

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Lampung memiliki keragaman seni budaya serta daya tarik wisata. Lampung memiliki dua adat yaitu Lampung Pepadun dan Lampung Sai Batin. Adanya dua suku asli (pribumi) yang mendiami Provinsi Lampung, membuat daerah ini memiliki dua kebudayaan yang masing-masing dihargai dan dijunjung tinggi di masing-masing wilayah adat. Keanekaragaman adat budaya ini menjadi warna dalam kehidupan masyarakat suku Lampung dalam hidup berdampingan secara selaras, serasi, dan seimbang membangun Provinsi Lampung. Selain itu kedua suku tersebut menjadi fokus utama untuk memperkenalkan seni budaya Lampung seperti pakaian adat, seni musik dan tari, kuliner, rumah adat, senjata adat dan juga bahasa. Seni dan budaya Lampung sering ditampilkan di beberapa kegiatan atau *event* yang ada di Provinsi Lampung, *event-event* tersebut masuk kedalam kalender *event* daerah Lampung atau kharisma event Lampung berikut ini.

No	Nama Event	Bulan
1	Festival Begawi	Maret
2	Festival Budaya Menara Siger	Juni
3	Festival Budaya Kopiah Emas	Juni
4	Festival Sekala Bekhak	Juli
5	Festival Krakatau	Agustus
6	Lampung Fashion Show	September
7	Muli Mekhanai Provinsi Lampung	September

Tabel 1. Event yang mempromosikan seni budaya Lampung

Sumber : Kalender event Dinas Parekrif Provinsi Lampung

Salah satu *event* yang diadakan yaitu Festival Krakatau yang dilaksanakan setiap tahun oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung yang menjadi *event* terbesar dan terlama di Provinsi Lampung dengan melibatkan seluruh masyarakat Lampung dan menjadi pesta rakyat Lampung. Festival Krakatau sudah diadakan 31 kali sejak tahun 1990. Salah satu tujuan dari *event* Festival Krakatau adalah untuk memperkenalkan potensi wisata seni budaya dari 15 Kabupaten dan Kota yang ada di Provinsi Lampung. Kegiatan Festival Krakatau adalah sebuah langkah yang pertama dalam mempromosikan kepariwisataan

di Provinsi Lampung khususnya seni budaya yang ada. Peran promosi wisata seni budaya sebagai potensi wisata diharapkan dapat meningkatkan dan menjadikan sebuah seni dan budaya sebagai daya tarik utama didalam festival serta untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif.

Dari latar belakang diatas, penulis ingin mengetahui pemanfaatan *event* Festival Krakatau sebagai sarana promosi seni budaya Lampung, maka dari itu penulisan Tugas Akhir dilaksanakan dengan judul “Festival Krakatau Sebagai Media Promosi Wisata Seni Budaya Lampung”

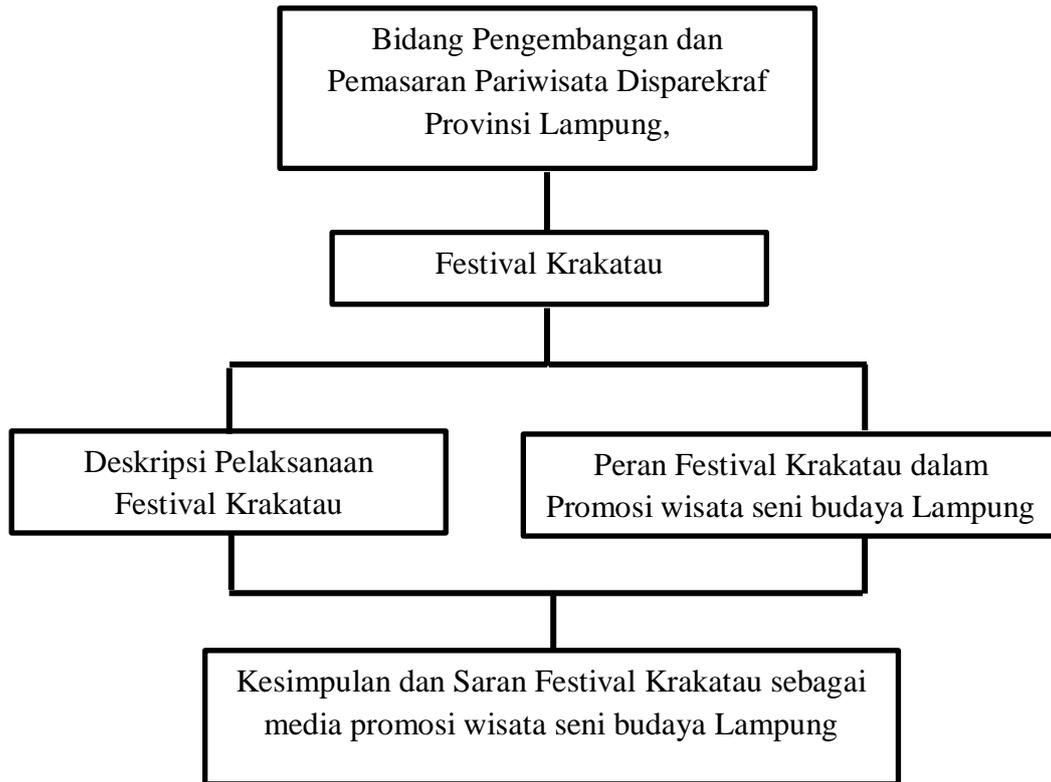
1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

- 1) Mendeskripsikan pelaksanaan Festival Krakatau
- 2) Mendeskripsikan peran Festival Krakatau sebagai sarana promosi seni budaya Lampung

1.3 Kerangka Pemikiran

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan salah satu Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif salah satunya menyelenggarakan *event* Festival Krakatau. Dalam melaksanakan tugas tersebut dinas pariwisata juga harus mempromosikan pariwisata yang ada di Provinsi Lampung salah satunya adalah seni budaya. Ada banyak sarana atau media yang dapat dimanfaatkan dalam mempromosikan pariwisata salah satunya dengan melaksanakan *event*. Promosi wisata seni budaya diharapkan dapat meningkatkan perekonomian.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

1.4 Kontribusi

Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk :

1. Politeknik Negeri Lampung

Sebagai sumber informasi dan referensi bacaan untuk kebutuhan akademisi dalam bidang yang terkait.

2. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung

Sebagai bahan masukan bagi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung untuk meningkatkan strategi pemasaran dan pelaksanaan event Festival Krakatau.

3. Pembaca

Tugas akhir ini dapat dijadikan referensi bagi pembaca untuk mengetahui, memahami, dan mampu mengimplementasikan strategi pemasaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Pariwisata

Menurut undang-undang pariwisata no 10 tahun 2009, industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa yang dibutuhkan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Saat ini kegiatan mempertunjukkan produk budaya dalam bentuk festival atau *event* menjadi salah satu produk wisata yang tidak kalah menarik daripada destinasi wisata lainnya, seperti wisata alam, wisata religi, dan sebagainya. Karena kekayaan seni budaya daerah memiliki nilai dan keunikan tersendiri yang menarik untuk dikunjungi, tidak hanya untuk dinikmati sebagai hiburan, tetapi bisa juga menjadi pengalaman estetis dan ruang edukasi bagi setiap orang yang ingin mempelajari seni dan kebudayaan suatu daerah tertentu.

Salah satu upaya yang dilakukan Kementerian Pariwisata (Kemenpar) Republik Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisman ke Indonesia yaitu dengan meluncurkan *Calendar of Event* (CoE) Wonderful Indonesia. Menteri Pariwisata (Menpar) menambahkan bahwasannya syarat *event* pariwisata daerah yang dapat masuk dalam 100 *Calendar of Events* antara lain harus memenuhi standar 4C yaitu, memiliki nilai kreatifitas (*Creative Value*), nilai komersial (*Comersial Value*), nilai komunikasi (*Communication Value*), serta didukung oleh komitmen kepala daerah (*CEO Commitment*). Selain itu *event* yang diusulkan dapat masuk dalam 100 *Calendar of Events* harus telah dikenal oleh masyarakat dan sudah diselenggarakan secara berkelanjutan setidaknya selama 3-4 tahun berturut-turut.

2.2 Festival atau Event

Festival dan *event* memiliki arti yang sama, Festival adalah serangkaian acara musik, drama, film, dan sebagainya yang dilakukan setiap tahun dan dihelat ditempat yang sama setiap satu tahun sekali atau beberapa acara umum maupun publik yang menggabungkan ide-ide serta aktivitas tertentu, Government of Alberta (2011). Sedangkan, *event* adalah terminologi yang digunakan untuk menjelaskan serangkaian acara-acara yang memiliki perbedaan karakter Government of Alberta (2011).

Festival dan *event* menurut Abdullah (2009) yaitu bisa memperkenalkan daerah tempat acara tersebut berlangsung. Selain itu, *event* juga memiliki kriteria yang berbeda dan

memberikan dampak yang berbeda juga disetiap kategori yang berbeda. Adapun kriteria *event* tersebut sebagai berikut :

- **Mega event**

Mega *event* memiliki kriteria, yaitu diikuti pengunjung internasional, *event* diadakan dengan skala regional dan setidaknya diikuti 5 negara, pengunjung yang hadir dalam jumlah total keseluruhan berdasarkan total lama kegiatan lebih dari 1.000.000 orang pengunjung, investasi yang dikeluarkan lebih besar, keuntungan yang didapat lebih besar, berdampak besar pada ekonomi masyarakat dan diliput oleh media secara luas. *Event* yang masuk dalam kategori *mega event*, seperti *Olympic Games* dan *World Cup*.

- **Medium event**

Medium event adalah event menengah yang dikunjungi antara 100.000 orang sampai dengan 1.000.000 orang pengunjung, berdampak secara nasional.

- **Mini event**

Kegiatan yang diikuti oleh kurang dari 100.000 orang pengunjung dan bersifat lokal.

2.3 Event Sebagai Media Promosi

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 menghadirinya. Menurut Kennedy (2009), *event* adalah pameran, pertunjukan atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta dan pengunjung. Menurut Allen (2002), *event* adalah suatu ritual istimewa pertunjukan, penampilan, atau perayaan yang pasti di rencanakan untuk mencapai tujuan sosial, budaya atau tujuan bersama. Sedangkan menurut Noor (2009), *event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berhubungan secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Sebuah *event* yang sukses mempunyai lima tahapan penting yang harus diperhatikan, yaitu *research*, *design*, *planning*, *coordination*, dan *evaluation*. Adapun penjelasan tahapan pelaksanaan event adalah sebagai berikut (Goldblatt, 2002) :

a. Research

Dalam melaksanakan sebuah event terdapat lima pertanyaan (*why, who, when, where, what*) yang dapat digunakan dalam memutuskan pelaksanaan sebuah event, yaitu kenapa suatu event harus diadakan?, siapa publik dari event yang akan diadakan?, kapan event akan diadakan?, dimana event akan diadakan? dan apa yang akan ditampilkan pada event?.

Setelah menjawab kelima pertanyaan tersebut, kemudian dilakukan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) untuk mendapatkan dan memastikan semua tahapan berjalan dengan sistematis.

b. Design

Ide baru dapat membantu membuat aktivitas yang sesuai dengan tujuan dari pelaksanaan event yang dapat dilakukan dengan cara brainstorming dan mind mapping. Kreativitas harus sangat didukung oleh event manager, karena pada akhirnya produk yang ditawarkan adalah seni kreatif. Kreativitas adalah hal utama dalam setiap proses manajemen event. Brainstorming dan mind mapping yaitu kegiatan dimana semua anggota dikumpulkan dan mengajukan ide masing-masing selanjutnya dihubungkan dan dikonstruksi menjadi satu filosofi event yang meliputi keuangan, sosial, budaya dan aspek penting lainnya dalam pelaksanaan sebuah event.

c. Planning

Tahap perencanaan adalah tahap paling lama dalam proses manajemen event. Jika pada tahap research dan design dilakukan dengan baik maka tahap perencanaan dapat dilakukan dengan mudah. Namun jika research dan design belum dilakukan dengan baik maka akan sangat mungkin terjadi ketidaksesuaian pada tahap perencanaan dan dilakukannya pergantianpergantian pada rencana utama dengan rencana pengganti.

