua OPD, apa namanya (Organisasi Perangkat Daerah) semuanya karena memang ini festivalnya masyarakat Lampung, yang digagas oleh Pemerintah Provinsi Lampung dalam hal ini Dinas Pariwisata, pasti semuanya terlibat, kita harapkan semuanya terlibat, baik akademisi, budayawan, stakeholder kita, stakeholder kita misalnya, ASITA, PHRI, kawan – kawan dari dunia usaha yang bergelut di dunia kepariwisataan...(Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, 27 Juli 2020)

Tentunya dalam pelaksanaan *event* tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak. Lampung Krakatau Festival merupakan sebuah *event* tahunan yang menjadi keunggulan untuk menunjukkan pesona yang dimiliki Provinsi Lampung kepada khalayak luas, oleh karena itu upaya demi upaya terus dilakukan agar mendapatkan sebuah inovasi perubahan di dalam pelaksanaannya. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung melakukan upaya dengan terus dengan menjalin sebuah kerjasama agar mendapatkan sebuah dukungan berupa materi, saran dan pesan agar menjadikan *event* Lampung Krakatau Festival menjadi selalu menjadi lebih baik lagi.

Pada suatu *event* harus memiliki sebuah keunikan dan keindentikan yang akan ditampilkan, *Event* menjadikan suatu atraksi tentunya memerlukan sebuah pertunjukan agar dapat menarik perhatian serta daya tarik bagi para wisatawan yang terlihat pada *event* Lampung Krakatau Festival.

Atraksi lebih budaya, budaya ada daya tarik utama, penampilan Festival Krakatau, yakan? baik budaya asli dari Kabupaten Kota maupun budaya pendatang yang di Kabupaten Kota jadi kita juga mengakomodir, bahkan ada kita dari provinsi lain atau dari salah satu Kabupaten dari provinsi lain, untuk tampil di kita, kita sangat apa namanya gembira kita menyambutnya, pengen banget kita (Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020)".

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif selalu menampilkan konsep utama dalam pagelaran *event* Lampung Krakatau Festival adalah budaya sebagai keunggulannya. Hal ini dikarenakan di tiap Kabupaten Kota di Provinsi Lampung memiliki adat budaya yang tentunya berbeda – beda sehingga memberikan daya tarik lainnya pada acara tersebut untuk para pengunjung yang datang. Adapun keikut pesertaan dari Provinsi lain yang menampilkan ciri khasnya tersendiri sehingga sangat membantu dalam memeriahkan *event* tersebut serta banyak dikenal oleh masyarakat secara umum dengan jangkauan lebih luas.

Manajemen *Event* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung pun dibidang sangat efektif, tentunya hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan serta antusias sehingga Penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival telah memiliki citra tersendiri untuk mempromosikan pariwisata dan kebudayaannya.

sekarang festival Krakatau itu sudah ditetapkan sebagai *Calender Of Event* Kementrian Pariwisata yakni sudah 2 tahun terakhir ini sepertinya baru ditetapkan 100 *Calender Event di Indonesia* dari bergit gitu banyak festival di Indonesia (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**).

Keberhasilan kegiatan Manajemen *Event* dalam upaya mempromosi Pariwisata Lampung yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung pun telah mendapatkan hasil berikutnya, dalam hal ini Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia pun telah menetapkan *Calender Of Event* yaitu Lampung Krakatau Festival masuk kedalam salah satu *event* favorit di Indonesia. Tentunya hal ini sangat membantu untuk para wisatawan, dikarenakan agenda tersebut dapat menjadi suatu pedoman rekomendasi perjalanan destinasi.

Pada saat penyelenggaraan *event* sangat dibutuhkan sebuah kegiatan promosi agar meluaskan informasi kegiatan yang akan dilaksanakan serta mencapai target yang dituju. Aktivitas ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dengan tujuan agar Lampung Krakatau Festival dapat menarik banyak minat pengunjung dalam upaya mempromosikan festival, kebudayaan serta pariwisata di Provinsi Lampung.

kita hampir semua media mainstream kita pake, ada tv, radio, ada apa namanya sekarang yang *massive* yang gak kalah pentingnya adalah medsos,

istilah gitu kan? dan kita punya medsos untuk promosi Lampung Krakatau Festival, kita ada satu *platform* promosi pariwisata kita yang namanya *instagram* (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**)”.

Langkah dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam hal mempromosikan Lampung Krakatau Festival tentunya tidak seputar media sehari – hari yang digunakan saja, salah satunya yakni dengan membuat sosial media yang bertujuan untuk dapat menjangkau lebih luas lagi dalam penyampaian informasi. Di dalam isi kontennya pun tidak hanya seputar *event – event* atau tentang pariwisata saja, melainkan terdapat juga seputar kegiatan yang dilakukan agar masyarakat dapat melihat seputar perkembangan yang dilakukan oleh pemerintah.

Pada penyelenggaraan suatu *event* bisa menjadikan citra untuk sebuah destinasi, tentunya ada suatu citra yang akan dibangun, dalam hal ini Lampung Krakatau Festival ingin membangun sebuah citra dari destinasi pariwisata yang ada di Provinsi Lampung dan menjadi suatu ikonik. Hal tersebut sangat diperlukan agar menjadi suatu kesan tersendiri dari pengunjung yang telah datang.

semua juga kalau kita bisa bilang tagline kita adalah Treasure of Sumatra yakan? Treasure itu harta karun ya, dalam artian, bahwa kita memang masih banyak eee apa namanya destinasi yang berupa potensi gitu kan, jadi banyak orang juga setiap hari itu, setiap bulan, setiap minggu itu orang menemukan tempat – tempat yang dulu kita gak tau (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**).

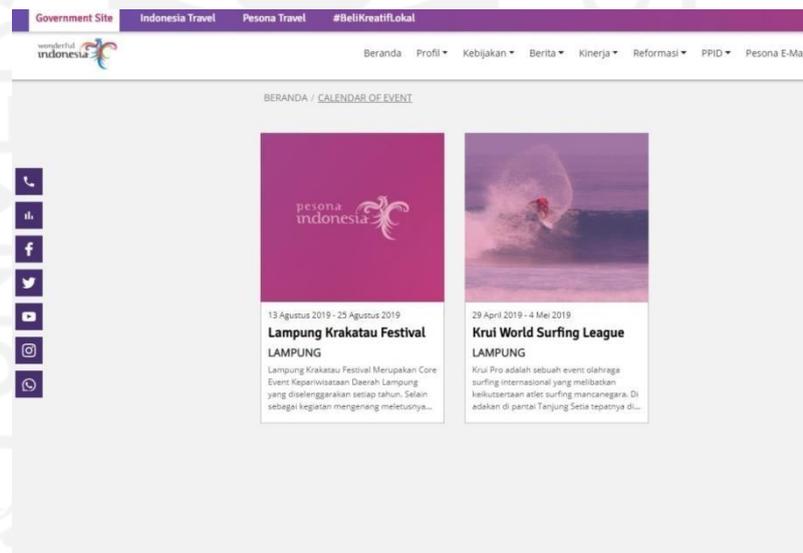
Provinsi Lampung ternyata memiliki sebuah pesona destinasi yang tidak kalah menariknya dari daerah lainnya, tentu saja dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung terus melakukan upaya untuk menggali potensi – potensi yang dimiliki, karena ditiap daerah pasti memiliki daya tariknya sendiri, oleh karena itu, hampir setiap saat dilakukannya perkembangan dengan tujuan terus memajukan industri di dunia kepariwisataan.



Sumber : <http://www.duniaindra.com/2016/08/lampung-treasure-of-sumatra-bukan.html>

Gambar 3.3 Tagline Treasure Of Sumatera

Tagline yang diberikan menjelaskan bahwa Provinsi Lampung merupakan sebuah tempat yang menyenangkan serta terbuka untuk siapa saja yang datang dikarenakan memiliki kekayaan alam serta budaya yang masih tersembunyi . Untuk bisa menikmatinya maka patut untuk berkunjung untuk dijelajahnya sendiri. Dan tentunya hal ini juga menjadi suatu branding bagi wisatawan di dalam negeri dan wisatawan asing.



Sumber: https://www.kemendparekraf.go.id/event?province=18&filter=Submit&start_date=

Gambar 3.8 Calender Of Event Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2019 untuk wilayah Provinsi Lampung

Provinsi Lampung memiliki dua daya tarik tersendiri selain Lampung Krakatau Festival, yakni Kruki World Surfing League yang dimana acara tersebut merupakan perlombaan dan surganya bagi perselancar dunia.

