

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi membuka peluang semakin gencarnya lintas informasi antar bangsa, yang menimbulkan terjadinya infiltrasi budaya. Hal ini semakin membuka wacana kita untuk lebih gencar mengungkap fakta sejarah, legenda, serta upacara dan kesenian tradisional yang semakin terkubur dalam perjalanan kehidupan yang semakin modern seiring kemajuan zaman dan perkembangan teknologi

Bangsa yang besar akan selalu ingat sejarah perjalanan hidupnya. Kiranya istilah ini bukan hanya simbol atau semboyan saja. Karena kekayaan budaya suatu bangsa merupakan cerminan bahwa bangsa tersebut telah memiliki peradaban yang tinggi, sehingga akan dihargai oleh bangsa lainya. Kebudayaan ikut menjadi kebudayaan utama mencapai kemajuan bangsa, sehingga harus selaras dan seimbang dalam menjaga dinamisme kebudayaan tradisional dan kebudayaan modern tanpa mengurangi atau menambah keaslian unsur budaya itu sendiri. Hal ini akan mencegah ketimpangan yang berakibat merugikan manusia itu sendiri

“bukan suatu yang berlebih-lebihan kiranya kalau kita kagumi betapa besar kemampuan nenek moyang kita dalam seni budaya. Manifestasinya luhur dengan bentuk kesenian Reog Ponorogo.” (Hartono,1980:9). Kita bersyukur bahwasannya beberapa kesenian daerah sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas yang salah satu diantaranya kesenian Reog. Bahkan beberapa saat yang lalu kesenian tersebut juga diakui sebagai kesenian yang berasal dari negara tetangga, yaitu Malaysia

Pertunjukan yang menakutkan ini merupakan sebuah kesenian budaya berbentuk teater yang dilakukan oleh sekelompok pemain drama tari dengan berbagai karakter dan perwatakan pelaku. Kesenian reog ini berasal dari daerah Jawa Timur bagian barat-laut dan Kabupaten Ponorogo dianggap sebagai kota asal kesenian reog yang sebenarnya. Oleh karena itulah kesenian ini disebut dengan Reog Ponorogo. Kesenian reog disajikan dalam bentuk sendratari, yaitu suatu tarian dramatik yang tidak berdialog dan diharapkan gerakan-gerakan tarian tersebut sudah cukup untuk mewakili isi dan tema dari tarian tersebut

“Demikian juga dengan keberadaan “Reog Ponorogo” yang pernah hampir punah pada masa pemerintahan orde lama. Seni Reog dicap sebagai kesenia milik PKI. Dengan kebulatan tekad, beberapa tokoh reog akhirnya mulai merintis kembali kesenian kebanggaan warga Ponorogo yang hampir punah tadi dalam wadah kesenian yang bernama INTI (insan Takwa Illahi)” (Bambang Sudiyanto H., 1987 : 102).

Banyak masyarakat yang menganggap kesenian khas daerah yang dalam hal ini adalah Reog Ponorogo hanya sebuah kesenian masa lalu. Reog Ponorogo merupakan kesenian khas daerah Ponorogo yang pada akhirnya akan luntur apabila tidak ada peran pemerintah dan seluruh masyarakat dalam melestarikan kesenian tersebut.

“Pemda Ponorogo sendiri sangat berambisi memanfaatkan kesenian Reog untuk mengundang wisatawan sebanyak-banyaknya. Pada acara Grebeg Suro (tahun baru Jawa), oleh pemda Ponorogo dimanfaatkan sebagai event pariwisata dengan mengadakan Festival Reog” (Bambang Sudianto H., 1987 : 101).

Kesenian Reog merupakan warisan budaya leluhur sejak kerajaan wengker sekitar abad ke – 11 dan masih terus berkembang sampai kini. Hal ini merupakan bukti luar biasanya budaya daerah yang ada di Indonesia

Reog biasanya dipentaskan dalam beberapa peristiwa seperti pernikahan, khitanan, dan hari-hari besar Nasional. Dinas Pariwisata Ponorogo telah meramu suatu pertunjukan dalam bentuk kompetensi Nasional dan disajikan hiburan yang menarik dan elegan bagi masyarakat kota Ponorogo pada umumnya dan wisatawan dari luar Ponorogo pada umumnya, diselenggarakan pada saat peringatan Grebeg Suro (tahun baru Islam 1 muharam). Pada saat festival, reog biasanya disajikan dengan alur cerita yang menggambarkan tentang perjalanan rombongan prajurit Ponorogo yang akan melamar putri kediri. Sedangkan reog untuk keperluan adat atau upacara tradisional, desa ataupun perorangan cerita yang disajikan sesuai dengan hajatan atau acara yang diadakan