Dalam tahap perencanaan melibatkan penggunaan tiga dasar hukum yakni waktu, tempat, serta tempo. Kejelian dalam memanfaatkan ketiga hal tersebut akan sangat mempengaruhi hasil dari event yang diselenggarakan.

d. Coordination

Koordinasi merupakan tahap yang paling banyak dilakukan saat pelaksanaan atau eksekusi pada tahap sebelumnya yakni mengeksekusi rencana yang telah dibentuk dengan matang. Pada tahap ini peran event manager sangatlah penting di mana event manager dihadapkan pada banyak pilihan yang mengharuskan pengambilan keputusan demi keputusan dilakukan dengan profesional sehingga berdampak baik pada hasil dari event yang diselenggarakan.

e. Evaluation

Evaluasi merupakan tahap dimana dilakukan penilaian pada *event* dari tahap pertama hingga *event* telah selesai diselenggarakan. Penilaian pada evaluasi sendiri berfungsi untuk menjadi bahan acuan pada penyelenggaraan event-event serupa yang akan diselenggarakan selanjutnya. Evaluasi adalah proses penilaian, pengukuran akan efektivitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Data yang diperoleh dari hasil evaluasi tersebut akan dipergunakan sebagai analisis situasi dalam program berikutnya. Hal ini bertujuan untuk melihat keberhasilan dari acara tersebut dan melihat kelebihan dan kelemahannya.

Provinsi Lampung memiliki banyak *event* disetiap tahunnya, salah satunya adalah Festival Krakatau yang memiliki tujuan utamanya yaitu mempromosikan seni budaya yang dimiliki Provinsi Lampung. Pelaksanaan *event* tentunya tidak bisa sembarang dibuat, memerlukan juga sebuah konsep untuk menarik daya minat pengunjung untuk hadir. Tentunya juga harus dengan sesuatu yang baru serta menarik, oleh karena itu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung selalu membuat beberapa *event* budaya dengan nuansa kekinian yang sangat diminati khususnya oleh masyarakat milenial. Melakukan promosi seni dan budaya Lampung melalui *event* cukup efektif karena banyak masyarakat Lampung yang dapat terlibat pada *event* tersebut dan akan ikut mempromosikan seni dan budaya Lampung. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif selalu mendukung semua *event* yang ada di Provinsi Lampung, hal ini dilakukan agar Provinsi Lampung dapat terus berkembang dan berinovasi dalam membuat *event*. 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 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia pun telah menetapkan *Calender of Event* yaitu Festival Krakatau 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 dan juga akan semakin banyak masyarakat luar yang akan mengenal Lampung.

2.4 Festival Krakatau

Festival merupakan bentuk *event* yang lebih bertujuan memberikan suatu hiburan bagi pengunjungnya serta menampilkannya dalam bentuk kesenian, budaya, permainan, bahkan terdapat penjualan produk. Menurut (Golbatt,2002) 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. Festival Krakatau merupakan ruang kreativitas, khususnya bagi para seniman, budayawan, hingga masyarakat umum. Rangkaian utama acaranya termasuk penampilan seni budaya, edukasi sejarah Gunung Krakatau, Pesona Kemilau Krakatau, hingga tour Krakatau. Selain itu, Festival Krakatau juga sebagai momentum peringatan erupsi Gunung Krakatau pada tahun 1883. Pengambilan nama Festival Krakatau juga karena melihat dari keindahan dan megahnya Gunung Krakatau. Selain itu Gunung Krakatau sudah banyak dikenal banyak masyarakat luar sehingga Festival Krakatau dapat langsung dikenal oleh masyarakat luar.

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. *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 luar.

2.5 Potensi Seni Budaya

Kata seni dan budaya merupakan dua hal yang saling berkaitan dan tidak dapat terpisahkan, karena pada setiap seni pasti mempunyai kebudayaan yang khas. Begitu juga sebaliknya, pada setiap kebudayaan pasti mempunyai nilai seni yang begitu indah dan tidak ternilai harganya. Secara umum, pengertian seni budaya adalah suatu atau segala sesuatu yang diciptakan manusia mengenai cara hidup berkembang secara bersama pada suatu kelompok yang mengandung unsur keindahan (estetika) secara turun temurun dari generasi ke generasi.

Perwita (2009:152) menjelaskan bahwa Seni budaya merupakan penunjang sarana upacara adat yang merupakan sistem yang koheren karena seni budaya dapat menjalankan komunikasi efektif, antara lain dengan melalui satu bagian saja dapat menunjukkan keseluruhannya. Sedangkan menurut Sulastianto (2010:148) Seni budaya merupakan suatu keahlian mengekspresikan ide-ide dan pemikiran estetika, termasuk mewujudkan kemampuan serta imajinasi pandangan akan benda, suasana, atau karya yang mampu

menimbulkan rasa indah sehingga menciptakan peradaban yang lebih maju. Thoyibi (2008:76) juga mengungkapkan bahwa seni budaya merupakan penjelmaan rasa seni yang sudah membudaya, yang termasuk dalam aspek kebudayaan, sudah dapat dirasakan oleh orang banyak dalam rentang perjalanan sejarah peradaban manusia.

Terkait dengan potensi budaya, Yoeti (1982:101) mengatakan bahwa potensi budaya adalah semua hasil cipta, rasa dan karsa manusia baik berupa adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah berupa bangunan, monumen dan lain-lain. Dengan demikian, kekayaan budaya yang dapat menjadi salah satu cara untuk menunjukkan karakter keindonesiaan ditunjukkan dari kekayaan budaya seperti yang diperlihatkan dalam adat-istiadat, kerajinan tangan, kesenian, peninggalan bersejarah berupa bangunan, monumen dan lain-lain.