Event tidak hanya sebagai atraksi melainkan event juga merupakan suatu pendorong tumbuhnya atraksi wisata. Hal ini tentu jika tidak ada sebuah atraksi,

maka akan sangat membosankan untuk dilihat. Oleh karena itu langkah – langkah dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung menghadirkan beberapa pertunjukan seperti yang diinginkan para pengunjung.

itukan salah satu apa namanya festival itu salah satu apa ya, pasarnya bahwa kita ya bahwa kita titik akhirnya promosi kita, puncaknya promosi lah Festival Krakatau itu perayaan lah ya itu kan, hampir semua di wilayah di Indonesia Festival sejenis pasti ada juga gitu. Tetap kita mengusung budaya sebagai daya tarik festival, jadi bukan festival budaya, tapi penampilan budaya sebagai daya tarik festival. Tentunya, apa namanya kehidupan kekinian masyarakat juga yang diinginkan masyarakat milenial sekarang juga tetap akan ditampilkan, apapun ya termasuk 16 subsektor. Sebuah capaian dan di klaim juga bahwa ini lho Festival Krakatau tuh salah satu ajang promosi tempat – tempat kita, yakan? tempat – tempat destinasi kita (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**)”.

Provinsi Lampung banyak sekali memiliki *event* disetiap tahunnya, tetapi tidak semua mengusung tentang kebudayaan seperti Lampung Krakatau Festival. Didalam pelaksanaannya pun, seluruh aspek kalangan masyarakat turut memeriahkannya, hal ini karena festival tersebut merupakan sebuah pesta rakyat yang dapat dinikmati oleh siapa saja, seperti yang 16 subsektor dalam industri kreatif yaitu Aplikasi dan pengembangan permainan, arsitektur, desain produk, fesyen, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni rupa, serta televisi dan radio. Perayaan itu juga dilaksanakan mengikuti perkembangan jaman yang banyak diminati para pengunjung serta wisatawan, dengan begitu tujuan untuk mempromosikan pariwisata dan budaya dapat disaksikan dengan sebaik – baiknya.

Pada pelaksanaan *event* tentunya terdapat hal lain yang terkena dampak dari pelaksanaan sebuah festival karena dapat menjadi penggerak dalam pembangunan ekonomi. Hal ini tentunya dikarenakan banyak peminat untuk berkunjung ke Lampung Krakatau Festival, oleh karena itu dampak yang sangat jelas terlihat pada sektor pertumbuhan ekonomi.

ya pasti apa namanya, UMKM, ekonomi yakan? Mikro pasti mengangkat, terus apabila kunjungan dari daerah lain, tentunya sektor – sektor ekonomi lainnya, penerbangan, daya belanja orang, festival Krakatau sudah ditetapkan sebagai *Calender of Event* pasti orang cari ada orang yang benar – benar memang cari di Lampung ada Festival Krakatau pasti akan datang, pasti orang belanja, tinggal/stay di Lampung. Biasanya, hunian hotel pasti juga naik okupansi nya juga pasti naik pada saat Festival Krakatau di bulan

Agustus (Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020)”.
20

Secara tidak langsung *event* Lampung Krakatau Festival memiliki keuntungan sendiri pada lingkup pariwisata, bukan hanya sebagai agenda promosi pariwisata saja melainkan menjadi suatu penghasilan yang baru untuk para pelaku ekonomi di Provinsi Lampung. Tentunya setiap wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah ingin mencari suatu ciri khas yang terdapat di daerah tersebut.

B. Manajemen *Event* Lampung Krakatau Festival dalam mempromosikan Pariwisata Lampung

Di dalam sebuah pelaksanaan *event* tentunya memerlukan sebuah tahapan agar perencanaan mencapai tujuan. Dalam tahapan ini, tahapan awal yang dikerjakan oleh penyelenggara *event* sebelum memulai Lampung Krakatau Festival adalah menentukan kebutuhan, keinginan, serta harapan dari target pasar. Pada hal ini, dilakukan untuk menghasilkan penelitian yang mendalam untuk mengurangi resiko.

jadi festival Krakatau ini kan sudah yang ke 30 ya, risetnya bukan pake riset yang apa namanya berkenaan dengan riset yang seperti terlalu akademis, tapi kita selalu atas dasar katakanlah masukan dari apa namanya kawan – kawan *stakeholder*, kawan – kawan pemerhati pariwisata (Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020).

Dalam pembuatan konsep *event*, tentunya memerlukan sebuah rancangan gagasan dalam yang akan dilakukan. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung menggunakan sebuah pertimbangan dari beberapa sumber mengenai *event* Lampung Krakatau Festival yang telah berlangsung .

tidak ada satu, gakada individu yang yang yang apa namanya yang mempunyai ide jadi ini ide selalu bersamaan, ide selalu bersamaan, biasanya ide ini kita tuangkan dalam satu bentuk kerangka acuan kerja, Festival Krakatau kita tahun ini mau seperti apa formulanya, kira – kira seperti itu (Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020)”.
21

Agar *event* dapat berjalan dengan lancar panitia *event* Lampung Krakatau Festival menggunakan suatu penetapan tujuan yang berupa kerangka acuan kerja agar dapat menentukan apa yang diinginkan dari *event* tersebut, ide acara, penetapan kriteria seta tujuan detail *event* yang mendukung *event* Lampung Krakatau Festival.

Dalam pembuatan ide *event* semua panitia penyelenggaraan *event* Lampung Krakatau Festival melakukan musyawarah bersama yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam penentuan tema dan konsep dalam penyelenggaraan *event* . Jadi, pada dasarnya *event* ini masih sama dan tidak berubah dari tahun ketahun. Dalam pencarian informasi *event* Lampung Krakatau Festival, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung melakukan musyawarah. Jadi panitia hanya mengembangkan dan mengkreasi informasi serta pendapat yang sudah ada.

Kemudian, langkah dalam pengumpulan informasi untuk perencanaan penyelenggaraan *event* haruslah mengumpulkan banyak informasi yang diterima. Salah satu informasi yang harus dicari serta dipahami adalah mengenai biaya dan sumber pemasukan untuk *event* nantinya.

Design

Dalam tahapan ini yaitu melakukan *brainstorming* serta *mind mapping* meliputi ide, keuangan, dan aspek penting lainnya. Dalam melakukan proses rancangan manajemen *event*, pihak dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung selalu melakukan pembahasan dengan para staff dan jajarannya serta dengan pihak – pihak stakeholder yang terlibat langsung di dalam Lampung Krakatau Festival untuk menentukan sebuah konsep apa yang akan diambil dari setiap tahunnya.

“konsepnya tentunya mengambil tentang Heritage ya, jadi kalau apa namanya, kemarin tahun ini kita rencananya mau namanya tuh “Siger Crown Of The World.... (Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020)”.

Seusai semua perencanaan *event* telah dipersiapkan secara matang, sebelum *event* tersebut dilaksanakan, panitia mengadakan diskusi perencanaan bahwa terdapat sebuah kendala maupun permasalahan yang terjadi salah satunya dikarenakan *event* ini dari tahun ketahun berganti konsep, jadi setiap pelaksanaannya selalu harus ada perubahan.

Pelaksanaan *event* tentunya tidak bisa sembarang dibuat, memerlukan juga sebuah konsep untuk menarik daya minat pengunjung untuk hadir. Tentunya juga sesuatu yang baru serta menarik, oleh karena itu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung menggagas sebuah tema Lampung Krakatau Festival

tahun 2019 yang berencana mengambil sebuah identitas dari Provinsi Lampung yaitu Siger yang merupakan sebuah mahkota adat yang dikenakan pengantin wanita Lampung.

Planning

Setelah riset, selanjutnya menuju ke tahap perencanaan yang merupakan salah satu hal terpenting, dikarenakan harus memiliki persiapan yang matang. Proses perencanaan yang tidak beraturan biasanya dipengaruhi adanya sebuah pergantian rencana utama dengan rancangan rencana lainnya. Tahapan penyelenggaraan *event* memiliki beberapa proses yaitu, waktu, penentuan lokasi, tempo dimana waktu persiapan sampai dengan pelaksanaan *event* yang berlangsung dan sesudah *event* berapa waktu yang dibutuhkan. Perencanaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung selalu melakukan beberapa rencana utama dan beberapa rencana cadangan jika ada kondisi yang tidak diinginkan karena itu bisa saja terjadi.

Lampung Krakatau Festival itu merupakan suatu festival yang ikonik dan mengambil dari salah satu gunung yang ada di Provinsi Lampung, yaitu gunung Krakatau, dan meletus pada tanggal 26 Agustus. Jadi biasanya pelaksanaan Lampung Krakatau Festival itu 2 atau 3 hari sebelum dari tanggal letusan itu, hal itu untuk memperingati momentum bagaimana sejarah tercipta Lampung Krakatau Festival (Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 28 Juni 2021).