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengangkat judul : “ **UPAYA PROMOSI FESTIVAL REOG NASIONAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI KABUPATEN PONOROGO** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas ,maka dalam penulisan ini,penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Upaya promosi apa saja yang dilakukan stakeholder untuk mengenal *event Festival Reog Nasional* supaya lebih dikenal masyarakat,terutama yang berasal dari luar wilayah Kota Ponorogo?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah penulis sampaikan diatas maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut: “Untuk mendeskripsikan apa saja upaya promosi yang telah dilakukan oleh stakeholder dalam mengenalkan Festival reog Nasional untuk masyarakat kota ponorogo dan menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan Festival reog Nasional belum dikenal oleh masyarakat dari luar kota Ponorogo”

1.4 Manfaat penulisan

Manfaat hasil penulisan tersebut adalah :

1. Bagi penulis, selain sebagai bahan laporan hasil penulisan, juga berguna untuk mengetahui langsung upaya pemerintah daerah dalam menyelenggarakan Festival reog nasional, dan menambah referensi pengetahuan mengenai kesenian daerah yaitu Reog Ponorogo
2. Bagi pemerintah daerah, hasil penulisan ini diharapkan bisa menjadi masukan dan pertimbangan bagi pemerintah kota Ponorogo untuk lebih meningkatkan sarana bagi pemerintah daerah setempat dalam meningkatkan kunjungan wisata ke kota Ponorogo.
3. Bagi masyarakat, hasil penulisan ini diharapkan untuk lebih memotivasi masyarakat terhadap pentingnya kesenian daerah yang perlu kita kembangkan dan kita banggakan.

1.5 Penegasan Istilah

Definisi dari beberapa istilah penting dalam penulisan ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Upaya

Upaya adalah usaha'; ikhtiar (untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar dsb)

2. Promosi

Usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang atau pihak lain agar tertarik dengan barang atau jasa yang kita pasarkan

3. Festival Reyog Nasional

Acara tradisi kultural masyarakat Ponorogo dalam wujud pesta rakyat yang diselenggarakan selama 4 hari untuk memperingati Tahun Baru Hijriah 1 Muharram serta upaya melestarikan, mengembangkan dan meningkatkan mutu Kesenian Reyog Ponorogo sebagai aset Budaya Nasional.

4. Daya tarik wisata budaya

Upaya atau kegiatan yang mempergunakan sesuatu yang memiliki keindahan, keindahan serta budaya yang dimiliki oleh masyarakat yang menjadi sasaran tertentu guna untuk kunjungan wisatawan

5. Kabupaten Ponorogo

Kabupaten Ponorogo adalah daerah tingkat 11 yang dikepalai oleh bupati, setingkat dengan kota madya, merupakan bagian langsung dari provinsi yang terdiri atas beberapa kecamatan.

1.6 Landasan Teori

Pengertian pariwisata

Dalam upaya mendalami kepariwisatawan, perlu terlebih dahulu memahami definisi kepariwisatawan secara komprehensif. Sesuai dengan Undang-Undang RI Nomer 10 Tahun 1990 tentang kepariwisatawan terutama Pasal 1 angka (1) sampai dengan (7) yang menyatakan bahwa :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait dengan bidang tersebut
4. Kepariwisatawan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.
5. Usaha pariwisata adalah usaha yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik

wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut

6. Objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata
7. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

“Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari 2 suku kata, yaitu “Pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar dan kata “wisata” yang berarti pergi, berpergian yang sinonim dengan “travel” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu, maka pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali, berputar-putar dari suatu tempat ketempat lain, dalam bahasa Inggris disebut Tour” (Oka A. Yoeti, 1985 : 103)

Kepariwisataan dapat dipandang sebagai sesuatu yang abstrak. Secara khusus kepariwisataan dapat digunakan sebagai suatu alat untuk memperkecil kesenjangan saling pengertian dapat dipergunakan sebagai suatu alat untuk memperkecil kesenjangan saling pengertian diantara negara-negara yang sudah berkembang yang biasanya adalah negara-negara wisatawan atau negara “pengirim Wisatawan” dengan negara-negara yang sedang berkembang yakni negara-negara kunjungan wisatawan atau negara “Penerima Wisatawan”.

