

**SERANG CULTURE FESTIVAL SEBAGAI STRATEGI BRANDING DESTINASI  
WISATA DAN BUDAYA DI KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Pada Program  
Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya  
dengan Minat Utama Inovasi Pemerintahan

**Disusun Oleh :**

**Bety Purwanti**

**175120600111013**



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2021**



**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SERANG CULTURE FESTIVAL SEBAGAI STRATEGI BRANDING  
DESTINASI WISATA DAN BUDAYA DI KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**BETY PURWANTI**

**NIM. 175120600111013**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

**Pembimbing 1**



**Dr. Dra. Alifiulahtin Utaminingsih, M.Si.**  
**NIK. 2012096704091002**

**Pembimbing 2**



**Ratnaningsih Damavanti, S.JP, M.Ec.Dev**  
**NIP. 20140586092112001**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SERANG CULTURE FESTIVAL SEBAGAI STRATEGI BRANDING  
DESTINASI WISATA DAN BUDAYA DI KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Oleh :

**BETY PURWANTI**

**175120600111013**

Telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian Sarjana Ilmu Pemerintahan pada  
Rabu, 21 April 2021

**Tim Penguji :**

**Ketua Majelis Penguji**

**Dr. Muhtar Habuddin, S.I.P., MA.**

**NIK. 2010087409161001**

**Sekretaris Majelis Penguji**

**Rizki Bachtiar, S.AP., MPA**

**NIK. 2018079005111001**

**Pembimbing I**

**Dr. Dra. Alfiulahtin Utaminingsih, M.Si.**

**NIK. 2012096704091002**

**Pembimbing II**

**Ratnaningsih Damavanti S.I.P., M.Ec.Dev**

**NIP. 20140586092112001**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan PPHI**

**Aswin Ariyanto Azis, S.I.P., M.DevSt**

**NIP. 197802202010121001**



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

**Nama** : **Bety Purwanti**  
**NIM** : **175120600111013**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **SERANG CULTURE FESTIVAL SEBAGAI STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA DAN BUDAYA DI KABUPATEN BLITAR** adalah betul-betul karya penulis hasil penelitian sendiri. Hal-hal yang bukan karya penulis dalam skripsi ini akan diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan penulis tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang penulis peroleh dari skripsi tersebut.

**Blitar, 22 Februari 2021**

**Penulis,**



**Bety Purwanti**

**NIM. 175120600111013**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*“I’ve Grown So Much : Today, This Week,  
This Month, This Year, This Life. I’m Proud  
of That - Proud of My Self. And You Should  
be Proud of You Too!”*

*(Dulce Ruby)*

Kutipan dari Dulce Ruby menunjukkan baik saya maupun anda harus bangga terhadap segala pencapaian yang telah diraih. Karya ini saya persembahkan dengan bangga kepada diri saya sendiri. Hidup adalah proses bertumbuh. Dan selama menyelesaikan karya dari sebagian proses hidup saya ini banyak takdir Tuhan yang membuat saya bertumbuh. Kemudian karya ini juga saya persembahkan kepada Alm. Ayah Tercinta saya, yang bahkan di waktu terakhirnya masih membicarakan akademik saya. Dunia harus tau betapa bangganya saya sebagai anak ayah. Tentu untuk Ibu saya juga yang tidak henti-hentinya terus berdoa dan memberikan keyakinan akan pencapaian keberhasilan. Dan terakhir untuk seluruh keluarga serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan, doa, serta semangat. Semoga proses bertumbuhnya kita selalu membawa kebaikan yang membanggakan.

Bety Purwanti, 2021.



## ABSTRAK

**Bety Purwanti, 2021: *Serang Culture Festival* Sebagai Strategi Branding Destinasi Wisata dan Budaya di Kabupaten Blitar.**

**Dosen Pembimbing: Dr. Dra. Alifiulahatin Utaminingsih, M.Si. dan Ratnaningsih Damayanti, S.IP, M.Ec.Dev**

*Serang Culture Festival* merupakan sebuah acara yang diselenggarakan oleh Pemerintah Desa Serang di Pantai Serang Kabupaten Blitar. Acara festival ini sudah terselenggara lima kali dari tahun 2015 hingga tahun 2019. Acara ini menjadi sebuah festival terbesar dan satu-satunya yang ada di Kabupaten Blitar. Dalam penyelenggaraannya konsep dari acara ini adalah mengkolaborasikan seni tradisi dan seni modern menjadi sebuah rangkaian acara yang unik. Melalui acara ini diharapkan Pantai Serang akan semakin dikenali sehingga akan berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan, peningkatan pendapatan masyarakat setempat, dan semakin dilestarikannya budaya setempat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi pelaksanaan *Serang Culture Festival* sehingga acara tersebut menjadi sebuah *brand* yang diunggulkan Pemerintah Desa Serang dalam mempromosikan Pantai Serang beserta kebudayaan setempat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *Collaborative Destination Branding* yang didalamnya terdapat indikator seperti *Precondition*, *Problem Setting*, *Direction Setting*, *Implementation*, *Evaluation*, dan *Outcome*. Hasil dalam penelitian ini akan menunjukkan langkah-langkah strategis yang dilakukan Pemerintah Serang dalam melaksanakan *Serang Culture Festival*. Dalam penelitian ini juga akan dipaparkan mengenai Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam persiapan hingga pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Faktor Pendukungnya meliputi kepemimpinan, partisipasi dari masyarakat yang baik, adanya bantuan sumber daya manusia, kondisi geografis yang mendukung, dan fasilitas yang mendukung di Pantai Serang. Sedangkan Faktor Penghambatnya meliputi adanya Pandemi Covid-19, banjir, kekurangan sumber daya manusia, kondisi anggaran, runtutan rangkaian kegiatan acara, dan daya beli yang masih rendah.

**Kata Kunci: Acara, *Serang Culture Festival*, dan Pantai Serang.**



**ABSTRACT**

**Bety Purwanti, 2021: Serang Culture Festival as a Branding Strategy for Tourism and Cultural Destination in Blitar Regency.**

**Supervisor: Dr. Dra. Alifiulahtin Utaminingsih, M.Si. and Ratnaningsih Damayanti, S.IP, M.Ec.Dev**

*Serang Culture Festival is an event organized by the Serang Village Government on Serang Beach Blitar Regency. This festival has been held five times from 2015 to 2019. This event is the largest and only festival in Blitar Regency. In the event, the concept of this event is to collaborate traditional art and modern art into a unique series of events. Through this event, it is hoped that Serang Beach will be increasingly recognized so that it will have an impact on increasing the number of tourists, increasing local people's income, and increasing the preservation of local culture. The purpose of this research is to see how the strategy of implementing the Serang Cultural Festival so that the event becomes a brand that is favored by the Serang Village Government in spreading Serang Beach and its local culture. The theory used in this research is the Collaborative Destination Branding Theory, which includes indicators such as Precondition, Problem Setting, Direction Setting, Implementation, Evaluation, and Outcome. The results of this study will show the strategic steps taken by the Serang Government in implementing the Serang Culture Festival. This investigation will also explain the Supporting and Inhibiting Factors in preparation for the implementation of the Serang Culture Festival. Supporting factors include leadership, good community participation, human resource assistance, supportive geographical conditions, and supporting facilities at Serang Beach. Meanwhile, the inhibiting factors include the Covid-19 Pandemic, floods, lack of human resources, budget conditions, a series of events, and low purchasing power.*

**Keywords: Events, Serang Culture Festival, and Serang Beach.**



## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan pada kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sebab karena berkat dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul

**“Serang Culture Festival sebagai Strategi Branding Destinasi Wisata dan Budaya di Kabupaten Blitar”** yang menjadi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) di Program Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari telah mendapatkan bantuan, bimbingan serta dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, karena telah memberikan kekuatan dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Kepada Alm. Ayah tercinta, Surip Purwoko karena selama hidupnya hingga akhir hayat telah memberikan yang terbaik dan mendorong penulis untuk berusaha semaksimal mungkin dalam bidang pendidikan.
3. Kepada seluruh keluarga besar tercinta, baik keluarga yang berada di Kota dan Kabupaten Blitar, serta keluarga yang berada di Kota Malang tanpa terkecuali, karena telah memberikan semangat, doa, dan kekuatan secara moril dan materil kepada penulis.
4. Kepada Ibu Dr. Dra. Alifiulahtin Utaminingsih, M.Si, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan saran, masukan, dan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
5. Kepada Ibu Ratnaningsih Damayanti, S.IP, M.Ec. Dev, selaku dosen pembimbing kedua yang juga memberikan saran dan masukan kepada penulis.



6. Kepada seluruh Bapak/Ibu dosen pengajar di Program Studi Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Brawijaya, yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa.
7. Kepada Bapak Hastomo selaku Seksi Promosi Pariwisata Bidang Pemasaran Pariwisata Kreatif Disparbudpora Kab. Blitar, Bapak Handoko selaku Kepala Desa Serang, Ibu Umi selaku Bendahara Bumdes Serang, Mas Rudi selaku Sekretaris Pokdarwis Desa Serang, Mas Havis, Ibu Anti, Mbak Andhira, Mbak Fitria, Ilham Canggih, dan Refondi Ramadhan yang telah membantu dalam memenuhi data skripsi penulis.
8. Untuk teman dekat terkasih, Catur Wicaksono, Vani Tutul, dan Adevera yang rela membantu penulis menerjang panas matahari dengan perjalanan jauh dan penuh tantangan, rela lelah bersama demi menemani penulis untuk turun lapangan, dan tidak bosan menemani penulis saat melakukan penyusunan skripsi.
9. Untuk Riki, Wahyu, Fanesa, Citra, Hasni, Anif, Nabilla, dan teman lainnya yang tidak disebutkan karena telah memberikan semangat serta memberikan masukan kepada penulis.
10. Untuk Mas Maul dan Mbak Dheana yang telah baik karena mendukung penulis dari awal hingga akhir, serta telah menjadi pendengar dan penasehat secara sukarela untuk penulis.
11. Untuk teman-teman seperjuangan Ilmu Pemerintahan angkatan 2017 yang selalu memotivasi, mendukung, menginspirasi, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan laporan PKM.
12. Dan untuk seluruh pembaca yang bersedia membaca skripsi karya.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan yang menjadi kekurangan dalam laporan ini.

Penulis berharap dalam skripsi ini akan ada manfaat dan pengetahuan baru yang dapat dipetik oleh pembaca. Terima kasih dan salam bahagia.



Blitar, 22 Februari 2021.

Penulis,  
Bety Purwanti.



**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR ISTILAH.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13

2.1	Penelitian Terdahulu .....	13
2.2	Kerangka Teoritis .....	29
2.2.1	Teori Branding Kolaboratif <i>Destination Branding</i> .....	29
2.2.2	Konsep Wisata dan Budaya .....	37
2.2.3	Konsep Implementasi Strategi .....	43
2.3	Kerangka Pemikiran .....	47
<b>BAB III .....</b>		<b>49</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	49
3.2	Fokus Penelitian .....	50
3.3	Lokasi Penelitian .....	51
3.4	Sumber Data .....	51
3.4.1	Data Primer .....	52
3.4.2	Data Sekunder .....	52
3.5	Teknik Penentuan Informan .....	52
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.6.1	Wawancara .....	54
3.6.2	Observasi .....	55
3.6.3	Dokumentasi .....	55
3.7	Teknik Analisis Data .....	55
3.8	Teknik Triangulasi Data .....	57
<b>BAB IV .....</b>		<b>59</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>		<b>59</b>
4.1	Profil Kabupaten Blitar .....	59
4.2	Pantai Serang .....	61



4.3	<i>Serang Culture Festival</i> .....	65
4.4	Lembaga Pemerintah Terkait.....	69
4.4.1	Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar.....	69
4.4.2	Pemerintah Desa Serang.....	71
BAB V.....		73
PEMBAHASAN.....		73
5.1	<i>Serang Culture Festival</i> sebagai Strategi Branding Destinasi Wisata dan Budaya di Kabupaten Blitar.....	73
5.1.1	Precondition.....	73
5.1.2	Problem Setting.....	79
5.1.3	Direction Setting.....	84
5.1.4	Implementation.....	88
5.1.5	Evaluation.....	95
5.1.6	Outcome.....	102
5.2	Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> .....	114
5.2.1	Faktor Pendukung.....	114
5.2.2	Faktor Penghambat.....	117
BAB VI.....		121
PENUTUP.....		121
6.1	Kesimpulan.....	121
6.2	Saran dan Rekomendasi.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....		125
LAMPIRAN.....		128

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kab. Blitar.....6

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Serang dan Pantai Tambakrejo.....9

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....14

Tabel 3.1 Daftar Informan.....53

Tabel 4.1 Rangkaian Acara Serang Culture Festival.....66

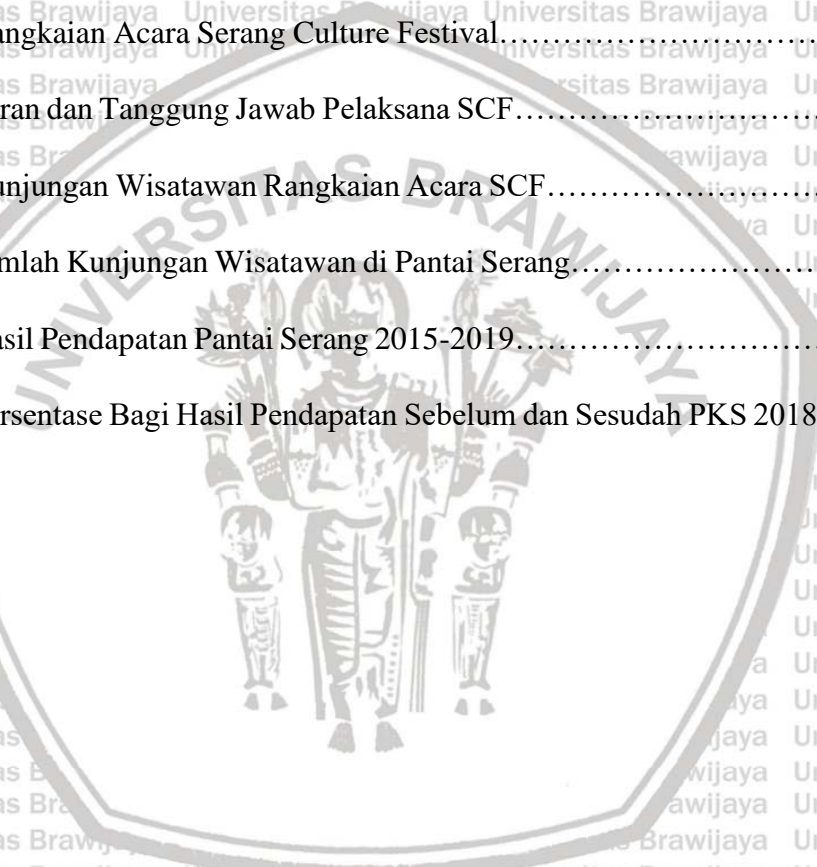
Tabel 5.1 Peran dan Tanggung Jawab Pelaksana SCF.....93

Tabel 5.2 Kunjungan Wisatawan Rangkaian Acara SCF.....100

Tabel 5.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pantai Serang.....109

Tabel 5.4 Hasil Pendapatan Pantai Serang 2015-2019.....112

Tabel 5.5 Persentase Bagi Hasil Pendapatan Sebelum dan Sesudah PKS 2018.....113







**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Alur *Collaborative Destination Branding*.....35

Bagan 2.2 Kerangka Pikir Penelitian.....48

Bagan 3.1 Analisis Data menurut Miles dan Huberman.....56



**DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia menurut  
Pintu Masuk 2019.....2

Grafik 1.2 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara di Indonesia tahun 2019.....3





DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Poster Serang Culture Festival 4.....81

Gambar 5.2 Poster Serang Culture Festival 5.....81



DAFTAR ISTILAH

**Brand** : Dikenal dengan artian merek. Merupakan sebuah istilah atau nama, lambang, atau desain, ataupun kombinasi diantaranya untuk lebih mudah mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual dan mendiferensiasikan produk dari pesaing

**Branding** : Adalah sebagai sebuah proses disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan. Dan juga mengenai merebut kesempatan untuk mengekspresikan mengapa orang harus memilih salah satu merek atas merek lainnya.

**Brand Identity** : Diartikan sebagai identitas merek. Dalam komponen *destination branding* adalah merujuk pada identitas tempat.

**Brand Image** : Diartikan sebagai citra merek. Dalam komponen *destinasi branding* merupakan mengenai apa yang masyarakat dan *stakeholder* bayangkan terhadap destinasi.

**Camping** : Merupakan kegiatan berkemah di alam terbuka dengan mendirikan tenda.

**Destinasi Wisata** : Adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan

**Destination Branding** : Diartikan sebaga merek tujuan. Konsep dalam pariwisata yang





bertujuan untuk menarik wisatawan, investor, dan penduduk agar berkunjung ke destinasi tertentu.

**DISPARBUDPORA** : Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga. Merupakan unsur pelaksana teknis Daerah yang membantu Bupati dalam menyelenggarakan sebagian urusan pemerintah dibidang Kepemudaan, Keolahragaan, Kebudayaan, dan Kepariwisataaan.

**Ekowisata** : Bentuk perjalanan menuju kawasan yang masih alami bertujuan untuk memahami budaya dan sejarah dari lingkungan, menjaga integritas ekosistem, dan menciptakan kesempatan ekonomi untuk membuat sumberdaya konservasi dan alam menguntungkan bagi masyarakat lokal.

**Eksothis** : Berarti memiliki daya tarik khas karena belum banyak dikenal umum.

**Event** : Merupakan suatu agenda kegiatan atau festival yang menampilkan sesuatu untuk memperingati hal penting pada waktu tertentu dan dengan tujuan tertentu.

**Inovatif** : Sebuah cara berfikir baru untuk mendapatkan solusi yang baru dan kreatif.

**PAD** : Pendapatan Asli Daerah. Merupakan pendapatan yang diperoleh



daerah yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

**PETA** : Pembela Tanah Air. Merupakan tentara sukarelawan yang

dibentuk oleh Pemerintah Jepang saat masih berkuasa di Indonesia, berperan untuk membantu Jepang dalam peperangan Asia Timur Raya kemudian bertugas untuk menjaga Kemerdekaan Bangsa Indonesia.

**Place Identity** : Diartikan sebagai identitas tempat. Dalam komponen *destination branding* meliputi logo, bangunan, arsitektur, tanda-tanda, warna, website, atribut, dan lain-lain.

**RAB** : Merupakan Rencana Anggaran Biaya yang berarti perkiraan biaya yang akan dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan tertentu.

**RPJM** : Rencana Pembangunan Jangka Menengah. Merupakan penjabaran dari visi, misi, serta program Kepala Daerah yang penyusunannya berpedoman pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah dan memperhatikan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional.

**Sunset** : Merupakan salah satu fenomena proses tenggelamnya matahari.

**Surfing** : Berarti selancar yang merupakan olahraga di atas ombak yang tinggi.

**UMKM** : Usaha Mikro, Kecil, Menengah. Merupakan suatu usaha yang





berskala kecil dengan maksimum skala usaha mencapai satu milyar.

**Variatif** : Bermakna bervariasi atau bermacam-macam.

**Warga Asing** : Warga yang menetap disuatu negara namun bukan merupakan warga asli dari negara tersebut.

**Warga Lokal** : Atau Penduduk Lokal atau masyarakat lokal, adalah sekelompok orang yang berada atau tinggal pada suatu wilayah tertentu dan terkait oleh aturan-aturan yang berlaku di wilayah tersebut.

**Weekend** : Berarti akhir pekan merupakan penanda hari yang menunjukkan waktu banyak orang tidak bekerja, yaitu hari Sabtu dan Minggu.

**Wisatawan Mancanegara** : Atau Wisatawan Asing, adalah setiap pengunjung yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 bulan.

**Wisatawan Nusantara** : Atau Wisatawan Lokal atau Wisatawan Domestik, adalah wisatawan atau pengunjung yang berwisata ke tempat lain, tetapi masih berada di wilayah negaranya sendiri.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sebagai warga yang mendiami Negara Kesatuan Republik Indonesia, tentu saja tidak akan terpisahkan dari sebuah destinasi wisata dan budaya setempat. Negara Indonesia memiliki banyak sekali destinasi yang dapat dimanfaatkan ke dalam sektor pariwisata serta didukung oleh budaya yang masih terus dijunjung dan dipertahankan masyarakat setempat. Destinasi wisata dan budaya yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dapat dioptimalisasikan sehingga potensi yang ada di Negara Indonesia tidak hanya dinikmati oleh warga lokal, melainkan membuka peluang untuk dinikmati oleh warga asing. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa terdapat perbedaan definisi dari wisata, pariwisata, dan destinasi wisata. Melalui Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.<sup>1</sup> Sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.<sup>2</sup> Dan untuk definisi dari destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.<sup>3</sup> Sedangkan definisi berkenaan dengan kebudayaan dapat dijelaskan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor

<sup>1</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

<sup>2</sup> Ibid.

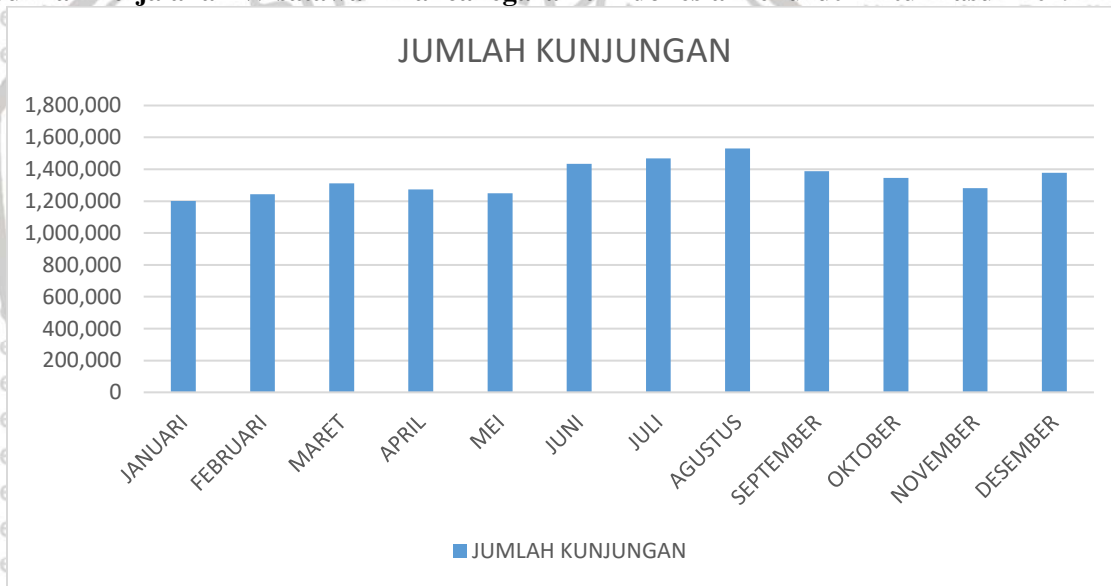
<sup>3</sup> ibid



5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan, bahwa kebudayaan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan cipta, rasa, karsa, dan hasil karya masyarakat.<sup>4</sup>

Menilik dari data yang tercantum dalam Badan Pusat Statistik, jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia menurut Kebangsaan pada tahun 2019 lalu adalah mencapai 16.106.954 orang dengan melewati jalur pintu masuk udara, laut, dan darat.<sup>5</sup> Sedangkan jika dijabarkan menurut pintu masuk Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia pada tahun 2019 adalah sebagai berikut :

**Grafik 1.1**  
**Jumlah Perjalanan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia menurut Pintu Masuk 2019**



Sumber : Badan Pusat Statistik. Diolah penulis, 2020.

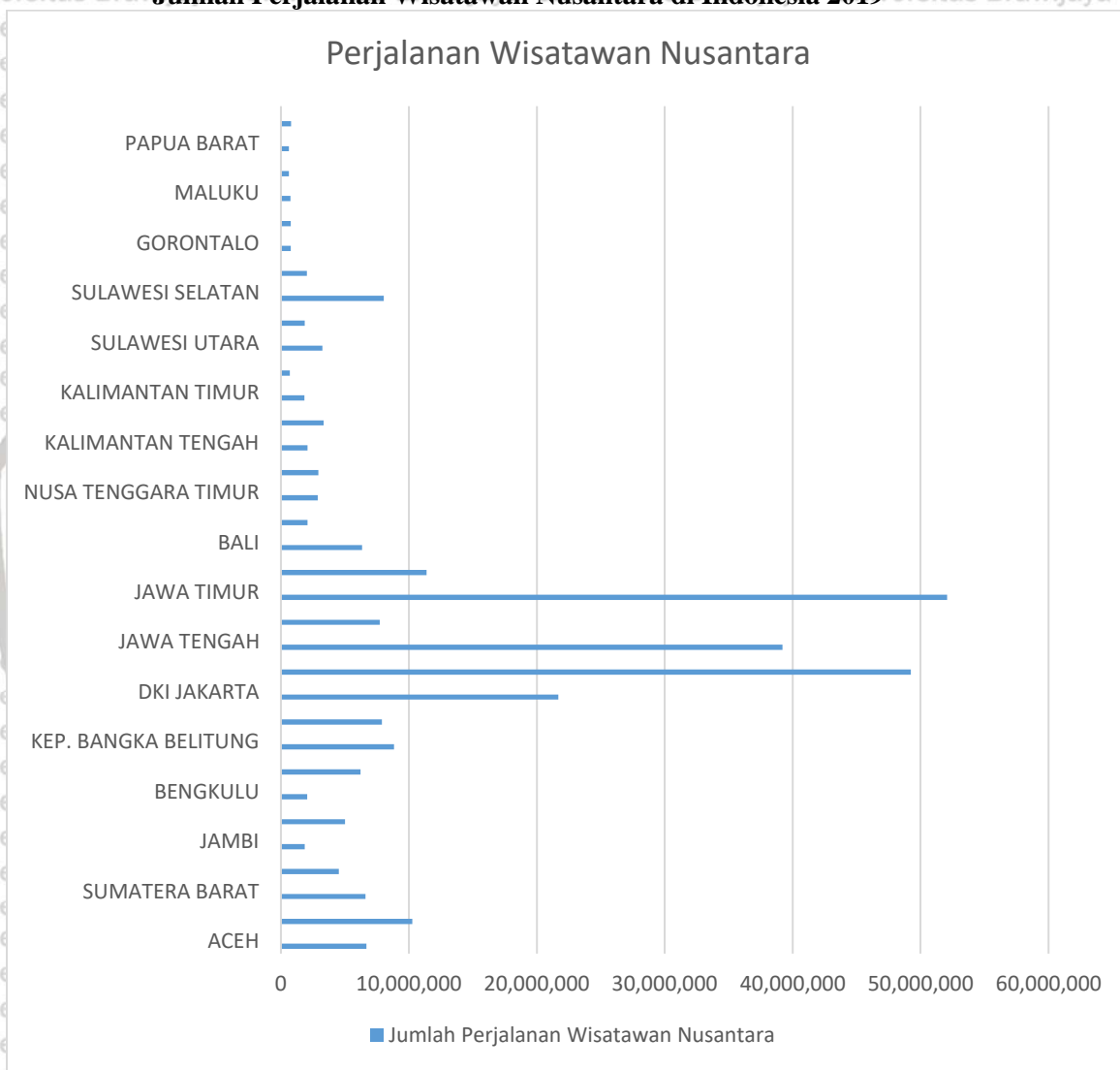
Grafik diatas memuat jumlah kunjungan Wisatawan Mancanegara menurut pintu masuk yang dilewati, sedangkan untuk jumlah kunjungan Wisatawan Nusantara atau Wisatawan Lokal pada tahun 2019 adalah sejumlah 282.925.854 orang. Jumlah tersebut terhitung dari perjalanan

<sup>4</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan.