Lampung Krakatau Festival memiliki suatu ciri khas pada periode pelaksanaannya, yakni identik di Bulan Agustus. Tentunya penetapan pelaksanaan tersebut memiliki alasan mengapa Lampung Krakatau Festival identik pada bulan Agustus, hal tersebut merupakan upaya dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung untuk terus mengingat sejarah tentang suatu letusan gunung yang menjadi ikonik dari Provinsi Lampung yakni Gunung Krakatau. Keunikan Gunung Krakatau sendiri adalah gunung api aktif yang berada di tengah laut dan ditengah Selat yang menghubungkan pulau Sumatera dan Jawa yakni Selat Sunda.

Coordination

Dinas Pariwisata dan Ekonomi kreatif Provinsi Lampung membentuk tim penyelenggara agar dapat saling berkoordinasi dengan satu sama lain dengan tujuan

agar komunikasi dapat tersampaikan sebaik mungkin serta mencapai sebuah kesepakatan untuk melaksanakan Lampung Krakatau Festival sebaik mungkin.

ya ini, kalau sudah perencanaan pasti kordinasinya ya diantara tim kita sendiri dan Kabupaten Kota yang akan terlibat, kordinasinya melalui rapat – rapat dan by vote ada grup Wa pasti, komunikasi selalu intens kepada Kabupaten Kota dan kita juga ada grup masing – masing ada grup ee stakeholder, ada grup – grup banyak ya, grup – grup kita wa nya, dan kita juga bersurat, datang ke Kabupaten Kota datang untuk menyampaikan mereka juga mengundang rapat ke kita. Selain itu, kita juga selalu saling berkoordinasi tentang kesiapan dari masing – masing Kabupaten/ Kota ataupun siapa saja yang akan berpartisipasi dalam Lampung Krakatau Festival kita selalu saling berkomunikasi sampai festival akan berlangsung, karena ya itu penting untuk berjalannya acara, kan ada Parade Budaya tuh kita berkoordinasi tentang tema kostumnya tuh harus memakai busana apa dari masing – masing Kabupten/Kota ataupun dari daerah lain yang ingin berpartisipasi, misal juga band penghibur, koordinasi dengan petinggi – petinggi di Provinsi Lampung juga. Misal juga dari Kabupaten/Kota tidak dapat ikut serta, kita bantu cari solusi selagi masih bisa di fasilitasi ya pasti di fasilitasi. **(Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020)**”.

Dalam perencanaan sebuah *event* diperlukan koordianasi agar dapat saling berkesinambungan ketika pelaksanaannya dan memerlukan waktu yang lama dalam menyatukan presepsi festival dari beberapa pihak yang terkait. Hal ini bertujuan untuk menghindari miss komunikasi yang diupayakan bisa saling melakukan kerjasama dengan sebaik – baiknya. Upaya – upaya kordinasinya pun selain berkunjung ke Kabupaten Kota, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung juga melakukannya melalui media sosial. Tentunya dengan begitu komunikasi akan lebih mudah serta cepat diterima. Hal lain dilaksanakannya koordinasi adalah memastikan kesiapan – kesiapan dari masing – masing Kabupaten/Kota ataupun siapa saja yang akan mengisi Lampung Krakatau Festival dengan tujuan agar dapat menikmati pesta rakyat terbesar di Provinsi Lampung ini bersama – sama dan juga agar menjadikan acara ini tertib dan nyaman. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ini selalu akan memfasilitasi siapa saja yang akan ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival.

Pelaksanaan Lampung Krakatau Festival 2019 yakni pada tanggal 23-25 Agustus 2019 yang bertepatan di Kota Bandar Lampung dan Kabupaten Lampung Selatan. Pada pagelaran tersebut, memiliki 5 kegiatan utama yaitu :

1. Pesona Kemilai Sai Bumi Ruwa Jurai (tanggal 23-24 Agustus 2019 di Lapangan Saburai Bandar Lampung)

Kegiatan ini menyelenggarakan pertunjukkan Sendratari, Kesenian Tradisional/Modern Klasik dari Kabupaten/Kota, serta menampilkan juga Band dan Artis Nasional.

2. Krakatau Expo (tanggal 23-25 Agustus 2019 di Lapangan Saburai Bandar Lampung)

Kegiatan ini menyelenggarakan kegiatan seperti Pameran UKM Ekonomi Kreatif, Demo Masak, Kuliner Tradisional, Kuliner Kekinian, Lomba hias 1000 Cupcake, serta penyajian 5000 porsi gratis olahan Mie Seruit.

3. Trip Krakatau (tanggal 24 Agustus 2019 melihat gunung anak Krakatau)

Kegiatan ini merupakan bentuk perjalanan yang memiliki unsur studi observasi pengetahuan Gunung Anak Krakatau.

4. Parade Permainan Anak Tradisional (tanggal 24 Agustus 2019 di Lapangan Saburai Bandar Lampung)

Kegiatan ini menampilkan aneka permainan tradisional Lampung dan Nusantara seperti, Kuda Buta, Upih Ngisut, Gobak Sodor, dan Patil Lele.

5. Parade Budaya Lampung Culture and Tapis Carinal (tanggal 25 Agustus 2019)

Parade budaya ini adalah puncak dari acara Lampung Krakatau Festival yang menampilkan keberagaman, kemegahan serta kekayaan budaya Lampung dan Nusantara serta menampilkan parade busana fantasi bermotif ragam hias khas Lampung. Kegiatan ini dilakukan dengan berjalan kaki dengan jarak estimasi 3 km mengelilingi jalan pusat kota Bandar Lampung.

Evaluation

Evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung merupakan proses identifikasi untuk mengukur serta menilai apakah suatu kegiatan di tahun – tahun sebelumnya pelaksanaan sesuai perencanaan serta tujuan apakah yang dicapai atau tidak. Selain itu juga tujuan dari *evaluasi* adalah agar memperbaiki kesalahan, maupun hambatan yang terdapat

pelaksanaan *event* tersebut dengan rencana telah dirancang. *Evaluasi* memiliki hasil yang bermaksud untuk melakukan perencanaan selanjutnya untuk menghadapi kekurangan maupun kendala dalam pelaksanaannya.

ini evaluasi ini baik dari internal kita maupun eksternal jadi eksternal salah satunya adalah apa namanya audit kinerja, audit kinerja itu ada salah satu pengasuh intern, ee Provinsi namanya inspektorat, yang mengaudit kinerja kita, sesuai gak kinerja kita, bukan hanya uang, tetapi kinerja kita di audit gitu. Gitu salah satu evaluasi eksternal, internal kita ya selalu kita melihat bahwa Festival Krakatau, festival yang kita buat di tahun sekarang atau tahun lalu, selalu kita evaluasi apakah sudah katakan bukan memenuhi standart, kepuasan. Berjalan on the track atau tidak yakan? terus kita melihat jumlah pengunjung, keterlibatan pengunjung, keterlibatan komunitas pada saat event, keamanan, berjalan atau tidak smooth, kira – kira itu jadi itu selalu kita evaluasi, apa namanya baik kinerja maupun capaian – capaian festival kita (**Wawancara Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung 27 Juli 2020**).

Pada tahapan evaluasi yang dilakukannya secara internal maupun eksternal. Evaluasi secara eksternal meliputi audit kinerja yang dibawah asuhan intern serta dari tingkat Provinsi memiliki sebuah inspektorat yang menilai kinerja dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Penilaian tersebut meliputi bagaimana keberlangsungan Lampung Krakatau Festival tahun sebelumnya dan yang akan dilaksanakan, berjalan sesuai dengan rencana atau tidak, bagaimana tingkat kepuasan dan jumlah pengunjung yang hadir serta keterlibatannya pada festival tersebut. Lalu melihat dari keterlibatan komunitas – komunitas yang mengisi konten festival menarik atau tidak.