2.6 Potensi Wisata Seni Budaya Lampung

Lampung terkenal dengan kekayaan seni budaya yang tidak kalah terkenal bila dibandingkan dengan provinsi-provinsi lain yang ada di Pulau Sumatera. Secara umum masyarakat adat Lampung terbagi menjadi dua, yaitu adat Lampung Saibatin dan adat Lampung Pepadun. Lampung juga memiliki adat istiadat kebudayaan. Adat berasal dari tata bahasa Arab yaitu adah yang merujuk pada ragam perbuatan manusia yang dilakukan secara berulang-ulang, dimana terbentuknya sebuah kebiasaan yang muncul dari perbuatan manusia yang telah terbentuk baik sebelum atau sesudah adanya masyarakat. Artinya sebuah adat istiadat sudah muncul sejak manusia dilahirkan pertama kali oleh Adam dan Hawa dimana kebiasaan tingkah laku membentuk sebuah kebudayaan dan menimbulkan perwujudan kebudayaan (Wiranata, 2005).

Lampung memiliki beberapa unsur kebudayaan diantaranya adalah :

1. Bahasa Lampung

Dari segi bahasa, suku Lampung memiliki bahasa lisan (Bahasa Lampung) yang khusus dan berbeda dari rumpun bahasa yang ada di nusantara. Bahasa Lampung dibagi menjadi dua bagian yakni dialek (A) dan dialek (O).

- Dialek (A) terdiri dari :
 - Bahasa Lampung logat Belalau dipertuturkan oleh etnis Lampung yang berdomisili di Kabupaten Lampung Barat, Kabupaten Lampung Selatan, Kabupaten Tanggamus, Kota Bandar Lampung, Banten dan Tegal.

- Bahasa Lampung logat Krui dipertuturkan oleh etnis Lampung di Pesisir Barat dan Lampung Barat.
- Bahasa Lampung logat Melinting dipertuturkan masyarakat etnis Lampung yang bertempat tinggal di Kabupaten Lampung Timur.
- Bahasa Lampung logat Way Kanan dipertuturkan masyarakat etnis Lampung yang bertempat tinggal di Kabupaten Way Kanan.
- Bahasa Lampung logat Pubian dipertuturkan oleh etnis Lampung yang berdomisili di Kabupaten Lampung Selatan dan Kota Bandar Lampung.
- Bahasa Lampung logat Sungkay dipertuturkan etnis Lampung yang Berdomisili di Kabupaten Lampung Utara.
- Bahasa Lampung logat Jelema Daya atau logat Komring dipertuturkan oleh masyarakat etnis Lampung yang berada di Muara Dua, Martapura, Komring, Tanjung Raja dan Kayuagung di Provinsi Sumatera Selatan.
- Dialek (O) terdiri dari :
 - Bahasa Lampung logat Abung dipertuturkan etnis Lampung yang berdomisili di Kabupaten Lampung Utara, Lampung Tengah, Lampung Timur, Kota Metro dan Kota Bandar Lampung.
 - Bahasa Lampung logat Menggala dipertuturkan masyarakat etnis Lampung yang bertempat tinggal di Kabupaten Tulang Bawang.

2. Pakaian adat Lampung

Provinsi Lampung memiliki kain yang sangat khas yakni kain tapis. Kain ini berkesan sangat mewah karena pembuatannya dipadupadankan dengan penggunaan benang emas sehingga menimbulkan warna berkilauan yang indah pada kain tapis. Kain tapis ini oleh masyarakat Lampung biasa digunakan dalam upacara-upacara adat atau ketika menghadiri acara-acara formal. Dalam kesehariannya, laki-laki menggunakan kikat sebagai pengikat kepala. Untuk menutupi badan para lelaki menggunakan baju berbentuk teluk belanga belah buluh yang disebut kawai. Sedangkan untuk perempuan, sehari-hari mereka menggunakan kanduk/kakambut atau kudung untuk penutup kepala. Sedangkan untuk menutupi badan, mereka menggunakan Lawai. Lampung mempunyai beberapa pakaian adat yang dibagi menjadi 2 yaitu pepadun dan saibatin. Untuk perbedaannya adat saibatin lebih terkesan mewah karna memiliki dominan warna merah menyala, sedangkan adat pepadun terlihat lebih sederhana karena memiliki dominan warna putih



Gambar 2. Pakaian adat pepadun dan saibatun

Sumber : orami.co.id

3. Kesenian Lampung

Kesenian Lampung terdiri dari tari tradisional dan musik tradisional.

- Tari tradisional Lampung

Menurut Soedarsono (1998) ada beberapa fungsi dari tari, diantaranya adalah :

- Pengamatan terhadap tari yang berfungsi sebagai upacara adat. Fungsi tari dikatakan sebagai fungsi upacara, jika tari tersebut memiliki ciri dipertunjukkan pada waktu terpilih, tempat terpilih, penari terpilih, dan disertai dengan sesajian.
- Pengamatan terhadap seni tari yang berfungsi sebagai hiburan pribadi. Fungsi tari dikatakan sebagai fungsi hiburan jika tari tersebut memiliki ciri gerak yang spontan.
- Pengamatan terhadap tari yang berfungsi sebagai penyajian estetis. Fungsi seni tari dikatakan sebagai fungsi penyajian estetis jika tari tersebut disiapkan untuk pertunjukan.

Lampung memiliki banyak tarian yang sudah menjadi warisan turun temurun. Seperti halnya di daerah lain, tarian tradisional Lampung ini dilakukan saat acara-acara tertentu.

Tarian-tarian tradisional Lampung tersebut meliputi :

- Tari Cangget

Tari Cangget merupakan tarian adat lampung yang paling terkenal. Kesenian ini banyak ditarikan pemuda-pemudi setempat pada acara adat di Lampung sebagai pembukaan acara adat atau bahkan peresmian. Tari Cangget merupakan tarian

pertama di tanah Lampung. Tarian ini menjadi tarian resmi penyambutan dan perkenalan muda-mudi pada masanya yang ada di Lampung.



Gambar 3. Tari Cangget Lampung

Sumber : infolpg.com

- Tari Sembah

Tari Sembah atau disebut juga Sigeh Pengunten merupakan tarian umum yang ada di Lampung sebagai bentuk penghormatan dan penyambutan tamu undangan didalam suatu acara. Biasanya, tari Sembah ditampilkan sebagai pembukaan dalam acara-acara khusus, formal bahkan non formal hingga sekarang. Tari Sembah ini memiliki makna yang menggambarkan perpaduan dua suku besar yaitu Pepadun dan Saibatin, walaupun berbeda namun tetap hidup dalam harmonis dan menyatu dalam perpaduan yang ada di tari Sigeh Pengunten.