<sup>5</sup> <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>. Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 11:54 WIB

Wisatawan Nusantara dari setiap Provinsi di Indonesia pada tahun 2019.<sup>6</sup> Berikut adalah pemaparan Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara di Indonesia pada tahun 2019 :

**Grafik 1.2**  
**Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara di Indonesia 2019**



Sumber : Badan Pusat Statistik. Diolah Penulis, 2020.

Melihat jumlah tersebut menandakan bahwa Negara Indonesia memiliki potensi yang kuat dalam sektor pariwisata sehingga diminati oleh berbagai kalangan termasuk adalah warga asing. Tingginya minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata di Indonesia membawa pengaruh

<sup>6</sup> <https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara.html>. Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 12:08 WIB.





yang sangat besar bagi masyarakat. Berkembangnya sebuah destinasi wisata akan mengantarkan masyarakat untuk mengembangkan sumber daya manusianya sehingga tercipta sebuah gagasan maupun ide dari masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini terlihat dari banyaknya UMKM masyarakat yang berkembang disekitar destinasi wisata. Banyak masyarakat yang pada akhirnya menggantungkan pemenuhan kebutuhannya dengan berwirausaha seperti berjualan pada sebuah destinasi wisata, baik berjualan barang maupun jasa. Selain itu, destinasi wisata yang berkembang baik akan membawa suatu daerah pada penciptaan citra yang baik pula. Wisata merupakan kebutuhan rohani setiap manusia, dengan adanya citra yang baik pada daerah yang memiliki destinasi wisata hal ini akan mendorong banyaknya wisatawan yang masuk untuk berkunjung. Masuknya wisatawan dapat mendorong peningkatan PAD pada daerah-daerah yang maju dalam bidang pariwisata. Hal ini merupakan sebuah keunggulan pada suatu daerah yang memiliki destinasi wisata dengan perkembangan yang baik.

Jika melihat kunjungan Wisatawan Nusantara di Indonesia pada tahun 2019, Provinsi Jawa Timur terbilang menjadi Provinsi dengan kunjungan yang tinggi. Dari data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, perjalanan Wisatawan Nusantara adalah mencapai 52.081.723 kunjungan. Perjalanan di Jawa Timur tersebut tersebar ke seluruh Kota dan Kabupaten, yangmana di Provinsi Jawa Timur memiliki 29 Kabupaten dan 9 Kota dengan jumlah 666 Kecamatan pada tahun 2019.<sup>7</sup> Dilansir dari media berita *online*, secara keseluruhan total objek destinasi wisata di Jawa Timur adalah 969 objek wisata dan pada bulan Agustus 2020 lalu sebanyak 182 destinasi wisata mulai dibuka kembali pasca ditutup beberapa bulan karena Pandemi Covid-19.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> <https://jatim.bps.go.id/statictable/2020/03/27/2078/jumlah-kecamatan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2015-2019.html>. Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 12:16 WIB.

<sup>8</sup> Nur Ika Anisa. 2020. *182 Destinasi Wisata di Jawa Timur Telah Dibuka Kembali*. Surabaya.Tribunnews.com Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 12:25 melalui website <https://surabaya.tribunnews.com/2020/08/04/182-destinasi-wisata-di-jawa-timur-telah-dibuka-kembali#:~:text=Sektor%20pariwisata%20Jawa%20Timur%20diharapkan,969%20objek%20wisata%20yang%20ad>



Salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang menyuguhkan destinasi wisata yang menarik adalah Kabupaten Blitar. Letak Kabupaten Blitar ini begitu dekat dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Malang, Kabupaten Kediri, dan Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Blitar juga merupakan salah satu Kabupaten yang telah lama berdiri, tahun 2020 ini adalah hari jadi Kabupaten Blitar yang ke-696. Dari segi pariwisata, Kabupaten Blitar banyak menyuguhkan wisata berjenis alam, buatan, sejarah, maupun peninggalan purbakala. Pada tahun 2019 lalu menurut data dari Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar (DISPARBUDPORA) tercatat pada Kabupaten Blitar memiliki 71 destinasi wisata. Catatan jumlah destinasi tersebut menunjukkan jumlah yang berkembang jika dibandingkan dari tahun 2017, dimana pada tahun 2017 hanya tercatat 40 destinasi wisata dan pada tahun 2018 sedikit berkembang dengan total jumlah destinasi wisata sebanyak 60 destinasi.<sup>9</sup>

Namun jika Kabupaten Blitar dibandingkan dengan salah satu wilayah yang berbatasan langsung yaitu Kabupaten Kediri mengenai jumlah kunjungan wisatawan berdasarkan destinasi wisata, jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Blitar masih rendah daripada Kabupaten Kediri. Dari data yang tercatat jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Blitar adalah 2.754.998 wisatawan dengan 2.754.236 wisatawan lokal dan 762 wisatawan mancanegara. Sedangkan untuk Kabupaten Kediri berdasarkan data yang tercatat pada Badan Pusat Statistik memiliki 31 destinasi wisata dengan kunjungan wisatawan pada tahun 2019 mencapai 3.080.687 wisatawan yang terbagi menjadi 3.080.321 wisatawan lokal dan 366 wisatawan mancanegara dari 31 destinasi wisata yang tercatat.<sup>10</sup> Jika dilihat dari data tersebut menunjukkan banyaknya destinasi wisata Kabupaten Blitar tidak berpengaruh secara signifikan dengan penambahan jumlah kunjungan wisatawan. Terbukti

<sup>9</sup> Dokumen Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar.

<sup>10</sup> <https://kedirikab.bps.go.id/indicator/16/137/1/jumlah-wisatawan-di-kabupaten-kediri-menurut-asal-wisatawan-dan-objek-tempat-wisata-.html>. Diakses pada Kamis, 22 April 2021 pukul 20:30 WIB.



pada Kabupaten Kediri yang hanya memiliki 31 destinasi wisata namun lebih unggul jumlahnya daripada Kabupaten Blitar. Berikut akan disajikan secara rinci daftar 15 destinasi wisata Kabupaten Blitar beserta jumlah kunjungan wisatawan terbanyak dari 71 jumlah destinasi wisata yang tercatat di Kabupaten Blitar pada tahun 2019 :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Kab. Blitar 2019**

No	Destinasi Wisata	Jumlah Kunjungan
1.	Kawasan Wisata Ngreco/Lahor	692.986
2.	Kampung Coklat	435.985
3.	Wisata Negeri Dongeng	209.444
4.	Pantai Tambakrejo	189.010
5.	Kesambi Trees Park	159.057
6.	Candi Penataran	142.378
7.	Blitar Park	114.222
8.	Kolam Renang Penataran	91.381
9.	Perkebunan Sirah Kencong	75.955
10.	Kampung 1001	56.007
11.	Kebun Kopi Karanganyar	53.366
12.	Pantai Serang	52.779
13.	Wisata Religi Kuningan	48.250
14.	Desa Wisata Karangsono	45.279
15.	Air Terjun Sirah Kencong	44.425

*Sumber : Disparbudpora Kabupaten Blitar. Diolah Penulis, 2020.*

Dari sejumlah destinasi wisata yang tercatat oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar, salah satu destinasi menarik yang dimiliki Kabupaten Blitar adalah Pantai Serang. Pantai ini berlokasi di Desa Serang Kecamatan Panggungrejo Kabupaten Blitar Jawa Timur. Desa Serang dikenal sebagai Desa Wisata Serang sejak Januari 2014 sesuai dengan Dokumen Peraturan Desa No.4 Tahun 2014 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Desa Serang 2014-2019. Selain Pantai Serang, Desa Wisata Serang juga memiliki



destinasi wisata seperti Pantai Serang, Goa Watu Bolong, dan Konservasi Penyu.<sup>11</sup> Tetapi yang memiliki daya tarik besar pada Desa Wisata Serang adalah Pantai Serang. Namun jika dibandingkan dengan 15 destinasi wisata dengan jumlah kunjungan terbanyak pada tahun 2019, Pantai Serang masih menduduki peringkat 12. Dari tabel yang telah disajikan destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan adalah berupa destinasi wisata buatan, seperti Kampung Wisata Ngreco/ Lahor, Kampung Coklat, Wisata Negeri Dongeng, dan lain-lain. Sedangkan destinasi wisata alam yang banyak dikunjungi wisatawan hanyalah Pantai Tambakrejo, Pantai Serang, dan Air Terjun Sirah Kencong. Jika dibandingkan dengan Pantai Tambakrejo, jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Serang sangatlah jauh. Yangmana Pantai Tambakrejo adalah 189.010 sedangkan Pantai Serang hanya 52.779.

Rendahnya jumlah kunjungan wisata di Pantai Serang patut disayangkan. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti daya beli masyarakat yang rendah karena masyarakat merasa mahal dengan harga tiket saat *event*, pencatatan yang tidak sesuai sebab terdapat wisatawan yang dibebaskan biaya masuk, maupun karena strategi promosi yang kurang maksimal. Sedangkan pada pantai ini memiliki beragam kelebihan dan keunikan. Diantaranya berupa sajian pemandangan di wilayah pantai yang indah, ombak yang dapat digunakan untuk *surfing*, lokasi yang cocok untuk *camping*, dan pemandangan *sunset* yang *eksotis* pada sore hari. Selain pada panorama alamnya, kelebihan Pantai Serang juga terdapat pada ketersediaan fasilitas yang sangat memadai, mudahnya untuk mencapai Pantai Serang, serta adanya fasilitas hiburan yang menunjang di Pantai Serang. Bahkan Pantai Serang juga tidak terlepas dari sejarah perjuangan perlawanan PETA yang dipimpin oleh Supriyadi dengan ditunjukkan adanya monumen Supriyadi di pantai dan adanya penyelenggaraan budaya Larung Sesaji yang selalu dilaksanakan secara tertib

<sup>11</sup> Sundari dan Ida Ayu Suryasih. 2018. *Sinergi Pengelolaan Wilayah Desa Wisata Serang, Kabupaten Blitar, Jawa Timur*. Jurnal Destinasi Pariwisata: Vol. 5 No. 2. Universitas Udayana.



oleh masyarakat setempat. Selain itu, Pantai Serang juga menjadi istimewa karena menjadi lokasi dilaksanakannya sebuah *event* atau acara tahunan Kabupaten Blitar yaitu *Serang Culture Festival*.

*Event* ini telah dilaksanakan beberapa kali oleh Pemerintah Desa Serang yang didukung oleh Pemerintah Kabupaten Blitar melalui Disparbudpora, yaitu lima kali berturut-turut dari tahun 2015 hingga tahun 2019 pada bulan Sura (menurut perhitungan hari Jawa). Bahkan festival ini merupakan satu-satunya festival desa terbesar di Kabupaten Blitar serta satu-satunya festival desa yang masuk dalam Kalender Event Pemerintah Daerah dengan jangkauan pengunjung hingga luar Provinsi. Penyelenggaraan *Event Serang Culture Festival* sangat inovatif dengan rangkaian kegiatan yang variatif karena menghadirkan berbagai macam kegiatan yang dapat diikuti oleh masyarakat lokal maupun luar daerah selama kurang lebih satu bulan saat *weekend*. Kegiatan tersebut meliputi Festival Layang-layang, Upacara Adat Larung Sesaji yang menjadi kegiatan utama dari festival, Pentas Seni Jaranan, Pantai Serang Bersholawat, Festival Patung Pasir, Pelepasan Tukik, Serang Beach Jazz Festival, Serang Fishing Festival, Serang Beach Kroncong Festival, dan Serang Barong Festival. Masyarakat setempat juga turut menyemarakkan *event* ini, baik dengan ikut serta sebagai panitia maupun mengikuti rangkaian kegiatan acara. Sehingga dalam pengelolaan pantai maupun penyelenggaraan *event* terdapat kolaborasi yang sinergis antara masyarakat setempat dan pemerintah terkait.

Namun sangat disayangkan hadirnya *event* ini tidak senantiasa meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Blitar. Terlebih jika dibandingkan dengan Pantai Tambakrejo yang tidak memiliki suatu *event* yang luar biasa seperti pada Pantai Serang namun jumlah kunjungannya mencapai 189.010 dan menempati peringkat empat. Berikut akan dipaparkan tabel jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Serang dan Pantai Tambakrejo :

**Tabel 1.2**  
**Kunjungan Wisatawan Pantai Serang dan Pantai Taambakrejo**

Destinasi Wisata	2015		2016		2017		2018		2019	
	Wm	Wn	Wm	Wn	Wm	Wn	Wm	Wn	Wm	Wn
<b>Pantai Taambakrejo</b>	-	<b>79.344</b>	-	<b>127.602</b>	-	<b>116.256</b>	-	<b>161.028</b>	-	<b>189.010</b>
<b>Pantai Serang-</b>	--	<b>19.660</b>	-	<b>18.469</b>	-	<b>17.733</b>	-	<b>59.179</b>	-	<b>52.779</b>

Sumber : Dokumen Disparbudpora Kabupaten Blitar. Diolah Penulis, 2020.

Melalui pemaparan tabel diatas, diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung di Pantai Serang tidak tercatat adanya wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan pun tidak menunjukkan angka yang senantiasa meningkat bahkan berjarak terlampau jauh dengan jumlah kunjungan wisatawan pada Pantai Taambakrejo yang tidak memiliki suatu *event* khusus. Hadirnya *Serang Culture Festival* sebagai acara tahunan di Kabupaten Blitar merupakan langkah utama yang dilakukan Pemerintah Desa Serang agar Pantai Serang dapat semakin dikenali wisatawan. Dengan begitu akan mendorong adanya peningkatan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Pantai Serang baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara sehingga dapat membantu mendongkrak perekonomian masyarakat di wilayah setempat. Selain itu melalui rangkaian kegiatan yang memasukan unsur budaya masyarakat setempat, Pemerintah Desa Serang berharap akan semakin dilestarikan dan dikenang kembali mengenai sejarah dan budaya yang terdapat di Kabupaten Blitar. Sehingga secara turun temurun ke generasi selanjutnya, budaya yang ditinggalkan oleh para pendahulu Kabupaten Blitar tidak akan terlupakan dan akan terus dilestarikan. Mengingat Kabupaten Blitar masih begitu erat dengan kebudayaan nenek moyang yang menjadi ciri khas dari wilayah ini.



Pada penelitian kali ini penulis sangat tertarik mengulas strategi yang diterapkan oleh Pemerintah Desa Serang beserta masyarakat setempat dan instansi terkait dalam pelaksanaan *event Serang Culture Festival* yang dijadikan sebagai sebuah acara rutin setiap tahunnya di Kabupaten Blitar. Karena strategi kolaboratif yang dijalankan dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival* masih belum mampu mendongkrak peningkatan wisatawan secara signifikan. Sedangkan strategi pelaksanaannya sudah berjalan selama lima kali. Sehingga fakta ini patut dikaji apakah pihak yang terlibat telah berperan secara optimal atau apakah terdapat indikasi lainnya sehingga menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan Pantai Serang tidak meningkat secara signifikan meskipun pelaksanaan *Serang Culture Festival* telah dilaksanakan lima kali. Hal yang ingin penulis temukan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dilaksanakan oleh instansi terkait dan masyarakat setempat dalam pelaksanaan *event Serang Culture Festival*. Selain itu, penulis juga ingin menemukan hal apa yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dari pelaksanaan *event Serang Culture Festival* sehingga menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Serang masih diperingkat 12 dengan total kunjungan 52.779 pada tahun 2019. Maka dari itu, penulis akan mengangkat **“Serang Culture Festival Sebagai Strategi Branding Destinasi Wisata dan Budaya di Kabupaten Blitar”** sebagai judul penelitian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah penulis jabarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi *branding* destinasi wisata dan budaya di Kabupaten Blitar dalam *Event Serang Culture Festival*?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dari penyelenggaraan *Event Serang Culture Festival*?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Serang bersama instansi terkait dan masyarakat setempat dalam penyelenggaraan *Event Serang Culture Festival*.
2. Untuk mengetahui apa saja hal-hal yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dari penyelenggaraan *event Serang Culture Festival*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang dapat diperoleh diantaranya berupa manfaat akademis dan manfaat praktis. Adapun manfaat tersebut yakni sebagai berikut :

#### 1.4.1 Manfaat Akademis

1. Hasil dari penelitian ini kedepannya dapat dijadikan wawasan keilmuan baru yang dapat digunakan oleh akademisi, pemerintah, lembaga non-pemerintah, maupun masyarakat yang berhubungan langsung dengan destinasi wisata.
2. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan kajian atau referensi pada mata kuliah *City Branding* di Program Studi Ilmu Pemerintahan maupun Program Studi lainnya yang masih memiliki keselarasan bahasan.
3. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun bahan perbandingan bagi peneliti berikutnya yang mengangkat tema yang sama.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini akan menunjukkan strategi pelaksanaan *event Serang Culture Festival*.

Melalui hasil penelitian yang mengkaji bagaimana proses strategi pelaksanaan *event*



tersebut berjalan, maka akan memperlihatkan langkah maupun proses yang mungkin kurang maksimal atau terlalu berlebihan dilaksanakan. Sehingga dapat digunakan untuk evaluasi oleh Pemerintah Desa Serang maupun lembaga yang terkait agar kedepannya dapat memantapkan strategi dalam pelaksanaan *event Serang Culture Festival* dengan harapan akan tercapainya peningkatan jumlah wisatawan dan ekonomi masyarakat serta berkembangnya pemahaman budaya setempat oleh seluruh wisatawan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka merupakan bagian bab yang akan memaparkan acuan yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ke dalam beberapa sub-bab. Pada sub-bab pertama, penulis akan memaparkan penelitian terdahulu yang selaras dengan pokok bahasan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, sehingga dapat dijadikan acuan dan referensi dan penelitian terdahulu ini sudah dianalisis terlebih dahulu oleh penulis sebelum dituangkan ke dalam sub-bab. Sub-bab kedua, penulis akan memaparkan teori dan konsep yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian sesuai dengan fokus penelitian yang diangkat. Dan terakhir pada sub-bab ketiga, penulis akan memaparkan alur kerangka berpikir yang akan menunjukkan bagaimana alur penulis sesuai dengan teori dan konsep yang digunakan dalam melakukan penelitian.

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bagian sub-bab ini, penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi pembahasan serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu dengan tujuan agar mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian mengetahui bagaimana alur penelitian sebelumnya. Sehingga melalui penelitian yang dilakukan oleh penulis akan menghasilkan kebaharuan dalam bidang akademis dimana akan muncul hasil penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Terdapat tujuh penelitian terdahulu yang akan digunakan oleh penulis sebagai referensi dalam melakukan penelitian. Ketujuh penelitian terdahulu ini menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode kualitatif, tetapi teori yang digunakan berbeda. Karena secara keseluruhan ketujuh penelitian terdahulu tersebut berfokus pada kajian hal yang berbeda meskipun dengan tema yang sama yaitu "*Branding Pariwisata*" sehingga tepat dijadikan referensi dalam penelitian



yang akan dilakukan oleh penulis. Berikut ini akan disajikan penelitian terdahulu yang terangkum dalam bentuk tabel :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Judul/ Penulis	Hasil Penelitian	Titik Perbedaan
1.	<b>Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Yayasan Keraton Kasepuhan dan Yayasan Festival Islam Internasional dalam Mendukung Brand Wisata Halal Cirebon.</b> (Dody Triguna, 2018).	Yayasan Keraton Kasepuhan dan Yayasan Festival Islam Internasional telah melakukan pemasaran pariwisata yang meliputi produksi, distribusi, sarana dan prasarana, periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Dan kedua Yayasan tersebut mendapati faktor pendukung dan penghambat tertentu sesuai dengan proses yang telah dilalui.	Pada penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran pariwisata serta faktor pendukung dan penghambat pemasaran pariwisata. Dan terdapat perbedaan dalam penggunaan teori. Yangmana dalam penelitian ini menggunakan teori pemasaran pariwisata. Sedangkan fokus pada penelitian yang dilakukan penulis adalah pada strategi pelaksanaan <i>event Serang Culture Festival</i> sebagai <i>branding</i> destinasi wisata dan budaya. Dan menggunakan Teori Kolaborasi <i>Destination Branding</i> .
2.	<b>Komunikasi Marketing Festival Pesona Tanjung Lesung 2017 Dalam Menarik Minat Wisatawan.</b> (Rakhmanita Difiani, 2019).	Dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa upaya untuk mempromosikan Festival Pesona Tanjung Lesung 2017 yang mengusung tema <i>Sport and Adventure</i> , dengan melakukan kegiatan diantaranya adalah <i>Advertising, Sales Promotion, Public Relations</i> , dan <i>Personal Selling</i> ; menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengunjung.	Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian tersebut berfokus pada bagaimana pemasaran terpadu dalam Festival Pesona Tanjung Lesung dan pada teori yang digunakan.
3.	<b>Perancangan Branding Trowulan Melalui Situs Purbakala Sebagai Upaya Pelestarian</b>	Trowulan memiliki potensi untuk menjadi objek wisata karena memiliki bangunan kuno dan cagar budaya. Konsep yang ditonjolkan untuk Branding Trowulan adalah <i>Grandeur</i> dengan harapan	Pada penelitian ini objek yang ditonjolkan adalah situs purbakala peninggalan Kerajaan Majapahit. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis



	<p><b>Warisan Budaya Lokal.</b> (Satrio Arif Wicaksono, 2015).</p>	<p>mampu mengangkat potensi wisata sejarah dan meningkatkan kepedulian masyarakat agar lebih peduli dengan warisan budaya lokal. Media <i>Branding</i> yang digunakan meliputi logo, GSM, buku profil wisata, <i>billboard</i>, web desain, video, brosur, dan <i>marchandise</i>.</p>	<p>mengarah pada <i>event</i> yang terdapat di Pantai Serang.</p>
4.	<p><b>Analisis Branding Dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat.</b> (Masruroh, 2018).</p>	<p>Dari persepsi wisatawan terhadap kualitas fasilitas sarana dan prasarana, kualitas keamanan dan kenyamanan, dan kemudahan aksesibilitas menunjukkan adanya penilaian yang baik dan kurang baik dari pengunjung sedangkan persepsi terhadap <i>icon branding</i> pengunjung adalah meliputi makam Sunan Drajat, museum, langgar gantung, dan banyak pohon sawo. Serta <i>brand strategy</i> yang tepat dilakukan oleh internal <i>stakeholder</i> adalah <i>brand positioning</i>, <i>brand personality</i>, serta <i>brand identity</i> yang sedikit rumit untuk diidentifikasi. Dan ditemukan beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk pengembangan destinasi wisata.</p>	<p>Perbedaan pada penelitian ini adalah salah satu fokus pada penelitian tersebut untuk melihat persepsi pengunjung pada destinasi wisata Religi Sunan Drajat dan pada objek penelitian yang mana penelitian ini adalah wisata religi sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah <i>event</i> pada wisata alam.</p>
5.	<p><b>Analisis Pengembangan Pemasaran Potensi Kabupaten Blitar sebagai Destinasi Wisata.</b> (Wayan Weda Asmara Dewi dan Fitria Avicena, 2017).</p>	<p>Hasil yang dapat dilihat dari penelitian ini adalah identitas yang dibangun oleh Kabupaten Blitar adalah berhubungan dengan adat istiadat dan seni budaya luhur yang dipadukan dengan keindahan alam. Dan strategi pemasaran promosi yang dilakukan adalah secara <i>direct marketing</i> (pemasaran langsung) dan <i>indirect marketing</i> dengan berbagai langkah.</p>	<p>Penelitian ini lebih mengarah pada rencana pengembangan potensi destinasi wisata Dan terdapat perbedaan dalam penggunaan teori.</p>



6.	<p><b>Strategi Brand Communication Dalam Penguatan Brand Awareness Pariwisata Kabupaten Blitar.</b> (Andiwi Meifilina, 2020).</p>	<p>Kegiatan yang dilakukan sebagai strategi adalah merek baru, perluasan lini, dan perluasan merek. Adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada sektor pariwisata dan berimbas pada peningkatan perekonomian di Kabupaten Blitar yang cukup tinggi. Sehingga perlu untuk dilakukan evaluasi dan monitoring pelaksanaan strategi pada program Olas Kembar oleh instansi terkait.</p>	<p>Penelitian ini membahas strategi yang dilakukan oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah Kabupaten Blitar dalam program Olas Kembar. Dan terdapat perbedaan dalam penggunaan teori.</p>
7.	<p><b>Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal “The Light of Aceh”.</b> (Desi Maulida, 2019).</p>	<p>Pelaksanaan <i>tourism destination</i> melalui tahapan strategi yang baik, menggunakan media <i>offline</i> dan <i>online</i> yang beragam, dan juga menghadapi beberapa tantangan tertentu. Namun secara keseluruhan strategi <i>tourism branding</i> telah dilaksanakan secara baik dan memenuhi semua prinsip-prinsipnya.</p>	<p>Perbedaannya adalah objek pada penelitian ini merupakan destinasi wisata halal di Aceh. Serta dalam penggunaan teori.</p>

Sumber : Diolah Penulis, 2020.

Tabel diatas merupakan rangkuman dari penelitian-penelitian terdahulu yang selaras dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penelitian terdahulu dirancang sedemikian agar penulis lebih mudah dalam melihat teori yang digunakan, perbedaan dengan fokus penulis; dan hasil dari penelitian terdahulu. Selanjutnya untuk dapat memperjelas penelitian terdahulu yang sudah terangkum pada tabel, penulis akan memaparkan *Critical Review* sebagai berikut :

**1. Skripsi : Dody Triguno (Universitas Islam Indonesia, 2018).**

Penelitian berupa skripsi karya Dody Triguno pada tahun 2018 tersebut berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Yayasan Keraton Kasepuhan dan Yayasan Festival Islam Internasional dalam Mendukung Brand Destination Wisata Halal Cirebon”. Penelitian ini berfokus



pada strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang digunakan oleh Yayasan Keraton Kasepuhan dan Yayasan Festival Islam Internasional serta melihat faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi komunikasi dalam mendukung *brand* destinasi wisata halal di Cirebon.