Tentunya hal ini untuk juga melihat sebuah capaian yang diterima untuk menjadi sebuah acuan ditahun selanjutnya. Dalam penyelenggaraan sebuah *event* tentunya tidak selalu sesuai yang diinginkan, pasti terdapat beberapa faktor yang menghambat, tentunya evaluasi bertujuan untuk bagaimana upaya oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung agar terus memberikan sesuatu yang diharapkan oleh pengunjung Dalam *evaluasi* dalam pelaksanaan *event* Lampung Krakatau Festival kebanyakan tentang kedatangan wisatawan. Dikarenakan masih banyak terkadang dari Kabupaten/ Kota yang tidak ikut dalam penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival dikarenakan kurangnya biaya anggaran sehingga tidak dapat ikut serta dalam penyelenggaraan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang dibuat untuk mengetahui manajemen *event* Lampung Krakatau Festival sebagai sarana promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, kesimpulan sebagai berikut

1. Agar *event* dapat berjalan dengan lancar panitia *event* Lampung Krakatau Festival menggunakan suatu penetapan tujuan yang berupa kerangka acuan kerja agar dapat menentukan apa yang diinginkan dari *event* tersebut, ide acara, penetapan kriteria seta tujuan detail *event* yang mendukung *event* Lampung Krakatau Festival. Dalam pembuatan ide *event* semua panitia penyelenggaraan *event* Lampung Krakatau Festival melakukan musyawarah bersama yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung dalam penentuan tema dan konsep dalam penyelenggaraan *event*. Selanjutnya membuat rencana, yang dimana Lampung Krakatau Festival diselenggarakan secara terpisah dan lebih banyak outdoor yang dimana menjadikan penyelenggaraannya memerlukan kesiapan yang lebih dikarenakan terdapat faktor kendala alam ataupun waktu. Sebuah perencanaan tentunya sangat diperlukan dalam sebuah *event* untuk mengantisipasi terjadinya sebuah perubahan sewaktu pelaksanaan. Selanjutnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung terus melakukan koordinasi kepada Kabupaten/Kota ataupun kepada siapa saja yang akan ikut berpartisipasi penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival dengan tujuan agar dapat menikmati pesta rakyat terbesar di Provinsi Lampung ini. Evaluasi secara eksternal meliputi audit kinerja yang dibawah asuhan intern serta dari tingkat Provinsi memiliki sebuah inspektorat yang menilai kinerja dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Penilaian tersebut meliputi bagaimana keberlangsungan Lampung Krakatau Festival tahun sebelumnya dan yang akan dilaksanakan, berjalan sesuai dengan rencana atau tidak, bagaimana tingkat kepuasan dan jumlah pengunjung yang hadir serta keterlibatannya pada festival tersebut. Lalu melihat

dari keterlibatan komunitas – komunitas yang mengisi konten festival menarik atau tidak.

2. Lampung Krakatau Festival merupakan sebuah *event* rutin tahunan yang telah berlangsung ke 30. Lampung Krakatau Festival telah ditetapkan sebagai salah satu 100 *Calender of Event* oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia yang menjadikan *event* favorit dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Provinsi Lampung juga memiliki sebuah *tagline* yakni *Treasure of Sumatera* mengartikan bahwa terdapat banyak potensi – potensi yang tersembunyi sehingga masih dapat dikembangkan. Selain itu, dalam mempromosikan acara Lampung Krakatau Festival, hampir semua media digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung agar dapat meluaskan jangkauan penyampaian informasi promosi acara kepada calon wisatawan yang berisikan konten tidak hanya seputar *event – event* atau tentang pariwisata saja, melainkan juga seputar kegiatan yang dilakukan agar masyarakat dapat melihat perkembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

b. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu tidak mendapatkan hasil riset Manajemen *event* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, hanya diketahui sebelum pelaksanaan Lampung Krakatau Festival langkah awal dari perencanaannya berupa musyawarah secara internal dan eksternal dengan para pihak yang bergerak di industri pariwisata saja bukan berdasarkan ketingkat puasan pengunjung.

c. Saran

Saran terhadap Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung :

1. Melakukan riset pada akademik tidak hanya mengandalkan dari musyawarah pihak – pihak pemangku pariwisata, melainkan harus memiliki riset yang berupa tingkat kepuasan pengunjung Lampung Krakatau Festival agar lebih memahami keinginan apa yang diinginkan dan memudahkan untuk terus melakukan inovasi.
2. Dinas pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Lampung disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap respon pengunjung

3. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung diharapkan lebih mendorong Kab/ Kota berpatipasi dalam *event* selanjutnya.

Saran terhadap penelitian selanjutnya :

1. Penelitian selanjutnya bisa lebih dikembangkan dalam sektor kepuasan minat pengunjung wisatawan yang berkunjung ke Lampung Krakatau Festival ditiap tahunnya untuk menjadi perbandingan.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan objek pariwisata yang terbaru di Provinsi Lampung.

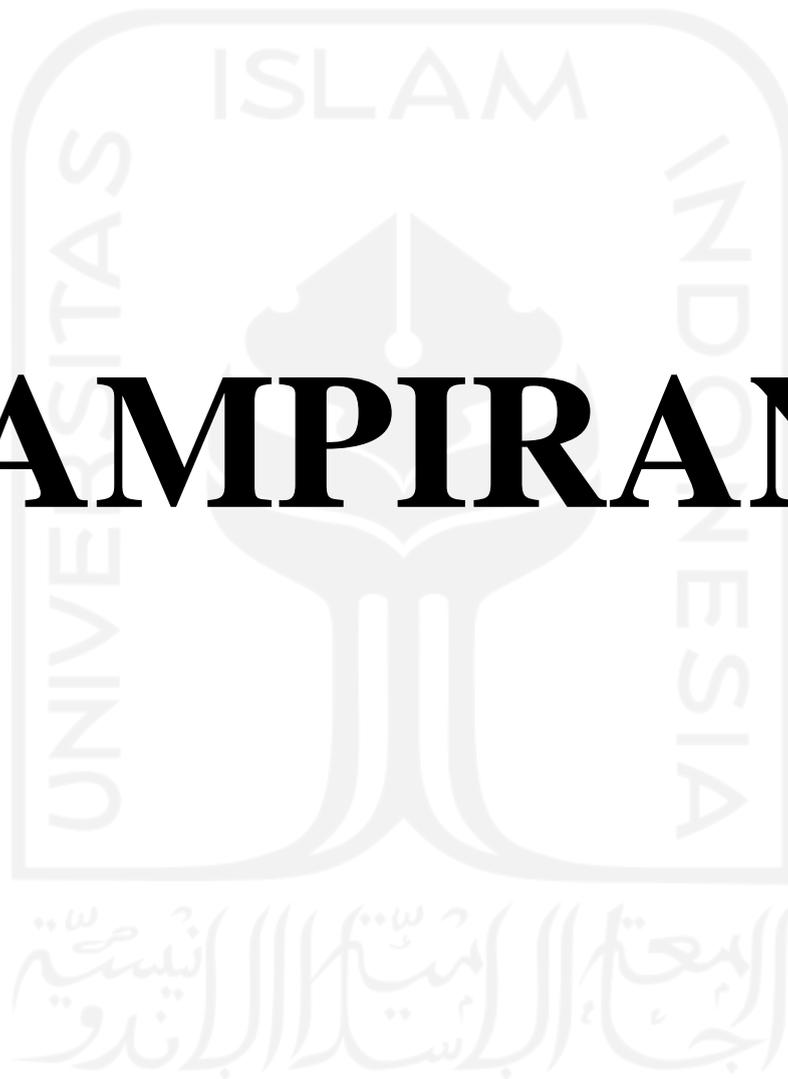


DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. A. (2009). *Manajemen konferensi dan event*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan & strategi komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dinas Pariwisata Lampung. (2019). *Bapak Gubernur membuka langsung perhelatan Lampung Krakatau Festival (LKF) 2019*. Diambil dari <http://dinaspariwisata.lampungprov.go.id/berita/detail/bapak-gubernur-membuka-langsung-perhelatan-lampung-krakatau-festival-lkf-2019>.
- Gouwardi, G. (2016). *Event Management Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Provinsi Banten dalam Memperkenalkan Pariwisata Banten* (Tesis belum terpublikasi). Universitas Multimedia Nusantara.
- Idrus, M. (2007). *Metode penelitian ilmu-ilmu sosial (pendekatan kualitatif dan kuantitatif)*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.
- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: kencana.
- Noor, A. (2009). *Manajemen event*. Bandung: alfabeta.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Prasisna, R. (2016). *Manajemen Event Tabalong Etnik Festival dalam Melestarikan Budaya di Kabupaten Tabalong Provinsi Kalimantan Selatan* (Skripsi belum terpublikasi). Universitas Islam Indonesia.
- Renata, P. A. (2019). *Event Majapahit Travel Fair 2019* (Skripsi belum terpublikasi). Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- Rob, H., & Johhny, A. (2002). *Perencanaan dan pengelolaan event dan festival*. Sidney: University Of Technology.
- Rosyida, S. (2016). *Analisis Manajemen Event Gumelem Ethnic Carnival Tahun 2016 dalam Melestarikan Kebudayaan di Gumelem, Banjarnegara* (Skripsi belum terpublikasi). Universitas Islam Indonesia.
- Ruslan, R. (2007). *Kiat dan strategi kampanye public relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Saputro, J. (2014). *Perencanaan Event Management Festival Kesenian Yogyakarta sebagai Media Komunikasi Identitas Yogyakarta* (Skripsi belum terpublikasi). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan promosi aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Sucipto, A. (2019, 23 Januari). Program Peningkatan Pariwisata dan Budaya di Propinsi Lampung. *Kompasiana*. Diambil dari https://www.kompasiana.com/aprian_shmh.co.id/5c47bb3d12ae945df51fa596/program-peningkatan-pariwisata-dan-budaya-di-propinsi-lampung?page=all
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarta, A.W. (2019, 24 Agustus). Gubernur Promosikan Pariwisata Lampung Lewat Festival Krakatau. *AntaraneWS*. Diambil dari <https://www.antaraneWS.com/berita/1027716/gubernur-promosikan-pariwisata-lampung-lewat-festival-krakatau>
- Sutopo, H. (2006). *Metode penelitian kualitatif*. Surakarta: UNS Press.
- Wikipedia. (2021). *Lampung*. Diambil dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Lampung>