Pada dasarnya bagian-bagian dari gejala pariwisata terdiri dari 3 unsur yakni : manusia (unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata), Tempat (unsur fisik sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri), dan waktu (unsur tempo yang dihabiskan dalam perjalanan itu sendiri dan selama berdiam di tempat tujuan). Inilah unsur-unsur yang menjadi persyaratan terjadinya gejala pariwisata tersebut.

Tetapi ada faktor khas lainnya yang dituntut untuk membedakan kegiatan pariwisata dari suatu kegiatan jalan-jalan “cuci mata” atau makan angin pada suatu saat tertentu.

Sedangkan Hunziger dan Krapf dari swiss dalam Gundriss Der Allgemeinen Femderverkehrslehre (dalam Irawan, 2010 :11) memberikan batasan yang bersifat teknis,yaitu “ kepariwisataan adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tinggal ditempat itu untuk melakukan pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara”.

Selanjutnya menurut ketetapan MPRS No 1 Tahun 19960 (dalam Irawan, 2010:11)kepariwisataan dalam dunia modern pada hakikatnya adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memberikan hiburan rohani dan jasmani setelah beberapa waktu bekerja serta mempunyai modal untuk melihat daerah lain (pariwisata dalam negri) atau negara lain (pariwisata luar negri)

Samsulridjal D. & kaelany HD (1997:24), menguraikan jenis pariwisata terdiri dari tujuh jenis kegiatan,sebagai berikut :

1. Wisata untuk rekreasi

Jenis wisata ini tergolong populer. Banyak orang ingin memanfaatkan hari libur diluar rumah. Mereka ingin berpergian untuk mendapatkan suasana baru agar menjadi segar sebelum kembali bertugas.berbagai rekreasi dapat dilakukan,baik di pantai atau dipegunungan

2. Wisata bahari

Kegiatan wisata yang dilakukan dengan memanfaatkan laut atau pegunungan untuk kegiatan olahraga. Yang termasuk dalam jenis wisata bahari ini, seperti menyelam (diving), berselancar (surfing), berlayar, memancing dan lain-lain

3. Wisata alam

Jenis wisata ini banyak menarik minat kaum remaja karena mempunyai unsur petualang, bukit terjal, gunung yang tinggi, gua-gua yang dalam sungai yang deras, seolah-olah memanggil untuk ikut berpetualang. Wisata alam mengandung berbagai resiko. Karena itu para wisatawan yang menggemari jenis wisata ini perlu memahami resiko-resiko itu, karena bila diabaikan dapat menimbulkan kecelakaan bahkan mengandung maut.

4. Wisata olahraga

Berbagai pertandingan olahraga baik bertingkat nasional maupun internasional menarik perhatian masyarakat. Sesuai dengan tujuan pertandingan untuk peningkatan prestasi, para atlet datang dengan tujuan memperlihatkan prestasi yang baik. Disamping itu banyak pula orang-orang yang datang baik dalam atau luar negeri dengan maksud menyaksikan pertandingan olahraga secara langsung

5. Wisata bisnis

Kemajuan ekonomi dewasa ini menyebabkan perdagangan tidak terbatas pada lingkungan suatu negara atau daerah saja. Dalam rangka melakukan kegiatan bisnis, para niagawan yang bersangkutan menikmati perjalanannya seperti halnya wisatawan lain

6. Wisata konvensi

Semakin banyaknya symposium maupun sidang yang diadakan di berbagai negara, merupakan salah satu pendorong bagi kalangan tertentu untuk berpergian. Mereka datang ke negara penyelenggara sebagai utusan atau mungkin atas nama pribadi. motivasi berpergian untuk keperluan tersebut melahirkan suatu bentuk wisata tersendiri yang dikenal dengan wisata Konvensi.

