

## PERAN MULI MEKHANAI LAMPUNG SEBAGAI PEGIAT PROMOSI PARIWISATA PROVINSI LAMPUNG

<sup>1</sup>Army Clawdia, <sup>2</sup> Refdi Akmal, <sup>2</sup> Damara Saputra  
Siregar

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Perjalanan Wisata Polinela, <sup>2</sup>Dosen Program studi  
Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Lampung

### ABSTRACT

*Lampung Province has tourism potential that must continue to be developed so that promotions are needed to introduce Lampung tourism to the public. The Lampung Province Tourism and Creative Economy Office (Disparekraf) as a Regional Apparatus Organization (OPD) which has the task and function of disseminating information to the public in the field of Tourism and Creative Economy is assisted by several fields, namely the Secretariat, Tourism Destinations Sector, Tourism Marketing Development Sector, Sector Tourism Institutions and Creative Economy Development Sector. Disparekraf organizes an annual routine event, namely the Election of Muli Mekhanai in Lampung Province in order to find the elected Muli Mekhanai who will later become a representative of the Lampung Tourism Ambassador as an activist in promoting tourism in the Province of Lampung. The data used are primary and secondary data and the data analysis method is descriptive qualitative. The results of this final project describe the role of Muli Mekhanai Lampung in promoting tourism in Lampung Province by means of conventional promotions, namely participating in events such as Audience with the Governor of Lampung, Abang None Jakarta 2022 election as invited guests, Kriyanusa Exhibition, Lampung Tourism Movement, Lampung Krakatau festival , The 14th CAEXPO and digital promotions through social media Instagram and Facebook. So that in the future the Lampung Province Disparekraf can provide more measurable and detailed tasks and for Muli Mekhanai himself to be able to optimize the use of social media in promoting tourism in Lampung Province.*

### ABSTRAK

Provinsi Lampung memiliki potensi pariwisata yang harus terus dikembangkan sehingga dibutuhkan promosi untuk memperkenalkan pariwisata Lampung ke khalayak. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung (Disparekraf) selaku Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang mempunyai tugas dan fungsi dalam penyebarluasan informasi kepada masyarakat dibidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di bantu oleh beberapa bidang yaitu Sekretariat, Bidang Destinasi Pariwisata, Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata, Bidang Kelembagaan Pariwisata dan Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Disparekraf membuat event rutin tahunan yaitu Pemilihan Muli Mekhanai Provinsi

[KARYA ILMIAH MAHASISWA PERJALANAN WISATA]

Lampung guna mencari Muli Mekhanai terpilih yang nantinya akan menjadi representatif Duta Wisata Lampung sebagai pegiat promosi pariwisata Provinsi Lampung. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder serta metode analisis data yaitu deskriptif kualitatif. Hasil dari penulisan tugas akhir ini mendeskripsikan Peran Muli Mekhanai Lampung dalam promosi pariwisata Provinsi Lampung dengan cara promosi konvensional yaitu berpartisipasi dalam event seperti Audiensi bersama Bapak Gubernur Lampung, Pemilihan Abang None Jakarta 2022 sebagai tamu undangan, Pameran Kriyanusa, Geliat Pariwisata Lampung, Lampung Krakatau festival, The 14<sup>th</sup> CAEXPO dan promosi digital yaitu melalui media sosial Instagram juga Facebook. Agar kedepannya Disparekraf Provinsi Lampung dapat memberikan tugas yang lebih terukur dan terperinci dan bagi Muli Mekhanai sendiri agar dapat mengoptimalkan penggunaan sosial media dalam kegiatan mempromosikan pariwisata Provinsi Lampung.

**Kata Kunci:** Pariwisata, Promosi, Event, Muli Mekhanai.

## PENDAHULUAN

Lampung *the treasure of Sumatera* merupakan salah satu provinsi yang berpotensi dalam sektor pariwisata. Sifat pariwisata yang dinamis akan menimbulkan titik jenuh dan rasa bosan bagi wisatawan untuk berwisata yang mana akan berpengaruh pada tingkat kunjungan wisata. Maka diperlukan upaya untuk memperluas informasi terkait potensi pariwisata yang dimiliki oleh provinsi Lampung itu sendiri. Promosi sebagai sarana pendukung dalam penyebaran informasi yang tepat kepada masyarakat luas dengan tujuan membangun *brand awareness* sekaligus menarik calon wisatawan. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung sebagai salah satu Perangkat Daerah (PD) yang menjalankan tugas dan fungsi pemerintahan di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung giat melakukan promosi terkait rangkaian kegiatan kepariwisataan salah satunya promosi melalui *event*. Rangkaian event yang rutin diselenggarakan oleh pemerintah Provinsi Lampung yaitu Pemilihan Muli Mekhanai. Pemenang Pemilihan Muli Mekhanai akan menjadi Duta Wisata Provinsi Lampung yang diharapkan mampu memperkenalkan sekaligus mempromosikan serta mampu memberikan citra positif Lampung sebagai salah satu destinasi wisata yang menjadi tujuan dan pilihan utama bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara untuk dikunjungi saat akan melakukan perjalanan wisata dalam upaya mempromosikan tentang wisata daerah Lampung dan mengangkat kearifan lokal.