Teori yang digunakan oleh penulis adalah Teori Pemasaran Pariwisata dengan menggunakan elemen *product, price, promotion, place, participant, process, dan physical evidence*. Hasil

penelitian yang dilakukan oleh Dody Triguno menunjukkan bahwa Yayasan Keraton Kasepuhan dan Yayasan Festival Islam Internasional telah melakukan strategi komunikasi pariwisata dan mendapati faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat. Pada Yayasan Keraton Kasepuhan strategi komunikasi pemasaran pariwisata meliputi :

- a. Produksi, dengan menonjolkan produk cagar budaya, kuliner, dan *souvenir*.
- b. Distribusi, bekerjasama dengan beberapa *travel agent*, hotel, dan lembaga pendidikan.
- c. Sarana prasarana, ditunjang dengan adanya mushola, Masjid Agung, pemandu wisata, spot kuliner, spot souvenir, lahan parkir, toilet, dan wi-fi.
- d. Periklanan, dengan memanfaatkan media *online*, cetak, dan televisi.
- e. Promosi atau *Sales Promotion*, lebih tertuju pada *travel agent*, hotel, dan lembaga pendidikan.
- f. *Public Relations*, dengan memaksimalkan humas dan membangun hubungan yang baik kepada pemerintah dan perusahaan.
- g. Penjualan personal atau *Personal Selling*, dengan metode bercerita dengan tujuan memberikan informasi keunggulan produk.
- h. Pemasaran langsung atau *Direct Marketing*, menggunakan *stand* pameran.

Sedangkan diketahui dari hasil penelitian Dody Triguno bahwa ternyata Yayasan Festival Islam Internasional memiliki langkah yang berbeda dalam melakukan strategi komunikasi



pemasaran pariwisata. Berikut adalah strategi komunikasi pemasaran pariwisata Yayasan Festival Islam Internasional :

- a. Produksi, dengan mengedepankan produk *event* jasa promo dan melayani peserta sampai *event* selesai.
- b. Distribusi, kerjasama dengan Pemerintah Pusat dan Pemerintah Kota Cirebon.
- c. Sarana prasarana, ditunjang dengan ruang promosi yang memadai, *stand* pameran yang lengkap, dan memiliki *Liaison Officer*.
- d. Periklanan, dengan memanfaatkan media cetak, televisi, dan radio.
- e. Promosi atau *Sales Promotion*, menerapkan promo harga untuk peserta sebesar 20% sampai 30% dengan dibantu oleh sponsor, media *partner*, dan pemerintah.
- f. *Public Relations*, dengan menyebarkan kesan positif, membuat *press release*, konferensi pers, dan pantauan terhadap media.
- g. Penjualan personal atau *Personal Selling*, dengan memperhatikan penampilan, kemampuan berbicara, dan pjam terhadap *product knowledge*.
- h. Pemasaran langsung atau *Direct Marketing*, dilakukan saat pengajuan sponsor yang besar dan presentasi di depan direksi.

Dan faktor-faktor yang menjadi suatu yang mendukung dan menghambat strategi komunikasi pemasaran pariwisata, antara lain sebagai berikut :

- a. Yayasan Keraton Kesepuhan, didukung oleh produk cagar budaya yang unik dan khas, adanya atraksi yang merupakan sebuah adat istiadat dari Keraton Kasepuhan, dilengkapi sarana dan prasarana yang mendukung. Sedangkan hal yang menghambat adalah akun media sosial yang tidak komunikatif dan informative sehingga sulit bagi wisatawan untuk mendapatkan informasi, *tagline* yang digunakan juga belum melekat



ditambah dengan tidak terorganisirnya distribusi *map*, dan adanya persaingan dengan daerah lain yang memiliki wisata halal.

b. Yayasan Festival Islam Internasional, didukung dengan adanya produk Mice yang dikemas secara menarik sehingga memiliki nilai jual yang tinggi, kegiatan dari CSR dapat menarik minat dari pelajar dan masyarakat yang sebagai pembisnis di Kota Cirebon, adanya iklan dengan advertorial rutin yang dibuat sangat menarik, memiliki pelayanan dan sarana prasarana yang baik, dan didukung oleh Tim Marketing yang sangat mumpuni. Sedangkan hal yang menjadi hambatan adalah media sosial kurang komunikatif dan informatif, tidak adanya kampanye iklan dengan tema budaya Islam, dan dukungan dari pemerintah Pusat dan Pemerintah Kota lambat sehingga *event* World Islamic Cultural Festival dalam proses pengerjaannya berjalan lambat.

Kekurangan dari penelitian ini, peneliti tidak menyajikan alur pikir penelitian. Hal tersebut menjadikan pembaca sedikit mengalami kebingungan dan tidak paham secara jelas dengan alur penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Selain itu terdapat ketidak konsistenan dengan pembahasan yang ditulis oleh peneliti, yangmana peneliti menyebutkan elemen yang digunakan adalah *product, price, promotion, place, participant, process*, dan *physical evidence* tetapi dalam pembahasan yang terjabarkan meliputi produksi, distribusi, sarana prasarana, periklanan, promosi, *Public Relations*, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Dan pada bagian kesimpulan peneliti tidak menyebutkan langkah strategi komunikasi pemasaran pariwisata di Yayasan mana yang paling berkontribusi dalam *branding* wisata halal di Cirebon. Hal tersebut penting dijelaskan sebab dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah melibatkan dua Yayasan, sehingga akan semakin inspiratif jika disebutkan langkah strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang paling berkontribusi dalam *branding* wisata halal.



## 2. Skripsi : Rakhmanita Difiani (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2019).

Skripsi karya Rakhmanita Difiani berjudul “Komunikasi Marketing Festival Pesona Tanjung Lesung 2017 dalam Menarik Minat Wisatawan”. Fokus pada penelitian ini adalah pada bagaimana *Integrated Marketing Communication* atau komunikasi pemasaran terpadu dilaksanakan pada *event* Festival Pesona Tanjung Lesung 2017. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *Integrated Marketing Communication* dengan menjabarkan konsep yang ada pada teori tersebut yaitu periklanan atau *advertising*, promosi penjualan atau *sales promotion*, humas atau *public relations*, serta penjualan personal atau *personal selling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pelaksanaan *event* Festival Pesona Tanjung Lesung 2017, konsep dalam Teori *Integrated Marketing Communication* dapat berjalan. *Advertising* dilakukan oleh Disbudpar Provinsi Banten melalui sosial media Facebook dan Website, namun kegiatan yang dilakukan tersebut tidak dapat dilihat sebagai *advertising*. Kegiatan *Sales Promotion* dalam *event* tersebut adalah dengan memberikan *free water facility* yang disediakan Tanjung Lesung Resort dan promosi dimaksimalkan pada sosial media. Kegiatan *Public Relations* dilaksanakan oleh panitia publikasi dengan memanfaatkan media sosial dan memfokuskan dengan lomba X-Triathlon sebagai objek yang digunakan sebagai daya tarik. Dan kegiatan *Personal Selling* ditunjukkan dengan adanya beberapa pameran, membuka *stand event* Festival Pesona Tanjung Lesung 2017, memasang *banner*, dan membagikan pamphlet yang berisi kelebihan dari *event* Festival Pesona Tanjung Lesung 2017.

Setelah terlaksanakannya pada *event* Festival Pesona Tanjung Lesung tahun 2017 dengan tema “*Sport and Adventure*”, membawa peningkatan jumlah pengunjung di Tanjung Lesung Resort pada tahun 2018. Yangmana pada tahun 2017 jumlah pengunjungnya adalah 19.202 dan pada tahun 2018 jumlah pengunjung mencapai 24.231. Dengan adanya peningkatan pengunjung



yang pesat, maka lomba X-Triathlon akan diadakan setiap tahun kedepan pada *event* Festival Pesona Tanjung Lesung. Meskipun dalam kegiatan *advertising, sales promotion, public relations,* dan *personal selling* ditemukan beberapa hambatan, namun ternyata hambatan tersebut tidak berdampak buruk jika dilihat dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan pada Tanjung Lesung Resort.

Penelitian skripsi ini sudah cukup baik karena peneliti memaparkan segala informasi dengan jelas dan mudah untuk dipahami. Hanya saja pernyataan bahwa dengan tema *Sport and Adventure* yang digunakan pada *event* Festival Pesona Tanjung Lesung tahun 2017 dan diadakannya lomba X-Triathlon kurang kuat dijadikan penyebab adanya peningkatan jumlah kunjungan di Tanjung Lesung Resort. Karena dari data yang tersaji dalam latar belakang sejak tahun 2015 hingga tahun 2017, Tanjung Lesung Resort senantiasa mengalami peningkatan pengunjung. Sehingga terdapat kemungkinan jika memang destinasi ini memiliki banyak peminat baik lingkup wisatawan lokal, maupun internasional.

### **3. Tugas Akhir : Satrio Arif Wicaksono (Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya, 2015)**

Tugas Akhir karya Satrio Arif Wicaksono ini berjudul “Perancangan Branding Trowulan melalui Situs Purbakala sebagai Upaya Pelestarian Warisan Budaya Lokal”. Penelitian ini berfokus pada perancangan *branding* di Trowulan melalui situs purbakala. Dalam bagian latar belakang penulis menyampaikan bahwa Trowulan masih memerlukan untuk memperkuat identitasnya sebagai kawasan peninggalan situs Kerajaan Majapahit dengan harapan dapat melestarikan situs purbakala sebagai warisan budaya. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Analisis SWOT. Teori tersebut memiliki empat indikator yaitu kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threat*).



Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa Trowulan berpotensi sebagai objek wisata dari peninggalan Kerajaan Majapahit, hal tersebut diperkuat dengan adanya bangunan kuno dan cagar budaya di lokasi setempat. Identitas tersebut sayangnya kurang kuat dikarenakan kurangnya promosi untuk wisata ini. Terlebih di wilayah Mojokerto banyak alternatif tempat wisata yang menjadi saingan untuk wisata di Trowulan. Untuk memperkuat identitas tersebut dapat menggunakan media utama seperti logo, buku wisata, website, video viral, maupun *merchandise*. Setelah melakukan penelitian melalui Teori Analisis SWOT, peneliti menarik suatu konsep yang cocok diterapkan untuk *Branding* di Trowulan yaitu “Grandeur”. Arti dari Grandeur adalah kebesaran, yang mana merujuk pada kebesaran yang dimiliki oleh Trowulan.

Kekurangan dari penelitian ini adalah peneliti tidak menjelaskan hasil analisis SWOT secara jelas. Peneliti hanya menjelaskan secara umum tanpa memperinci bagaimana hasil analisis dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* secara satu per-satu indikatornya. Sehingga disini pembaca tidak mendapatkan informasi dari analisis SWOT secara rinci dan jelas. Peneliti seharusnya menggunakan teori yang lebih dapat membantu mengenali *image* dari Trowulan sehingga akan mengantarkan pada proses perancangan dan hasil *branding* yang tepat.

#### 4. Tesis : Masruroh (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

Judul tesis ini adalah “Analisis Branding dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat”. Fokus pada penelitian ini adalah untuk melihat persepsi *external stakeholder*, melihat *brand strategy* yang dilakukan oleh *internal stakeholder*, dan pengembangan destinasi wisata religi Sunan Drajat yang dilakukan oleh *internal stakeholder*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *Brand Strategy* yang memiliki elemen konsep *Brand Positioning*, *Brand Personality*, dan *Brand Identity*.



Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi *external stakeholder* yang merupakan wisatawan terhadap kualitas fasilitas sarana dan prasarana, kualitas keamanan dan kenyamanan, serta kualitas aksesibilitas sebagian mengatakan baik dan sebagian yang lain mengatakan kurang baik. Persepsi kurang baik diakibatkan karena pada lokasi wisata terdapat pengemis, sampah yang berserakan, dan akses ke lokasi untuk wisatawan luar Jawa masih cukup sulit. Sedangkan persepsi baik muncul karena pada lokasi tersebut terdapat tempat untuk duduk beristirahat dan adanya *travel agent* yang memudahkan wisatawan untuk berkunjung dengan memanfaatkan paket wisata.

Selain itu persepsi wisatawan terhadap *icon branding* di wisata religi Sunan Drajat adalah makam Sunan Drajat, museum, langgar gantung, dan banyak pohon sawo.

*Brand Personality* yang ditemukan dalam penelitian tersebut adalah wisata religi Sunan Drajat memiliki kelebihan yaitu museum yang dilengkapi dengan perpustakaan, lahan luas yang dikelilingi oleh pohon sawo, dan arsitektur bangunan yang memiliki tujuh sap atau halaman dilengkapi dengan Gazebo atau "Pasebon". Sedangkan kekurangan dari wisata religi Sunan Drajat adalah kenyamanan saat berkunjung. *Brand Positioning* di wisata religi Sunan Drajat adalah arsitektur bangunan yang dibangun berdasarkan karakter Sunan Drajat dalam perjuangannya menyebarkan agama Islam melalui wayang dan alat syi'ar yang dikenal dengan nama "singo mengkok". Dan yang terakhir yaitu *Brand Identity*, pada poin ini peneliti menemukan adanya tumpang tindih temuan antara elemen konsep *Brand Identity* dengan kedua elemen konsep yang telah disebutkan diatas. Dari hasil penelitiannya, hal tersebut dikarenakan wisata religi Sunan Drajat merupakan destinasi wisata yang tidak dapat dikembangkan secara bebas dan pada destinasi ini memiliki karakter religi dan budaya yang kuat. Sehingga pengembangan destinasi wisata religi Sunan Drajat yang dapat dilakukan oleh *Internal Stakeholder* adalah dengan memperhatikan



revitalisasi destinasi wisata melalui penambahan amenitas, pengembangan terhadap produk, diversifikasi wisata, dan pengembangan tema wisata religi Sunan Drajat di kegiatan festival.

Kekurangan pada penelitian ini adalah penulis kurang fokus terhadap pokok bahasan yang akan diangkat pada penelitian ini. Terjadi inkonsistensi antara judul dan fokus dalam penelitian yang dilakukan. Jika melihat dari judul akan lebih baik fokus penelitian yang dilakukan hanya pada strategi branding yang dilakukan oleh *internal stakeholder*. Tetapi disini peneliti juga berfokus pada persepsi dari *external stakeholder* yang sebenarnya dapat digunakan sebagai kajian sendiri dengan teori yang berbeda. Sehingga fokus pada penelitian ini terpecah ke dalam dua pokok bahasan.

#### 5. Jurnal : Wayan Weda Asmara Dewi dan Fitria Avicenna (Universitas Brawijaya, 2017).

Judul jurnal ini adalah “Analisis Pengembangan Pemasaran Potensi Kabupaten Blitar sebagai Destinasi Wisata”. Fokus pada penelitian ini adalah untuk menganalisis rencana pengembangan potensi destinasi wisata Kabupaten Blitar oleh Pemerintah Lokal. Harapan dari adanya penelitian ini adalah agar dapat memberikan implikasi yang positif yaitu adanya pengembangan diskusi komunikasi pemasaran untuk pariwisata di Indonesia. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Komunikasi Pemasaran.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengembangan promosi pariwisata diarahkan pada konsep pengembangan pariwisata berwawasan lingkungan dengan memperhatikan kelestarian sumberdaya alam dan budaya yang didukung alat produksi atau sarana dan prasarana.

Hal itu yang menjadikan Bappeda Kabupaten Blitar bekerja sama dengan Dinas Pariwisata. Untuk menemukan karakter kepariwisataan Kabupaten Blitar metode analisis yang digunakan adalah dengan metode SOAR yang meliputi *Strength, Opportunities, Aspiration, dan Result*. Identitas



yang hendak dibangun adalah adat istiadat dan seni budaya luhur dipadukan dengan keindahan dan keagungan alam yang dimiliki. Implementasi dari pengembangan dilakukan dengan kegiatan komunikasi pemasaran *direct* yaitu dengan kegiatan promosi secara langsung yaitu dengan pameran wisata dan pemasaran *indirect marketing* dengan kegiatan *event* seni budaya dalam setahun penuh. Sedangkan strategi dalam pemasaran dan promosi pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Blitar, meliputi :

- a. Meningkatkan dan mengembangkan system informasi dan kualitas promosi yang efektif.
- b. Meningkatkan citra produk wisata Kabupaten Blitar agar mampu bersaing dengan daerah wisata lainnya.
- c. Meningkatkan peran biro perjalanan di Kabupaten Blitar.
- d. Meningkatkan sadar wisata dan sapta pesona agar tumbuh kegiatan wisata yang berwawasan lingkungan.

Secara garis besar informasi yang disajikan pada penelitian tersebut sudah padat dan jelas, hanya saja penyajian informasi terlalu singkat. Dalam jurnal juga tidak dijelaskan secara rinci mengenai teori yang digunakan. Peneliti hanya menjelaskan definisi komunikasi dan pemasaran secara umum, belum masuk ke indikator yang digunakan sebagai analisis. Sehingga ketika di bab pembahasan pembaca yang awam dengan Teori Komunikasi Pemasaran dikhawatirkan akan mengalami ketidakpahaman dengan indikator yang digunakan untuk menganalisis.

#### **6. Jurnal : Andiwi Meifilina (Universitas Islam Balitar, 2020).**

Judul jurnal ini adalah “Strategi Brand Communication dalam Penguatan Brand Awareness Pariwisata Kabupaten Blitar” dengan Studi Kasus pada Program Olas Kembar. Sesuai dengan judul yang digunakan penelitian ini berfokus pada strategi *Brand Communication* dalam penguatan



*Brand Awareness* pariwisata di Kabupaten Blitar. Teori yang digunakan juga sudah terlihat jelas pada judul yaitu dengan menggunakan Teori *Brand Communication*.

Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat tiga kegiatan dalam menjalankan strategi *Brand Communication* pada Program Olas Kembar (Program Ojo Lungo Adoh Sak Durunge Kemptu Blitar). Kegiatan tersebut meliputi :

- a. Merek Baru (*New Brand*) yang ditunjukkan dengan kegiatan dari program baru bernama Olas Kembar. Kegiatan tersebut seperti pembuatan paket wisata pelajar untuk TK dan SD dengan harga yang berbeda.
- b. Perluasan Lini (*Lini Extension*), melalui Program Olas Kembar senantiasa terus dilakukan inovasi dan pengembangan kreatifitas dengan penambahan tempat tujuan wisata dan penyediaan kuliner. Perluasan ini dilakukan untuk menambah keragaman bentuk wisata di Kabupaten Blitar dan meningkatkan sektor pariwisata.
- c. Perluasan Merek (*Brand Extension*), perluasan dilakukan dengan cara menambah tempat wisata yang menjadi tempat tujuan dan memberikan edukasi kepada para peserta Program wisata Olas Kembar.

Dari ketiga kegiatan yang dilakukan dalam Strategi *Brand Communication* menghasilkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada sektor pariwisata yang berimbas pada peningkatan perekonomian di Kabupaten Blitar yang cukup tinggi. Sehingga perlu untuk dilakukan evaluasi dan monitoring pelaksanaan strategi pada program Olas Kembar oleh instansi terkait.

Kekurangan pada penelitian ini adalah tidak dijelaskan secara rinci mengenai teori yang digunakan. Terlebih dalam pembahasan disebutkan bahwa terdapat empat indikator dalam Teori Strategi *Brand Communication*, namun yang terjabarkan hanya terdapat tiga yaitu merek baru,



perluasan lini, dan perluasan merek. Sehingga peneliti kurang teliti dalam memasukan data ke dalam jurnal.

#### 7. Jurnal : Desi Maulida (Universitas Teuku Umar, 2019).

Jurnal ini berjudul “Tourism Destination Branding: Analisis Strategi Branding Wisata Halal “The Light of Aceh”” dengan Studi Kasus Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh Tahun 2015-2016. Fokus penelitian ini adalah menganalisis strategi *Tourism Destination Branding* yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh serta melihat kendala yang dihadapi dalam proses pelaksanaan *Branding*. Teori yang digunakan sesuai dengan judul dan fokus penelitian, yaitu Teori Strategi *Tourism Destination Branding* yang meliputi elemen *Vision and Stakeholder Management, Target Consumer and Portofolio Matching, Positioning and Differentiation Strategies Using Brand Components, Communication Strategies Feedback and Response Management Strategies*.

Hasil pada penelitian tersebut adalah diketahui bahwa visi yang digunakan telah melalui proses dan diskusi yang begitu panjang hingga pada akhirnya ditetapkan bahwa visi yang digunakan adalah “Aceh Destinasi Wisata Syariah Unggulan di Asia Tenggara 2017”. Untuk mewujudkan visi tersebut tim yang bertugas dalam *branding* Aceh juga merumuskan misi agar visi yang telah ditetapkan dapat mencapai keberhasilan. Setelah berhasil menetapkan visi dan misi, proses selanjutnya adalah membuat konsep *branding* yang salah satunya adalah pembuatan *tagline* untuk *brand* destinasi. *Tagline* yang disepakati untuk digunakan sebagai *brand* adalah “The Light of Aceh”. Selama proses yang panjang ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh melibatkan banyak *stakeholder* dari berbagai lembaga. Untuk target wisatawan sendiri tertuju pada masyarakat Aceh, wisatawan nusantara dan mancanegara, serta para investor. Sedangkan dalam



merumuskan portofolio tim *branding* Aceh memprioritaskan pada aksesibilitas, amenities, dan atraksi baik yang sifatnya *tangible* maupun *intangible*.

Pada tahap *positioning* tim *branding* Aceh mengusung *tagline* Rahmatan lil'alamin yang mewakili *brand* "The Light of Aceh". Dan untuk membedakannya dengan *branding* daerah lain tim *branding* Aceh merumuskan berbagai diferensiasi yang mengacu pada kekhasan Aceh sebagai daerah pengamal syariat Islam satu-satunya di Indonesia. Bentuk dari strategi komunikasi pada *branding* wisata Aceh adalah *thematic campaign* dan *tactical campaign* melalui media *online* dan *offline*. *Thematic campaign* merupakan kampanye berbasis tema besar yaitu "The Light of Aceh" dan "Cahaya Aceh" kegiatannya dapat seperti pelatihan dan pemilihan duta wisata. Sedangkan *tactical campaign* merupakan kampanye berbasis kebutuhan taktis dilapangan seperti *event* Halal Destination Tourism, seminar maupun workshop. Yang terakhir, dalam tahap *feedback and response management strategies* kegiatan yang dilakukan adalah evaluasi internal tim *branding* bersama *stakeholder* dan penyediaan ruang untuk masyarakat jika terdapat informasi yang hendak ditanyakan atau diklarifikasi kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh. Kendala yang dihadapi dalam *branding* ini terkait dengan kurangnya kerjasama antar pelaku industry dalam menyediakan sertifikasi halal, anggaran yang rendah, dan adanya penolakan dari masyarakat terkait dengan pengembangan destinasi wisata terkhusus pantai.

Secara garis besar informasi pada penelitian ini sudah sangat baik. Tetapi peneliti kurang menyajikan hasil dari pelaksanaan *branding* The Light of Aceh sudah mencapai target yang diinginkan atau belum. Dari peneliti tidak ada pernyataan yang menunjukkan hasil dari terlaksananya *branding* tersebut.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan mengenai penelitian terdahulu sebagai acuan dan pembeda pada penelitian ini, penulis dapat mengelompokan perbedaan pada tiga muatan.



Pertama dalam segi penggunaan teori, kedua dalam segi fokus penelitian, dan yang ketiga dalam segi objek penelitian sebagai berikut :

*Pertama*, berdasarkan penggunaan teori. Seluruh teori pada penelitian terdahulu memiliki teori yang berbeda dengan teori yang digunakan penulis. Contohnya Dody Triguno yang menggunakan teori pemasaran pariwisata, Rakhmanita Difiani menggunakan teori *Integrated Marketing Communication*, maupun Satrio Arif Wicaksono dengan teori analisis SWOT. Sedangkan pada penelitian penulis teori yang digunakan adalah *Collaborative Destination Branding*.

*Kedua*, berdasarkan fokus penelitian. Mengenai fokus penelitian terdapat fokus penelitian yang berbeda dengan fokus penelitian yang diangkat oleh penulis, diantaranya terdapat pula yang memiliki kesamaan. Fokus penelitian yang berbeda seperti penelitian Wayan Weda Asmara Dewi dan Fitria Avicena yang membahas mengenai rencana pengembangan potensi destinasi wisata.

Juga penelitian Andiwi Meifilina yang membahas mengenai penguatan *brand awareness* pariwisata. Sedangkan untuk penelitian yang memiliki kesamaan seperti penelitian Desi Maulida yang membahas strategi dalam proses pelaksanaan *branding*.

*Ketiga*, berdasarkan objek penelitian. Penelitian terdahulu yang memiliki perbedaan berdasarkan objek penelitian adalah seperti penelitian Masrurroh dengan objek penelitiannya berupa wisata religi, juga penelitian Dody Triguno berupa wisata halal, dan Satrio Arif Wicaksono yang berupa situs peninggalan purbakala. Sedangkan untuk penelitian penulis objek penelitian yang diangkat adalah berupa atraksi suatu festival pada wisata alam.

## 2.2 Kerangka Teoritis

### 2.2.1 Teori Branding Kolaboratif *Destination Branding*

Istilah *branding* seringkali disamakan dengan *brand* atau yang dikenal dengan merek. Definisi dari merek menurut *American Marketing Association* adalah sebuah istilah atau nama,



lambang, atau desain, ataupun kombinasi diantaranya untuk lebih mudah mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual dan mendiferensiasikan produk dari pesaing. Sedangkan menurut

Kotler terdapat enam tingkatan dalam pengertian merek, yaitu :<sup>12</sup>

1. Atribut, merek dapat mengingatkan seseorang terhadap atribut tertentu. Atribut perlu dikelola agar konsumen dapat mengetahui dengan pasti atribut yang terkandung dalam sebuah merek.
2. Manfaat, merek dapat memberikan manfaat yang dipandang konsumen sebagai pemuas kebutuhan. Konsumen bergerak untuk melakukan pembelian berdasarkan pemenuhan kebutuhan.
3. Nilai, merek menggambarkan nilai bagi produsen. Nilai dan apresiasi konsumen adalah berbanding lurus. Yangmana semakin tinggi nilai suatu merek, maka semakin tinggi apresiasi serta penghargaan yang diberikan oleh konsumen.
4. Budaya, merek dapat mewakili suatu budaya tertentu. Tetapi budaya dapat berpengaruh terhadap merek apabila perusahaan memberikan nama pada sebuah merek tersebut.
5. Kepribadian, merek dipandang memiliki kepribadian. Kepribadian ini membuat konsumen condong untuk memilih merek yang sesuai dengan karakter pribadi. Hal ini terjadi karena melalui kepribadian akan tercermin bersamaan dengan merek yang digunakan.
6. Pemakai, merek menunjukkan jenis pelanggan yang menggunakan merek tersebut. Karena hal itulah perusahaan penyedia merek selalu menggunakan analogi orang-orang terkenal untuk menggunakan mereknya.

Sedangkan istilah *branding* adalah keseluruhan proses dalam memilih unsur, nilai, hingga janji apa yang dimiliki oleh suatu entitas.<sup>13</sup> *Branding* dapat dimaknai juga sebagai sebuah proses

<sup>12</sup> Sumiati, dkk. 2016. Brand dalam Implikasi Bisnis. Malang: UB Press. Hlm. 4-6

<sup>13</sup> Wirania Swasty. 2016. Branding. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hlm. 14



disiplin yang digunakan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan.