LAMPIRAN



Wawancara Dengan Pak Indra

Bapak Indra Kepala sektor divisi Pemasaran Pariwisata Dinas pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

27 Juli 2019

“ Lampung Krakatau Festival pernah tidak terlaksana pada penyelenggaraannya yang kedua ”

Berarti pernah ini pak ya

“Pernah tidak terlaksana, terlaksana di.....kali kedua pada di tahun 91 ya kalo gak salah”

91

‘heem.....jadii.. setelah Krakatau itu adalah festival budaya, yaa jadi budaya sebagai daya tariknya dengan mengambil nama yang ikonik di kita aaa.. gunung anak Krakatau yang meletus pada tahun 1883 , 26 agustus waktu meletusnya makannya kegiatannya bukannya harus di bulan agustus bukan, tetapi mengambil momentumnya ditanggal di akhir bulan agustus biasanya pelaksanaannya biasanya pelaksanaan 2 hari atau 3 hari atau lebih ya..ya kalau bagaimana sejarah tercipta lampung Krakatau festival ya... salah satu pencetusnya adalah pak Yuskas.. ya Yuskar Jendra muda namanya... Idrus Jendra Muda aaaa..... heeh Idrus Jendra Muda jabatan terakhirnya kalau gak salah Sekda ya dan dia juga di apa namanya di ee dipinta oleh gubernur beberapa gubernur terdahulu itu sebagai katakan Dewan Riset daerah seperti ya.. jadi menurut dia kalau saya pernah ngobrol sama dia festival Krakatau ya itu Lampung ee...memiliki kekayaan budaya dan alam yang belum tertampilkanlah dalam bentuk satu festival besar gitu yang bisa dibilang bahwa dia salah satu penggagasnya ”

Pak Yuskas eh pak Idrus ini?

“ Pak Idrus Jenra Muda ini panggilannya bang Yuskas panggilannya almarhum” ...

“Apa visi misi ya tentunya kitasih sekarang festival Krakatau itu sudah ditetapkan sebagai *Calender Of Event* Kementrian Pariwisata yakan sudah 2 tahun terakhir ini seperti baru ditetapkan 100 *Calender Event* di Indonesia dari bergit gitu banyak festival di Indonesia, Lampung memiliki 2 festival yang katakana bisa dibilang di verifikasi festival yang ditetapkan sebagai 100 festival yaitu *Krui Surving Pro* dan Festival Krakatau dari begitu banyak festival di Provinsi Lampung ya festival yang

lain kan kamu tau kan banyak ada Festival Way Kambas. Festival Setabas, Festival Teluk Semaka gitu kan itu yang ditetapkan sebagai *Calender Of Event* adalah Festival Krakatau dan Festival *Krui surviving Pro* yakan? ee..

jadi kalau dibilang apa visi misinya yaa... eee... apa namanya karena dia Dinas Pariwisata Provinsi Lampung tentunya menjadikan Lampung sebagai tujuan wisata kan? Yaa tujuan wisata dengan menampilkan sisi ee.... Budaya dan Keindahan alamnya...Seni dan budaya dengan keindahan alamnya, nah ini sebenarnya udah terjawab nih, apa yang menjadi karakteristik dari event Lampung Krakatau Festival. Mungkin banyak di seluruh Indonesia menampilkan festival dengan menampilkan kee...apa namanya keutaman adalah ketampilan budaya ya, budaya kita memang eeee... banyak menarik sekali budaya – budaya di Indonesia termasuk Lampung gitu kan, Lampung ini kalau bisa dibilang ee.. Indonesianya mini juga kan ya jadi pada saat tampil itu akan terlihat dari Kabupaten Kota pada saat dia pawai Budaya tentunya menampilkan budaya yang asli dari Kabupaten Kota dan tentunya budaya – budaya ikutan ya untuk sebagai ee karnaval nah itu juga itu kan, jadi kalau misalnya di Metro, Pringsewu, itu kental dengan ada budaya jawanya misalnya tentunya jawa juga menjadi bagian apa namanya pada saat ikut serta dalam Festival Krakatau itu gitu kan, baik dalam tampilan, keseniannya, maupun dari eee... pawai budaya gitu kan? dan satu lagi yang menjadi ciri khasnya adalah ee..mengangkat Krakatau sebagai sesuatu yang ikonik ya, sesuatu yang ikonik yang meletusnya dulu sampai ke Afrika ya suaranya, jadi menampilkan ee keindahan Krakatau dan si *history* tentang Krakatau itu sendiri gitu yakan, jadi biasanya ada beberapa kita ada seminar tentang ee.. Krakatau itu sendiri, lalu ee.. melihat atau tour Krakatau ee... ke wilayah sekitar anak krakatau itu menjadi daya tarik sendiri juga gitu kan.

“Kalau Konsep 4 kalo gak salah, konsep seperti apakah yang disetiap event Karkatau Festival? Konsepnya ee tentunya mengambil tentang *Heritage* ya, jadi kalau apa namanya katakan brandnya, biasanya kita pakai ee kemarin tahun ini kita rencananya mau namanya tuh “*Siger Crown Of The World*” tapi belum kita bicarakan lebih lanjut itu kan biasanya dari kita dulu kan?

“**heem**”

“Dari Dinas Pariwisata nanti dirapatkan lah ya, di di di tempat yang lebih besar, yang biasanya dihadiri oleh hampir semua OPD, Sekda dan Pak Gubernur juga, karena “*Siger Crown Of The World*” itu ya kemarin kan kalo gak salah itu ya eee apa

namanya kita pake topeng juga ada beberapa daerah di Lampung yang sebelumnya kalau gak salah tahun 2016 itu memakai topeng sebagai daya tarik ini nya apa namanya ee tampilannya, selalu ada tema, temanya tahun ini tadinya sebelum covid ini kita mau pakai namanya “*Siger Crown Of The World*” ya. Siger tuh Mahkotanya perempuan Lampung tau lah ya

“**Heeh, iya**”

“Heem”

“Bagaimana cara membuat Lampung Krakatau Festival menjadi event yang unik dimata pengunjung? Enam ya? Ya kita selalu ingin berubah ya, ingin berubah, dalam artian ingin berubah tuh ingin ada sesuatu yang baru dalam festival, tentunya ee kita ingin mengajak keterlibatan semua lapisan masyarakat, tidak hanya ee dinas – dinas saja jadi memang, Festival Krakatau ini bukan hanya festival eee Provinsi Lampung, Pemerintah Provinsi Lampung, tapi festivalnya masyarakat Lampung yakan? ee yang kita harapkan semuanya terlibat misalnya kita, tapi bagaimana namanya festival, itu namanya *Variety Show* ya ee semuanya tampilan, baik itu apa yang di gandrungi anak milenial sekarang, tentunya biasanya ada parade band, ada penampilan Kabupaten Kota, penampilan budayanya, ada seminar Krakatau sendiri, ada tour Krakatau yang tadi ada namanya ada Pesona Kemilau Sai Bumi Ruwa Jurai, ya ada penampilan itu, jadi menampilkan ada beberapa hari menampilkan budaya – budaya eee dari Kabupaten Kota, baik budaya yang pendatang di Kabupaten itu, atau budaya, eee kesenian budaya yang dimiliki dari Kabupaten tersebut asli, misalkan Way Kanan, Lampung Timur, Lampung Utara, ee Lampung Barat dan sekitarnya semuanya dalam batas Kabupaten Kota kira kira gitu.”