Gambar 4. Tari Sembah Lampung

Sumber : infolpg.com

- Tari Bedana

Tari Bedana merupakan salah satu tarian adat di Lampung dengan perpaduan tradisional Zapin Melayu yang kental dengan nuansa Islami yang ada di daerah Lampung. Tarian ini biasanya dibawakan pemuda dan pemudi berpasangan sebagai ungkapan rasa gembira dan sukacita. Tarian ini juga menggambarkan budaya Lampung yang bersahabat, beragama, dan berbaur. Tarian ini pada awalnya ditampilkan saat salah satu keluarga atau kerabat yang khatam Al-Quran. Namun

sekarang, tarian ini berkembang dan ditampilkan saat acara gebyar pesta masyarakat, pernikahan, dan acara sambutan pembukaan suatu acara.



Gambar 5. Tari Bedana Lampung

Sumber : infolpg.com

- Tari Tuping

Tari Tuppeting atau tari drama khas Lampung merupakan tarian yang mempertunjukkan dan menggambarkan semangat patriotisme yang membara pasukan tempur. Tarian ini pada masanya dibawakan sebagai bentuk kesatria, pelawak, dan toko bijak serta sebagai bentuk pengawal Radin Intan pada masa penjajahan melawan Belanda. Tarian ini juga memiliki makna sebagai bentuk rasa syukur masyarakat terhadap sang pencipta alam semesta. Konon di dalam tuppeting-tuppeting tersebut memiliki arwah gaib dan tidak boleh dipakai sembarang orang dan harus melakukan ritual khusus. Di masa sekarang, tarian ini dibawakan sebagai penyambutan tamu, pernikahan atau bahkan hiburan masyarakat pada acara gebyar dan pesta adat lainnya.



Gambar 6. Tari Tuping Lampung

Sumber : infolpg.com

- Tari Melinting

Tari Melinting merupakan tarian khas dari Lampung timur yang merupakan tarian klasik dari masa kerajaan Melinting yang hadir berada di Labuhan Meringgai, Lampung timur. Tarian ini juga masuk dalam masa tertua di Lampung karena

sudah ada sejak masuknya islam di Indonesia. Tari Melinting pada awalnya ditampilkan dan dipertontonkan pada acara keluarga dan lingkungan kerajaan. Namun, sekarang tarian ini banyak ditampilkan pada acara adat, acara formal dan acara kedaerahaan lainnya di Lampung.



Gambar 7. Tari Melinting Lampung

Sumber : infolpg.com

- Tari Halibambang

Tari Halibambang merupakan salah satu tarian warisan Sekala Benghak yang ditampilkan saat acara pernikahan pada pesta Muli-Mekhanai yang diperkirakan telah ada di Liwa, Lampung dari abad VI pada masa adat Sekala Brak Lampung. Tarian ini dinamakan Halibambang yang memiliki arti kupu-kupu yang dimana bentuk tariannya dapat diartikan sebagai kupu-kupu yang berterbangan mengibas sayapnya di alam terbuka nan berayun-ayun di alam bebas. Tarian ini menggambarkan kesopanan, keindahan, dan keagungan seorang gadis atau putri saat menyapa tamu.



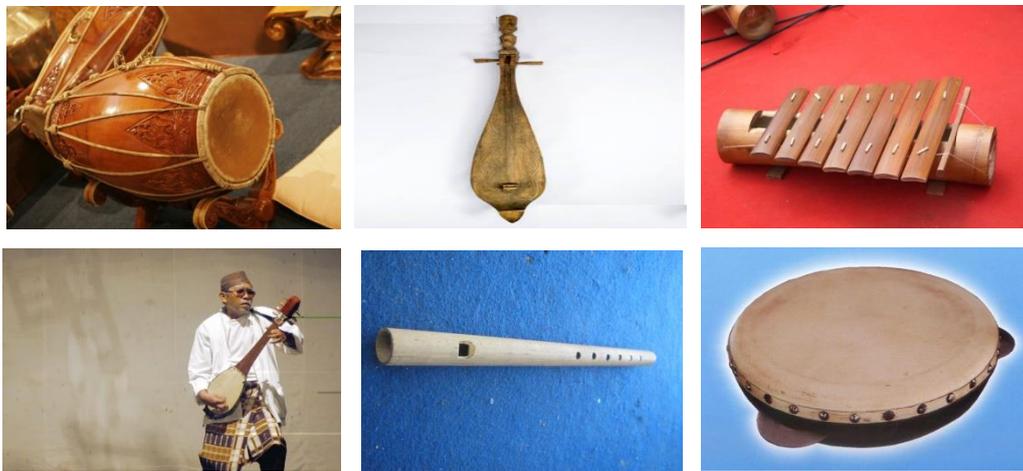
Gambar 8. Tari Halibambang Lampung

Sumber : infolpg.com

• Musik tradisional Lampung

Menurut Sedyawati (1993) musik tradisional adalah musik yang digunakan sebagai perwujudan dan nilai budaya yang sesuai dengan tradisi. Musik tradisional menurut Tumbijo (1977) adalah seni budaya yang sejak lama turun temurun telah hidup dan

berkembang pada daerah tertentu. Maka dapat dijelaskan bahwa musik tradisional adalah musik masyarakat yang diwariskan secara turun-temurun dan berkelanjutan pada masyarakat suatu daerah. Kesenian tradisional pada umumnya juga tidak dapat diketahui secara pasti kapan dan siapa penciptanya. Dengan keanekaragaman suku di Lampung maka seni musik tradisional Lampung secara garis besar memiliki beberapa perbedaan yang dibedakan menjadi dua yaitu musik Lampung Pepadun dan musik Lampung Saibatin. Perbedaan ini terletak pada alat musik yang digunakan oleh masyarakat etnis. Terkadang keduanya dapat dimainkan bersama dalam suatu orkestra. Ada beberapa alat musik khas kebudayaan Lampung seperti gendang, membling, gamolan, cetik, gambus, serdam, kerenceng dan komping.