*Branding* juga mengenai merebut kesempatan untuk mengekspresikan mengapa orang harus memilih salah satu merek atas merek lainnya.<sup>14</sup> Sehingga meskipun istilah *branding* dan *brand* sering digunakan secara bersamaan, kedua istilah tersebut memiliki titik perbedaan “*a brand as a name, term, design, symbol, or any other feature that identifies one seller’s good or service as distinct from those of other seller. Branding is more than a name and symbol, a brand is created and influenced by people, visuals, culture, style, perception, words, messages, PR, opinions, news media, and especially social media. Like when a child is born and give a name, a brand needs nurturing, support, development, and continuous care in order to thrive and grow*”<sup>15</sup> Dari penjabaran tersebut dapat dimengerti bahwa *branding* lebih dari sekedar nama atau simbol tetapi *branding* dalam penciptaannya dipengaruhi oleh beberapa hal dan diperlukan penanganan berkelanjutan agar proses *branding* dapat tumbuh dan berkembang. Proses *branding* membutuhkan waktu, komitmen, energi, fokus, strategi, kompetensi, dan sikap mental yang tidak gampang menyerah.<sup>16</sup>

Berbicara mengenai *branding* bukan hanya sekedar pada dunia penjualan dan bisnis saja, tetapi juga pada bidang destinasi wisata. *Brand* sebuah produk berbeda dengan *destination branding* atau *branding destinasi*. Sebuah *destination branding* harus benar-benar segar, original, dan memiliki posisi yang kuat mengenai potensi yang dimiliki destinasi tersebut. Terdapat komponen yang mendasar dari *destination branding*. Komponen tersebut meliputi :<sup>17</sup>

1. *Brand image*, merupakan mengenai apa yang masyarakat dan *stakeholder* bayangkan terhadap destinasi.

<sup>14</sup> Ibid, Hlm. 16

<sup>15</sup> Rimsky K. Judissen. 2019. *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia. Hlm. 6

<sup>16</sup> Ibid, Hlm. 8

<sup>17</sup> Dias Satria dan Angga Erlando. 2018. *Ekonomi Festival*. Malang: UB Press. Hlm. 23



2. *Brand identity*, merujuk pada identitas tempat.

3. *Place identity*, meliputi logo, bangunan, arsitektur, tanda-tanda, warna, website, atribut, dan lain-lain.

Tujuan *destination branding* adalah untuk menarik wisatawan, investor, dan penduduk agar berkunjung ke destinasi tertentu. Sedangkan fungsi dari *destination branding* adalah meningkatkan kunjungan pariwisata dan meningkatkan *image* sebuah destinasi yang meliputi fungsi identifikasi, *quality assurance*, *prestige*, diferensiasi produk, loyalitas, dan segmentasi pasar.<sup>18</sup> Untuk itu dalam mencapai tujuan dan fungsi tersebut, peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk menyediakan, melindungi, merawat, memasarkan potensi wisata, serta menarik investasi untuk masuk pada bidang produktif sebagai penyedia layanan. Pemerintah perlu terjun dan andil dalam pengendalian kelestarian lingkungan, menyediakan infrastruktur penunjang, dan kelengkapan lainnya yang mempermudah destinasi bersaing dengan destinasi lainnya sehingga mencapai kesuksesan di bidang pariwisata.<sup>19</sup> Selain itu, *destination branding* memiliki dua fungsi penting yaitu, identifikasi dan diferensiasi. Pada fungsi identifikasi lebih merujuk pada produk yang merupakan suatu penawaran fisik, mudah dimodifikasi, atau suatu tempat yang memiliki entitas besar berisi bahan dan elemen non-material. Dan fungsi diferensiasi merujuk pada perbedaan dengan pesaing berdasarkan keistimewaan makna dan keterikatan yang diberikan konsumen. Poin utama pada fungsi ini adalah konsumen dapat merasakan perbedaan antara merek dalam kategori produk, karena merek tersebut unik dan susah digantikan dengan merek lain.<sup>20</sup>

Dalam proses melakukan *destination branding* Baker menyebutkan terdapat tiga tahap yang dimulai dari proses pengukuran dan audit, proses analisis, dan proses aktivasi. Proses pengukuran

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid. Hlm. 27

<sup>20</sup> Hailin Qu, dkk. 2011. *A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image*. Jurnal Tourism Management: Vol.32. Elsevier Ltd.



dan audit merupakan proses pengukuran terhadap posisi strategis destinasi di dunia. Proses analisis merupakan bentuk kajian mengenai destinasi saat ini hingga kedepannya. Sedangkan proses aktivasi adalah bagaimana *brand* destinasi diaktivasi atau dijalankan.<sup>21</sup> Semakin berkembangnya kehidupan, hadirnya destinasi wisata semakin bertambah. Tetapi ada beberapa hal yang harus dipahami sebagai ciri-ciri dari pariwisata, sebagai berikut :<sup>22</sup>

1. Tidak kasat mata, pariwisata menawarkan pelayanan sehingga tergolong dalam aspek jasa yang dalam memberikan penilaian adalah berdasar pada hal yang dievaluasi dari pengalaman yang menyenangkan atau sebaliknya.
2. Tidak dapat disimpan, produk yang tergolong dalam aspek jasa tidak dapat disimpan.
3. Penawaran tidak elastis, pariwisata tidak elastis karena tidak dapat menyesuaikan dengan perubahan permintaan dalam jangka pendek maupun panjang. Wisata tergantung pada suprastruktur yang tersedia di destinasi, seperti pelayanan, angkutan, dan akomodasi.
4. Elastisitas permintaan produk pariwisata, permintaan atas pariwisata bereaksi dengan cepat terhadap kejadian dan perubahan lingkungan. Seperti ancaman keamanan, perubahan ekonomi, dan mode yang berubah.
5. Saling melengkapi, pariwisata terdiri atas beberapa sub-produk yang saling melengkapi. Kekurangan dari salah satu sub-produk akan berpengaruh pada produk akhir.
6. Tidak dapat dipisahkan, hal yang tidak terpisahkan adalah produksi dan konsumsi. Para wisatawan seringkali terlibat dalam proses produksi. Selain itu keikutsertaannya dalam berlibur merupakan komponen penting dari keberhasilannya. Maka dari itu, produksi dan konsumsi disebut tidak terpisahkan.

<sup>21</sup> Op. Cit. Dias Satria. Hlm. 28

<sup>22</sup> Francois Velas dan Lionel Becherel. 2008. Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis. Terjemahan dra. Indriati, M.Si dari *The International Marketing of Travel and Tourism: A Strategic Approach* (1999). Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Hlm. 9-11

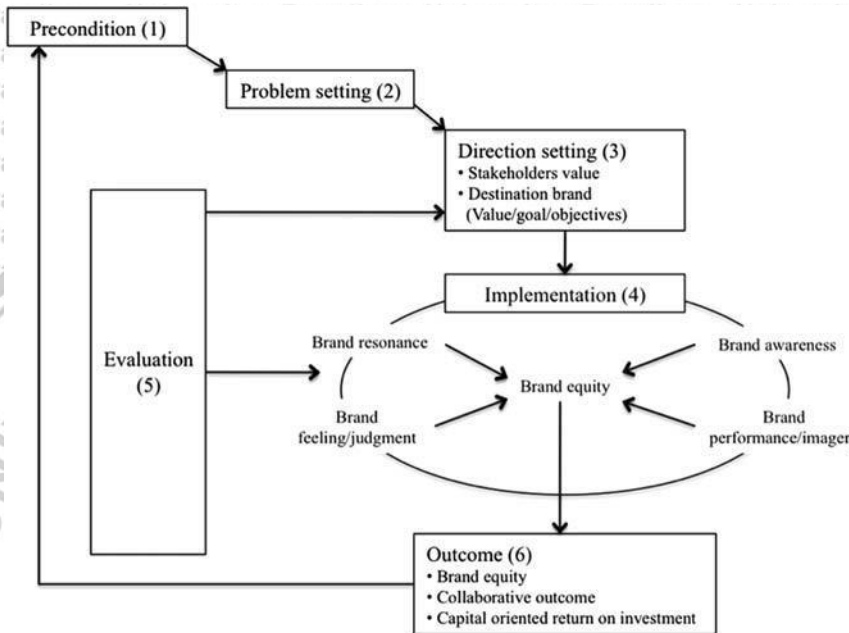


7. Heterogenitas, pariwisata disebut heterogenitas karena tidak mungkin untuk memproduksi pariwisata yang identic. Pasti akan ada perbedaan dalam mutu apabila sifat dari jasa yang ditawarkan tetap konstan. Heterogenitas memungkinkan adanya sejumlah substitusi dalam sub-sub produk yang berbeda.
8. Biaya tetap tinggi, yang termasuk biaya tetap tinggi pada pariwisata adalah meliputi unsur-unsur dasar dari pariwisata yaitu seperti angkutan dan akomodasi.
9. Padat karya, bagian dari pengalaman perjalanan adalah mutu dari pelayanan yang diterima pengunjung dan ketrampilan petugas pada destinasi wisata. Maka dari itu, ciri produk pariwisata adalah rasio tinggi antara petugas dan pengunjung, khususnya petugas yang berhubungan langsung.

Dalam perkembangannya, muncul Teori Kolaboratif *Branding Destinasi* atau *Collaborative Destination Branding*. Teori ini merupakan gabungan dari model *double vortex* de Chernatony dan Riley serta model CBBE Keller dengan konsep kolaborasi yang berbasis komunitas. Jamal dan Getz mendefinisikan kolaborasi dalam pariwisata adalah proses pengambilan keputusan bersama diantara pemangku kepentingan otonom dari domain komunitas pariwisata antar organisasi untuk menyelesaikan masalah perencanaan domain dan untuk mengelola masalah yang terkait dengan perencanaan dan pengembangan domain. Murphy menyebutkan prinsip terpenting dalam kolaborasi pariwisata adalah dengan adanya keterlibatan komunitas dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata sehingga dapat menghasilkan visi bersama dan bahwa kekhasan destinasi dapat diciptakan dengan berfokus pada warisan dan budaya komunitas dalam pengembangan produk pariwisata. Dan Gray mengusulkan adanya tiga tahapan kolaborasi dalam organisasi dapat berkembang, yaitu melalui proses pengaturan masalah, pengaturan arah, dan

implementasi.<sup>23</sup> Kemudian tahapan tersebut berkembang menjadi enam tahapan inti yang dapat diterapkan dalam *Collaborative Destination Branding*.<sup>24</sup>

**Bagan 2.1**  
**Alur Collaborative Destination Branding**



Sumber: Liping A.Cai, dkk. *Tourism Branding: Communities in Action*

Tahap pertama adalah *Precondition* atau Prasyarat. Pada tahap ini *Destination Marketing Organization* (DMO) atau Organisasi Pemasaran Destinasi mengukur lingkungan eksternal dan internal apakah terdapat indikasi secara langsung ataupun tidak langsung yang menyebabkan masalah pada strategi *branding*. Faktor dari lingkungan eksternal dapat meliputi bencana alam, teroris atau wabah flu. Faktor eksternal ini perlu diselidiki untuk memahami seberapa besar perubahan tersebut dapat mengganggu kehidupan masyarakat dan menyebabkan kerusakan ekonomi yang serius. Sedangkan faktor internal meliputi restrukturisasi organisasi, kondisi

<sup>23</sup> Liping A. Cai, dkk. 2009. *Tourism Branding: Communities in Action*. UK: Emerald Group Publishing Limited. Hlm. 78

<sup>24</sup> Ibid. Hlm 84-85



anggaran, kecurigaan masyarakat terhadap anggaran pemasaran, serta pengaruh peraturan dan politik dalam kegiatan operasional.

Tahap kedua adalah *Problem Setting* atau Pengaturan Masalah. Permasalahan dalam upaya *branding* dapat diidentifikasi melalui *brainstorming* antara pemangku kepentingan seperti dalam forum publik. Konsensus kepentingan bersama yang dihasilkan adalah tentang logo, simbol, slogan, saluran iklan dan promosi, citra yang dirasakan, dan reaksi wisatawan. Selain itu, persepsi wisatawan tentang pengalaman mereka dapat diukur. Identifikasi masalah juga harus mencakup serangkaian studi yang mensurvei kelompok pemangku kepentingan lokal dan wisatawan. Misalnya, studi gambar sering dilakukan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara gambar yang diproyeksikan, dirasakan, dan diinginkan.

Tahap ketiga adalah *Direction Setting* atau Pengaturan Arah. Setelah dilakukannya identifikasi, pada tahap ini pemangku kepentingan menetapkan visi, tujuan jangka pendek dan panjang, serta sasaran yang dapat mereka harapkan dari strategi *branding* tersebut. Arah program *branding* termasuk logo, simbol, dan slogan, serta pesan dan saluran komunikasi dapat disederhanakan untuk membangun ekuitas merek. Selain itu, DMO juga menentukan tujuan untuk meningkatkan hubungan antara sektor swasta dan publik dengan menyempurnakan saluran komunikasi dan mengembangkan media baru untuk pertukaran informasi. Dan pada tahap ini juga ditentukan pula bagaimana mekanisme evaluasi dilakukan.

Tahap keempat adalah *Implementation* atau Implementasi/ Penerapan. Tahap ini merupakan tahapan penting karena pada tahap ini akan diterapkannya program *branding* yang dirancang untuk setiap langkah kesadaran, kinerja dan citra, penilaian dan perasaan, dan resonansi. Tujuan akhir dari implementasi program adalah untuk membangun atau meningkatkan ekuitas merek asli untuk



suatu destinasi. Pemangku kepentingan harus berpartisipasi dalam langkah ini melalui peran dan tanggung jawab yang ditetapkan.

Tahap kelima adalah *Evaluation* atau Evaluasi. Untuk memantau kemajuan yang sedang berlangsung dan memastikan kepatuhan pelaksanaan keputusan kolaboratif, pemangku kepentingan harus terlibat dalam langkah evaluasi. Pada tahap ini akan dilakukan kegiatan berbagai pendapat dan masukan pada setiap langkah pelaksanaan, dapat merevisi program *branding* untuk meningkatkan kesadaran wisatawan dan menghasilkan tanggapan emosional yang lebih positif dari mereka. Selain itu, tahap evaluasi juga memungkinkan untuk mengenali apa yang sebenarnya diharapkan wisatawan dari pengalaman mereka dan memperkuat niat mereka untuk mengunjungi kembali dan pengaruh pemasaran dari mulut ke mulut. Dan dapat pula mengevaluasi apakah arahan yang telah ditetapkan dan tanggung jawab para pemangku kepentingan telah mereka ikuti.

Tahap keenam yang menjadi tahap terakhir adalah *Outcome* atau Hasil. Setelah menyelesaikan tahap implementasi dan evaluasi program *branding*, hasil dapat dinilai dalam hal peningkatan ekuitas merek, inisiatif kolaboratif diantara pemangku kepentingan, dan tingkat kinerja mereka terkait tanggung jawab mereka.

### 2.2.2 Konsep Wisata dan Budaya

Dilihat dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa terdapat perbedaan definisi dari wisata, pariwisata, dan destinasi wisata. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.<sup>25</sup> Sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai

<sup>25</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.



fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.<sup>26</sup> Dan definisi dari destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.<sup>27</sup> Dengan adanya pariwisata yang maju, dapat mendorong suatu negara dapat berkembang menjadi lebih baik. Sebab pariwisata hadir sebagai salah satu faktor penggerak ekonomi masyarakat dengan menghadirkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat seperti hidupnya sektor industri kerajinan tangan, cinderamata, penginapan, maupun transportasi.<sup>28</sup>

Sedangkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan, bahwa kebudayaan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan cipta, rasa, karsa, dan hasil karya masyarakat.<sup>29</sup> Sedangkan Ki Hadjar Dewantara mengartikan bahwa kebudayaan merupakan buah dari keadaban manusia. “Adab” bersifat keluhuran budi, maka buah dari keluhuran budi disebut sebagai budaya.<sup>30</sup> Kebudayaan meliputi pengetahuan, keyakinan, seni, moral, hukum, adat, dan tradisi yang diperoleh dari masyarakat. Kebudayaan juga meliputi cara orang belajar beradaptasi terhadap lingkungan hidup, bagaimana asumsi tentang dunia ini, dan bagaimana keyakinan tentang cara seseorang harus bertindak. Dengan ini, kebudayaan dapat dikatakan sebagai cara hidup yang meliputi gagasan, tindakan, dan hasil perbuatan manusia yang bersifat dinamis serta memungkinkan manusia belajar tentang diri sendiri maupun sekelompok orang.<sup>31</sup>

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> ibid

<sup>28</sup> Istijabatul Aliyah, dkk. 2020. Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik. Medan: Yayasan Kita Menulis. Hlm. 2

<sup>29</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan.

<sup>30</sup> Muaini, M.Pd. 2018. Buku Ajar Kebudayaan dan Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca. Hlm. 37

<sup>31</sup> Ibid. Hlm 41

Mengenai kebudayaan, Kontjaraningrat menyebutkan bahwa terdapat tiga wujud kebudayaan, yaitu :<sup>32</sup>

1. Wujud kebudayaan sebagai suatu yang kompleks dari ide, gagasan, nilai, norma, peraturan, dan sebagainya,
2. Wujud kebudayaan sebagai suatu kompleks aktivitas serta tindakan berpola dari manusia dalam masyarakat,
3. Wujud kebudayaan sebagai benda-benda hasil karya.

Selain itu, Kontjaraningrat juga menyebutkan bahwa terdapat tujuh unsur dari kebudayaan yang ditemukan hampir pada semua bangsa, diantaranya adalah :<sup>33</sup>

1. Bahasa,
2. Sistem pengetahuan,
3. Organisasi sosial,
4. Sistem peralatan hidup,
5. Sistem mata pencaharian hidup,
6. Sistem religi,
7. Kesenian.

Sebuah destinasi wisata yang didalamnya terdapat unsur budaya disebut sebagai pariwisata budaya. Sillberberg mendefinisikan bahwa pariwisata budaya adalah kunjungan orang dari luar destinasi yang didorong oleh ketertarikan pada objek peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan, dan gaya hidup yang dimiliki kelompok, masyarakat, tradisi keagamaan, dan warisan budaya di suatu daerah. Sedangkan Kristiningrum menyebutkan pariwisata budaya sebagai wisata yang didalamnya terdapat aspek atau nilai budaya mengenai adat istiadat masyarakat, tradisi

<sup>32</sup> Ibid. Hlm. 42

<sup>33</sup> Ibid. Hlm 43



keagamaan, dan warisan budaya di suatu daerah. Daya tarik pada wisata budaya juga dapat dibedakan menjadi dua bentuk yaitu *tangible* atau daya tarik wisata budaya yang berwujud dan *intangible* daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud.<sup>34</sup> Sunaryo menyebutkan terdapat komponen-komponen utama dalam pengembangan destinasi wisata, diantaranya adalah :<sup>35</sup>

1. *Attraction* atau Atraksi, merupakan objek daya tarik wisata yang mencakup keunikan berbasis alam seperti gunung, pantai, danau, bukit, dan lain-lain; berbasis budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, seni, ritual, festival, dan lain-lain; dan berbasis buatan atau artifisial seperti acara olahraga, pameran, konferensi, dan lain-lain.
2. *Accessibility* atau Aksesibilitas, merupakan segenap kemudahan wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata meliputi petunjuk arah, bendera, terminal, biaya perjalanan, dan lain-lain.
3. *Amenities* atau Amenitas, merupakan serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan, dan lain-lain.
4. *Ancillary Service* atau Fasilitas Umum, merupakan ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang juga mendukung terselenggaranya kegiatan wisata seperti mesin ATM, telekomunikasi, rumah sakit, dan lain-lain.
5. *Institutions* atau Kelembagaan, menurut Undang-Undang Republik Indonesia tentang Kepariwisata nomor 10 tahun 2009 lembaga kepariwisataan meliputi keseluruhan institusi pemerintah baik pemerintah pusat maupun daerah, swasta dan masyarakat, sumberdaya manusia, mekanisme operasional, serta regulasi terkait dengan

<sup>34</sup> Yohanes Sulistyadi, dkk. 2019. Pariwisata Berkelanjutan dalam Perspektif Pariwisata Budaya di Taman Hutan Raya Banten. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia. Hlm 19

<sup>35</sup> Ibid. Hlm. 20-23



kepariwisataan. Peran dan fungsi dari pemerintah meliputi sebagai regulator dalam menentukan norma, standar, prosedur, dan kriteria pengembangan kepariwisataan, terlibat dalam manajemen pengembangan kepariwisataan, sebagai fasilitator dalam program promosi dan pemasaran kepariwisataan nasional, bekerjasama dengan pemangku kepentingan lainnya untuk menyusun Peraturan Daerah Kabupaten/Kota dan mengimplementasikannya sesuai amanah Undang-Undang. Sedangkan swasta meliputi Badan Promosi Pariwisata Indonesia dan Badan Promosi Pariwisata Daerah; serta Gabungan Industri Pariwisata Indonesia yang terdiri dari pengusaha pariwisata, asosiasi usaha pariwisata, asosiasi profesi yang terkait langsung dengan pariwisata. Dan masyarakat berperan sebagai pelaku usaha, tenaga kerja, maupun tuan rumah dalam menyelenggarakan kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi.

Maka dari itu, budaya berkaitan erat dengan destinasi wisata ataupun pariwisata. Budaya merupakan hasil karya masyarakat yang mencakup cipta, rasa, dan karsa manusia. Sedangkan pariwisata merupakan rangkaian perjalanan baik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan suatu tujuan. Hubungan antara budaya dan pariwisata sendiri tercipta karena budaya berhubungan langsung dengan tempat yang didiami oleh masyarakat. Adanya budaya di tempat pariwisata dapat memberikan nilai lebih bagi wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Budaya juga mempengaruhi prospek dari kegiatan pariwisata karena budaya mencerminkan keadaan sosial dan alam suatu wilayah yang menjadi destinasi wisata. Budaya tidak akan pernah lepas dengan pariwisata, tanpa adanya budaya kegiatan pariwisata tidak akan menarik lagi dikarenakan budaya merupakan faktor yang dapat menarik perhatian para wisatawan. Disisi lain, pariwisata bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan-keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. Sehingga pariwisata dan budaya membentuk hubungan saling



menguntungkan, pariwisata tanpa budaya hanya akan menjadi perjalanan biasa begitupun dengan budaya tanpa ada pariwisata maka budaya tersebut tidak bisa dikenali oleh masyarakat luas.<sup>36</sup>

Konsep wisata dan budaya yang saling berkaitan akhirnya berkembang memunculkan konsep baru yang dikenal dengan konsep ekowisata. Menurut Goeldner ekowisata merupakan bentuk perjalanan menuju kawasan yang masih alami bertujuan untuk memahami budaya dan sejarah dari lingkungan, menjaga integritas ekosistem, dan menciptakan kesempatan ekonomi untuk membuat sumberdaya konservasi dan alam menguntungkan bagi masyarakat lokal.<sup>37</sup>

Konsep ekowisata muncul karena hadirnya pariwisata selain membawa dampak yang positif juga membawa dampak negatif bagi lingkungan sekitar pariwisata dan sosial budaya masyarakat. Maka dari itu konsep ekowisata berkembang sebagai refleksi dari kesadaran dan perlindungan lingkungan, budaya dan nilai-nilai moral yang ada di masyarakat, dan kesadaran untuk meningkatkan kehidupan masyarakat sekitar. Melalui konsep ekowisata hadirlah bentuk kegiatan wisata yang dapat meminimalisir dampak negatif yang diterima bagi masyarakat maupun lingkungannya. Dalam implementasinya konsep ini memiliki tiga pilar, yaitu sebagai berikut :38

1. Perlindungan terhadap ekologi,
2. Meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar,
3. Meminimalisasi dampak sosial dan budaya di masyarakat.

Selain tiga pilar tersebut, juga terdapat prinsip yang harus dilaksanakan dalam pengembangan ekowisata. Menurut The Ecotourism Society, Epler Wood menyebutkan terdapat delapan prinsip, yaitu :<sup>39</sup>

<sup>36</sup> Ibid, Hlm. 31-32

<sup>37</sup> Op. cit. Istijabul Aliyah, dkk. Hlm. 14

<sup>38</sup> Dr. Dhian Tyas Untari, SE., MM. 2019. Manajemen Pemasaran: Kasus Dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. Banyumas: Penerbit CV. Pena Persada Redaksi. Hlm. 67

<sup>39</sup> Op. cit. Istijabul Aliyah, dkk. Hlm. 15-16



1. Mencegah dan menanggulangi dampak dari aktivitas wisatawan terhadap alam dan budaya,
2. Pendidikan konservasi lingkungan. Dilakukan dengan memberikan pendidikan kepada wisatawan dan masyarakat setempat mengenai pentingnya arti konservasi,
3. Pendapatan langsung untuk wisatawan. Dilakukan dengan mengatur agar kawasan yang digunakan untuk ekowisata dan manajemen pengelola kawasan pelestarian dapat menerima langsung pendapatan yang kemudian dapat dipergunakan secara langsung untuk membina, melestarikan, dan meningkatkan kualitas kawasan pelestarian alam,
4. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan. Masyarakat turut serta dalam merencanakan pengembangan ekowisata dan dalam pengawasannya,
5. Penghasilan masyarakat. Adanya penghasilan untuk masyarakat dari kegiatan ekowisata mendorong masyarakat menjaga kelestarian kawasan alam,
6. Menjaga keharmonisan dengan alam. Semua upaya pengembangan fasilitas dan utilitas harus tetap menjaga keharmonisan dengan alam. Apabila terdapat upaya yang tidak selaras dengan alam maka memungkinkan akan merusak produk wisata. Sehingga perlu untuk menghindari dari penggunaan minyak, mengkonservasi flora dan fauna, serta menjaga keaslian budaya masyarakat,
7. Daya dukung lingkungan,
8. Peluang penghasilan pada porsi yang besar terhadap negara. Apabila suatu kawasan pelestarian berkembang, maka devisa dan belanja wisatawan didorong dapat dinikmati oleh negara maupun pemerintah daerah.

### 2.2.3 Konsep Implementasi Strategi

Secara konsep, implementasi strategi merupakan bagian dari Manajemen Strategi.

Manajemen strategi merupakan seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi



dan implementasi strategi yang didesain untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Tujuan organisasi tersebut mengarah pada peningkatan kinerja yang tidak hanya ditentukan seberapa baik formulasi strategi tetapi ditentukan oleh seberapa efektif implementasi strategi.<sup>40</sup> Menurut Barney manajemen strategi merupakan proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi, sedangkan strategi sendiri berarti pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi dapat mempertahankan kinerjanya. Selain itu strategi juga dapat dipahami sebagai keseluruhan rencana mengenai penggunaan sumber daya untuk menciptakan suatu posisi yang menguntungkan. Certo mengartikan manajemen strategi sebagai sebuah analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif.<sup>41</sup> Sedangkan, Solihin mendefinisikan manajemen strategi sebagai suatu proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian berbagai keputusan dan tindakan strategis dari perusahaan untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif.<sup>42</sup> Dalam dunia militer, strategi didefinisikan sebagai perencanaan untuk memimpin suatu kekuatan perang agar dapat menang dalam pertempuran. Dan dalam dunia bisnis, strategi merupakan metode untuk berkompetisi melalui tindakan pengefektifan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>43</sup> Dengan demikian manajemen strategi dapat dipahami sebagai suatu proses perencanaan, pengarahan, penerapan, dan aksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan maupun suatu lembaga untuk mencapai tujuan atau sasarannya secara unggul. Dan strategi sendiri dapat dimaknai sebagai sebuah perencanaan awal yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditargetkan.