“Dalam penyelenggaraan ditiap event Lampung Krakatau Festival, adakah rencana kemungkinan pada saat pelaksanaan terjadi sesuatu yang tidak sesuai yang diharapkan? Iya pasti dong, misalnya iya dari apa namanya external misalnya, kita ada factor cuaca, karena Festival Krakatau banyak menggunakan area di outdoor gitu kan, misalnya kalau hujan, ee dan itu bukan sekali dua kali ya Alhamdulillah masih terus berjalan, dan misalnya tour Krakatau, kalau suasana memang lagi tidak memungkinkan, tour itu bisa juga batal, bisa dibatalkan ya”

“Biasanya apa saja yang tidak sesuai diharapkan? Itu tadi ya sudah disampaikan ya, ya bisa juga kadang – kadang dari Kabupaten Kota terlibat tidak memiliki anggaran yang cukup yak an, untuk terlibat di Festival Krakatau, misalnya jadi beberapa kali

Kabupaten Kota tidak dapat ikut serta secara penuh semuanya, misalnya”

“Kalau ada sesuatu nomor 9, Kalau ada sesuatu yang tidak diharapkan, itu apakah akan menjadi hambatan untuk kedepannya ? ya kita bukan hambatan, tetapi kita pikirkan apa, apa namanya selain faktor cuaca ya, kita gak bisa ini ya, jadi apa namanya kita upayakan untuk mengkomodir kawan – kawan dari Kabupaten Kota dan komunitas baik pelajar maupun mahasiswa untuk tampil ee di fasilitasi sesuai dengan kemampuan kita, kembali walaupun kita festival, kita ada anggaran yang patut dan layak untuk dipertanggung jawabkan jadi bukan festival yang jor – joran semau mau kita gitu kan, dan kita harapkan, memang kedepannya pihak sponsor – sponsor ee itu dapat membantu kita yakan, mensupport kita juga, Festival Krakatau, ada beberapa tahun terakhir kawan - kawan dari dunia usaha, itu membantu kita dalam pelaksanaan, misalnya penampilan artis tentunya , untuk di festival budaya biasanya tetap aja diupayakan ada daya tarik kekiniannya, misalnya penampilan dari artis Nasional beberapa kali di dukung oleh dunia usaha misalnya kan”

“Bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut? Apakah hambatan penyelenggaraan Krakatau Festival tahun 2019 dan tahun 2019? Ya 2019 hampir ya bisa dibilang ya semuanya jalan *Smooth* ya, bagus lah ya, keterlibatan Kabupaten Kota juga kompak. Bagaimana cara mengatasi hambatan tersebut? Ya ini kalo di 2019 dah pasti kita gak bisa lah ya karna covid lah ya, eee bukan gakbisa tapi masih dalam pembicaraan, apakah ini diadakan secara offline/online dalam artian ada yang live streaming, mungkin saja itu akan laksanakan live streaming, jadi penampilan *variety show* dalam satu tempat yang terukur ee kepesertaan, kehadirannya, penonton juga terus nanti ditampilkan secara live streaming di youtube kita ya, akun youtube kita”.

“Bagaimana solusi menghadapi tantangan tersebut? Tadi sudah dijelaskan lah ya.”

“Apakah setelah terdapatnya solusi menangi hambatan tersebut, apakah tetap terjadi hambatan yang sama terulang? Yaa biasanya sih gak lagi lah ya, yakan? hambatan bukan hambatan sebetulnya, eee kepemilikan dan kepesertaan ee semua lapisan masyarakat atau golongan komunitas untuk sama – sama eee giat di dalam festival Krakatau itu yakan? dalam artian keterlibatan mereka, gitu kan. Jadi kita juga butuh ee di kritik, kritik itu stimulan ya, vitamin bagi kita juga untuk membuat lebih baik lagi berikutnya gitu kan, tapi yang lebih penting lagi adalah ee kepesertaan mereka di kegiatan kita.”

“Siapa saja yang terlibat aktif dalam penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival? Hampir semua dinas kita semua OPD, apa namanya ee (Organisasi Perangkat

Daerah) semuanya karena memang ini festivalnya masyarakat Lampung, yang digagas oleh Pemerintah Provinsi Lampung dalam hal ini Dinas Pariwisata, pasti ee semuanya terlibat, kita harapkan semuanya terlibat, baik akademisi, budayawan, stakeholder kita, stakeholder kita misalnya, ASITA, PHRI, nanti kamu cari tau sendiri apa itu, yakan? kawan – kawan dari dunia usaha apa namanya yang bergelut di dunia kepariwisataan, yakan?

“Apakah peran masyarakat Lampung sendiri memiliki kontribusi yang besar pada Lampung Krakatau Festival? Iyadong, mereka menjadi bagian daripada penonton saja itu sudah satu kepesertaan kan? memberikan kontribusi kan? apalagi mereka juga ee bisa memberikan kontribusi – kontribusi yang lain yakan? bahkan kalau di festival Krakatau itu banyak terjadi ee *entrepreneur* – *entrepreneur* itu ya katakan dadakan, bisa jadi usaha karena kita juga kemarin ada pasar kuliner, kan gitu ya kita berusaha menjawab keinginan masyarakat sekarang, biasanya kalau ada kerumunan ada pasar kulinernya, kuliner kekiniannya, yakan? gitu”

“Biasanya hal apa yang dilakukan untuk menjadi sebuah kontribusi dari masyarakat Lampung untuk event tersebut? Ya udah dibilang tadi ya, jadi... sebagai penonton ikut serta ee menjadikan Krakatau bagian dari hal yang besar di Provinsi Lampung, itu sudah salah satu kontribusi. Yakan? Bagaimana kita membuat festival susah payah, ketika orang gak nonton misalnya gitu, dengan alasan festivalnya gitu – gitu aja. Yakan? Karena festival itu ada *patternnya* ya, festival itu ada *patternnya*, nah isi kontennya yang di dalamnya yang kita apa namanya selalu pingin ada pembaruan, jadi konten besarnya adalah isi Festival Krakatau itu adalah ee Festival Krakatau itu “Pesona Kemilau Sai Bumi Ruwa Jurai” yakan? itu satu, itu penampilan dari Kabupaten Kota, yakan? keduanya Tour Krakatau, Tour Krakatau itu jangan diartikan bahwa tour itu ke gunung Krakatau ya, tapi tour di sekitar Anak Gunung Krakatau ya, lalu adalah Pawai Budaya, itu konten besarnya. Nah kita berusaha konten besar ini, isi didalamnya itulah yang kita apa namanya menjawab keinginan masyarakat ya, baik dari ee anak – anak muda, ee terus semua hampir semua lapisan masyarakat kita berusaha menjawab untuk keinginan mereka dalam sebuah festival.”

“Apakah Lampung Krakatau Festival ini menjadi suatu ikon promosi atau suatu ciri khas dari Provinsi Lampung ini? Iyadong pasti, Calender Event terbesar kita adalah kepala karangannya adalah Festival Krakatau gitu kan? ya”

“Dalam pelaksanaan Lampung Krakatau Festival, biasanya atraksi apa saja yang di tampilkan? Atraksi yaitu tadi, Atraksi lebih eee budaya, budaya ada daya tarik utama, ee penampilan Festival Kraktau, yakan? baik budaya asli dari Kabupaten Kota maupun budaya pendatang yang di Kabupaten Kota jadi kita juga mengakomodir, bahkan ada kita ee dari provinsi lain atau dari salah satu Kabupaten dari provinsi lain, untuk tampil di kita, kita sangat apa namanya gembira kita menyambutnya, pengen banget kita”

“Dimana saja atraksi tersebut dilakukan? Ini sudah melalui ee Krakatau ke tahun 30 ini kalau terlaksana di 2019 ini macam – macam ya, dimana saja atraksi tersebut dilakukan? Di lokasi – lokasi banyak, fokusnya ada di Lampung Selatan, ada di Kota Bandar Lampung sendiri, misalnya gitu tapi karena dia memang bicara tentang Krakatau itu adalah ee diwilayah Lampung Selatan, dia banyak di Lampung Selatan dan Bandar Lampung, Pesawaran juga ada kegiatannya juga ada.”

“Kapan atraksi tersebut dilakukan ? Atraksi pasti di kegiatan biasa di tiga hari ee Festival Krakatau tuh misalnya, 26,27,28, misalkan 23,24.25 biasanya sekitar 3 harian isinya adalah penampilan atraksi budaya dari Kabupaten Kota.”

“Apa yang menjadi suatu daya tarik pengunjung dalam pelaksanaan atraksi tersebut? Iya, apa namanya, eee kearifan lokal penampilan budaya itu ya.”