Tujuan dalam studi ini adalah mendeskripsikan pelaksanaan *Event* Pemilihan Muli Mekhanai Provinsi Lampung dan Mendeskripsikan peran Muli Mekhanai Lampung sebagai pegiat promosi pariwisata Provinsi Lampung.

## METODE PELAKSANAAN

Bahan penulisan laporan Tugas Akhir ini disusun dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) periode September 2021 sampai dengan Januari 2022. Di laksanakan di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung. Jenis pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder dengan menggunakan metode analisis data metode deskriptif kualitatif. Kemudian diperoleh kesimpulan dari hasil analisa ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi dengan tujuan agar data tersusun rapih secara sistematis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Event Pemilihan Muli Mekhanai

Kegiatan Pemilihan Muli Mekhanai merupakan agenda tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung khususnya bidang kelembagaan. Kegiatan ini sangat erat kaitannya dengan upaya pencitraan dan upaya promosi pariwisata daerah Lampung.

#### A. Perencanaan Event Pemilihan Muli Mekhanai

Sebagaimana sebuah *event* dapat terlaksana maka diperlukan hal-hal yang perlu diperhatikan, seperti:

- a) Rapat koordinasi terkait *Event* Pemilihan Muli Mekhanai Provinsi Lampung
- b) *Technical meeting*
- c) Menjalin kerjasama dengan pihak ketiga atau pencarian sponsor
- d) Melakukan promosi event di sosial media
- e) Persiapan dokumen yang dibutuhkan (formulir registrasi, absen peserta, undangan dewan juri, dll).
- f) Seleksi berkas peserta.

#### B. Persiapan Event Pemilihan Muli Mekhanai

Para finalis juga akan banyak melakukan latihan, bersama dengan orang-orang yang profesional di bidangnya dan sangat memahami apa yang dibutuhkan agar dapat menampilkan yang terbaik dalam diri masing-masing finalis. Para finalis juga akan mendapatkan pembekalan pengetahuan yang diberikan oleh para pejabat daerah.

#### C. Penyelenggaraan Event Pemilihan Muli Mekhanai

Pemilihan Muli mekhanai melalui proses seleksi dengan rangkaian acara sebagai berikut:

- a) *Press Conference*
- b) Tes tertulis dan tes wawancara
- c) *Talent Show*
- d) Advokasi
- e) Pembekalan
- f) *Grand Final*

Pasca kegiatan pemilihan Muli Mekhanai Lampung ini dapat diketahui tugas atau peran Muli Mekhanai terpilih diantaranya

peran sebagai duta wisata dalam memperkenalkan pariwisata dan kebudayaan Lampung kepada masyarakat luas. Berpartisipasi dalam setiap event terkait kepariwisataan, mengoptimalkan penggunaan sosial media yang dimiliki sebagai sarana promosi pariwisata yang ada di Lampung.

#### D. Legalitas Event Pemilihan Muli Mekhanai

Pemilihan Muli Mekhanai Provinsi Lampung berdasarkan keputusan PLT Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Lampung Nomor: SK/201/V.20/MM/VI/2022 tentang Penyelenggaraan dan Pembentukan Panitia Pelaksana Kegiatan Pemilihan Muli Mekhanai Provinsi Lampung Tahun 2022. Kegiatan ini dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Provinsi Lampung serta sumbangan pihak lain yang sah dan tidak mengikat.

#### Peran Muli Mekhanai Lampung Sebagai Pegiat Promosi Pariwisata Provinsi Lampung

Muli Mekhanai Lampung bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung selaku perangkat daerah dan bekerjasama juga dengan industri kepariwisataan lainnya dalam mempromosikan potensi pariwisata Provinsi Lampung melalui promosi konvensional dan digital.