<sup>40</sup> Dr. Darmin Ahmad Pella. 2016. *Problem Implementasi Strategi: Temuan dan Atasi Penyebab Kegagalan Implementasi di Organisasi Anda*. Jakarta: Penerbit Aida Infini Maksima. Hlm. -

<sup>41</sup> Zuriani Ritonga. 2020. *Manajemen Strategi*. Sleman: Deepublish Publisher. Hlm. 3-4

<sup>42</sup> Ibid. Hlm. 5

<sup>43</sup> Musa Habeis Mukhammad. 2008. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. Hlm. 19



Menurut Kuncoro terdapat tiga tahapan dalam manajemen strategi, ketiga hal tersebut terdiri dari formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Hal yang termasuk dalam formulasi strategi adalah mengembangkan misi, mengenali peluang dan ancaman eksternal, menetapkan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan. Implementasi strategi meliputi pengembangan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, mengubah arah usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, maupun menghubungkan kompensasi perusahaan dengan prestasi organisasi. Sedangkan evaluasi strategi sendiri merupakan tahap terakhir yang menunjukkan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik.<sup>44</sup>

Konsep implementasi strategi memiliki definisi sebagai proses penerjemahan strategi menjadi tindakan organisasional melalui desain struktur organisasi, perencanaan sumber daya, dan pengelolaan perubahan strategik dalam organisasi. Definisi lain dari implementasi strategi adalah suatu proses komunikasi, interpretasi, adopsi, dan pelaksanaan rencana strategik. Dalam mengimplementasikan strategi dibutuhkan koordinasi dan integrasi seluruh pihak di dalam organisasi. Koordinasi ini dapat dilihat secara vertikal dan horizontal, yang mana secara vertikal implementasi strategi menghubungkan jabatan profesional dari level direksi hingga karyawan. Sedangkan secara horizontal implementasi strategi menghubungkan departemen dengan fungsional yang berbeda, mulai dari keuangan, pemasaran, produksi, kualitas, SDM, hingga pada urusan umum.<sup>45</sup>

Dalam proses implementasi strategi Bernard Marr menjabarkan terdapat 10 prinsip yang harus dilaksanakan. 10 prinsip tersebut meliputi:<sup>46</sup>

<sup>44</sup> Ibid. hlm. 14-15

<sup>45</sup> Dr. Damin Ahmad Pella. Op. cit. Hlm. 1

<sup>46</sup> Efri Novianto, 2019. Manajemen Strategis. Sleman; Deepublish Publisher. Hlm, 15



1. Kejelasan strategi,
2. Pengumpulan indikator kinerja yang tepat,
3. Pelaksanaan analisis manajemen kinerja,
4. Penciptaan budaya belajar yang positif,
5. Perolehan kepercayaan internal,
6. Penjajaran atau pengarahan organisasi,
7. Perbaruan sistem terus menerus,
8. Komunikasi dan pelaporan yang baik,
9. Implementasi *software* pendukung,
10. Dedikasi sumber daya dan waktu.

Disisi lain terdapat suatu hal yang mampu menghambat proses implementasi strategi. Hal-hal yang menjadi suatu masalah atau penghambat dari proses implementasi strategi adalah sebagai berikut :<sup>47</sup>

1. Kelemahan ketrampilan manajemen dari manajer atau karyawan utama yang berperan dalam implementasi strategi,
2. Pemahaman peran yang lemah dari manajer dan karyawan kunci mengenai peran mereka dalam proses implementasi strategi,
3. Kekurangan kemampuan kepemimpinan di level strategik, taktis, maupun pada operasional,
4. Ketidakjelasan pendefinisian program dan aktivitas kunci apa saja yang harus dilakukan untuk mendetailkan implementasi strategi,

<sup>47</sup> Dr. Damir Ahmad Pella, Op. cit. Hlm. -

5. Adanya kelemahan komitmen karyawan dikarenakan kurang pemahaman terhadap strategi organisasi,
6. Kurang pelatihan dan instruksi mengenai implementasi strategi yang diberikan kepada seluruh karyawan,
7. Lemahnya proses koordinasi antar departemen,
8. Rendahnya kompetensi karyawan,
9. Ketidakjelasan tanggungjawab karyawan,
10. Lemahnya sistem informasi,
11. Tidak efektifnya sistem kontrol dan monitor.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu garis besar konsep atau sebuah alur pikir yang dijadikan pedoman oleh penulis dalam melakukan penelitian. Berikut adalah alur pikir penulis dalam melakukan penelitian :



## Bagan 2.2 Kerangka Pikir Penelitian

1. Kunjungan wisatawan Kabupaten Blitar masih dibawah Kabupaten Kediri, sedangkan Kabupaten Blitar lebih memiliki banyak destinasi wisata dan *event* unggulan.
2. *Event Serang Culture Festival* telah terselenggara lima kali, yaitu dari tahun 2015 hingga 2019 di Pantai Serang.
3. Kunjungan wisatawan di Pantai Serang tahun 2019 masih diperingkat 12 dari 71 destinasi wisata yang tercatat dengan jumlah 52.779 meskipun adanya *Serang Culture Festival*.

Pemerintah Desa Serang berharap melalui *Serang Culture Festival* akan semakin dilestarikannya tradisi dan budaya di Blitar, semakin dikenalnya Pantai Serang, adanya peningkatan jumlah pengunjung, dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat.

### Serang Culture Festival sebagai Strategi Branding Destinasi Wisata dan Budaya di Kabupaten Blitar

#### **Teori Collaborative Destination Branding :**

1. **Precondition** : Belum menunjukkan adanya kolaborasi antara Disparbudpora, Perhutani, dan Pemdes Serang, pada tahap ini hanya dilakukan oleh Pemdes Serang dan masyarakat.
2. **Problem Setting** : Adanya kolaborasi antara Disparbudpora, Pemdes Serang, *media partner*, dan Duta Pariwisata dalam hal promosi. Sedangkan Perhutani belum mengambil andil.
3. **Direction Setting** : Penentuan arah pada tahap ini hanya dilakukan oleh Pemdes Serang dan panitia. Kolaborasi antar lembaga yang terlibat terdapat pada pola komunikasi yang terjalin.
4. **Implementation** : Telah menunjukkan kolaborasi yang baik. Seluruh pihak telah menjalankan peran dan tanggungjawabnya. Kolaborasi melibatkan banyak pihak lainnya, seperti Dinas Pendidikan, TNI, Polri, maupun media penyiaran.
5. **Evaluation** : Seluruh pihak kecuali Disparbudpora terlibat dalam tahap evaluasi. Ketidakterlibatan Disparbudpora patut disayangkan karena evaluasi merupakan tahap berbagi pendapat agar dapat menemukan kesalahan dan perbaikan untuk *Serang Culture Festival* berikutnya.
6. **Outcome** : Telah mencapai Ekuitas Merek dan tercapainya tiga dari empat tujuan. Tujuan yang tercapai meliputi melestarikan tradisi dan budaya di Blitar, memperkenalkan Pantai Serang lebih luas, dan peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Sedangkan tujuan yang belum tercapai adalah peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Masih diperlukan peningkatan kolaborasi antara pihak yang terlibat beserta dengan pelaksanaan perannya. Dari segi pendapatan desa, *Serang Culture Festival* menunjukkan telah memberikan kontribusi yang diperoleh dari penjualan tiket wisata.

#### **Hasil dari penelitian ini adalah :**

1. *Event Serang Culture Festival* yang telah terselenggara lima kali telah mampu menjadi *brand* Desa Serang.
2. Pelaksanaan *Serang Culture Festival* telah memenuhi seluruh tahapan strategi *destination branding* namun masih memerlukan peningkatan kolaborasi pihak yang terlibat.

#### **Faktor Pendukung :**

1. Kepemimpinan
2. Partisipasi dari Masyarakat
3. Bantuan SDM
4. Kondisi Geografis
5. Fasilitas yang Mendukung

#### **Faktor Penghambat :**

1. Pandemi Covid-19
2. Banjir
3. Kekurangan SDM
4. Runtutan Rangkaian Acara
5. Daya Beli Rendah

## BAB III

### METODE PENELITIAN

Metode Penelitian merupakan suatu langkah untuk mendapatkan informasi melalui serangkaian proses penelitian dan dengan menggunakan pemikiran yang kritis. Dalam bab ini penulis akan menjabarkan beberapa sub-bab yang menjadi pegangan dalam melakukan penelitian, diantaranya jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik triangulasi data.

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian dalam Bahasa Inggris disebut dengan *research* yang berarti serangkaian kegiatan yang kompleks, detail, dan komprehensif dari suatu hal yang diteliti.<sup>48</sup> Soejono Soekanto mengartikan penelitian sebagai kegiatan ilmiah yang didasarkan pada analisis dan konstruksi yang dilakukan secara sistematis, metodologis, dan konsisten dengan tujuan untuk mengungkap kebenaran sebagai salah satu manifestasi keinginan manusia untuk mengetahui yang dihadapinya. Sanapiah Faisal mendefinisikan penelitian sebagai suatu aktivitas dalam menelaah suatu problem dengan menggunakan metode ilmiah secara tertata dan sistematis untuk menemukan pengetahuan baru yang dapat diandalkan kebenarannya mengenai dunia alam dan sosial. Sedangkan Soetrisno Hadi mengungkapkan bahwa penelitian ialah usaha menemukan segala sesuatu untuk mengisi kekosongan yang ada, menggali lebih dalam yang telah ada, mengembangkan dan memperluas, serta menguji kebenaran dari apa yang telah ada namun masih diragukan.<sup>49</sup>

Pada penelitian kali ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, biasanya

<sup>48</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan. 2018. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak. Hlm. 7

<sup>49</sup> Dr. Rukin, S.Pd., M.Si. 2019. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. Hlm. 3-4



digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah, yangmana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna.<sup>50</sup> Paradigma dalam metode penelitian kualitatif adalah paradigma *interpretative*. Sehingga dalam penelitian kualitatif memandang objek sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran dan interpretasi terhadap gejala yang diamati, serta utuh karena setiap aspek dari objek tersebut mempunyai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.<sup>51</sup>

Pada penelitian ini menjelaskan, menggambarkan, dan menganalisa strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Serang dan panitia dalam pelaksanaan *event Serang Culture Festival*. Dalam penelitian ini juga melihat apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dari strategi serta pelaksanaan yang telah dilakukan dalam *branding* destinasi wisata dan budaya setempat melalui *event* yang dilakukan. Sehingga metode penelitian kualitatif dianggap tepat karena metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan data yang mengandung makna.<sup>52</sup> Hal tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh penulis, agar penulis mampu menyuguhkan data sedalam mungkin berkenaan dengan strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Serang.

### 3.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan titik pusat yang menjadi objek penelitian. Adanya fokus penelitian ini memiliki dua tujuan, yang meliputi dapat membatasi studi yang berarti penentuan tempat penelitian menjadi lebih layak dan fokus penelitian akan efektif menetapkan kriteria untuk menjaring informasi yang mengalir masuk. Hal terpenting dari fokus penelitian adalah dapat

<sup>50</sup> Prof. Dr. Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta CV. Hlm. 9

<sup>51</sup> Ibid. Hlm. 10

<sup>52</sup> Ibid. Hlm. 9



membuat peneliti terhindar dari pengumpulan data yang tidak relevan dengan masalah dan tujuan penelitian.<sup>53</sup>

Penelitian ini berfokus pada hal yang utama yaitu strategi yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Serang dalam penyelenggaraan *event Serang Culture Festival*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teori *Collaborative Destination Branding*. Sehingga akan ditemukan bagaimana strategi yang dijalankan serta hal-hal yang dapat mendukung dan menghambat dari strategi dan pelaksanaan *event* tersebut.

### 3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang digunakan untuk melakukan penelitian. Penetapan lokasi penelitian menjadi penting, karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah penulis dalam melakukan penelitian.<sup>54</sup> Fokus lokasi pada penelitian ini adalah di wilayah Pantai Serang yang berlokasi tepat di Desa Serang Kecamatan Panggungrejo Kabupaten Blitar. Penulis juga meneliti beberapa instansi terkait agar dapat memperoleh data yang dibutuhkan. Instansi yang diteliti adalah meliputi Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar dan Kantor Desa Serang.

### 3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif merupakan bahan-bahan yang direkam atau ditulis secara aktif oleh peneliti tersebut. Bahan-bahan tersebut mencakup hal khusus yang masih merupakan bahan mentah yang akan terlibat dan menjadi unsur penting dalam proses analisis.<sup>55</sup>

Kegunaan sumber data ini adalah menunjang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Setiap

<sup>53</sup> Rahel Widiawati Kimbal, M.E. 2015. *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. Hlm. 65

<sup>54</sup> Iwan Hermawan, S.Ag., M.Pd.I. 2019. *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi dan Metodologi*. Kuningan: Hidayatul Quran. Hlm. 131

<sup>55</sup> P.Ratu Ile Tokan. 2016 *Manajemen Penelitian Guru*. Jakarta: Grasindo. Hlm. 75



penelitian akan memerlukan data penting baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan permasalahan yang diteliti agar tujuan penelitian dapat tercapai. Sumber data sendiri terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

### 3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti.<sup>56</sup> Sehingga data primer dapat dimengerti sebagai data utama yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara mendalam atau *in depth interview* kepada subjek yang terlibat langsung dalam penelitian. Misalnya, Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar, Kepala Desa Serang, panitia pelaksana *event Serang Culture Festival*, dan sebagainya.

### 3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Data tersebut dapat melalui dokumen atau sumber resmi lainnya.<sup>57</sup> Sehingga data sekunder merupakan data pelengkap dari data primer agar informasi yang diperoleh dari penelitian lebih akurat dan detail. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari arsip dan dokumen yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar dan Kantor Desa Serang.

## 3.5 Teknik Penentuan Informan

Informan atau yang biasa disebut dengan narasumber merupakan sampel dari penelitian kualitatif. Informan atau narasumber adalah seseorang yang akan menyampaikan informasi ketika diwawancarai. Penentuan seorang narasumber dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan

<sup>56</sup> Ibid.

<sup>57</sup> Ibid.

pertimbangan dan tujuan tertentu.<sup>58</sup> Penulis telah menentukan anggota sampelnya yang dapat disebut sebagai informan sesuai dengan kemampuan. Berikut adalah daftar informan pada penelitian ini :

**Tabel 3.1**  
**Daftar Informan**

NO	NAMA INFORMAN	INFORMAN
1.	Bapak Hastomo Ali, STT. PAR	Seksi Promosi Pariwisata Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Blitar
2.	Bapak Dwi Handoko	Kepala Desa Serang dan Penanggungjawab <i>event Serang Culture Festival</i>
3.	Ibu Umi Syaadah	Bendahara BUMDES Desa Serang
4.	Mas Rudi	Sekretaris Pokdarwis Desa Serang
5.	Mas Havis Dimas	Panitia Internal <i>Serang Culture Festival</i>
6.	Ibu Anti	Penjual/ Masyarakat Di Sekitar Pantai Serang
7.	Refondi Ramadha	Duta Pariwisata 2019
8.	Ilham Canggih	Wisatawan/ Duta Wisata 2019
9.	Andhira	Wisatawan
10.	Fitria Rahmawati	Wisatawan

Sumber : Diolah penulis, 2021.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan suatu data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan

<sup>58</sup> Prof. Dr. Sugiyono, Op. Cit. Hlm. 216



data dilakukan pada *natural setting*, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara, dan dokumentasi.<sup>59</sup> Berikut adalah penjelasan dari teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis :

### 3.6.1 Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan untuk sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti dan apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Sehingga dengan melakukan wawancara peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak ditemukan melalui observasi.<sup>60</sup>

Wawancara terbagi kedalam tiga jenis, yaitu wawancara terstruktur, semiterstruktur, dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan jika peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang akan diperoleh. Dalam melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Wawancara semiterstruktur disebut juga wawancara mendalam atau *in dept interview* merupakan wawancara dengan tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka dengan cara pihak yang diwawancara dimintai pendapat serta idenya. Sedangkan pada wawancara tidak terstruktur dilakukan lebih bebas oleh peneliti, karena dalam wawancara jenis ini peneliti tidak menyiapkan pedoman wawancara secara tersusun secara sistematis dan lengkap. Pedoman wawancara yang digunakan merupakan dari garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>61</sup>

<sup>59</sup> Ibid. Hlm. 224-225

<sup>60</sup> Ibid. Hlm. 231-232

<sup>61</sup> Ibid. Hlm. 233

### 3.6.2 Observasi

Menurut Nasution observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Dan Marshall menyatakan bahwa melalui observasi peneliti akan belajar mengenai perilaku dan makna dari perilaku tersebut.<sup>62</sup> Objek dalam melakukan observasi dapat disebut sebagai situasi sosial yang meliputi tempat, pelaku, dan aktivitas yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis telah mengobservasi wilayah Pantai Serang, Kantor Desa Serang, serta Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar yang berkaitan dengan perilaku dan aktivitas strategi *branding* destinasi wisata dan budaya di Pantai Serang.

### 3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi atau studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental. Dengan adanya dokumentasi sebagai pelengkap data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, akan membuat hasil penelitian menjadi lebih kredibel.<sup>63</sup> Dokumen yang ditinjau oleh penulis adalah dokumen yang disimpan oleh Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Blitar dan Kantor Desa Serang berkaitan dengan *event Serang Culture Festival*.

## 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah pengumpulan data dilakukan dalam periode tertentu. Miles dan Huberman menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus

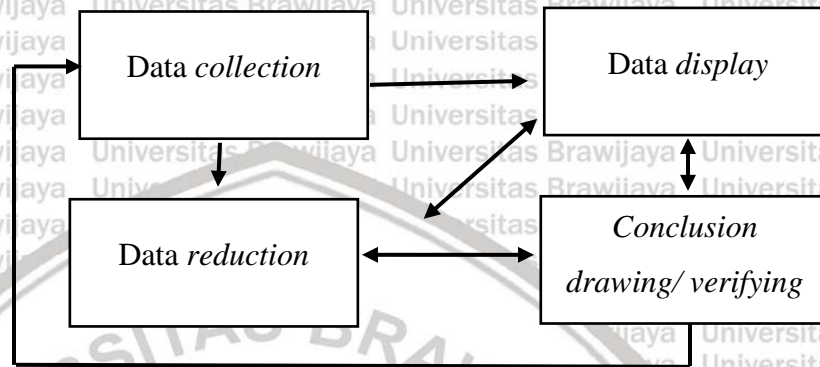
<sup>62</sup> Ibid. Hlm. 226

<sup>63</sup> Ibid. Hlm. 240



menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data sendiri meliputi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.<sup>64</sup>

**Bagan 3.1**  
**Analisis Data menurut Miles dan Huberman**



Sumber: Prof. Dr. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.  
Diolah penulis, 2020

Berikut adalah penjelasan dari analisis data menurut Miles dan Huberman :

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal penting, serta dicari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam melakukan reduksi data, peneliti akan dipandu oleh tujuan yang hendak dicapai. Dalam penelitian kualitatif tujuan utamanya adalah pada temuan. Sehingga mereduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan, dan kedalaman wawasan yang tinggi.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Langkah selanjutnya setelah dilakukannya reduksi data adalah *mendisplaykan* atau menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam

<sup>64</sup> Ibid: Hlm. 246

bentuk uraian singkat, bagan, tabel, grafik, pie chard, pictogram, dan sejenisnya.

Melalui model penyajian data tersebut, maka data akan terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah untuk dipahami. Model penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah uraian yang bersifat naratif.

### 3. *Conclusion Drawing/ Verification*

Langkah terakhir dalam melakukan analisis data adalah dengan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal tetapi mungkin juga tidak dapat menjawab. Karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan sebuah temuan baru yang belum pernah ada. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang belum jelas dan menjadi lebih jelas setelah diteliti, dapat pula berupa hubungan kausal maupun teori.

### 3.8 Teknik Triangulasi Data

Triangulasi data ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Dengan demikian triangulasi data terbagi kedalam triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.<sup>65</sup> Berikut adalah pemaparannya :

#### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Dari beberapa sumber tersebut kemudian

<sup>65</sup> Ibid: Hlm. 273-274



dideskripsikan dan dikategorikan mana data dari pandangan yang sama, berbeda, dan yang spesifik dari sumber data tersebut.

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya pada data yang diperoleh dari wawancara, peneliti akan melakukan pengecekan dengan langkah observasi, dokumentasi, ataupun kuesioner.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga ikut memengaruhi kredibilitas data. Dalam melakukan pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan langkah wawancara, observasi, maupun teknik lainnya dengan waktu dan situasi berbeda. Bila hasil uji menunjukkan data yang berbeda, maka peneliti harus melakukan pengujian secara berulang-ulang hingga ditemukan kepastian datanya.

**BAB IV****GAMBARAN UMUM**

Bab Gambaran Umum penelitian merupakan bab yang akan memaparkan deskripsi profil dari Kabupaten Blitar. Selain mendeskripsikan profil Kabupaten Blitar, juga akan dideskripsikan lembaga atau instansi pemerintah yang bersangkutan dan Pantai Serang secara khusus. Hal ini agar dapat menjadi pemahaman penelitian yang dilaksanakan oleh penulis pada bab selanjutnya.

**4.1 Profil Kabupaten Blitar**

Kabupaten Blitar merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.588,79 km. Terletak pada 111 25'-112 20' BT dan 7 57-8 9'51 LS yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kediri dan Kabupaten Malang di sebelah Utara, Kabupaten Malang di sebelah Timur, Samudra Indonesia di sebelah Selatan, serta Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Kediri di sebelah Barat. Kabupaten Blitar juga terbelah oleh aliran Sungai Brantas menjadi dua bagian yaitu Blitar Utara dan Blitar Selatan. Terbelahnya dua bagian ini pada akhirnya juga membedakan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Blitar. Yangmana Blitar Utara memiliki potensi yang cocok untuk lahan sawah, sedangkan Blitar Selatan memiliki potensi pada sumber daya alam, produksi hasil bumi, hasil peternakan, perikanan, hasil tambang, serta kekayaan budaya dan peninggalan sejarah yang mempunyai nilai adiluhung tidak ternilai.<sup>66</sup>

Kantor Pemerintah Daerah Kabupaten Blitar berlokasi di Jl. Kusuma Bangsa No. 60 Kanigoro dengan Kode Pos 66171.<sup>67</sup> Visi dan Misi Kabupaten Blitar pada tahun 2016-2021 saat dipimpin

<sup>66</sup> <https://www.blitarkab.go.id/2012/06/06/gambaran-umum-2/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 08:22 WIB

<sup>67</sup> <https://www.blitarkab.go.id/lokasi/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 08:27 WIB



oleh Drs. H. Rijanto, MM dan Marhaenis Urip W, S. SOS sebagai Wakil Bupati Blitar adalah sebagai berikut :<sup>68</sup>

**Visi :**

Menuju Kabupaten Blitar lebih sejahtera, maju, dan berdaya saing.

**Misi :**

1. Meningkatkan taraf kehidupan masyarakat melalui akselerasi program pengentasan kemiskinan, optimalisasi dan pengembangan program pembangunan dan kemasyarakatan yang tepat sasaran ;
2. Memantapkan kehidupan masyarakat berlandaskan nilai-nilai keagamaan (religius), kearifan lokal dan hukum melalui optimalisasi kehidupan beragama dan kehidupan sosial, serta penerapan peraturan perundang-undangan ;
3. Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) masyarakat melalui peningkatan mutu bidang pendidikan (termasuk di dalamnya adalah wawasan kebangsaan, budi pekerti, praktek keagamaan) dan kesehatan serta kemudahan akses memperoleh pendidikan dan pelayanan kesehatan yang memadai ;
4. Meningkatkan tata kelola pemerintahan yang baik melalui reformasi birokrasi, serta pelayanan publik berbasis teknologi informasi ;
5. Meningkatkan keberdayaan masyarakat dan usaha ekonomi masyarakat yang memiliki daya saing melalui peningkatan ketrampilan dan keahlian, pengembangan ekonomi kerakyatan berbasis Koperasi dan UMKM, ekonomi kreatif, jiwa kewirausahaan, potensi lokal daerah dan penguatan sektor pariwisata serta pemanfaatan sumber daya alam dengan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup ;

<sup>68</sup> <https://www.blitarkab.go.id/2016/02/24/visi-dan-misi-kabupaten-blitar/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 08:31 WIB

6. Meningkatkan pembangunan berbasis desa dan kawasan perdesaan melalui optimalisasi penyelenggaraan pemerintahan desa, pembangunan, pembinaan kemasyarakatan dan pemberdayaan masyarakat desa.

#### 4.2 Pantai Serang

Pantai Serang merupakan destinasi wisata yang terletak di Desa Wisata Serang Kecamatan Panggungrejo Kabupaten Blitar, disinilah lokasi dilaksanakannya *event Serang Culture Festival*.

Wisata Pantai Serang merupakan usaha pariwisata yang mengintegrasikan daya tarik wisata alam, budaya, dan juga buatan. Usaha pariwisata ini dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes)

Serang dengan tata kelola dan *management* yang baik serta akuntabel untuk memberikan peningkatan pendapatan masyarakat dan pendapatan asli desa. Fasilitas pendukung di Pantai

Serang dapat dikatakan sangat memadai, diantaranya meliputi penginapan, warung makan, toko cenderamata, balai pertemuan, pusat informasi pariwisata, toilet umum, area parkir, tempat sampah, jaringan telekomunikasi, serta jaringan listrik.