7. Wisata budaya

Jenis wisata ini merupakan daya tarik bagi wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia. Bali dan Toraja yang mempunyai budaya yang unik disukai wisatawan dari mancanegara. Keunikan budaya tersebut perlu dijaga, jangan karena ingin mengkomersilkan nilai-nilai budaya sumber menjadi berubah dan menurun mutunya. Kehidupan masyarakat terasing di Indonesia dan Irian Jaya yang masih mempunyai tradisi kehidupan zaman dahulu mengundang minat wisatawan etnik.

Demikian batasan konsep tentang pariwisata yang ada. Bagaimana konsep tersebut diterapkan dalam mengembangkan kepariwisataan suatu daerah bahkan suatu negara, dapat menggunakan konsep tersebut sebagai dasar acuan mengatur kebijakan dalam industri pariwisata.

i. Pengertian kebudayaan

“sedangkan kata “kebudayaan” berasal dari sansekerta “buddhayah” yaitu bentuk jamak dari “buddi” yang berarti “budi” atau “akal”. Dengan demikian,

kebudayaan dapat diartikan : “hal-hal yang bersangkutan dengan akal”.sarjana lain mengupas kata “budaya” sebagai suatu perkembangan dari majemuk “budi-daya” yang berarti “daya dari budi”. Karena itu, mereka membedakan “budaya” dari “kebudayaan” demikianlah “budaya” adalah “daya dari budaya” yang berupa cipta,karsa dan rasa sedangkan ‘kebudayaan” hasil dari cipta, karsa dan rasa itu “(Koentjoroningrat, 1985 : 181)

Adapun pengertian dari cipta, karsa dan rasa itu sendiri adalah sebagai berikut : (Musanef 1996 : 206).

- a) Cipta : ingin mengetahui rahasia segala hal yang ada dalam pengalaman baik lahir maupun batin, sebagai ilmu pengetahuan
- b) Karsa : untuk menginsafi tentang asal kehidupan dan akhir kematian (norma keagamaan/ kepercayaan)
- c) Rasa : keindahan (kesenian)

Menurut Koentjaningrat (1985) kebudayaan adalah keseluruhan ide-ide, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.

Koentjaningrat (1985) menyebut ada tujuan unsur-unsur kebudayaan. Ia menyebutkan pokok kebudayaa.ketuju unsur kebudayaan universal tersebut adalah :

1. Sistem Religi
2. Sistem Organisasi Masyarakat
3. Sistem Pengetahuan
4. Sistem Mata Pencaharian Hidup dan Sistem-sistem Ekonomi

5. Sistem Teknologi dan Peralatan
6. Bahasa
7. Kesenian

Kebudayaan bangsa adalah kebudayaan yang timbul sebagai buah usaha budi daya rakyat Indonesia seluruhnya. Kebudayaan lama dan asli yang terdapat sebagai kebudayaan di daerah-daerah diseluruh Indonesia terhitung sebagai kebudayaan bangsa serta usaha kebudayaan menuju kearah kemajuan adab, budaya, persatuan, dengan tidak menolak bahan-bahan baru kebudayaan yang dapat memperkembangkan atau memperkaya kebudayaan bangsa sendiri, serta mempertinggi derajat kemanusiaan bangsa Indonesia .(Musaneff,1996:207)

“wisata budaya”(cultural tourism), adalah gerak atau kegiatan yang dirancang oleh adanya objek-objek wisata yang berwujud hasil-hasil seni budaya setempat. Misalnya adat istiadat, upacara-upacara agama,tata hidup masyarakat, peninggalan-peninggalan sejarah,hasil-hasil seni dan kerajinan masyarakat dan sebagainya (R.S. darmardjati, 1995:29).

Dipandang dari sudut cara kesenian sebagai ekspresi hasrat manusia akan keindahan itu di nikmati, maka ada 2 bagian yaitu :

1. Seni rupa atau kesenian yang dinikmati oleh manusia dengan mata.
2. Seni suara atau kesenian yang dinikmati oleh manusia dengan telinga.