#### A. Promosi Konvensional

Muli mekhanai harus mampu membangun citra positif melalui pembawaan diri yang atraktif agar berkesan di benak masyarakat. Dalam partisipasinya dalam *event* seperti ini Muli Mekhanai Lampung bertugas memperkenalkan kekayaan budaya dan aset wisata yang dimiliki Provinsi Lampung juga mendampingi sekaligus

## [KARYA ILMIAH MAHASISWA PERJALANAN WISATA]

memandu tamu-tamu dari luar daerah yang biasanya merupakan tokoh berpengaruh seperti duta wisata daerah lain, gubernur bahkan menteri. Muli Mekhanai Lampung terpilih melakukan promosi konvensional melalui partisipasinya dalam berbagai *event* yaitu:

- a) Audiensi bapak gubernur Lampung Ir. Arinal Djunaidi bersama Muli Mekhanai Lampung, dalam hal ini mengajak seluruh Duta Wisata bersinergi dalam mempromosikan pariwisata Lampung dan juga mempertahankan kebudayaan yang ada di Provinsi Lampung.
- b) Memenuhi undangan pemerintah DKI Jakarta untuk menghadiri *Grand Final* Pemilihan Abang Nene Jakarta 2022 dan bertemu dengan perwakilan Duta Pariwisata lainnya dari berbagai daerah. Pada kesempatan ini perwakilan Muli Mekhanai Lampung memperkenalkan budaya Lampung melalui pakaian adat yang mereka kenakan pada saat acara berlangsung.
- c) Muli Mekhanai Lampung berpartisipasi dalam *event* Pameran Kriya Nusa 2022 di Jakarta yang mana diikuti oleh seluruh Dekranasda Provinsi dan Kabupaten/Kota. *Event* ini merupakan Pameran Kerajinan berskala nasional. Pada *event* ini Muli Mekhani menampilkan pakaian adat Lampung lengkap dengan aksesoris khas pengantin Lampung yang sangat menarik perhatian pengunjung, hal ini merupakan salah satu cara

memperkenalkan kekayaan budaya yang dimiliki oleh Provinsi Lampung.

- d) Muli Mekhanai Lampung berpartisipasi dalam *event* Geliat Pariwisata Lampung yang bertema “Mari bersama bangkitkan kembali pariwisata Lampung” yang diadakan oleh Perkumpulan Pelaku Wisata Lampung (PERPAL). Pada kesempatan ini Muli Mekhanai Lampung selaku duta wisata Provinsi Lampung bertugas untuk memperkenalkan salah satu destinasi yang cukup terkenal di Provinsi Lampung yaitu Taman Wisata Lembah Hijau kepada seluruh peserta kegiatan.
- e) Jajaran Muli Mekhanai Lampung turut berpartisipasi memeriahkan *event* Lampung Krakatau Festival menggunakan batik khas Lampung dengan hiasan siger dan mahkota karnaval dengan maksud memperkenalkan kain khas Lampung yang telah dimodifikasi sedemikian rupa mengikuti era modern. Sehingga masyarakat dapat mengenal kain motif khas Lampung dan inovasi yang bisa dilakukan dengan kain tersebut.
- f) Muli Mekhanai Lampung bersama jajaran pemerintah Provinsi Lampung dalam *event* The 14<sup>th</sup> CAEXPO 2017 di Nanning-Guangxi, Tiongkok berkesempatan menampilkan keragaman seni dan budaya seperti tari, kain, dan pakaian adat yang dipadukan dengan gaun hingga dimodifikasi lebih modern. Dari contoh rangkaian *event* diatas dapat kita lihat bahwa Muli

## [KARYA ILMIAH MAHASISWA PERJALANAN WISATA]

Mekhanai terpilih melakukan perannya dalam mempromosikan pariwisata Provinsi Lampung melalui pakaian yang dikenakan hingga tarian yang ditampilkan secara tidak langsung memperkenalkan kekayaan budaya Lampung secara konvensional.

### B. Promosi Digital

Muli Mekhanai Lampung dalam mempromosikan pariwisata Provinsi Lampung yaitu dengan memanfaatkan media digital seperti sosial media:

#### a) Instagram

Ikatan Muli Mekhanai Lampung memiliki akun instagram @mulimekhanailpg yang dimanfaatkan untuk membagikan kegiatan- kegiatan yang dilakukan Muli Mekhanai Lampung dan informasi terkait *event* kepariwisataan Lampung. Muli Mekhanai terpilih pun mengoptimalkan penggunaan sosial media pribadi yang dimiliki sebagai sarana promosi pariwisata seperti membagikan informasi *ter-update* terkait pariwisata seperti destinasi wisata baru yang ada di Lampung atau yang sedang dikunjungi pada saat Muli Mekhanai tersebut bertugas.