Untuk dapat mencapai Pantai Serang jarak yang harus ditempuh dari Surabaya adalah 172km dengan perkiraan waktu sekitar 4jam, sedangkan dari ibukota Kabupaten yaitu Kanigoro adalah berjarak 35.4km dengan perkiraan waktu 1jam 6menit, dan dari Kecamatan Panggungrejo adalah dengan jarak 19,8km dengan waktu tempuh sekitar 41menit. Sebelum dapat menikmati sajian alam dan fasilitas yang tersedia, wisatawan harus terlebih dahulu membeli tiket masuk dengan harga Rp. 7.000 (ketika hari biasa) dan Rp. 15.000 (ketika terdapat *event*).<sup>69</sup> Tidak sulit untuk menemukan Pantai Serang, sebab ketika sudah memasuki daerah Lodoyo terdapat tanda petunjuk arah menuju Pantai Serang. Selain itu, destinasi wisata ini juga sudah akurat di aplikasi Google Maps yang sudah tersedia di semua *smartphone* sehingga kekhawatiran akan tersesat saat menuju

<sup>69</sup> [https://sasmita.blitarkab.go.id/detail\\_artikel?k=wisata&i=12](https://sasmita.blitarkab.go.id/detail_artikel?k=wisata&i=12). Diakses pada Selasa, 19 Januari 2021 pukul 20:00 WIB.



destinasi Pantai Serang sangat minimal. Seperti yang diutarakan salah satu informan yang sudah sering mengunjungi Pantai Serang sejak tahun 2016 lalu,

“Daripada akses pantai yang lainnya Serang itu lebih mudah mbak jadi enak gitu dan lebih dekat sih, jalannya enak kalau yang lainnya kan aksesnya masih susah terus pemandangan disana juga bagus buat *sunset* apalagi”<sup>70</sup>

Selain adanya fasilitas pendukung dan destinasi mudah ditemukan, Pantai Serang juga indah secara alami. Bukan hanya *sunset* yang dapat memanjakan mata, tapi Pantai Serang juga memiliki ombak yang mendukung untuk *surfing* dan bentang pantai yang luas sehingga nikmat untuk dimanfaatkan kegiatan susur pantai. Apabila wisatawan ingin menyusuri pantai dengan cara yang tidak terlalu melelahkan, terdapat pula penyewaan motor ATV dengan harga Rp. 50.000/ 30 menit dan Rp. 100.000/ 1 jam. Di Pantai Serang juga memiliki Konservasi Penyu yang dikelola sendiri oleh Pemerintah Desa dan masyarakat. Konservasi Penyu tersebut berabgkat dari kepedulian Pemerintah Desa Serang dan masyarakat setempat terhadap habitat serta keberlangsungan kehidupan penyu. Masyarakat setempat juga mendapatkan edukasi mengenai perlunya untuk menjaga keberlangsungan hidup penyu. Yang pada akhirnya membuat masyarakat sadar apabila menemukan telur penyu maka akan diserahkan ke konservasi penyu. Pada bulan tertentu, anak penyu atau tukik akan dilepas kembali ke laut. Pelepasan tukik ini merupakan bagian dari rangkaian acara *Serang Culture Festival*.

Adanya *event Serang Culture Festival* juga menambah daya tarik dari Pantai Serang, meskipun festival tersebut hanya terselenggara satu tahun sekali. Penyelenggaraan festival tersebut selalu bertepatan bulan Sura (menurut kalender Jawa) karena sudah budaya masyarakat setempat pula ketika bulan Sura dilaksanakannya ritual budaya Larung Sesaji lalu diikuti dengan *event*

<sup>70</sup> Wawancara dengan Informan (Fitria Rahmawati), pada Selasa, 22 Desember 2020 pukul 19:00 WIB.



Serang Culture Festival. Dan di Pantai Serang juga menyisahkan sepenggal cerita sejarah nasional berkenaan dengan perjuangan Pahlawan PETA dari Blitar, yaitu Supriyadi ditandai dengan dibangunnya Monumen Supriyadi di halaman depan Pantai. Disampaikan oleh salah satu informan yang merupakan masyarakat setempat sekaligus menjabat sebagai sekretaris Pokdarwis Pantai Serang dan sebagai pengelola Pantai Serang bahwa adanya Monumen tersebut bertujuan untuk mengenang Supriyadi, terlebih Pahlawan Supriyadi pernah singgah untuk tinggal di Desa Serang, “menurut sejarah Pak Supriyadi pernah menetap disini tinggal disini awal mula timbulnya ide ini dari sejarah orang-orang yang sering waktu ada harinya Pak Supriyadi disini kan sering ada kaya Macapatan dulu ada upacara untuk memperingati hari Pemberontakan PETA dari sejarah yang saya dengar waktu dibacakan itu awal mula timbulnya ide untuk pemberontakan PETA dari sini disitu kan ada petilasannya juga karena dulu tinggal disini jadi dibangun untuk mengenang”<sup>71</sup>

Dalam pengelolaan dan pengembangan Pantai Serang, melibatkan beberapa pihak diantaranya Pemerintah Desa Serang, Disparbudpora Kabupaten Blitar, dan Perhutani KPH Blitar. Pembagian peran dan tanggungjawabnya dalam pengelolaan dan pengembangan Pantai Serang sesuai dengan Perjanjian Kerja Sama yang ditandatangani ketiga lembaga pada Juni 2018. Adanya Perjanjian Kerja Sama tersebut menjadikan terbaginya tugas serta pembagian pendapatan dari penjualan tiket wisata. Disparbudpora dalam hal ini berperan dalam pengembangan daya tarik wisata, pemberdayaan usaha di sektor pariwisata, membantu dalam mempromosikan destinasi wisata, dan menangani perihal izin pelaksanaan suatu acara. Sedangkan Perhutani berperan dalam perlindungan hutan untuk kelestarian kawasan kehutanan di pesisir Pantai Serang.<sup>72</sup> Dan berdasarkan tugas dan tanggungjawab tersebut kemudian Pemerintah Desa Serang melalui Bumdes membentuk tim khusus untuk mengelola dan mengembangkan Pantai Serang. Seperti

<sup>71</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.

<sup>72</sup> Sundari dan Ida Ayu Suryasih, Op. cit.



yang diungkapkan Mas Havis selaku Panitia Internal dan Anggota Pengelola Pantai, sebagai berikut :

“Ikut, saya ikut manajemen Pantai Serang piketnya itu seminggu tiga kali tapi hampir setiap hari ke pantai mbak kebetulan tugas saya di pos pantau pinggir pantai pembagiannya dari Bumdes ada yang di portal, di pos pantau, ada yang di *camping ground*, ada yang di konservasi penyul kalau mengenai penjual itu Pokja Kelompok Kerja Pantai Serang.”<sup>73</sup>

Sebelum adanya Perjanjian Kerja Sama, pengelolaan dan pengembangan Pantai Serang seluruhnya berada di bawah Disparbudpora Kabupaten Blitar. Sehingga untuk perkembangan destinasi wisatanya cenderung lambat. Akibatnya masyarakat yang berwirausaha di Pantai Serang juga sedikit. Pantai Serang kala itu belum dapat dijadikan lokasi untuk mendongkrak kesejahteraan masyarakat setempat. Seperti yang disampaikan Ibu Umi Sya’adah selaku bendahara Bumdes Serang :

“kalau wisata pantai dari dulu sudah termasuk wisata tapi dikelolanya bukan desa yang mengelola itu Dinas Pariwisata semua dipegang oleh Dinas Pariwisata tapi 2018 akhir mulai Juni ada PKS Perjanjian Kerja Sama antara Perhutani, Dinas Pariwisata, dan Desa untuk *ticketing*-nya dan kawan-kawannya dikelola oleh mereka ketiga karena ini punya Desa, Desa sebelumnya tidak punya apa-apa sebelumnya *pure* Dinas Pariwisata yang menangani dulunya yang berjualan di pantai tidak ada Pak Lurah yang merintis pertama kali sekarang maju semakin banyak yang berjualan sebenarnya karena dorongan dari Pak Lurah masyarakat mau.”<sup>74</sup>

Kemudian dengan adanya Perjanjian Kerja Sama yang ditandatangani ketiga lembaga, semakin lama Pantai Serang semakin berkembang. Terlibatnya Pemerintah Desa Serang dalam pengelolaan dan pengembangan Pantai Serang turut mendorong partisipasi masyarakat untuk berkreasi dan menyalurkan ide-idenya. Sehingga ketika akan dilakukan pengembangan destinasi wisata, masyarakat secara sukarela berpartisipasi dan mendukung penuh seluruh arahan dari Pemerintah Desa Serang.

<sup>73</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.

<sup>74</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Umi Sya’adah), pada Rabu, 06 Januari 2021 pukul 10:15 WIB



#### 4.3 Serang Culture Festival

*Serang Culture Festival* merupakan sebuah *event* tahunan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Desa Serang beserta masyarakat di Pantai Serang bahkan telah berjalan lima kali. Awal mula adanya ide untuk melaksanakan festival tersebut adalah diprakarsai oleh Kepala Desa bernama Bapak Dwi Handoko yang saat ini masih menjabat sebagai Kepala Desa selama dua periode. Pak Handoko menuturkan jika :

“Dimulai dari tahun 2015 sebenarnya embrio *culture* sudah ada di Pantai Serang setiap tahun dulu-dulunya sebelum saya menjabat ada yang namanya Larung Sesaji satu Sura nah Larung Sesaji satu Sura itu memang tradisi *culture* kita biasanya satu Sura ini hanya satu hari satu malam lokal saja walaupun dihadiri Pak Bupati saat hari H itu saja jadi ramainya hanya itu setelah dua hari tidak ada aktivitas lagi akhirnya 2015 saya menginisiasi untuk itu kita jadikan *event* wisata tapi kita *creat* untuk jadi kegiatan sebelum dan sesudah dari Larung Sesaji akhirnya muncul ide gagasan kita bikin yang namanya *Serang Culture Festival* karena ada *culture* ini tradisi-tradisi yang sudah ada di kita jadi tahun 2015 kita mulai di bulan September-Oktober akhirnya menjadi *event* tahunan yang sebenarnya ini sudah tahun ke enam tapi karena ada Covid kita tidak bisa melaksanakan”<sup>75</sup>

Dari wawancara yang telah dilakukan bersama Pak Handoko, diketahui bahwa awal mula diadakannya festival tersebut adalah pada tahun 2015 dan terus berlanjut hingga *Serang Culture Festival 5* pada tahun 2019. Ide awalnya adalah dari Pak Handoko yang melihat potensi dari tradisi Larung Sesaji satu Sura yang memang menjadi sebuah tradisi yang masih dipegang teguh oleh masyarakat setempat. Namun pelaksanaan tradisi tersebut hanya dilaksanakan satu hari satu malam oleh masyarakat setempat tanpa ada rangkaian acara yang khusus, kemudian oleh Pak Handoko dibuatlah *event* wisata sebelum dan sesudah dari Larung Sesaji dengan nama *Serang*

<sup>75</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Handoko), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB.



*Culture Festival*. Disampaikan pula oleh Pak Handoko jika rangkaian acara dari *Serang Culture Festival* sangat variatif. Sebagaimana yang diungkapkan sebagai berikut :

“Disitu ada beberapa *event* yang memang berkembang dari awalnya tahun 2015 kita malah lengkap waktu itu ada Larung Sesaji, Festival Layang-Layang, Gerakan Makan Ikan, waktu itu ada *booming* akik jadi Kontes Akik, terus yang tetap ada Larung Sesaji sama Festival Layang-Layang dan Pelepasan Tukik anak penyu terus beberapa kegiatan waktu itu Festival Jaranan itu di 2015 lalu di 2016 kita ada tambahan *event* yang sifatnya modern yaitu Jazz tambah Festival Patung Pasir jadi 2016 ada Festsival Layang-Layang, Festival Patung Pasir, Pelepasan Tukik, Festival Jaranan tetap, Larung Sesaji, Festival Jazz itu yang 2016. 2017 mulai tambah lagi itu tetap berjalan ada tambah Serang Barong Festival sampai di tahun 2019.”<sup>76</sup>

Sehingga diketahui angkaian kegiatan acara dari *Serang Culture Festival* sangatlah variatif, yang dapat dijabarkan lebih jelas pada sebuah tabel berikut ini :

**Tabel 4.1**  
**Rangkaian Acara *Serang Culture Festival***

Nama Festival	Rangkaian Kegiatan Acara
<i>Serang Culture Festival 1</i> tahun 2015	Larung Sesaji, Festival Layang-layang, Gerakan memberi makan ikan, Kontes Batu Akik, Pelepasan Tukik, dan Festival Tari Jaranan
<i>Serang Culture Festival 2</i> tahun 2016	Larung Sesaji, Festival Layang-layang, Pelepasan Tukik, Festival Musik Jazz, Festival Patung Pasir, dan Festival Tari Jaranan
<i>Serang Culture Festival 3</i> tahun 2017	Larung Sesaji, Festival Layang-layang, Pelepasan Tukik, Festival Musik Jazz, Festival Patung Pasir, Festival Tari Barong, dan Festival Tari Jaranan
<i>Serang Culture Festival 4</i> tahun 2018	Larung Sesaji,

<sup>76</sup> Ibid.



	<p>Festival Layang-layang,                  Pelepasan Tukik,                  Festival Musik Jazz,                  Festival Musik Keroncong,                  Festival Patung Pasir,                  Festival Tari Barong,                  Festival Tari Jaranan, dan                  Pengajian Umum 1 Muharam</p>
<p><i>Serang Culture Festival 5 tahun 2019</i></p>	<p>Larung Sesaji,                  Festival Layang-layang,                  Pelepasan Tukik,                  Festival Musik Jazz,                  Festival Musik Keroncong,                  Festival Patung Pasir,                  Festival Tari Barong,                  Festival Tari Jaranan,                  Pantai Serang Bersholawat, dan                  Serang Fishing Festival</p>

Sumber : Wawancara dengan Bapak Handoko selaku Kepala Desa Serang pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB. Diolah penulis, 2021.

Dari penjabaran tabel diatas diketahui rangkaian dari *Serang Culture Festival* sangat beragam dan berkembang. Pada tahun pertama yaitu 2015 hanya terdapat enam rangkaian acara, di tahun kedua yaitu 2016 juga terdapat enam rangkaian acara namun Gerakan memberi makan ikan dan Kontes Batu Akik digantikan dengan Festival Musik Jazz dan Festival Patung Pasir, kemudian tahun 2017 rangkaian acara berkembang menjadi tujuh dengan bertambahnya Festival Tari Barong, begitu pula di tahun 2018 rangkaian acara berkembang menjadi sembilan yaitu dengan bertambahnya Festival Musik Keroncong dan Pengajian 1 Muharram, terakhir di tahun kelima yaitu 2019 berkembang menjadi sepuluh rangkaian acara dengan bertambahnya Serang Fishing Festival. Seluruh rangkaian kegiatan acara dilaksanakan pada hari *weekend* kecuali Upacara Adat/ Ritual Larung Sesaji yang harus dilaksanakan mengikuti kalender Jawa tepat pada tanggal 1 Sura.

*Event Serang Culture Festival* ini merupakan acara festival unggulan yang terdapat di Kabupaten Blitar. Bahkan *event* ini masuk ke dalam Kalender *Event* Pemerintah Kabupaten Blitar



yang dibuat oleh Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar.

Menurut Pak Hastomo Seksi Promosi Pariwisata Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi

Kreatif Disparbudpora Kabupaten Blitar, *Serang Culture Festival* masuk ke dalam Kalender *Event*

karena unik dan memiliki nilai jual yang banyak didatangi wisatawan. Seperti yang disampaikan saat wawancara beberapa waktu lalu sebagai berikut :

“Iya ada, ini *event* yang unik dan memiliki nilai jual untuk didatangi banyak wisatawan sehingga belum ada di desa atau kecamatan lain kegiatan seperti ini yang komplit, bervariasi, dan menarik untuk dikunjungi wisatawan itulah pertimbangan kita untuk dimasukkan kalender *event* potensi untuk didatangi wisatawan dapat dari luar daerah atau bahkan luar negeri juga”.<sup>77</sup>

Kalender *Event* merupakan program Pemerintah Daerah yang saat ini banyak dibuat oleh daerah lainnya, sehingga Pemerintah Kabupaten Blitar juga turut berkonsentrasi dalam pembuatan kalender *event* ini. Selain masuk dalam Kalender *Event* Pemerintah Daerah, *Serang Culture Festival* juga dinilai sebagai sebuah *event* atau festival desa terbesar di Kabupaten Blitar. Hal ini dilandasi karena *Serang Culture Festival* telah mampu mendatangkan wisatawan dari luar daerah bahkan dengan jangkauan yang luas. Tidak tanggung-tanggung bahkan wisatawan yang berkunjung saat adanya *Serang Culture Festival* menjangkau hingga dari Jogja hingga Bandung.

Hal tersebut diungkapkan Pak Handoko sebagai berikut :

“2019 kemarin yang terjauh dari Jogja malah 2018 dari Bandung jadi memang cakupannya luas kita dengan *Serang Culture Festival* akhirnya orang mengenal Pantai Serang”.<sup>78</sup>

Selain itu, Desa Wisata Serang merupakan satu-satunya desa yang menyelenggarakan festival sebesar ini. Hal tersebut dapat diketahui dari kutipan wawancara Bapak Hastomo diatas yang menyatakan jika belum ada di desa atau kecamatan lain kegiatan seperti *Serang Culture*

<sup>77</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Hastomo), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 09:07 WIB.

<sup>78</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Handoko), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB.



*Festival*. Kemudian dipertegas kembali oleh Ibu Umi yang menyampaikan, “Yang mengadakan hanya Serang dan kita jangkauannya sudah sampai antar Provinsi ya se-Jawa Timur”<sup>79</sup> Sehingga *Serang Culture Festival* memang merupakan satu-satunya festival pantai terbesar di Kabupaten Blitar karena menjadi satu-satunya festival yang ada dan sudah menjangkau wisatawan dengan jangkauan yang luas.

Telah terselenggara selama lima kali, membuat *event* ini berkesan di hati masyarakat setempat dan juga wisatawan yang berkunjung. Hal itu tentu saja karena *Serang Culture Festival* berdampak baik untuk masyarakat setempat dan mampu memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa bagi wisatawan. Bahkan masyarakat dan wisatawan senantiasa menantikan *event* ini agar dilaksanakan kembali. Yang kemudian pada akhirnya membentuk citra atau *image* Pantai Serang sebagai Pantai di Kabupaten Blitar yang menyelenggarakan festival atau *event*. Sehingga *event Serang Culture Festival* telah menjadi *brand* dari Desa Wisata Serang. Seperti yang diungkapkan Pak Handoko sebagai berikut :

“kita bisa rasakan sekali dari 2015 peningkatan terus akhirnya kita mulai dikenal event itu akhirnya menjadi brand kita jadi identitas kalau festival di Blitar satu-satunya ya di Pantai Serang apalagi yang paling unik itu Festival Layang-Layang karena belum ada Festival Layang-Layang di pinggir pantai disekitar Blitar Raya sekitarnya belum ada”<sup>80</sup>

#### 4.4 Lembaga Pemerintah Terkait

##### 4.4.1 Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar

Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga atau Disparbudpora Kabupaten Blitar terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Blitar No. 50 Tahun 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Dinas-Dinas Daerah Kabupaten Blitar yang kemudian ditindaklanjuti oleh Keputusan Bupati Blitar Nomor 19 Tahun 2009 tentang Penjabaran Tugas Pokok dan Fungsi

<sup>79</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Umi Sya'adah), pada Rabu, 06 Januari 2021 pukul 10:15 WIB.

<sup>80</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Handoko), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB.



Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga. Melalui peraturan tersebut, Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga merupakan unsur pelaksana teknis daerah yang membantu Bupati dalam menyelenggarakan sebagian urusan pemerintahan dibidang Kepemudaan, Keolahragaan, Kebudayaan, dan Kepariwisata di Kabupaten Blitar yang dipimpin oleh Kepala Dinas yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Sedangkan terkait dengan fungsi Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga adalah sebagai berikut :<sup>81</sup>

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata.
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata.
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas dibidang Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata.
4. Pembinaan Unit Pelaksana Teknis Dinas.
5. Pelaksanaan urusan tata usaha Dinas.
6. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar merupakan lembaga yang terlibat sangat erat dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Sebagai lembaga Pemerintah Daerah, Disparbudpora berperan penuh dalam mendukung pelaksanaan *Serang Culture Festival* agar berjalan dengan lancar. Perannya ditunjukkan melalui senantiasa koordinasi dan meninjau Pemerintah Desa Serang, menyiapkan media promosi, menyiapkan keperluan peralatan yang dapat menunjang, dan mengawal kehadiran Bupati Blitar saat pelaksanaan.

<sup>81</sup> <https://disparbudpora.blitarkab.go.id/gambaran-umum-disparbudpora/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 10:00 WIB



#### 4.4.2 Pemerintah Desa Serang

Secara geografis Desa Serang terletak pada posisi 8°18'-23°35' Lintang Selatan dan 112°13'-56°79 Bujur Timur. Wilayah Desa Serang terletak di Kabupaten Blitar bagian Selatan yang berada di pesisir Samudera Indonesia. Di sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kalitengah, di sebelah Barat berbatasan dengan Desa Ngadipuro Kecamatan Wonotirto, di sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia, dan di sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kaligambir. Luas wilayah Desa Serang adalah 744.5 Ha meliputi sawah seluas 77.5 Ha, tegalan seluas 270 Ha, hutan rakyat seluas 185 Ha, dan pemukiman seluas 242 Ha. Luas ini terbagi menjadi tiga dusun yaitu Dusun Serang I, Dusun Serang II (Kedungkrombang, Grontol, Puthukrejo), dan Dusun III (Klatak, Grobokan, Kedungbiru).<sup>82</sup>

Kantor Desa Serang beralamat di Jl. Raya Pantai Serang Dusun Serang 2 Desa Serang Kecamatan Panggunrejo Kabupaten Blitar. Sejak tahun 2013 Desa Serang dipimpin oleh Dwi Handoko yang dipercaya oleh masyarakat menjadi Kepala Desa dua periode. Teruntuk keadaan sosial masyarakat Desa Serang, di wilayah ini masih kental dengan nuansa budaya masyarakat Jawa yang bercampur dengan budaya agama Islam. Terlihat dari masih dipakainya kalender Jawa/ Islam, masih dilaksanakannya budaya Nyadran, Slametan, Tahlilan, Mithoni, dan lain-lainnya yang masih menunjukkan akulturasi budaya Islam dan Jawa. Sedangkan kegiatan budaya dan kesenian masyarakat yang masih dilaksanakan meliputi .<sup>83</sup>

1. Upacara Larung Sesaji 1 Suro, yang dilaksanakan di Wisata Pantai Serang
2. Tradisi Bersih Desa, yang dilaksanakan pada awal bulan Selo (menurut Kalender Jawa)
3. Baritan, yang dilaksanakan pada musim kemarau menjelang musim hujan
4. Tradisi Methik Padi, yang dilakukan para petani yang akan menuai hasil panennya

<sup>82</sup> Dokumen Pemerintah Desa Serang, 2020.

<sup>83</sup> Dokumen Pemerintah Desa Serang, 2020.



5. Tradisi Ruwat Murwakala, yang merupakan tradisi masyarakat berupa hajatan sebagai wujud membuang kesialan atau meminta keselamatan bagi anak-anaknya.

Sedangkan visi dan misi yang diusung oleh Pemerintah Desa Serang selama periode 2020-2025 adalah berikut :<sup>84</sup>

#### Visi

Terwujudnya Serang maju yang unggul, mandiri, dan bermartabat.

#### Misi

1. Menciptakan penyelenggaraan pemerintahan desa yang professional, transparan, mengayomi, bertanggungjawab dan mengutamakan pelayanan kepada masyarakat serta meningkatkan peran kelembagaan desa dalam pembangunan desa.
2. Meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas melalui peningkatan kualitas pendidikan dan kesehatan dasar masyarakat.
3. Meningkatkan pembangunan sarana dan prasarana desa yang mendukung kemajuan desa.
4. Mewujudkan percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berdaya saing dan berkelanjutan dengan mengembangkan Desa Wisata , usaha ekonomi kreatif, pertanian, Perikanan Kelautan.
5. Mewujudkan masyarakat yang berkepribadian dengan mematuhi aturan hukum, menerapkan nilai-nilai keagamaan, budaya luhur dan kearifan lokal, dalam rangka memantapkan landasan spiritual, dan etika pembangunan.

<sup>84</sup> <https://serang-blitar.desa.id/visi-misi/>. Diakses pada hari Sabtu, 16 Januari 2021 pukul 11:05 WIB

## BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disampaikan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait strategi pelaksanaan *Serang Culture Festival* sebagai strategi *branding* destinasi wisata dan budaya di Kabupaten Blitar yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Serang, masyarakat, dan Lembaga Pemerintah yang turut membantu. Dalam penjabarannya, penulis akan mengacu pada Teori *Collaborative Destination Branding* yang ditulis oleh Liping A. Cai. Teori ini meliputi *Precondition, Problem Setting, Direction Setting, Implementation, Evaluation, dan Outcome*. Selain teori tersebut, konsep wisata dan budaya yang disampaikan oleh Sunaryo akan digunakan penulis untuk menganalisis lebih dalam mengenai faktor pendorong dan faktor penghambat dari pelaksanaan *Serang Culture Festival*.

Pada dasarnya, *Serang Culture Festival* merupakan *event* yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Serang dan masyarakat setempat sebagai panitia pelaksanaannya. Adapun Lembaga Pemerintah yang turut membantu seperti Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga, Dinas Pendidikan, dan Perhutani. Selain itu ada pula pihak lain yang membantu, seperti dari rekan-rekan panitia, media, dan perusahaan swasta. Namun dalam pembahasan kali ini, penulis lebih berfokus kepada strategi pelaksanaan yang dilakukan Pemerintah Desa Serang dan masyarakat setempat sebagai aktor utama yang mempersiapkan dan melaksanakan *Serang Culture Festival*.

### 5.1 *Serang Culture Festival* sebagai Strategi Branding Destinasi Wisata dan Budaya di Kabupaten Blitar

#### 5.1.1 Precondition

*Precondition* merupakan tahap pertama yang dilakukan dengan mengukur lingkungan eksternal dan lingkungan internal apakah terdapat indikasi yang dapat menyebabkan masalah pada



strategi *branding*, baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor eksternal dapat meliputi bencana alam, teroris, ataupun suatu wabah. Sedangkan, faktor internal dapat meliputi restrukturisasi organisasi, kondisi anggaran, ataupun pengaruh dari adanya peraturan dan politik dalam kegiatan operasional.

Sebelum melaksanakan *Serang Culture Festival*, tidak banyak kondisi lingkungan eksternal yang diukur oleh panitia. Mengenai kondisi eksternal hal yang pertama diukur adalah pada kondisi angin. Angin yang bagus diperlukan pada saat pelaksanaan Festival Layang-Layang. Hal demikian diungkapkan oleh Ibu Umi saat ditanya oleh penulis apakah memprediksi cuaca sebelum pelaksanaan acara untuk memastikan keadaan aman dari bencana alam. Kemudian Ibu Umi mengungkapkan :

"Tidak juga kita biasanya *event* bulan September sekalian rilis tukik kita melihat dari angin untuk layang-layangnya biasanya di September"<sup>85</sup>

Seperti yang disampaikan oleh Ibu Umi jika panitia lebih melihat pada kondisi angin sebelum hari pelaksanaan *Serang Culture Festival* tiba. Selain itu, menurut penuturan Mas Havis selaku Panitia Internal menyampaikan jika sebelum pelaksanaan panitia juga mengukur curah hujan. Seperti yang disampaikan sebagai berikut :

"Mungkin dilihat curah hujannya dulu mbak kalau hujan kita memanggil pawang hujan kalau adanya tsunami tidak bisa diprediksi mbak harus ada gempa atau gunung berapi tidak bisa diprediksi jauh-jauh hari"<sup>86</sup>

Jika *Serang Culture Festival* berlangsung pada musim penghujan maka panitia menggunakan jasa "Pawang Hujan" yang oleh masyarakat setempat dipercaya dapat menghentikan turunnya hujan. Seseorang yang menjadi pawang hujan adalah sesepuh dari Desa Serang. Sehingga diketahui ketika mempersiapkan *Serang Culture Festival* panitia hanya melihat

<sup>85</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Umi Sya'adah), pada Rabu, 06 Januari 2021 pukul 10:15 WIB.