Gambar 9. Alat musik tradisional

Sumber : pinhome.id

4. Kuliner khas Lampung

Menurut (Chandra, 2013) makanan merupakan bagian kunci kebudayaan suatu negara dan makan bersama memberikan kedekatan. Masakan khas daerah menjadi salah satu budaya yang patut dilestarikan. Kuliner nusantara ialah warisan dari nenek moyang bangsa dimana menyimpan beragam cita rasa. Daerah makan memiliki sumber daya alam yang melimpah oleh karna itu telah terciptanya beberapa makanan khas budaya Lampung seperti seruit yang bahan utamanya ikan, selain itu ada geguduh, gulai taboh, enkak, buak tat, dan lainnya.

Beberapa jenis kuliner khas Lampung di antaranya adalah seruit, tempoyak, sambal lampung, dan lapis legit. Semua jenis kuliner tersebut hampir pernah didengar oleh masyarakat di berbagai daerah di Indonesia. Bahkan lapis legit, makanan asli Lampung ini sering dijadikan oleh-oleh meskipun tidak di wilayah Lampung itu sendiri. Seruit merupakan sajian kuliner berupa ikan yang digoreng kemudian disajikan bersama sambal terasi atau

makanan-makanan lain seperti tempoyak atau sambal lampung. Esensi dari seruit bukan berada pada jenis masakan tetapi dari cara memakannya. Selain makanan khas nya Lampung juga terkenal pada oleh-olehnya. Untuk ciri khas oleh-oleh dari Lampung sendiri yang sudah sangat terkenal adalah keripik pisang dan kopi khas Lampung. Kripik pisang ini memiliki beragam varian rasa sehingga sangat cocok untuk dijadikan oleh-oleh saat berlibur ke Lampung.



Gambar 10.Makanan tradisional Lampung

Sumber : pinhome.id

5. Rumah adat Lampung

Rumah merupakan tempat tinggal yang memenuhi syarat-syarat kehidupan yang layak, rumah juga dapat diartikan sebagai tempat perlindungan, menikmati kehidupan, beristirahat, serta bersuka cita bersama keluarga (Frick, 1997). Lampung memiliki beberapa jenis rumah tradisional yang bisa kita temukan di berbagai wilayah berbeda di provinsi ini. Jenis rumah adat tersebut terbagi berdasarkan etnis yang mendiami rumah tersebut dan fungsinya pun berbeda-beda. Secara umum, rumah adat Lampung terbagi menjadi 4 jenis, yaitu :

- Nowou Sesat

Rumah jenis ini sering disebut sebagai Sesat Balai Agung, selain itu dalam bahasa indonesia dapat diartikan sebagai balai untuk melakukan berbagai kegiatan terutama yang sesuai dengan adat setempat.

- Nuwou Balak

Rumah adat Nuwou Balak merupakan bangunan yang menganut adat pepadun, Sama seperti pada kebanyakan rumah adat asal Sumatera lainnya Nuwou Balak berstruktur rumah panggung.

- Lamban Balak

Rumah adat Lamban Balak berasal dari etnis saibatin, gaya arsitekturnya menyerupai Nuwou Balak, yaitu berupa rumah panggung. Material utama untuk membangun Lamban Balak juga terbuat dari kayu namun Lamban Balak memiliki bagian-bagian rumah yang lebih banyak dibanding kedua rumah adat sebelumnya.

- Lamban Pesagi

Jenis rumah tradisional dari Lampung yang terakhir berasal dari kawasan Lampung Barat. Struktur rumahnya berupa rumah panggung. Ciri khas Lamban Pesagi adalah tiang-tiang penyangganya yang berukuran besar.



Gambar 11. Rumah adat Lampung

Sumber : rimbakita.com

6. Senjata tradisional Lampung

Menurut Sarwijanto (2009 : 107) senjata tradisional adalah sebuah alat yang digunakan suku-suku di Indonesia pada masa lalu untuk mempertahankan diri dari serangan musuh. Senjata juga difungsikan untuk perlengkapan pada pakaian adat dan ada juga senjata yang difungsikan sebagai benda wasiat.

Berikut beberapa senjata tradisional Lampung yang tercatat dalam Warisan Budaya Tak Benda di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tahun 2010 :

a. Keris (kekhis)

Keberadaan keris di Provinsi Lampung ini, banyak mendapat pengaruh dari senjata keris yang ada di Pulau Jawa. Hal tersebut dikarenakan pada zaman dahulu kerajaan dan keratuaan-keratuan yang ada di daerah Lampung, banyak kedatangan empu (pembuat keris) yang menjual jasanya bagi pembesar kerajaan yang ada di daerah Lampung. Di mana para pembuat keris tersebut, kebanyakan berasal dari daerah Jawa.

b. Tombak (payan)

Klasifikasi bentuk payan ada dua yaitu tombak panjang (payan kejang) dan tombak pendek (payan buntak atau linggis). Tombak panjang yaitu tombak yang memiliki gagang yang terbuat dari kayu yang berukuran sekitar 150 cm. Sedangkan tombak pendek yaitu tombak yang gagangnya tidak lebih dari 90 cm.

c. Golok (laduk/candung)

Golok Lampung biasa disebut sebagai candung atau laduk. Secara umum, golok merupakan senjata tajam terbuat dari besi atau baja berbentuk gepeng dan tajam pada satu sisinya. Berdasarkan penggunaannya, golok Lampung dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori. Yakni golok dapur (rampak alu), golok ladang (canduk kawik), dan golok pegangan istimewa (lancip).

d. Pedang

Pedang adalah sebutan salah satu senjata sabet yang mata tajamnya panjang dan sedikit melengkung. Ditinjau dari sudut penggunaannya, pedang digunakan sebagai pegangan di rumah dan pedang sebagai alat kesenian.

e. Panah betit

Panah dibagi menjadi dua jenis yaitu panah berbusur dan panah berbentuk senapan.

f. Sumpit (spuk)