#### b) Facebook

Sosial media lainnya yang dimanfaatkan sebagai media promosi Muli Mekhanai Lampung adalah *facebook* @ikatanmulimekhanailampung yang juga digunakan untuk membagikan kegiatan- kegiatan Muli Mekhanai Lampung itu sendiri.

sosial media yang satu ini sudah tidak lagi aktif karena Muli Mekhanai Lampung lebih fokus ke sosial media instagram. Sosial media digunakan karena efisiensi yang mudah dan murah sehingga mudah di akses dari seluruh dunia. Maka dari itu media sosial dianggap salah satu sarana promosi yang efektif digunakan di era ini. Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Mekhanai provinsi Lampung 2009 sekaligus pengurus Ikatan Muli Mekhanai Provinsi Lampung yaitu kurangnya inisiatif dalam mengoptimalkan penggunaan sosial media oleh Muli Mekhanai Lampung karena belum terdapat tugas terstruktur atau secara tertulis dalam SK Muli Mekhanai Lampung itu sendiri.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan penulis mengenai Peran Muli Mekhanai Lampung dalam promosi pariwisata Provinsi Lampung antara lain sebagai berikut:

- 1) *Event* pemilihan Muli Mekhanai Provinsi Lampung merupakan ajang pencarian muda mudi berakat yang mana layak dijadikan sebagai *icon* pariwisata Lampung berdasarkan beberapa rangkaian seleksi yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung berdasarkan kriteria yang telah ditentukan melalui tahapan *press conference*, tes tertulis, wawancara, *talent show*, advokasi, pembekalan, hingga *grand final*.

2) Peran Muli Mekhanai Lampung dalam mempromosikan pariwisata Provinsi Lampung dilaksanakan melalui promosi konvensional yaitu berpartisipasi dalam *event* seperti Audiensi bersama Bapak Gubernur Lampung, Pemilihan Abang None Jakarta 2022 sebagai tamu undangan, Pameran Kriyanusa, Geliat Pariwisata Lampung, Lampung Krakatau festival, *The 14<sup>th</sup> CAEXPO* dan promosi digital melalui media sosial *Instagram dan Facebook*.

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan pada kegiatan selanjutnya, yaitu:

- 1) Mengoptimalkan kegiatan promosi digital melalui media sosial Instagram dan Facebook baik melalui akun Ikatan Muli Mekhanai Lampung maupun akun pribadi Muli Mekhanai terpilih mengikuti kemajuan media digital yang terus berkembang .
- 2) Muli Mekhanai Lampung terpilih mendapat deskripsi tugas yang lebih terukur dan terperinci dalam menjalankan tugas sebagai duta wisata. Hal tersebut untuk memudahkan Disparekraf Provinsi Lampung mengawasi kinerja Muli Mekhanai Lampung terpilih dalam menjalankan tugasnya.

**Referensi**

- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Craven, Davids W. (1995). *Pemasaran Strategi*, Jilid 1-2 Edisi Terjemahan. Erlangga.
- Dinas Pariwisata. (2019). *Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung*. Lampung: Pemerintah Provinsi Lampung.
- Higgins, Freya. (2017). Event Tourism and Event Imposition: A critical case study from kangaroo island, south australia. *Journal Tourism Management*, Vol. 64. pp. 73-86.
- Hunziker dan Kraft. (1942). *Pengertian Wisata*. Jakarta : PT. Gramedia
- Hoyle, Leonard H. Jr., CAE, CMP (2006). *Event Marketing*. Alih bahasa oleh Kumala Insiwi Suryo. Jakarta: PPM
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Online). Tersedia di [kbbi.kemendikbud.go.id/wawancara](http://kbbi.kemendikbud.go.id/wawancara). Diakses 20 september 2022
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Lexy J. Meleong, (2007). *Metedologi Penelitian Kualitatif* . Bandung:PT. RemajaRosdakarya.
- Muljono, R. K. 2018. *Digital Marketing Concept*, Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Noor, Any. (2013). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Provinsi Lampung. (2016). *Peraturan Gubernur Lampung Nomor 81 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas Dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Pariwisata*. Lampung: Sekertariat Provinsi Lampung.
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan.(2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sudijono, Anas. (2011). *Evaluasi Pedidikan*. Jakarta; Raja Grafindo Persada.
- Sudjana, Nana. (2006). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2007). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Penelitian Kualilitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Suwantoro, Gamal. (2001) *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Press.
- Tjiptono, Fandy. (2008) *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Press.
- Walgito, Bimo. (2002). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widiyanto, I. & Prasiolowati, S.L.



[KARYA ILMIAH MAHASISWA PERJALANAN WISATA]

(2018). *Perilaku Pembelian Melalui*

*Internet, Jurnal Manajemen dan*

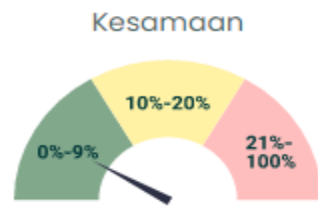
*Kewirausahaan*, 17 (2): 109-112.





Y. Koh, dan Anita A. Jackson, (2006). *Special*

*Events Marketing : An Analysis of*

*Country Fair. Journal of Convention &*

*Event Tourism*, Vol 8 (2).



-  Resiko plagiarisme
-  Parafrase
-  Kutipan salah
-  Cocok