Daya tarik wisata di kabupaten Ponorogo

Menurut Musaneff (1995:175) menyebutkan bahwa objek dan daya tarik wisata dapat dibagi menjadi :

1. Objek dan daya tarik wisata budaya
2. Objek dan daya tarik wisata alam
3. Objek dan daya tarik minat khusus

Menurut U.E. Wardhani dkk (2008:19) menyatakan wisatawan akan datang berkunjung kesuatu tempat tujuan wisata, bila di daerah tersebut terdapat daya tarik bagi wisatawan tersebut untuk berkunjung ke daerah tersebut antara lain :

1. Objek wisata alam (nature), adalah yang terbentuk dari gejala-gejala alam dan dipelihara dengan memperlihatkan keaslian, walaupun ditambah dengan fasilitas umum. Wisatawan yang datang biasanya para pecinta alam.
2. Objek wisata buatan (man-made), adalah objek wisata buatan manusia, seperti museum, monumen, situs bersejarah dan purbakala. gedung sejarah, galeri seni dan budaya, pusat kegiatan seni dan budaya, taman dan hutan kota, cagar budaya, budidaya agro, flora dan fauna, tempat ibadah, bangunan arsitektural, bandara, pelabuhan dan stasiun, pasar tradisional, pusat perbelanjaan DLL.
3. Atraksi wisata, yang selalu dikaitkan dengan kekayaan budaya bangsa, peningkatan kepatuhan pada peraturan perundangan yang berlaku, norma dan nilai kehidupan masyarakat, jaminan keselamatan, keamanan dan kenyamanan bagi pengelola, pengguna jasa/wisatawan dan masyarakat, ketertiban dan harmonisasi lingkungan, nilai tambah dan manfaat yang luas bagi komunikasi lokal publikasi kegiatan pariwisata

Sedangkan menurut UE. Wardhani, dkk (2005) "5A" seringkali dijadikan pertimbangan oleh perusahaan perjalanan wisata dalam menentukan daerah tujuan wisata, yaitu :

1. Kemudahan untuk dikunjungi dan memiliki jalan yang dapat dilalui oleh kendaraan (accessibility)
2. Kemudahan mendapatkan / ada tempat menginap yang layak, bersih dan ramah / menyenangkan (accommodations)
3. Kemudahan melihat atraksi yang khas dilokasi wisata (attraction)
4. Kemudahan dan adanya sarana fasilitas untuk melakukan kegiatan yang menyenangkan dan aman didaerah tersebut (activities)
5. Fasilitas lain yang menunjang perjalanan wisata, seperti telepon, penukaran uang, toko souvenir dan lain-lain (amenities)

Secara garis besar kabupaten ponorogo memiliki daya tarik wisata yang cukup potensial dalam menarik kunjungan wisatawan ke wilayah tersebut, Objek dan daya tarik wisata dikabupaten Ponorogo ini meliputi :

1. Objek dan daya tarik wisata alam

Yang merupakan objek dan daya tarik wisata alam di Ponorogo meliputi :
Telaga Ngebel, Guo Lowo, Air terjun Pletuk dan Ngembak

2. Objek dan daya tarik wisata minat khusus

Dalam hal kota ini Ponorogo memiliki potensi wisata Religi dan kuliner. yang termasuk dalam wisata religi adalah Makam batoro katong dan masjid tegal sari. Sedangkan yang termasuk dalam wisata kuliner adalah sate ayam ponorogo, dawet njabung dan jenang dodol

3. Objek dan daya tarik wisata budaya

Yang termasuk objek dan daya tarik wisata budaya di Ponorogo meliputi : reog Ponorogo, larung sesaji dan gelar budaya

Promosi

1.1 Pengertian promosi

Promosi pariwisata berkaitan erat dengan upaya agar dapat mengenalkan dan menyakini produk pariwisata yang ada dengan sebanyak mungkin orang

Dalam rangka mencapai sasaran pengembangan kepariwisataan ,cara dapat dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat lokal adalah promosi pariwisata, pengertian promosi menurut kamus besar bahasa indonesia (1994:970) adalah perkenalan, pengenalan tentang suatu usaha yang dilakukan secara intensif dan terus menerus

Berkaitan dengan pubisitas dan promosi menurut Wahab (1989) mengatakan ada tiga tujuan yang harus dicangkup publisitas dan promosi diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan produk wisata seluas mungkin
2. Menyusun produk itu agar sedapat mungkin menarik
3. Menyampaikan isi peran yang menarik tanpa harus berbohong,