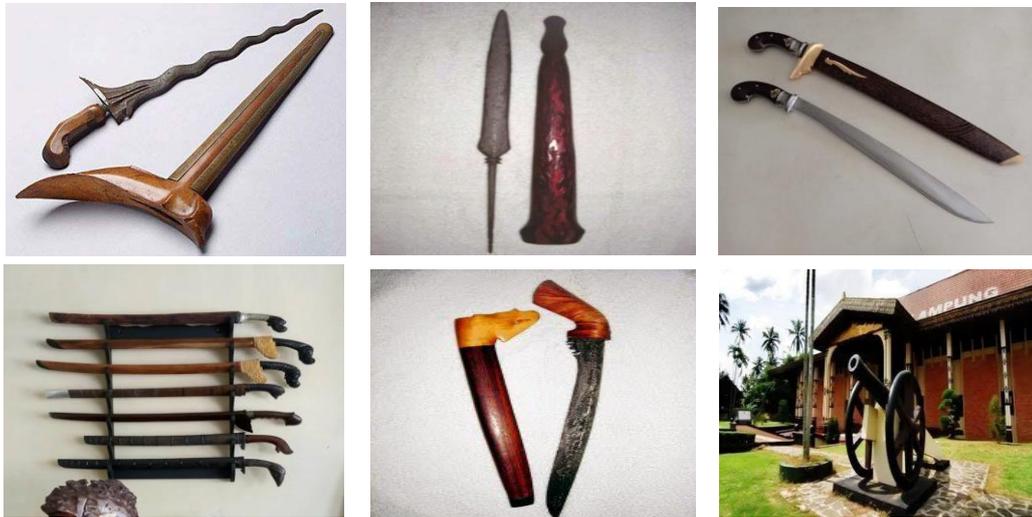
Sumpit adalah senjata tiup yang terbuat dari kayu atau bambu dimana di tengah-tengahnya bolong dari ujung satu ke ujung yang lain (seperti pipa).

g. Badik

Badik adalah salah satu senjata tradisional daerah Lampung yang sangat dikenal di kalangan masyarakat, yang berbentuk pisau namun gagangnya membengkok.

h. Meriam

Seperti halnya senapan, meriam dikenal pada masa kedatangan bangsa-bangsa barat. Meriam memiliki ukuran yang bermacam-macam dan memiliki hiasan (ornamen), dan ada juga yang berbentuk polos.



Gambar 12. Senjata tradisional Lampung

Sumber : rimbakita.com

7. Sistem pendidikan masyarakat

Menurut Koentjaraningrat 2009, sistem pengetahuan pada awalnya belum menjadi pokok pembahasan dari penelitian antropologi (studi budaya), karena para Ahli berasumsi bahwa suatu kebudayaan di luar bangsa Eropa tidak mungkin memiliki sistem pendidikan yang lebih maju. Namun, asumsi tersebut terpatahkan secara lambat laun, karena tidak ada suatu masyarakat yang sanggup berbudaya atau bahkan bertahan hidup jika tidak memiliki sistem pengetahuan yang diwariskan kepada penerusnya. Sedangkan Menurut Triwiyanto (2014), pendidikan adalah usaha menarik sesuatu di dalam manusia sebagai upaya memberikan pengalaman. Pengalaman belajar terprogram dalam bentuk pendidikan formal, nonformal, dan informal di sekolah, dan luar sekolah, yang berlangsung seumur hidup setiap individu agar di kemudian hari dapat memainkan peranan hidup secara terarah. Sistem pendidikan masyarakat Lampung sudah sangat berkembang. Perkembangan pendidikan daerah Lampung mulai dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi tersedia. Di samping itu berkembang pula pendidikan prasekolah yaitu sekolah taman kanak-kanak, namun sekolah tersebut banyak muncul hanya di kota ataupun kabupaten yang sudah mulai berkembang, sedangkan di desa-desa pada umumnya anak-anak langsung memasuki sekolah dasar.

8. Teknologi masyarakat

Menurut (Maryono, 2008) Teknologi merupakan hasil olah pikir manusia untuk mengembangkan tata cara atau sistem tertentu dan menggunakannya untuk menyelesaikan persoalan dalam hidupnya. Selain itu, Koentjaraningrat 2009 mengatakan bahwa masyarakat tradisional terdapat delapan macam sistem peralatan dan unsur kebudayaan fisik yang digunakan oleh masyarakat dalam budayanya. Berikut adalah beberapa sistem peralatan tersebut :

- a. Alat-alat produktif
- b. Senjata
- c. Wadah
- d. Alat menyalakan api
- e. Kuliner
- f. Pakaian dan tempat perhiasan
- g. Tempat berlindung dan perumahan
- h. Alat transportasi

Pemerintah provinsi Lampung selalu berusaha untuk mengembangkan teknologi di provinsi Lampung, sampai sekarang sudah sangat terlihat perkembangan teknologi dari masa ke masa di provinsi Lampung. Masyarakat Lampung tetap mempertahankan yang lama walaupun tetap menyesuaikan perkembangan masa yang sekarang, contohnya seperti kuliner, pakaian dan rumah. Namun dari segi transportasi Lampung tidak memiliki teknologi tersebut, masyarakat Lampung sudah sejak lama menggunakan transportasi umum langsung seperti angkutan kota dan masih berlangsung hingga sekarang. Seiring berkembangnya jaman sudah mulai adanya aplikasi ojek online di Lampung dan masyarakat Lampung sudah mulai banyak yang berpergian menggunakan ojek online. Hal ini dikarenakan ojek online lebih praktis dan dapat mengantarkan penumpang hingga ke pedesaan.

9. Sistem mata pencaharian masyarakat

Secara umum mata pencaharian dapat didefinisikan sebagai pekerjaan utama yang dilakukan oleh seseorang atau masyarakat Susanto (1993). Dalam penelitian etnografi dalam unsur kebudayaan Indonesia mengenai sistem mata pencaharian, mengkaji bagaimana suatu kelompok masyarakat mencukupi kebutuhan hidupnya melalui mata pencaharian atau sistem perekonomian mereka. Sistem ekonomi yang menjadi unsur kebudayaan Indonesia pada masyarakat tradisional, antara lain :

- a. Berburu dan meramu
- b. Berternak
- c. Menangkap ikan
- d. Bercocok tanam, menetap dengan sistem irigasi.