<sup>86</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.



kondisi angin dan mengukur curah hujan. Dalam hal ini tidak ditemukan adanya faktor teroris maupun bencana alam yang dapat mengganggu pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Meskipun saat musim hujan Pantai Serang diterpa banjir akibat dari sungai yang meluap dan membawa tumpukan sampah. Hal tersebut diungkapkan Mas Havis sebagai salah satu faktor yang menghambat dari pelaksanaan *Serang Culture Festival*.

“banjir sebelum acara pernah malam harinya hujan lalu pinggirannya dipenuhi sampah dari sungai yang mengarah ke bibir pantai sampah-sampahnya mengarah menepi di pinggir pantai setiap musim hujan ini menjadi masalah di setiap pantai tidak hanya Serang”<sup>87</sup>

Hambatan bencana banjir tersebut bukanlah suatu hambatan yang berarti sehingga dapat mengganggu pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Meskipun hal demikian terjadi *Serang Culture Festival* tetap dapat terlaksana dengan baik karena panitia dan masyarakat bergotong royong untuk menyelesaikan hambatan tersebut. Seperti yang diungkapkan juga oleh Mas Havis :

“Solusinya kita gotong royong dengan pedagang-pedagang membersihkan sampahnya ada yang dikubur ada yang dibakar”<sup>88</sup>

Namun diketahui bahwa terdapat kondisi eksternal yang mengganggu pelaksanaan *Serang Culture Festival* yaitu wabah atau Pandemi Covid-19. Adanya Pandemi Covid-19 ini mengakibatkan tidak dapat dilaksanakannya *Serang Culture Festival 6* yang seharusnya terlaksana tahun 2020. Diungkapkan oleh Pak Hastomo saat Pandemi Covid-19 untuk membuka Destinasi Wisata diperlukan izin dari Gugus Tugas namun Pemerintah Desa Serang belum mendapatkan izin, sebagai berikut :

“Iya jadi tidak terlaksana kita sudah konfirmasi ke Pak Kadesnya bagaimana sebenarnya kita *support* untuk terus melaksanakannya tapi karena saat Pandemi ini ada pertimbangan dari Pak Lurah sempat akan dilaksanakan bulan Oktober tapi kelihatannya karena pertimbangan lain Pak Lurah tidak jadi melaksanakan mungkin tahun depan disana kan masuknya Destinasi Wisata saat pelaksanaan di bulan Agustus-Oktober

<sup>87</sup> Ibid.

<sup>88</sup> Ibid.



itu mereka belum mendapat rekom kan untuk pembukaan destinasi wisata di masa Pandemi ini harus mendapatkan rekom dari Gugus Tugas nah mungkin saat Agustus sampai Oktober mereka belum mendapatkan rekom itu jadi belum berani melaksanakan kegiatan itu disana.”<sup>89</sup>

Diluar adanya banjir yang mungkin terjadi saat musim hujan, Pantai Serang merupakan pantai dengan kondisi lingkungan eksternal yang aman. Keamanan terbentuk karena penjaga pantai telah mengantisipasi keadaan agar tidak terjadi kecelakaan. Selain itu juga didukung oleh sistem keamanan lingkungan untuk *camping* maupun penitipan kendaraan. Seperti yang dipastikan oleh Mas Rudi yang merupakan sekretaris Pokdarwis sebagai berikut :

“Untuk acara kalau sistem keamanan Insya Allah aman mbak acara siang dan malam aman cuma kita untuk antisipasinya waspada dalam hal keamanan dalam segi pengunjung misalnya pengunjung saat malam hari bermain air itu kalau kita tidak rajin-rajin mengingatkan orang yang datang kesini lupa diri kalau sudah berenang tidak tahu kondisi lautnya seperti apa akhirnya terjadi kecelakaan tapi kalau untuk sistem keamanan di lingkup sini Insya Allah aman mbak dari teman-teman pengunjung yang mungkin biasanya nge-camp disinipun juga aman penitipan kendaraan juga aman”<sup>90</sup>

Selain Mas Rudi, Bu Anti yang merupakan masyarakat setempat sekaligus berjualan di Pantai Serang meyakinkan bahwa Pantai Serang adalah pantai yang aman. “Aman mbak aman sekali sangat aman”.<sup>91</sup> Keamanan di Pantai Serang juga sangat dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung. Wisatawan juga merasa aman karena mengetahui bahwa petugas pantai memiliki perlengkapan dan fasilitas yang mendukung untuk keamanan. Berikut adalah yang disampaikan oleh Refondi salah seorang wisatawan :

“Kalau dikatakan aman saya kira sudah aman karena memang perlengkapan dan petugas disana sudah diarahkan beberapa fasilitas

<sup>89</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Hastomo), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 09:07 WIB.

<sup>90</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.

<sup>91</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Anti), pada Senin 28 Desember 2020 pukul 14:00 WIB.



juga sudah mendukung walaupun ada masalah ya karena ada miskom aja.”<sup>92</sup>

Hal demikian juga dipastikan oleh Mas Havis, yang menyatakan jika penjaga pantai telah memiliki perlengkapan yang mendukung untuk menjaga keamanan dan keselamatan wisatawan serta untuk melakukan penyelamatan jika terjadi sesuatu. Ungkapan Mas Havis adalah seperti berikut :

“Iya mbak disini ada perlengkapannya juga ada ban, tambang, dan lain-lain untuk penyelamatan kita bukan Tim SAR sih mbak lebih tepatnya penjaga pantai jangan sampai terjadi sesuatu lah kita juga sudahantisipasi duluan posisi-posisi yang berbahaya dimana misalnya ada pengunjung yang melewati batas aman pasti kita tegur lewat pengeras suara jika tidak dihiraukan kita datangi kalau masih tidak dihiraukan kita tarik ke pinggir soalnya demi keselamatan”<sup>93</sup>

Sehingga dari apa yang dirasakan oleh masyarakat setempat dan wisatawan yang berkunjung menunjukkan bahwa Pantai Serang merupakan pantai dengan kondisi lingkungan yang aman untuk dikunjungi kapanpun. Sedangkan dari sisi kondisi lingkungan internal, sebelum pelaksanaan *Serang Culture Festival* menunjukkan bahwa hanya kondisi anggaran yang diukur oleh panitia. Pengukuran faktor anggaran tersebut dilakukan dengan menyiapkan RAB atau Rencana Anggaran Biaya, seperti yang diungkap Mas Rudi seperti berikut :

“Sudah ada RAB sendiri-sendiri minimal untuk kelengkapan lah *sound system* kita sewa berapa untuk hadiah berapa nanti dari situ nanti diperingan dari hasil pendaftaran berapa seperti itu nanti kita gunakan untuk melaju ke *event* berikutnya tapi dari awal sudah ada mbak sudah ada RAB dari *event* A B C sampai akhir sudah ada RAB semua tapi tidak selalu pas”<sup>94</sup>

<sup>92</sup> Wawancara dengan Informan (Refondi Ramadha), pada Kamis 21 Januari 2021 pukul 11:28 WIB.

<sup>93</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.

<sup>94</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.



Disampaikan oleh Mas Rudi, sejak awal panitia telah menyiapkan RAB dari masing-masing rangkaian acara namun karena kebutuhan dana yang besar hingga mencapai ratusan juta jumlah dana yang tertulis tidak sama dengan dana yang diperlukan saat pelaksanaan tiba. Mas Rudi juga menyampaikan jika kebutuhan dana untuk pelaksanaan *Serang Culture Festival* besar bahkan lebih dari ratusan juta. Seperti berikut ini :

“Besarnya ratusan juta itu sampai tapi kita *manage*-nya dari sini untuk acara pertama memerlukan berapa kita sediakan itu dulu nah kita sambil berjalan misalnya dari *evenet* pertama kita dapat berapa pemasukan kita akumulasikan ke berikutnya yang penting kalau kita *pok* ke semua acara itu mungkin kita tidak terlaksana mbak soalnya terlalu besar karena RAB acara walaupun kita bisa menentukan kita tidak bisa mengepaskan tetap ada tambahan pasti ada soalnya dana itu dimana-mana kalau untuk sisa jarang pasti ada kurang.”<sup>95</sup>

Meskipun keperluan mengenai anggaran besar, dari yang telah disampaikan oleh Mas Rudi maka menunjukkan bahwa panitia telah mampu mengelola keuangan secara baik. Manajemen keuangan yang dilakukan adalah dengan cara menyiapkan kebutuhan pada *event* pertama lalu mengakumulasikan pendapatan yang diperoleh untuk *event* berikutnya. Pendapatan awal tersebut diperoleh dari penjualan tiket, pendaftaran peserta perlombaan festival, dan dari pihak swasta yang memberikan sponsor berupa dana. Swasta yang pernah membantu pemberian dana diantaranya seperti Kampung Coklat dan OPPO.

Sehingga dapat disimpulkan Pemerintah Desa Serang beserta panitia telah mengukur pengaruh eksternal maupun internal yang dapat menghambat strategi *branding*. Dapat dilihat bahwa pada kondisi lingkungan eksternal terdapat satu faktor yang mengganggu yaitu adanya wabah Pandemi Covid-19 sehingga *Serang Culture Festival 6* tidak dapat dilaksanakan. Juga terdapat hambatan dari faktor bencana alam yaitu adanya banjir yang membawa tumpukan sampah namun hal tersebut dapat diatasi dengan baik sehingga tidak mengganggu pelaksanaan dari *Serang*

<sup>95</sup> Ibid.



*Culture Festival*. Sedangkan pada kondisi lingkungan internal Pemerintah Desa Serang dan panitia telah baik dalam melakukan manajemen anggaran sehingga dapat memenuhi semua jumlah anggaran yang dibutuhkan. Hal ini juga terdapat andil dari pihak swasta yang memberikan dukungan dalam pemberian dana.

Akan tetapi, dalam hal ini belum menunjukkan adanya kolaborasi yang melibatkan Disparbudpora Kabupaten Blitar dan Perhutani. Tahapan mengukur kondisi internal maupun eksternal sebagai langkah pertama pelaksanaan *branding* hanya dilakukan oleh Pemerintah Desa Serang dan masyarakat. Cara Pemerintah Desa Serang dalam mengukur kondisi eksternal juga masih tradisional. Yangmana tidak menggunakan suatu alat ukur apapun, juga dengan penyelesaiannya masih menggunakan jasa pawang hujan yang merupakan sepeuh Desa Serang.

Dalam tahap awalan ini seharusnya Disparbudpora Kabupaten Blitar dan Perhutani terlibat dalam pemetaan kondisi internal maupun eksternal. Terlebih jika pada malam hari jika sungai meluap yang mengakibatkan adanya banjir yang membawa sampah di pantai, Perhutani harus memastikan apakah cara yang dilakukan masyarakat sudah tepat dalam prinsip kelestarian alam. Dalam hal ini Disparbudpora Kabupaten Blitar juga harus memantau apakah seluruh kondisi internal dan eksternal sudah terpetakan dengan baik beserta alternatif solusi yang dipersiapkan. Dengan begitu langkah awal dalam pelaksanaan *branding* akan membentuk sinergitas yang merata. Sehingga tidak hanya bertumpu pada Pemerintah Desa Serang dan masyarakat saja.

### 5.1.2 Problem Setting

*Problem Setting* merupakan tahap kedua yang dimaksudkan untuk pengaturan masalah dalam upaya *branding* sehingga akan dihasilkan konsesus bersama terkait dengan logo, simbol, slogan, tema, saluran promosi yang digunakan, maupun citra yang dirasakan. Untuk penetapan berkaitan dengan hal ini semuanya dilakukan oleh Pemerintah Desa Serang beserta dengan panitia.



Pembagian panitia sendiri diklasifikasikan menjadi dua, yaitu panitia inti atau internal dan panitia umum atau besar. Panitia inti merupakan panitia yang beranggotakan perangkat desa, ketua pelaksana, sekretaris, bendahara, dan tujuh pemuda dari perkumpulan pemuda Desa Serang yang dijuduli dengan *Serang Youth Creatif (SYC)* diantaranya adalah Havis Dimas, David Naviria, Dadang Kurniawan, Chelvin Ferdianto, Alferdo Dwi, Dimas Permadi, Naqib Hakimi, dan Agil Saputra. Sedangkan panitia umum atau panitia besar merupakan anggota panitia dari masyarakat yang secara sukarela mau bergabung untuk membantu mempersiapkan penyelenggaraan *event*.

Logo dan tema dari *Serang Culture Festival* dirancang oleh panitia inti. Tema yang diusung setiap tahunnya berbeda-beda dan tema ini juga merupakan slogan acara, teruntuk *Serang Culture Festival 5* bertemakan “Gunita Aguna Satwika”.

“Biar kesannya itu lain lebih dapat dari situ nanti kan orang bertanya timbul pertanyaan lagi itu apa sih artinya gitu artinya adalah kebudayaan yang menyatukan seperti itu jadi kita banyak berbagai macam kebudayaan disini kita tujuannya satu biar *culture*-nya dapat intinya kan seperti itu”<sup>96</sup>

Seperti yang disampaikan oleh Mas Rudi tema *Serang Culture Festival 5* diambil dari Bahasa Sansekerta dengan makna kebudayaan yang menyatukan. Selain menonjolkan segi *culture* seperti tajuk acara yang diusung, tema Gunita Aguna Satwika juga menunjukkan bahwa akan bersatunya berbagai macam kebudayaan dalam satu acara festival. Terlihat dari rangkaian kegiatan acara yang banyak mengkolaborasikan kebudayaan dalam bentuk tarian seperti Tari Barong yang diikuti oleh ratusan penari dari berbagai daerah dan juga dalam bentuk sajian pertunjukan festival musik. Sedangkan perihal logo dan simbol, belum ada logo maupun simbol khusus untuk *Serang Culture Festival* yang digunakan pada poster. Poster acara tersebut menunjukkan tajuk acara, tanggal pelaksanaan, macam rangkaian kegiatan, logo *Amazing Blitar*, logo Pesona Indonesia,

<sup>96</sup> Ibid.



Sponsor, dan *Call Center*. Berikut adalah poster acara *Serang Culture Festival 4* dan *Serang Culture Festival 5* yang dirancang oleh panitia inti :

Gambar 5.1  
Poster *Serang Culture Festival 4*



Gambar 5.2  
Poster *Serang Culture Festival 5*



Poster tersebut sangat mudah ditemukan melalui media sosial seperti Facebook, Blog, maupun Instagram. Terlebih pada *Serang Culture Festival 5* panitia telah membuat akun Instagram khusus hanya saja pada akun tersebut masih sangat minim dokumentasi. Dan dari sisi promosi *Serang Culture Festival* mendapat perhatian khusus dari berbagai media dan juga Pemerintah Kabupaten Blitar. Pak Handoko menyampaikan bahwa :



“Biasanya *support* di promosi di radionya salah satu dari *Serang Culture Festival* itu ada Larung Sesaji saat Larung Sesajji itu Pak Bupati Hadir kita ada bantuan dari Pemda Pak Bupati ini hadir dua tahun sekali jadi untuk mengikuti Upacara Adat Larung Sesaji itu dua tahun sekali tahun ini di Serang tahun depan di Tambak seperti itu biasanya kalau yang lain-lainnya kita kerjasamanya ada sama media kebetulan *brand* kita *Serang Culture Festival* oleh kawan-kawan media nasional jadi sebuah *event* yang layak dijual oleh mereka seperti detik, antara, trans, trans7 kalau lokalannya sigitv, jtv”<sup>97</sup>

Dari yang disampaikan Pak Handoko dapat diketahui jika Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar turut mendukung dalam promosi melalui radio. Sedangkan media nasional yang pernah mendokumentasikan *Serang Culture Festival* seperti Detik, Antara, Trans, Trans7, Sigitv, dan Jtv. Selain melakukan promosi melalui radio, Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar juga mendukung promosi *Serang Culture Festival* melalui media sosial dan *banner*, seperti yang diungkapkan Pak Hastomo sebagai berikut :

“Semua ide dan pelaksanaan semua dari Pemerintah Desa kita yang dari Pemkab hanya men-*support* promosi melalui *medsos*, melalui *banner*-*banner* kita masukan dalam kalender *event* kita seperti itu”<sup>98</sup>

*Medsos* atau Media sosial yang digunakan oleh Disparbudpora Kabupaten Blitar dalam mendukung promosi adalah seperti Facebook, Instagram, dan Website Dinas Pariwisata. Promosi juga turut dilakukan oleh Duta Pariwisata Kabupaten Blitar yang dapat dikenal sebagai Gusjeng. Seperti yang dituturkan Ilham Canggih yang merupakan wisatawan Pantai Serang sekaligus pernah berkesempatan menjadi finalis Duta Pariwisata Kabupaten Blitar 2019 bahwa promosi dilakukan dengan mengunggah video mengenai *Serang Culture Festival* dari Kepala Desa melalui media sosial pribadi, sebagai berikut :

<sup>97</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Handoko), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB.

<sup>98</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Hastomo), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 09:07 WIB.



“Peran Gusjeng dalam acara *Serang Culture Festival* mempromosikan *Serang Culture Festival* supaya banyak orang yang akan melihat karena tugas utama Gusjeng adalah mempromosikan pariwisata jadi kita mempromosikan pariwisata pariwisata-pariwisata yang ada di Kabupaten Blitar terkhusus untuk *Serang Culture Festival* kita juga mempunyai tugas untuk mempromosikan *Serang Culture Festival* dalam bentuk video jadi kita kemarin dikirimi oleh Pemerintah Desa Serang kita disuruh meng-upload di sosial media pribadi.”<sup>99</sup>

Sehingga dapat diketahui tahap kedua yang meliputi penentuan logo, slogan, tema, dan saluran promosi selain Pemerintah Desa Serang dan panitia, juga melibatkan Disparbudpora Kabupaten Blitar, berbagai *media partner*, dan duta pariwisata Kabupaten Blitar. Jika dibandingkan *Serang Culture Festival 4* dengan *Serang Culture Festival 5* telah menunjukkan perkembangan dalam segi desain poster dan tema acara. Pada *Serang Culture Festival 4* desain poster kurang menarik jika dibanding *Serang Culture Festival 5* karena pemilihan warna dan objek pada poster. Selain itu, pada *Serang Culture Festival 4* belum ada sebuah tema acara yang dapat digunakan sebagai slogan seperti pada *Serang Culture Festival 5* yang menggunakan Gunita Aguna Satwika. Perbedaan ini juga disadari oleh wisatawan yang merasa poster pada *Serang Culture Festival 5* lebih lengkap sehingga membuat wisatawan mengetahui tema yang digunakan. Seperti yang disampaikan oleh Mbak Andhira yang merupakan salah satu wisatawan Pantai Serang sebagai berikut, “Temanya dan artinya juga ada dipamflet, pamflet tahun kemarin itu yang lengkap”.<sup>100</sup>

Perkembangan ini menunjukkan bahwa Pemerintah Desa Serang sangat komitmen membawa *event* ini menjadi *event* yang lebih baik dan profesional. Terlebih dengan berbagai saluran promosi yang digunakan sehingga menjadikan *Serang Culture Festival* semakin didengar oleh banyak wisatawan dari berbagai daerah. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari kolaborasi Pemerintah Desa

<sup>99</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.

<sup>100</sup> Wawancara dengan Informan (Andhira), pada Selasa 22 Desember 2020 pukul 20:06 WIB.



Serang, panitia pelaksana, Disparbudpora Kabupaten Blitar, dan *media partner*. Pada tahap ini Disparbudpora Kabupaten Blitar telah menunjukkan perannya dalam hal membantu promosi destinasi wisata. Hanya saja apabila dapat terlibat lebih jauh dapat memungkinkan untuk *Serang Culture Festival* memiliki *tagline* dan logo khusus. Tentu saja penentuan dua hal ini tidak dapat asal dilakukan harus memerlukan perencanaan bersama. Akan lebih baik jika diselaraskan dengan *City Branding* dari Kabupaten Blitar. Sehingga dalam *event* yang menjadi unggulan daerah dapat menggaungkan pula *City Branding* yang diterapkan. Tetapi dalam tahap ini tidak menunjukkan adanya peran dari Perhutani yang memang dalam pembuatan logo maupun slogan atau tema acara bukan merupakan bidang dari Perhutani. Disini penulis menganggap pihak Perhutani dapat turut membantu mempromosikan *Serang Culture Festival*. Hal ini bertujuan agar semakin banyak lagi masyarakat yang mengetahui keberadaan Pantai Serang dan *Serang Culture Festival*. Karena dalam *platform* yang dimiliki Perhutani tentu saja memiliki segmentasi pasar tertentu yang bisa jadi berbeda dengan segmentasi pasar Pemerintah Desa Serang maupun Disparbudpora Kabupaten Blitar. Sehingga memungkinkan adanya kunjungan wisatawan yang lebih banyak lagi.

### 5.1.3 Direction Setting

*Direction Setting* merupakan tahap pengaturan arah yang dilakukan oleh pemangku kepentingan untuk menetapkan visi, tujuan, maupun sasaran yang diharapkan dari strategi *branding* tersebut. Selain itu, pemangku kepentingan juga menentukan sarana penyempurnaan komunikasi untuk meningkatkan hubungan antara sektor swasta dan sektor publik lainnya. Visi dan tujuan dari pelaksanaan *Serang Culture Festival* diketahui seperti di bawah ini:

“Tujuannya mengangkat ikon kegiatan tradisi melestarikan tradisi yang ada di kita ataupun kegiatan-kegiatan yang kita kolaborasikan antara tradisi, etnik, dan modern *output*-nya ya tadi *brand* akhirnya kan setelah kita mengangkat itu semua muncul kalau Festival Jazz ya di Pantai Serang kalau Pelepasan Tukik ya di Pantai Serang kalau Seribu Barong



di pantai ya Pantai Serang istilahnya sudah lekat disitu yaitu melestarikan tradisi dan seni budaya di kita.”<sup>101</sup>

Dari yang telah disampaikan Pak Handoko, salah satu tujuan dari *Serang Culture Festival* adalah untuk melestarikan tradisi dan budaya di Blitar. Hal tersebut terlihat dari setiap rangkaian kegiatan acara yang terselenggara dalam *Serang Culture Festival* yangmana terdiri dari sajian acara bertajuk tradisi, etnik, dan modern. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk memperkenalkan Pantai Serang secara lebih luas melalui rangkaian kegiatan acara yang dipilih. Setiap rangkaian acara yang dipilih memiliki daya tarik tersendiri bagi sejumlah wisatawan. Tujuan lain dari *Serang Culture Festival* disampaikan pula oleh Mas Rudi, yangmana *Serang Culture Festival* juga bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan dari masyarakat setempat sehingga masyarakat setempat semakin sejahtera.

“Kesejahteraan mbak yang penting kalau kita adakan *event* otomatis kunjungan juga akan meningkat terus pendapatan dari masyarakat sekitar lebih banyak lebih baik seperti itu”<sup>102</sup>

Sedangkan diketahui pula sasaran wisatawan dari pelaksanaan *Serang Culture Festival* sangat luas dan tidak terbatas. Sasaran wisatawan ini dibidik melalui rangkaian acara kegiatan yang dipilih. Diungkapkan oleh Pak Handoko sebagai berikut :

“Karena ini kan sebagai festival ini tujuannya untuk mem-*branding* kita artinya untuk media promosi kita untuk biar masyarakat dari seluruh segmen ini mengenal Pantai Serang artinya untuk mem-*brand* bahwa Serang ini karena Festival Layang-Layang orang yang tidak tahu Serang akhirnya tahu Serang, karena pelajar SMA/SMK se-Blitar Raya yang tidak tahu Serang karena ikut Festival Patung Pasir jadi tahu Serang juga demikian segmen Jazz bukan segmen lokal tapi yang kita bidik adalah segmen perkotaan karena Jazz ini adanya di Ijen dan di Banyuwangi di Malang sekitarnya sampai Pacitan di pantai tidak ada makanya itu kita mem-*brand* dulu terkait dengan Jazz ini yaitu

<sup>101</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Handoko), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB.

<sup>102</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.



pertimbangan kita di segmen yang memang *basicnya* perkotaan jadi itu *outcome* yang kita harapkan dari promo *Serang Culture Festival*”<sup>103</sup>

Dari yang dipaparkan Pak Handoko penentuan rangkaian acara dalam *Serang Culture Festival* berlandas pada segmentasi pasar atau sasaran wisatawan untuk mendukung tercapainya tujuan *branding* Pantai Serang. Misalnya, wisatawan yang tergabung dalam Komunitas Layang-Layang akan mengetahui Pantai Serang melalui acara Festival Layang-Layang yang diselenggarakan, atau bagi pelajar SMA/SMK se-Blitar Raya yang belum mengenal Pantai Serang karena mengikuti perlombaan dalam Festival Patung Pasir menjadi mengenal Pantai Serang, dari kalangan pecinta musik Jazz dari perkotaan dengan adanya Festival Musik Jazz dalam *Serang Culture Festival* akan mendorong mereka untuk mengunjungi Pantai Serang mengingat pagelaran musik Jazz di Jawa Timur tergolong sedikit jadi adanya Festival Musik Jazz merupakan trobosan untuk menarik penikmat musik Jazz di Jawa Timur, maupun bagi komunitas penari Barong dengan adanya Festival Seribu Barong di Pantai Serang tentu akan menumbuhkan antusias yang tinggi akan tetapi sejauh ini *Serang Culture Festival* masih mampu menghadirkan penari Barong sejumlah 600-700 penari dari berbagai daerah.

Untuk mencapai tujuan dan sasaran wisatawan tentu saja diperlukan pola komunikasi yang tepat bagi Pemerintah Desa Serang, panitia, maupun instansi lain yang turut bergabung. Pola komunikasi yang dijalin terdiri dari dua pola, yang pertama melalui pembentukan Grup Whatsapp dan kedua melalui surat. Pembentukan Grup Whatsapp dilakukan untuk menjalin Pemerintah Desa Serang dan panitia yang bertugas. Seperti yang diungkapkan Mas Rudi sebagai berikut :

“Pola komunikasinya sebenarnya kita tidak terlalu melibatkan banyak orang kok kita bikin panitia internal dulu mulai pemuda kreatif terus Pokdarwisnya sendiri nah kita digabungkan dengan membuat grub WA dulu seperti itu kita sering-sering dalam beberapa hari ada agendanya kumpul sekali ada komando dari Ketua

<sup>103</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Handoko), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 11:24 WIB.