“Dilaksanakannya event tersebut pastikan untuk membangun sebuah citra, citra seperti apa yang akan di bentuk oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung melalui Lampung Krakatau Festival ini? Ya tentunya bukannya citra ya, tapi kita memang kalau citra kan konotasinya kurang bagus ya, bahwa kita menampilkan bahwa Lampung itu eee satu daerah satu provinsi sama akomodatifnya dengan provinsi – pronvinsi lain, dengan eee apa namanya, alam yang sama menariknya dengan pronvinsi – provinsi lain dengan ciri khasnya masing – masing karna kita lebih banyak ke bahari juga sama, tapi kita termasuk lengkap, jadi ada wisata apa namanya adventure ada, wisata air terjun ada, wisata alam juga ada, ada dua taman nasional, Taman Nasional Way Kambas dan Taman Nasional Bukit Barisan Selatan yakan? jadi Taman Nasional Bukit Barisan Selatan itu ada satu tempat yang sekarang ee termasuk bisa dibilang apa ya yang di gadang – gadang bakal menjadi satu geopark kita juga kan, Suoh di Lampung Barat yakan? jadi kalau citra ya kita Lampung aman, Lampung variatif, Lampung Kota budaya yang juga keindahan

alam yang sangat bagus, Lampung ramah tamah, Lampung melimpah atraksinya ya citra- citra seperti itulah kalau mau dibilang citra. Tapi kan memang, ee Lampung relatif bisa dibilang eee jarak apa namanya tempat wisata tidak terlalu jauh, misalnya gitu kan? pe misalnya gitu kan? Pantai – pantai yang baru misalnya gitu kan? di Lampung Selatan, Minang Rua, misalnya ya Pulau Mengkudu, banyak selalu ada terus setiap bulan pasti ada eksplorasi dan apa namanya eee atraksi dan destinasi baru di Provinsi Lampung yang di gagas oleh biasanya malah justru masyarakat sendiri”

“Selain sektor pariwisata, adakah sektor lain yang ikut terkena dampak tumbuhnya event Lampung Krakatau Festival? Ya pasti apa namanya, UMKM, ekonomi yakan? Mikro pasti mengangkat, terus apabila kunjungan dari daerah lain, tentunya eee sektor – sektor ekonomi lainnya, penerbangan, ee apa namanya daya belanja orang pasti, kalau festival Krakatau sudah ditetapkan sebagai *Calender of Event* pasti orang cari ada orang yang bener – bener memang cari ohiya ni di Lampung ada Festival Krakatau dia datang, pasti orang belanja, tinggal/stay di Lampung. Biasanya, hunian hotel pasti juga naik yakan? okupansi nya juga pasti naik pada saat Festival Krakatau di bulan Agustus, karena sebelumnya kita juga udah buat dulu, biasanya kita juga buat namanya Road To Festival Krakatau dibulan Juni, Juli Road To Festival Krakatau, semacam apa namanya ee apa namanya itu ya *announc* bahwa kita Festival Krakatau akan dilaksanakan di bulan Agustus, itupun berupa *event*, biasanya, eee penampilan – penampilan musik di apa namanya café – café terus seminar – seminar kecil, terus talkshow kira – kira gitu ya jadi”

“Kenapa *event* Lampung Krakatau Festival ini menjadi rutin diselenggarakan ditiap tahunnya? Oiya dong, yaa. Itukan salah satu apa namanya eee festival itu ee salah satu apa ya, pasarnya bahwa kita ya bahwa kita titik akhirnya promosi kita, puncaknya promosi lah Festival Krakatau itu perayaan lah ya itu kan, hampir semua di eee wilayah di Indonesia Festival sejenis pasti ada juga gitu kan, bahkan ada yang lain – lain juga yakan gitu dibawah – bawah itu konten – konten festival – festival lainnya, dan Lampung juga banyak festival – festival gitu kan Kabupaten Kota, belum juga mengakomodir juga festival – festival kecil yakan? Festival yang diadakan oleh komunitas – komunitas yakan? dengan 16 subsektor yang ada di kita juga nama kita juga sekarang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ya, dan disitu juga ada pelaku film, ada juga pelaku seni kriya, ada pelaku yang lain – lain. Jadi rutin

itu pasti dong, kalau rutin itu pasti kita bisa sebutkan, bahwa kita adalah salah satu ee apa namanya capaian, sebuah capaian dan di klaim juga bahwa in lho Festival Krakatau tuh ee salah satu ajang promosi tempat – tempat kita, yakan? tempat – tempat destinasi kita”

“Siapa yang menjadi target *audience* di tiap penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival? Ya maunya kita sih seluruh dunia juga apa namanya, dengan menggunakan nama Lampung Krakatau Festival atau Festival Krakatau, orang udah tau Krakatau itu adalah sebuah gunung yang dijadikan sebuah festival ya, kita berharap target *audiencenya* udah luar negeri ya, misalnya kita, tapi kalau kita eee biasanya eee provinsi – provinsi terdekat juga ada misalkan Palembang, Bangka Belitung, Batam, Riau Jambi, Jawa Barat, Jakarta, hingga Jogjakarta biasanya wilayah kita kira – kira gitu wilayah *audiencenya*. Kalau target ya pasti kita pingin semuanya, ee festival Krakatau menjadi sebuah festival yang dikenal oleh seluruh dunia.”

“Kapan *event* Lampung Krakatau Festival 2019 dilaksanakan? kor.”

“Apa saja yang akan ditampilkan dalam penyelenggaraan *event* Lampung Krakatau Festival 2019? Sebenarnya sama, sama seperti yang kemarin, cuma dalam bentuk Live Streaming, penonton bisa menyaksikannya dalam bentuk tampilan virtual di Youtube.”

“Bagaimana konsep utama dalam penyelenggaraan *event* Lampung Krakatau Festival 2019? Tetap, kita mengusung budaya ee sebagai daya tarik festival, jadi bukan festival budaya, tapi penampilan budaya sebagai daya tarik festival. Tentunya, apa namanya ee kehidupan kekinian masyarakat juga yang diinginkan masyarakat milenial sekarang juga tetap akan ditampilkan, apapun ya termasuk 16 subsektor tadi.”

“Apa perbedaan konsep dalam penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival di tahun 2018 dan 2019? Udah pasti berbeda ya, secara kita sekarang lagi covid, pasti kita menampilkan lebih banyak online.”

“Bagaimana pelaksanaan brainstorming untuk menentukan tema dalam penyelenggaraan Lampung Krakatau Festival 2018 dan 2019? Eee tema itu lebih kepada tagline yang ikonik aja, biasanya juga kita rapatkan, menentukan tema apa gitu kan.”

“Bagaimanakah tahapan research perencanaan yang dilakukan dalam proses manajemen *event* yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Lampung ketika akan melaksanakan Lampung Krakatau Festival? Jadi festival Krakatau ini kan sudah yang ke 30 ya, walaupun katakan kawan – kawan pekerjaanya, ee berganti gentian tapi festival ini ee menu utamanya udah keliatan, jadi insyaAllah semuanya terlaksana on the track lah ya kira – kira gitu. Ya itu tadi udah disampaikan, eee mungkin menu utamanya sama, tetapi konten – konten kreatifnya yang selalu ee diupayakan berubah dengan mendengarkan ya katakan kritik – kritik dari kawan – kawan eee pemerhati wisata, yakan? kita juga menjadikan itu sebagai ee acuan untuk bekerja di event berikutnya.”

“Lalu setelah dilakukan perencanaan, koordinasi seperti apa yang diterapkan saat pelaksanaan *event* Lampung Krakatau Festival? Ya ini, kalau sudah perencanaan pasti kordinasinya ya diantara tim kita sendiri dan Kabupaten Kota yang akan terlibat, semuanya yang akan terlibat pasti ada semacam rapat – rapat yang panjang ya, berkali – kali rapat untuk menyatukan visi – misi menyatakan presepsi festival Krakatau kita kali ini ee dalam bentuk seperti ini, tema seperti ini, penampilan kita seperti ini itu biasanya kita intens rapat dengan stakeholder dan ee kawan – kawan Kabupaten Kota yang akan menjadi konten penampil pada saat festival Krakatau maupun komunitas – komunitas kita selalu melakukan rapat – rapat yang intens.”

“Evaluasi dari seluruh kegiatan Lampung Krakatau Festival 2019 yang telah dilaksanakan? Pasti kita melakukan evaluasi ya, evaluasi itu untuk apa namanya ee menjadi masukan kita untuk melakukan hal yang lebih baik lagi di 2019 atau 2021.”