Namun setelah terpengaruh oleh arus modernisasi dengan patokan utama berkembangnya sistem industri, pola hidup manusia berubah dan tidak hanya mengandalkan mata pencaharian tradisional. Di dalam masyarakat modern, individu masyarakat lebih banyak mengandalkan pendidikan dan keterampilannya dalam mencari pekerjaan untuk mendapatkan upah. Mata pencaharian hidup orang Lampung, pada umumnya adalah bercocok tanam terutama kopi dan lada, sedangkan di daerah pantai mereka berkebun kelapa. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil kopi dan lada yang dimiliki Lampung cukup melimpah, selain itu pantai-pantai di Lampung banyak yang ditumbuhi pohon kelapa. Di samping bercocok tanam, peternakan juga merupakan suatu mata pencaharian yang penting bagi orang Lampung. Mereka terutama memelihara kerbau, sapi, kambing dan berbagai macam unggas (ayam/itik). Mata pencaharian seperti berburu, meramu basil hutan dan kerajinan tangan hanyalah merupakan mata pencaharian tambahan. Kerajinan tangan yang masih ada hanya terbatas pada anyaman-anyaman membuat tikar atau karung tikar dan biasanya dikerjakan oleh kaum wanita. Sedangkan kerajinan tangan dari bambu dan rotan biasanya untuk membuat bubu atau keranjang untuk kebutuhan sendiri.

Beberapa kebudayaan diatas merupakan identitas dari provinsi Lampung yang harus dilestarikan dan dijaga agar lebih dikenal banyak orang. Potensi seni budaya Lampung juga perlu dikembangkan kembali karena banyak anak muda generasi sekarang kurang tertarik dengan warisan budaya yang ada, dengan kurangnya minat dari anak muda generasi warisan tersebut dapat redup dan akan dilupakan. Untuk menyelesaikan masalah tersebut Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung membuat Festival Krakatau seperti pesta rakyat dengan menampilkan seni budaya Lampung, hal tersebut dilakukan agar seluruh masyarakat Lampung dapat berpartisipasi untuk mengikuti kegiatan tersebut dan tetap ikut untuk melestarikan seni budaya Lampung.

2.7 Strategi Promosi Potensi Seni Budaya

Strategi promosi adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk mengiklankan, mempromosikan, dan menjual barang-barang mereka. Sebuah perusahaan memilih strategi promosi berdasarkan faktor-faktor seperti jenis produk, anggaran pemasaran,

target audiens, dll. Strategi promosi juga dapat diartikan sebagai kegiatan penting untuk meningkatkan kesadaran produk sehingga bisa meningkatkan penjualan. Dengan menerapkan strategi promosi yang efektif, perusahaan bisa mendapatkan lebih banyak pendapatan.

Menurut Tjiptono dalam Selang (2013:73) strategi promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya.

Promosi dapat diterapkan dalam bentuk kegiatan. Maksudnya, kegiatan-kegiatan ini dilakukan untuk menjalankan perencanaan dan strategi dari perusahaan. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

a. Penjualan Langsung

Penjualan langsung atau *direct selling* adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan cara tatap muka antara penjual dan pembeli. Singkatnya, promosi produk akan dilakukan secara langsung dan menargetkan pada penjualan suatu produk dalam jumlah tertentu. Biasanya pada metode ini, perusahaan menerapkan sistem uji coba produk agar konsumen dapat mengenal produk sebelum membelinya.

b. Iklan

Iklan atau *advertising* merupakan strategi yang dilakukan secara indirect atau tidak langsung. Iklan dimanfaatkan sebagai promosi dalam bentuk media tertentu, baik secara online maupun offline. Promosi melalui iklan menargetkan pangsa pasar sesuai dari karakteristik konsumen dan mendorong untuk mengenalkan produk yang ada.

c. Publikasi

Setipe dengan iklan, publikasi juga merupakan kegiatan strategi tidak langsung. Bedanya, publikasi dilakukan dengan mempromosikan produk dengan konten komersial atau advertorial melalui media cetak, elektronik, dan lainnya. Keunggulan dari produk akan dijelaskan secara hard selling maupun soft selling.

d. Event

Bentuk kegiatan promosi *event* menitikberatkan bagaimana pembeli mendapatkan pengalaman mengenai penggunaan produk saat acara berlangsung. Contoh dari *event* adalah seminar, pameran, showcase, dan demonstrasi produk.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan atau produk tertentu. Menurut

Tjiptono (2008:219), pada umumnya kegiatan promosi harus mendasarkan kepada tujuan sebagai berikut:

1. Menginformasikan

Kegiatan promosi yang bertujuan untuk berusaha menginformasikan kepada masyarakat akan produk tertentu.

2. Membujuk

Kegiatan promosi yang bersifat membujuk dan mendorong masyarakat untuk melakukan tindakan tertentu untuk produk yang dipromosikan atau penciptaan kesan positif kepada masyarakat agar promosi dapat berpengaruh terhadap perilaku pembeli dalam waktu yang lama.

3. Mengingat

Kegiatan promosi yang bersifat mengingat ini dilakukan untuk mempertahankan eksistensi produk atau benda tertentu dihati masyarakat, dan mempertahankan masyarakat atau pembeli yang akan melakukan tindakan yang diharapkan secara terus-menerus.

Sedangkan menurut Alma dikutip dalam bukunya Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (2013:181) mendefinisikan bahwa tujuan promosi adalah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Sedangkan tujuan utamanya adalah :

1. Memperoleh Perhatian
2. Mendidik
3. Mengingat
4. Meyakinkan

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan promosi adalah untuk menginformasikan suatu produk dan menarik perhatian calon pelanggan sehingga melakukan tindakan tertentu terkait produk atau jasa yang dipromosikan misalnya membeli produk. Salah satu contoh promosi seni dan budaya adalah Dieng Culture Festival yang sudah menjadi *event* tahunan provinsi Jawa tengah dan sangat banyak peminatnya. Pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa menggunakan bauran pemasaran yaitu Periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), publisitas (*public relation*). Media promosi *advertising* yang digunakan Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa dengan penggunaan *website*, *televisi* dan membuat *booklet* untuk disebarkan pada saat travel dialog atau ada kunjungan dari dinas luar kota dan

memasang baliho yang di pasang di depan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara, dan pusat kota Wonosobo dan Banjarnegara. Media promosi *personal selling* yang digunakan Kelompok Sadar Wisata Dieng Pandawa yang bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara yaitu dengan *travel dialog*.