“pubilitas dan promosi pariwisata disini adalah propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau program secara teratur. Kedalam publikasi dan promosi ini ditunjukan kepada masyarakat dalam negri sendiri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehainnga industri pariwisata di negeri ini memperoleh dukungannya. Keluar ,publisitas dan ptomosi ini ditujukan kepada dunia luar dimana kampanye benar-benar mengandung berbagai fasilitas dan

atraksi yang unik dan menarik terhadap wisatawan. dalam hal ini, indonesia hendaknya dapat mengedepankan fasilitas yang unik dan memenuhi standart dunia industri pariwisata serta menyajikan atraksi-atraksi menjajubkan yang tidak terdapat dinegeri lain (pendit,2002:24)

1.2 Bentuk-bentuk promosi

Tjiptono (2009..222) mengemukakan bahwa bentuk bentuk poromosi menurut tugas kasus yaitu

1. *Personal selling*

Merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon kosumen

2. *Mass selling*

Merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada kalayak ramai dalam satu waktu. Mass selling terdiri atas dua bagian yaitu:

Periklanan

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Iklan adalah bentuk komukasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu

produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian

Publisitas

Bentuk penyajian dan penyebaran ide, barang dan jasa secara non personal yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu. Publisitas merupakan pemanfaatan nilai nilai berita yang terkandung dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan

Dibandingkan dengan iklan, publisitas mempunyai kredibilitas yang lebih baik karena penerapan dilakukan oleh pihak lain selain pemilik iklan. Disamping itu karena pesan publisitas dimasukan dalam berita atau artikel koran, tabloit majalah radio dan televisi makakalayak tidak memandangnya sebagai komunikasi promo

1.3 Promosi penjualan

Merupakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan peraturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian

Menurut kotler (2000) “strategi promosi dapat dilakukan melalui empat bentuk promosi yang paling dikenal,yaitu periklanan,personal,selling,publikasi, dan promosi penjualan.”stategi promosi tersebut dapat dilakukan secara sendiri,tetapi pada umumnya dilakukan secara bersma-sama

- Periklanan

Periklanan merupakan salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produknya terhadap konsumen periklanan dilakukan melalui berbagai media periklanan yang tersedia sesuai dengan target pasar yang akan ditinjau perusahaan.

Kotler (2000) memberikan definisi periklanan sebagai “setiap bentuk presentasi dan promosi ide, barang, atau jasa yang dibayar oleh sponsor yang dikenal yang bersifat tidak pribadi”. Menurut Swastha (2002), “periklanan adalah komunikasi non-individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan **perusahaan, lembaga, non-laba serta individu-individu**”

- Personal selling

Menurut Kotler (2000) penjualan perorangan (personal selling), yaitu penyajian atau presentasi pribadi oleh tenaga penjual perusahaan dengan tujuan menjual dan membina hubungan dengan pelanggan “menurut Tjiptono (2004) penjualan perorangan “komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian mencoba membelinya”. Penjualan perorangan adalah alat paling efektif pada tahap proses penjualan tertentu, terutama adalah membangun pilihan, keyakinan, dan tindakan pembeli.

- Publisitas

Upaya perusahaan untuk mendukung, membina citra perusahaan yang baik dan menangani atau menagkal isu,cerita dan peristiwa yang dapat merugikan perusahaan yang dilakukan melalui pembinaan hubungan dengan masyarakat(*pubic relation*)”(kotler, 2000). Publisitas adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide,barang atau jasa secara nonpersonal,yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar untuk itu (tjiptono, 2004). Selanjutnya swastha (2002) menyatakan “publisitas *adalah sebuah informasi tentang seseorang,barang atau organisasi yangdisebarluaskan kemsyarakat melalui media tanpa dipungut biaya atau pengawasan dari sponsor*”.

- Seles promotion

Promosi penjualan (sales promotion) adalah bentuk persuasi langsung melauai penggunaan sebagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.promusi penjualan yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian/penjualan dari suatu produk dan jasa.”promosi penjualan ternasuk berbagai jenis peralatan yang mempunyai sifat unik seperti kupon,perlombaan,pemotongan harga,hadiah dan lain-lain”(potler, 2000).