“Media apa yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung untuk memasarkan dan mempromosikan Lampung Krakatau Festival dalam menyukseskan kegaitan? Kita hampir semua media mainstream kita pake, ada tv, radio, ada apa namanya ee sekarang yang massive yang gak kalah pentingnya adalah medsos, istilah gitu kan? dan kita punya medsos untuk promosi Lampung Krakatau Festival, kita ada satu platform promosi pariwisata kita yang namanya instagram kita @pariwisatalampung itu pasti intens kita dan gak cuma festival Krakatau, ya kegiatan – kegiatan kita hari perhari kitapun ditampilkan

Wawancara Dengan Pak Indra
(Ketua divisi Pemasaran Pariwisata dinas Pariwisata Provinsi
Lampung)
27 Juli 2019

“Adakah perbedaan konsep acara Lampung Krakatau Festival 2019 dan 2019 untuk menjadikan event tersebut lebih menarik lagi? Pasti, disetiap event Krakatau Festival, jangankan di 2019 – 2019, setiap tahun festival Krakatau kita selalu eee berupaya untuk konten, bahkan menu utama juga misalkan ada, ada ketersediaan karna selalu bergerak kalau konten utamanya selalu pasti eee apa namanya ada juga pasti, pasti fasilitas yang diperlukan ya, yang salah satunya adalah pendanaan, jadi selain menu pesona kemilau, penampilan budaya tadi, terus ada tour Krakatau, lalu ada ee pawai budaya, kita selalu berupaya memperbarui konten, penampilan, eee festival Krakatau setiap tahunnya, jadi bukan hanya 2019 ke 2019 tapi tiap tahun pasti selalu berubah, eee salah satu contohnya yang berubah adalah tema, yakan? tema pasti tiap tahun berubah, nah ini kita belum ketemu tema tahun ini mungkin apa namanya eee mungkin *Thoughtful diversity* atau apapun mau namanya ini kita tagline kita dari kementerian *Thoughtful*.

“Sebelum melaksanannya event, adakah research yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Lampung? Pasti, risetnya bukan make riset yang apa namanya berkenaan dengan ee riset yang seperti terlalu akademis, tapi kita selalu atas dasar ee katakanlah masukan dari apa namanya kawan – kawan stakeholder, kawan – kawan pemerhati pariwisata, itu yang menjadi influen kita untuk bergerak di Krakatau berikutnya, gitu kan.. Kabupaten Kota begini pak, begini bang kira – kira seperti itu bahasanya kalau bahasa santainya, baiknya kita selalu berusaha setiap tahun untuk mengakomodir semua lapisan ee, kelompok, semua stakeholder yang berkaitan dengan pariwisata agar festival Krakatau ini dapat mengakomodir keinginan mereka yakan? seperti apa festival Krakatau tahun depan gitu ya.”

“Research seperti apakah yang biasa dilakukan? Ya kita selalu melakukan apa namanya brainstroming dalam acara – acara missalnya kecil lah ya,

misalnya ngopi bareng dengan pelaku – pelaku pariwisata, yakan? pelaku – pelaku budaya.”

“Dalam pencarian ide acara, siapakah yang sering memberikan sebuah ide atau gagasan dalam pelaksanaan Lampung Krakatau Festival? Tidak ada satu, gakada individu yang yang yang apa namanya ee yang mempunyai ide jadi ini ide selalu bersamaan, ide selalu bersamaan, biasanya ide ini kita tuangkan dalam satu bentuk kerangka acuan kerja, yakan? nah ini nanti kita eee katakan nanti kita sampaikan ke pak Gubernur, eee pihak pak Sekda tapi kita biasanya ya kalo dari step yang awal kita dari pekerja – pekerja teknis, terus bicara dengan pak kabid kita, bu kabid kita, kepala bidang kita lalu kita bicara sama kepala dinas itu rapat semua bidang, ada bidang eee ekonomi kreatif, ada bidang kelembagaan, ada bidang destinasi, ada bidang pemasaran pariwisata, ada bidang sekretariat dan perencanaan, pak sekretaris juga nanti kita bicara festival Krakatau ini mau dibawa kemana, apa konten – kontennya, setelah kita buat kerangka acuan kerja, kita berangkat ke pak gubernur via pak sekda, kita bicara – bicara lagi nanti ada rapat besar lagi, mengundang semua OPD, ee semua yang stakeholder yang berkaitan dengan pariwisata, Festival Krakatau kita tahun ini mau seperti apa formulanya, kira – kira seperti itu.”

“Strategi Management event seperti apakah yang diterapkan Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dan selalu menjadi keunggulan daya tarik pengunjung? Strategi management eventnya ya pasti kita managent eventnya adalah ee karena ini festival masyarakat Lampung, yakan? bukan festival pariwisata, semua ee kita berupaya sebanyak mungkin merekrut keterkaitan keterlibatan kawan – kawan dari ee Kabupaten Kota, OPD, stakeholder, yakan? terus komunitas yang berkaitan dengan festival gitu kan? jadi management eventnya apa? Management eventnya ya ayo bersama, gotong royong ahha kira – kira seperti itu.”

“Kordinasi seperti apakah yang dilakukan oleh Ketua bidang pemasaran pariwisata terkait pembentukan tim, konsep acara serta memmanagement jalannya event Lampung Krakatau Festival? Ya pastinya kordinasinya melalui rapat – rapat dan by vote ada grup Wa pasti, komunikasi selalu intens kepada Kabupaten Kota dan kita juga ada grup masing – masing ada

grup ee stakeholder, ada grup – grup banyak ya, grup – grup kita wa nya, dan kita juga bersurat, datang ke Kabupaten Kota datang untuk menyampaikan mereka juga mengundang rapat ke kita.”

“Evaluasi kegiatan seperti apa yang dilakukan oleh dinas Provinsi Lampung terkait pelaksanaan Lampung Krakatau Festival sebelumnya? ini evaluasi ini baik dari internal kita maupun eksternal jadi eksternal salah satunya adalah apa namanya audit kinerja, audit kinerja itu ada salah satu pengasuh intern, ee Provinsi namanya inspektorat, yang mengaudit kinerja kita, sesuai gak kinerja kita, bukan hanya uang, tetapi kinerja kita di audit gitu. Gitu salah satu evaluasi eksternal, internal kita ya selalu kita melihat bahwa Festival Krakatau, festival yang kita buat di tahun sekarang atau tahun lalu, selalu kita evaluasi apakah sudah eee katakan bukan memenuhi standart, kepuasan. Berjalan on the track atau tidak yakan? terus kita melihat jumlah pengunjung, yakan? keterlibatan pengunjung, keterlibatan komunitas pada saat event, keamanan, yakan? berjalan atau tidak smooth, kira – kira itu jadi itu selalu kita evaluasi, ee apa namanya ee baik kinerja maupun capaian – capaian eee festival kita.”



Wawancara dengan bapak Indra

Narasumber : Ariyan
(Pengunjung Lampung Krakatau Festival 2019)

27 Juli 2019

Masnya kemarin dateng ya ke acara Lampung Krakatau Festival 2019 kemarin?

“Iya mas, kemarin saya dateng tapi cuma sebentar”

Sebentarnya tuh kira – kira berapa lama mas? Sejam ada?

“eee.. ya adalah sejam sih, soalnya kan foto – foto juga, ramean juga datengnya, sambil nyicip – nyicip jajanan juga sembari liat pawai”

Berapa orang mas yang dateng?

“Berapa ya kemarin, berempat sih, saya, fikri, agung, sama akbar”

Terus pengolahan Lampung Krakatau Festival 2019 gimana nih menurut masnya?

Yaaa gimana ya menurut saya sih keren sih Lampung punya festival kayak gini nih, bangga juga rame yang dateng, terus acaranya juga bagus, kebetulan saya suka dengan event kayak budaya ya jadi kerenn banget sih menurut saya.

Masnya rutin dateng ke Lampung Krakatau Festival?

Nggak juga sih, ini kedua dateng ke Krakatau festival ini, karna ya kemarin – kemarin juga gakbisa dateng karna padet jadwal kuliah mas, gituu, tapi dateng juga ya gapernah lama mas, paling beberapa acaranya ajaa, tapi paling seru sih pas pernah ikut tour ke Krakataunya itu mas.

Kapan itu mas?

Sebelum Krakatau meletus mas, itu juga pertama kalinya ke Krakatau langsung dekat.

Terus kenapa tertarik dateng ke Lampung Krakatau Festival?

yaa.. ituu tadii, karena saya suka tentang kaya kebudayaan, jadi tertarik banget buat dateng, apalagi kan ini event terbesarnya lampung kan ya?? Jadi ya kayak instastory, update status di sosmed ya kayak bangga aja punya event besar di kota kelahiran sendiri haha..

Terus yang jadi daya tariknya ini apa menurut masnya ?

eee... apa ya mas, banyak sih, banyak.. kalau saya pribadi sih suka banget sama pawai budayanya yang kayak bikin saya ohh jadi gini ya adat – adat lampung, sejujurnya aja kan saya udah lama tinggal dilampung, tapi belum tau banget semua tentang lampung, Cuma ya sekedar tau Bandar Lampung itu gimana, apanya aja gitu sih, kalau dateng kesini jadi wahh ternyata Lampung itu gak Cuma itu – itu aja ya budaya nya, ya kayak jadi kenal jati diri tempat lahir sendiri mas. Tapi ya tetap kalau paling disenengin itu yang Trip Krakataunya, liat Krakatau dari dekat itu kece banget sih.



Pengurusan Administrasi Perizinan Penelitian dengan Ibu Tata 21 Juli 2019