Menurut tjiptono (2004) promosipenjualan adalah “suatu bentuk persuasif langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan

[Http://digilib.unpas.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptu
npaspp-gld-adehermawa-38#.Uja6KX9pXfc.](http://digilib.unpas.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jbptu
npaspp-gld-adehermawa-38#.Uja6KX9pXfc)

1.3 Hambatan promosi

Fajar laksana (2008;125) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran-saluran distribusi, sebagai berikut :

- A. Ciri-ciri konsumen
 - A. Pola pembelian
 - B. Jumlah konsumen dan langganan
 - C. Penyebaran secara geografis
 - D. Metode penjualan yang berbeda-beda
- B. Product characteristics (ciri-ciri produk)
 - A. Cepat dan tidak rusak
 - B. Produk yang tidak terstandarisasi
 - C. Nilai tinggi
 - D. Tidak tahan lama
 - E. Memerlukan jasa-jasa instalasi dan pelayanan
- C. Middlemen characteristic (sifat perantara)
 - A. Perlu diketahui kekuatan dan kelemahan perantara
 - B. Kemampuan untuk melaksanakan fungsi-fungsi seperti negosiasi, penyimpanan dan lain-lain
- D. Comperativ characteristic (sifat pesaing)
 - Melihat perantara yang diupergunakan pesaing
- E. Company Characteristic sifat perusahaan
 - A. Kekuatan financial

- B. ukuran perusahaan
- C. kemampuan dan kejuujmuran perusahaan
- F. Environment characteristic sifat lingkungan
 - A. Kondisi perekonomian
 - B. Legalitas dan perlindungan hukum

Jika dilihat dari aspek internakl permasalahan pemasaran sebagai berikut :

1. Perencanaan strategi tidak matang

Perencanaan strategi pemasaran sering tidak dipergunakan mereka melakukan distribusi pemasaran produk miliknya berdasarkan aspek-aspek pemasaran tertentu tanpa direvisi terlebih dahulu. Strategi pemasaran tidak dibuat secara matematis menimbulkan pemasaran tidak diorientasikan kepada pelayanan membuat produk tersebut tidak laku dijual.

2. Target pasar yang terlalu lebar

Target pasar yang terlalu lebar pada dasarnya merupakan kesalahan didalam perencanaan suatu usaha yang tidak dipertimbangkan terlebih dahulu.

3. Target pasar yang salah

Target pasar yang salah merupakan hal yang sering terjadi seharusnya perlu perencanaan yang matang sebelum menetapkan target pasar maupun target konsumen.

(www.hambatan-promosi.blog.spot.com/html)

1.7 Definisi Operasional

Upaya promosi yang dilakukan dalam penyelenggaraan Festival reog Nasional akan mempengaruhi daya tarik wisata di Kabupaten Ponorogo. Upaya promosi tersebut meliputi :

1. Dengan menyebarkan surat edaran pemberitahuan keluar daerah Ponorogo, karena Festival ini akan diikuti oleh peserta-peserta yang berasal dari luar Ponorogo
2. Penyebaran pamflet dan brosur, pemasangan spanduk, baliho dan umbul-umbul agar masyarakat sekitar mengetahui mengenai Festival reog Nasional yang termasuk dalam rangkaian kegiatan Grebeg Suro
3. Menitipkan brosur dan stiker yang berisi penyelenggaraan Festival reog Nasional dalam rangkaian perayaan grebeg suro di Biro Perjalanan Wisata wilayah Ponorogo, hotel, restoran dan bus-bus pariwisata atau yang melakukan perjalanan luar kota dalam propinsi dengan menempelkan stiker tersebut.

Pemberitahuan melalui media elektronik, melalui radio dan stasiun televisi lokal maupun media cetak berupa koran

4. Melalui internet, dengan membuat situs mengenai penyelenggaraan Festival Reyog Nasional. biasanya berisi juga undangan dan formulir pendaftaran bagi peserta yang berasal dari luar kota.

1.8 Metode Penelitian

1. Metode penentuan daerah atau lokasi penulisan

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penulis melakukan penelitian. Dalam hal ini lokasi peneliti adalah di Kabupaten Ponorogo. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena daerah ini merupakan daerah tempat kesenian Reyog tersebut berasal dan tempat diselenggarakan Festival Reyog Nasional.

Peneliti mulai melakukan penelitian terhadap festival Reyog Nasional sejak persiapan penyelenggaraan Festival Reyog Nasional XXI berakhirnya festival tersebut pada tanggal 23 Oktober 2014.

2. Metode penentuan Informan

Populasi dan sampel

Pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan.

Peneliti ini menggunakan metode populasi, yaitu orang-orang yang berkompeten dan berhubungan dengan pelaksanaan Festival Reyog Nasional di Kabupaten Ponorogo, dalam hal ini Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga serta seniman Reyog sebagai populasi yang akan dijadikan sumber data bagi peneliti.

Sampel adalah bagian dari populasi yang diteliti, yang mampu menjadi perwakilan untuk dijadikan sumber data bagi peneliti. Penelitian ini mengambil sampel beberapa staff dari populasi Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olah Raga. Juga beberapa tokoh Reyog dari populasi seniman.

TABEL 1

DAFTAR NAMA INFORMAN

NO	NAMA	JABATAN
1	Bpk. Drs Hadi Soenarto,M.Si	Kepala bidang Pemuda dan Olah Raga Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Ponorogo
2	Bpk. Bambang Wibisono,S.Sn	Kepala Bidang Kebudayaan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Ponorogo
3	Bpk. Drs.Ec.A.Budi Satrio,M.Si	Sekretaris Yayasan Reyog Kabupaten Ponorogo
4	Bpk.Edy Darwanto,ST	Kepala Seksi Objek dan Daya Tarik Wisata , Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga Ponorogo
5	Mbah Misdi	Seniman Reyog
6	Mbah Joni / Mbah Wo	Seniman Reyog

3. Metode Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu unsur atau komponen utama dalam melaksanakan penulisan artinya “Tanpa data tidak akan ada penulisan” dan data dipergunakan dalam suatu penulisan merupakan data yang harus benar. Pengumpulan data merupakan suatu lankah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematik, logis dan proses pencarian data

yang valid, baik diperoleh secara langsung (primer) atau tidak langsung (sekunder) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu penulisan secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh penulis.

Dalam penulisan ini metode pengumpulan data menggunakan observasi, interview atau wawancara

- a. Observasi adalah kegiatan memperhatikan secara akurat dengan tujuan untuk mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antara aspek dalam fenomena tersebut. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kejadian atau peristiwa yang erat kaitannya dengan terselenggaranya Festival Reyog Nasional (FRN) XXI. dalam hal ini penulis berusaha melihat secara langsung. Dengan demikian dalam mendeskripsikan pertunjukan Festival Reyog Nasional XXI, peneliti lebih cermat
- b. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pernyataan lisan kepada subjek penulisan, biasanya dilakukan melalui tatap muka secara langsung. Oleh karena itu dalam wawancara perlu diciptakan hubungan yang baik antara informan dan penulis agar mendapat informasi yang akurat. Langkah operasional dari metode ini adalah penulis mempersiapkan beberapa pertanyaan untuk dijawab informan, dengan menemui informan untuk memperoleh jawaban secara langsung dari informan.

c. Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti. Yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, majalah dan sebagainya.

4. Metode penyajian dan analisis data

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskripsi kualitatif. Bodgan dan Tylor (www.google.com) mendeskripsikan metode kualitatif drbagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Penelitian yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu suatu penelitian yang berdasarkan atas tujuannya dalam menggambarkan dan menafsirkan data yang dijumpai dilapangan. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan dengan jelas sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, kelompok tertentu, menentukan frekuensi atau penyebaran dari suatu gejala lain dalam suatu masyarakat (Koentjaraningrat, 1990:29).

Dengan demikian penelitian ini merupakan pendeskripsian dan uraian permasalahan yang kemudian diambil kesimpulan dari permasalahan tersebut tentang bagaimana upaya promosi Festival Reyog Nasional sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Ponorogo

Sedangkan teknik analisa data Semua data yang diperoleh dilapangan diolah dalam kerja laboratorium dengan pendekatan kualitatif. Dalam mengolah data, peneliti melakukan proses menyeleksi data dengan membuang data yang tidak perlu digunakan dan menambah data yang kurang.dalam tulisan ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif guna pengelolaan dan penganalisisan data.

Menurut Bodgan dan Bilken dalam Moleong (2005:248) upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengkoordinasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dapat dikelola mensintesisikannya, mencari dan menentukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain

Dengan demikian, dalam penelitian ini telah diperoleh data lapangan yang diperoleh melalui wawancara dalam bentuk kata-kata bukan dalam bentuk angka sebagaimana penelitian statistik,dipisah dan dikatagorikan sesuai rumusan masalah