Pokdarwis atau Bapak Kepala Desa itu nah kita kumpul membahas bagaimana-bagaimananya kalau sudah kita tentukan dari tim internal ini sudah tembus nah kita baru ke yang lebih luas lagi yang terlibat di pantai ini mulai dari portal, parkir harus bagaimana gitu anggota juga jadi antara panitia internal ini dan panitia yang membantu tetap kita libatkan”<sup>104</sup>

Jadi pola komunikasi yang terjalin adalah dengan menyatukan Pemerintah Desa Serang dan Panitia Internal dalam satu grub Whatsapp. Grub tersebut digunakan untuk menjalin komunikasi yang erat seperti pemberitahuan untuk melakukan rapat. Setelah menjalankan rapat dan mendapatkan hasil yang disetujui selanjutnya keputusan tersebut disebarluaskan kepada seluruh panitia umum maupun lembaga yang terlibat dalam *Serang Culture Festival*. Terkhusus untuk lembaga terkait seperti Perhutani atau Disparbudpora Kabupaten Blitar, informasi disampaikan dengan melalui surat undangan dari panitia. Setelah mengirimkan undangan kepada lembaga terkait, selanjutnya akan diadakan rapat bersama dalam satu meja antara Pemerintah Desa Serang, panitia internal, dan lembaga-lembaga yang terkait. Seperti yang diungkap Mas Havis, “Diundang selanjutnya kita rapat satu meja gitu mbak”<sup>105</sup>

Sehingga dapat disimpulkan pada tahap ketiga Pemerintah Desa Serang dan panitia telah menetapkan visi dan tujuan, sasaran, serta pola komunikasi. Tujuan dari *Serang Culture Festival* adalah melestarikan tradisi dan seni budaya di Blitar, memperkenalkan Pantai Serang lebih luas, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat agar lebih sejahtera. Sedangkan untuk mencapai tujuan tersebut sasaran wisatawan dibidik melalui rangkaian kegiatan acara yang dipilih. Sasaran wisatawan dalam *Serang Culture Festival* luas dan tidak terbatas wilayah maupun umur. Dan untuk pola komunikasi yang diterapkan adalah melalui Whatsapp dengan membentuk grub untuk menyatukan Pemerintah Desa Serang dan panitia inti

<sup>104</sup> Ibid.

<sup>105</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.



serta melalui surat undangan untuk menginformasikan kepada lembaga terkait. Namun penetapan tujuan dan sasaran hanya melibatkan Pemerintah Desa Serang dan panitia saja. Sedangkan Disparbudpora dan Perhutani belum mengambil andil dalam menentukan tujuan dan sasarannya. Karena hal ini merupakan wewenang dari Pemerintah Desa Serang dan panitia untuk menentukan arah seluruh rangkaian acara. Untuk pola komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Desa sudah cukup bagus. Dengan pola komunikasi informal melalui grub Whatsapp, hal ini memudahkan panitia internal untuk berkomunikasi. Pemerintah Desa Serang juga masih menerapkan pola komunikasi formal yaitu melalui surat yang dikirimkan kepada lembaga terkait. Dengan pola komunikasi yang diterapkan tidak ditemukan adanya hambatan atau masalah komunikasi pada tahap perancangan atau persiapan. Hanya saja yang harus dipastikan oleh panitia adalah tersampainya informasi secara menyeluruh kepada pihak-pihak yang terlibat sehingga pada saat pelaksanaan tiba seluruh pihak dapat menjalankan sesuai arahan yang ditetapkan.

#### 5.1.4 Implementation

*Implementation* atau implementasi merupakan tahapan dilaksanakannya program *branding* yang telah dirancang. Tujuan atau hasil yang diharapkan dari tahap implementasi adalah membangun atau meningkatkan ekuitas merek asli suatu destinasi. Untuk dapat melaksanakan *Serang Culture Festival* setidaknya Pemerintah Desa Serang beserta panitia memerlukan waktu dua bulan untuk melakukan persiapan sebelum tiba hari pelaksanaan. Persiapan yang dilakukan seperti pencarian sponsor dan pembuatan brosur atau proposal untuk diberikan kepada lembaga atau instansi guna menjalin kerja sama. Hal ini disampaikan oleh Mas Rudi sebagai berikut :

“*Serang Culture Festival* kita persiapannya dua bulan sebelum hari H mulai dari mencari sponsor kita bikin brosur proposal ke instansi-instansi terkait mulai dari Perhutani Pemda itu kita semua kasih proposal”<sup>106</sup>

<sup>106</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.



Selain persiapan diatas, persiapan lainnya yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Serang dan panitia adalah dengan *monitoring* konsep dan segala perlengkapan yang dibutuhkan melalui rapat yang dilakukan hampir setiap minggu bahkan setiap malam. Panitia inti yang dijuluki *Youth Creative* juga memiliki inisiatif selama melakukan rapat, seperti yang disampaikan oleh Mas Havis berikut ini :

“Kalau waktu rapat ya mengundang lembaga lain juga misalnya Perhutani sebelum festival hampir setiap minggu kita rapat apalagi sebelum pelaksanaan harus ada *monitoring* persiapannya seperti apa perlengkapannya bagaimana apakah sudah lengkap atau belum malah hampir setiap malam kita rapat untuk konsep acaranya seperti apa nah Perhutani itu hadirnya waktu evaluasi untuk rapat-rapatnya panitia dan Pemerintah Desa untuk pembahasan konsepnya *Youth Creative* itu kumpul sendiri dulu nanti baru disampaikan ke seluruh *full* tim panitia dan Pemerintah Desa kalau Perhutani pasti mengikuti Pemerintah Desa nanti saat evaluasi tiketnya habis berapa seperti itu jadi panitia dan Pemerintah Desa menetapkan dulu seperti apa baru diberitahu ke lembaga terkait”.<sup>107</sup>

Selama waktu persiapan menjelang pelaksanaan seluruh konsep acara, perlengkapan yang dibutuhkan, maupun sistematika pelaksanaan acara dirancang dengan sangat matang. Pemerintah Desa Serang dan panitia inti menunjukkan bahwa ingin menghadirkan *Serang Culture Festival* dengan sangat apik. Begitu pula dalam menentukan waktu rangkaian kegiatan acara festival, terdapat perhitungan tersendiri yang dilakukan oleh panitia.

“Itu yang menentukan kami sebagai panitia mbak harinya kita tentukan kita *match* kan dengan hari yang pas misalnya hari pertama kita inginnya apa dulu layang-layang patung pasir atau apalah dulu nanti yang penting yang tidak bisa dipindah ke lain harinya cuma Larung Sesaji itu sudah paten yang mencari pinih sepuh”<sup>108</sup>

<sup>107</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.

<sup>108</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.



Penentuan waktu rangkaian kegiatan acara *Serang Culture Festival* disesuaikan dengan hari yang menurut oleh panitia dirasa pas dan tepat. Tetapi terkhusus untuk Larung Sesaji mengikuti arahan dari sesepuh berdasarkan Kalender Jawa. Dalam melaksanakan Larung Sesaji sesepuh dari Desa Serang diikutsertakan sebagai orang yang memandu ritual seperti pembacaan doa-doa. Karena pelaksanaan Larung Sesaji merupakan ritual yang sakral jadi tidak dapat dilakukan oleh sembarang orang. Larung Sesaji sendiri merupakan bentuk rasa syukur masyarakat Desa Serang kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya dan limpahan rejeki-Nya selama ini. Bentuk rasa syukur tersebut ditunjukkan dengan melarungkan rempah-rempah, tumpeng, dan sebagainya ke laut. Tradisi ini masih dilakukan karena masyarakat Desa Serang menyadari bahwa segala perolehan dari hasil laut merupakan rejeki dari Tuhan Yang Maha Esa.<sup>109</sup> Tumpengan yang dilarung terdiri dari dua jenis yang disebut sebagai Tumpeng Lanang dan Tumpeng Wadon yang dalam pembuatannya dibantu oleh istri para nelayan bersama-sama dengan perangkat desa. Selain itu, masyarakat setempat yang mengikuti upacara tradisi Larung Sesaji juga memiliki syarat khusus yang mana harus menggunakan baju hitam, untuk laki-laki menggunakan bawahan batik dan memakai blangkon sedangkan untuk perempuan rambutnya disanggul dan menggendong rinjing. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Anti di bawah ini :

“Kalau itu istrinya nelayan mbak dikumpulkan menjadi satu terus bikin bareng-bareng masak di rumah yang dekat sini ada terong, kacang sepertinya iuran bareng-bareng syaratnya memakai baju hitam sudah adatnya jadi sudah tahu bawahnya batik yang cowok memakai blangkon lalu yang perempuan disanggul menggendong rinjing”.<sup>110</sup>

Dalam pelaksanaan Larung Sesaji wisatawan dari luar wilayah Desa Serang diperbolehkan ikut serta. Namun oleh panitia diberikan batas antara orang-orang yang terlibat saat upacara tradisi

<sup>109</sup> Ibid.

<sup>110</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Anti), pada Senin 28 Desember 2020 pukul 14:00 WIB.



dengan wisatawan sebagai penonton. Hal ini tentu saja karena agar pelaksanaan upacara Larung Sesaji berjalan lancar mengingat bahwa ini acara yang sakral. Seperti yang disampaikan oleh Mas

Rudi :

“Boleh dalam artian sebagai pengunjung kita berikan jarak soalnya saat ritual dilaksanakan otomatis ada skat antara penonton dan orang internal di dalamnya ada rombongan Bapak Bupati terus tamu-tamu dari Kabupaten kan juga ada jadi kalau ada penonton bisa menonton tapi tidak bisa terlalu bebas mendekati tetap ada jaraknya”<sup>111</sup>

Sedangkan dalam rangkaian kegiatan acara *Serang Culture Festival* lainnya terdapat rangkaian kegiatan yang dilombakan dan hanya sekedar pertunjukan. Rangkaian kegiatan yang dilombakan adalah Festival Patung Pasir, Festival Layang-Layang, dan Festival Seribu Barong.

Sedangkan untuk rangkaian kegiatan lainnya hanya sekedar pertunjukan. Seperti yang disampaikan oleh Mas Havis :

“Yang dilombakan hanya patung pasir, layang-layang, dan Barong lainnya tidak kalau yang lainnya hanya pertunjukan awalnya kan dari satu Sura *Serang Culture Festival* pasti mengikuti satu Sura”<sup>112</sup>

Karena terdapat rangkaian kegiatan acara yang dilombakan, hal tersebut membuat panitia harus menyiapkan sistem pendaftaran. Sistem pendaftaran dilakukan secara *online* dan *offline*.

Secara *online* dapat melalui Whatsapp dan secara *offline* dapat secara langsung ketika sebelum acara dimulai. Selain itu, panitia juga harus melaksanakan *technical meeting* khusus untuk pelaksanaan Festival Patung Pasir. Dalam melakukan *technical meeting*, panitia melakukan kerja sama dengan Dinas Pendidikan sehingga dalam hal ini Dinas Pendidikan berperan menjembatani pihak sekolah dengan panitia. Hal ini diungkap kembali oleh Mas Havis sebagai berikut :

“Kita mengadakan *technical meeting* dulu kalau Patung Pasir terus layang-layang via *online* pendaftarannya melalui Whatsapp webnya belum terlalu aktif terus nanti registrasi lagi di pantai saat hari H atau

<sup>111</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.

<sup>112</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.



daftar saat hari H kebanyakan di layang-layang daftar saat hari H kalau patung pasir itu kan se-SMA/SMK sederajat di Blitar kita mengadakan *technical meeting* dulu kerja sama dengan Dinas Pendidikan”.<sup>113</sup>

Sehingga wisatawan yang hendak mengikuti perlombaan harus mendaftarkan diri terlebih dahulu sebagai peserta. Pemerintah Desa Serang dan panitia juga telah menyiapkan hadiah khusus bagi para peserta yang memenangkan perlombaan. Disampaikan oleh Ibu Umi bahwa hadiah untuk para pemenang meliputi :

“Dapat sertifikat mereka walau tidak menang terlihat senang karena kan berangkat dari hobi ada juga piala bergilir yang ditujukan untuk yang juara 1 ketika *event* lagi nanti dibawa kesini lagi dia pasti kesini piala bergilir ini merupakan Piala Bupati disisi lain terdapat piala juara 1,2,3,4,5, dan 6 serta uang juara 1 Rp. 1.000.000, juara 2 Rp. 750.000, juara 3 Rp. 500.000, juara 4,5,6 Rp. 250.000.”<sup>114</sup>

Sehingga acara *Serang Culture Festival* kian bertambah semarak karena adanya hadiah yang disiapkan panitia. Peserta yang memenangkan perlombaan akan mendapatkan sertifikat, piala, dan sejumlah uang tunai dengan nominal yang cukup besar. Yangmana bagi juara 1 akan mendapatkan Rp. 1.000.000, juara 2 Rp. 750.000, juara 3 Rp. 500.000, kemudian juara 4,5, dan 6 akan mendapatkan Rp. 250.000. Semaraknya pelaksanaan *Serang Culture Festival* tidak terlepas dari peran dan tanggung jawab yang makasimal dari Pemerintah Desa Serang, panitia, dan instansi yang turut terlibat. Di bawah ini akan disajikan secara lebih jelas dalam sebuah tabel mengenai peran dan tanggung jawab dari seluruh panitia dan lembaga yang terlibat dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Informasi mengenai tugas dan tanggung jawab ini diperoleh penulis melalui serangkaian sesi wawancara dengan para informan. Berikut adalah peran dan tanggung jawab dari berbagai pihak yang ditemukan penulis saat pelaksanaan *Serang Culture Festival* :

<sup>113</sup> Ibid.

<sup>114</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Umi Sya'adah), pada Rabu, 06 Januari 2021 pukul 10:15 WIB.



Tabel 5.1

Peran dan Tanggungjawab Pelaksana SCF

No	Kedudukan	Peran dan Tanggung Jawab
1.	Pemerintah Desa Serang	1. Sebagai penanggungjawab utama <i>Serang Culture Festival</i> 2. Penyedia anggaran dan manajemen <i>Serang Culture Festival</i> .
2.	Bumdes Desa Serang	1. Pencatatan <i>Serang Culture Festival</i> , karena event ini masuk dalam program kerja Bumdes
3.	Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar	1. Promosi melalui radio, media sosial, <i>banner</i> , dan kalender <i>event</i> daerah 2. Hadir bersama Bupati ketika Ritual Larung Sesaji 3. <i>Support System</i> : memberi bantuan peralatan seperti <i>lighting</i> untuk Festival Jazz
4.	Perhutani	1. Membantu pengamanan lingkungan sekitar Pantai Serang 2. Membantu menjaga portal (pintu masuk tiket) 3. Menjaga kelestarian alam Pantai Serang
5.	Dinas Pendidikan	1. Sebagai perantara antara panitia dengan sekolah SMA/SMK se-Blitar dalam Festival Patung Pasir
6.	TNI dan Polri	1. Membantu pengamanan lingkungan sekitar Pantai Serang 2. Memastikan arus jalan lancar
7.	Panitia Inti	1. Ketua pelaksana : mengurus perizinan dan berhubungan dengan kepala desa serta pihak luar (sponsor) 2. Sekretaris : membuat proposal, membuat RAB, serta pembuatan surat 3. Bendahara : bertanggungjawab perihal keuangan 4. <i>Serang Youth Creative</i> : merancang konsep, menyiapkan perlengkapan, dekorasi, dan sterilisasi area
8.	Panitia Besar	1. Sebagai <i>volunteer</i> yang membantu panitia inti, seperti melakukan sterilisasi area



9.	Swasta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebagai sponsor yang memberi dukungan berupa dana</li> <li>2. Sebagai <i>media partner</i> yang membantu promosi melalui berita, penyiaran tv, maupun melalui media sosial</li> </ol>
10.	Masyarakat Setempat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membantu menyemarakkan <i>Serang Culture Festival</i>,</li> <li>2. Masyarakat yang juga berjualan: menyiapkan takir untuk wisatawan saat Larung Sesaji</li> <li>3. Pinih Sepuh: memandu Ritual Larung Sesaji dan sebagai pawang hujan</li> </ol>

Sumber : Wawancara dengan Informan, Diolah oleh Penulis, 2021.

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival* melibatkan banyak pihak. Seluruh pihak dalam tahap ini telah melaksanakan peran dan tanggungjawabnya. Terutama tiga lembaga yang berhubungan dengan erat, yaitu Disparbudpora Kabupaten Blitar, Pemerintah Desa Serang, dan Perhutani. Disparbudpora Kabupaten Blitar telah melaksanakan perannya untuk mempromosikan pariwisata di Kabupaten Blitar, juga turut menghadiri rangkaian acara ketika tradisi Larung Sesaji yang hadir bersama Bupati Blitar beserta jajarannya. Hanya saja Disparbudpora Kabupaten Blitar seharusnya hadir dalam setiap rangkaian acara yang terselenggara. Hal ini agar dapat menunjukkan dukungan kepada Pemerintah Desa Serang dan panitia sehingga memiliki keterikatan emosional yang positif. Selain itu, hadirnya Disparbudpora Kabupaten Blitar agar Disparbudpora memiliki gambaran rinci mengenai *Serang Culture Festival* sehingga dalam ulasan yang diberikan kepada masyarakat akan merasa tertarik dan memiliki hasrat untuk berkunjung. Sedangkan Perhutani telah menunjukkan dukungan dengan baik. Kehadiran Perhutani lebih sering dilakukan daripada Disparbudpora Kabupaten Blitar saat berlangsungnya rangkaian acara *Serang Culture Festival*. Tentu saja kegiatan tersebut untuk meninjau kelestarian alam di sekitar Pantai Serang, sesuai dengan peran Perhutani. Sehingga pada



tahap pelaksanaan *Serang Culture Festival* telah tumbuh kolaborasi antara beberapa pihak. Baik ketiga pihak yang terlibat erat maupun pihak lain sebagai *support system*, seperti Dinas Pendidikan yang membantu dalam menjembatani panitia dengan sekolah, swasta yang memberi bantuan perihal pendanaan (sponsor), dan lain sebagainya. Sehingga *Serang Culture Festival* dapat terlaksana dengan baik.

### 5.1.5 Evaluation

*Evaluation* merupakan tahap dilaksanakannya evaluasi dari program *branding* yang telah dilaksanakan agar dapat meningkatkan kesadaran wisatawan dan menghasilkan tanggapan emosional yang lebih positif. Tahap evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk dapat meningkatkan *Serang Culture Festival* agar kedepannya lebih baik lagi. Dengan harapan kekurangan maupun kesalahan yang terjadi dapat diminimalis sehingga semakin lama *Serang Culture Festival* menjadi sebuah *event* yang semakin bagus, profesional, dan meriah.

“Tetap ada mbak misalnya tahun ini kurangnya apa kenapa kok sampai seperti ini itu tetap ada misalnya kita lihat waktu acara berlangsung sebelum acara ada peserta dari jauh datang kita harus bagaimana kasihan pesertanya tidak tahu tempat tidur akhirnya evaluasi berikutnya dari tahun ke tahun kita ada peningkatan sebelum acara berlangsung besok pagi ini hari ini harus kita sediakan kontak *center* disitu nanti kalau ada pertanyaan boleh peserta dari luar kota bisa masuk hari ini malam nanti kita sediakan tempat untuk menginap seperti itu jadi evaluasi dari tahun sebelumnya diterapin di tahun berikutnya untuk lebih baik tujuannya seperti itu mbak semakin bertambahnya usia *Serang Culture Festival* mulai dari satu dua sampai lima nanti kedepannya harapannya lebih profesional lagi, lebih bagus lagi, lebih meriah lagi”<sup>115</sup>

Tahap evaluasi ini dilaksanakan setiap selesai rangkaian kegiatan acara dengan poin-poin yang dibahas meliputi laporan penjualan tiket, biaya pengeluaran perhari, dan sisa pendapatan,

<sup>115</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Rudi), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 13:55 WIB.



maupun kendala yang dihadapi saat pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Seperti yang disampaikan oleh Mas Havis bahwa :

“Sekali selesai rangkaian langsung evaluasi mbak nanti jika ada yang kurang diperbaiki di *event* yang berikutnya kan seperti itu fungsinya yang dibahas pertama laporan penjualan tiket kemudian total biaya pengeluaran per-hari misalnya perlengkapan habis berapa konsumsi habis berapa dan lain-lain terus nanti sisa berapa”<sup>116</sup>

Sehingga setiap selesai rangkaian kegiatan acara maka Pemerintah Desa Serang beserta panitia dan seluruh yang terlibat saat pelaksanaan melakukan evaluasi bersama. Hal itu selaras dengan yang disampaikan oleh Mas Rudi mengenai siapa yang terlibat saat evaluasi, seperti sebagai berikut :

“Bapak kepala desa terus dari pihak panitia sendiri teman-teman Pokdarwis dari anak-anak pemuda kreatif dari pihak kepolisian pokok semuanya terlibat mbak dari awal sampai akhir terus terlibat kita tetap melibatkan misalnya kalau pas acara ada macet di jalan otomatis kan dari pihak keamanan harus mengevaluasi kita juga baiknya seperti kalau ada *event* kaya gini jadi kita sama-sama berjalan lancar”

Namun yang disampaikan oleh Mas Rudi tidak selaras dengan yang disampaikan oleh Pak Hastomo. Karena Pak Hastomo menyatakan Disparbudpora tidak dilibatkan saat evaluasi dilaksanakan, seperti yang diungkapkan Pak Hastomo bahwa :

“Tidak kita biasanya tidak dilibatkan mungkin internal mereka saja tapi kita dari Pemkab sangat *consen* dengan ini mungkin salah satu kalender *event* unggulan kita.”<sup>117</sup>

Hal ini patut disayangkan sebab Disparbudpora Kabupaten Blitar merupakan salah satu lembaga yang terlibat cukup banyak dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Tentu saja dari Disparbudpora memiliki penilaian dan pandangan lain dari berjalannya *event* ini. Disisi lain dari penilaian wisatawan terhadap penyelenggaraan *Serang Culture Festival* sudah baik. Wisatawan

<sup>116</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.

<sup>117</sup> Wawancara dengan Informan (Bapak Hastomo), pada Senin, 28 Desember 2020 pukul 09:07 WIB.



merasa terdapat perkembangan dari *Serang Culture Festival* dari tahun ke tahun. Yangmana pada tahun kelima acara lebih tepat waktu dan manajemennya sudah bagus sehingga wisatawan merasa lebih leluasa alias tidak *berjubel*.

“Menurutku untuk yang tahun terakhir sudah cukup bagus jadi beberapa tahun terakhir sering *berjubel* terus masalah acaranya itu sering molor tapi *Serang Culture Festival* yang kelima ini alhamdulillah yang saya hadiri itu tepat waktu terus manajemennya itu bagus tidak ada masyarakat yang *berjubel* jadi semua sudah tertata dengan baik seperti kemarin aku menghadiri Patung Pasir juga seperti itu jadi ada tempat yang dikhususkan untuk siswa siswa untuk membuat karya di petak-petak gitu untuk yang melihat ada pembatasnya”<sup>118</sup>

Selain itu, wisatawan juga menilai jika *Serang Culture Festival* merupakan *event* dengan ide yang bagus sehingga harus dipertahankan. Wisatawan merasa melalui rangkaian kegiatan acara *Serang Culture Festival* dapat menambah wawasan baru, seperti mengetahui bagaimana upacara adat Larung Sesaji dan lebih peduli dengan kesenian musik. Sehingga acara *Serang Culture Festival* telah mencakup segalanya.

“Bagus idenya dan patut dipertahankan dan meskipun mereka berdiri sendiri kaya tidak didukung dengan pantai-pantai lainnya tapi bisa konsisten terus dari pedagangnya juga *support* jadi acara itu juga membantu ekonomi para pedagang disitu untuk melariskan dagangannya kan lumayan daripada hari-hari biasanya pengunjungnya kan jadi lebih banyak terus juga mengenalkan kita ke pantai tidak hanya foto-foto duduk nah kita bisa kenal dengan para pesertanya kalau acaranya Larung Sesaji kita bisa tahu bagaimana sih atau kalau kita ikut yang acara musik-musik yang jazz atau keroncong itu juga kita lebih *aware* selain mengapresiasi budaya, kesenian mereka juga masih mengadakan upacara-upacara jadi sudah merangkul semua Serang itu minusnya bayar mbak itu saja sudah bagus semuanya keburukannya tertutupi dengan kebaikannya”<sup>119</sup>

<sup>118</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggi), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.

<sup>119</sup> Wawancara dengan Informan (Fitria Rahmawati), pada Selasa, 22 Desember 2020 pukul 19:00 WIB.



Penilaian yang baik dari wisatawan mengenai *Serang Culture Festival* juga menumbuhkan harapan dari wisatawan agar acara tersebut akan terus dilaksanakan. Hal tersebut karena menurut wisatawan acara *Serang Culture Festival* telah menjadi ciri khas dan selalu dinantikan oleh wisatawan. Seperti yang disampaikan oleh salah satu wisatawan sebagai berikut :

“Menurutku *Serang Culture Festival* harus tetap berlanjut karena festival ini sudah dijadikan *landmark* Pantai Serang untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan di Bulan Sura jadi *Serang Culture Festival* ini menjadi ciri khas nantinya ketika di tahun-tahun seterusnya jika tidak ada *Serang Culture Festival* pasti antusias masyarakat ke Pantai Serang pasti turun nah *Serang Culture Festival* ini kan merupakan salah satu acara yang ditunggu-tunggu juga di Kabupaten Blitar kalau di Dieng ada Dieng Festival terus di Banyuwangi ada *Tour Ijen* di Kabupaten Blitar juga punya *Serang Culture Festival* seperti itu.”<sup>120</sup>

Penilaian yang baik dari wisatawan juga dipengaruhi oleh sarana dan prasarana yang tersedia di Pantai Serang. Pantai Serang telah dilengkapi berbagai fasilitas yang memudahkan wisatawan terlebih dengan adanya area *surfing*, tempat duduk, penyewaan ATV, serta banyaknya pilihan toilet dan tempat makan. Seperti yang disampaikan oleh Mbak Fitria :

“Kalau dulu biasa aja tidak dibikin yang *special* tapi kalau tahun ini mereka Alhamdulillah semakin berkembang ada area *surfing*, ada tempat berteduh kursi yang ada payungnya seperti *ala-ala* di Bali gitu sekarang jadi mereka tetap berusaha menghidupkan Serang walaupun lagi Covid disana juga ada atv jadi kalau ingin menikmati pantai dengan cara berbeda ya naik itu dari toilet ada dan bersih banyak pilihannya, tempat berjualan makanan juga banyak banget pilihannya jadi kita tidak merasa kurang disana.”<sup>121</sup>

Wisatawan juga menganggap bahwa *Serang Culture Festival* merupakan suatu inovasi yang menarik untuk dapat mendorong perkembangan pariwisata di Kabupaten Blitar dan lebih memperkenalkan Pantai Serang. Seperti yang disampaikan dibawah ini :

“Keseluruhan tentang *Serang Culture Festival* aku rasa *Serang Culture Festival* ini sangat luar biasa maksudnya untuk menggali potensinya

<sup>120</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.

<sup>121</sup> Wawancara dengan Informan (Fitria Rahmawati), pada Selasa, 22 Desember 2020 pukul 19:00 WIB.



Serang sendiri inovasi yang sangat baik dan sudah berjalan tahun kelima seharusnya tahun ini kan tahun keenam tapi karena ini adalah lagi Pandemi jadi tidak bisa terlaksana semoga tahun depan kita bisa menikmati kalau aku sendiri sudah sangat suatu inovasi yang sangat baik untuk mendongkrak pariwisata di Kabupaten Blitar banyak yang tanya juga kan Blitar punya apa sekarang kita bisa menjawab Blitar memiliki festival yang menarik selain itu juga bisa mempromosikan Pantai Serang juga selain menjadi pantai yang kita bisa menikmati *sunset*-nya kita bisa menikmati festival desa terbesar se-Blitar Raya setiap tahunnya.”<sup>122</sup>

Namun disisi lain Mbak Andhira juga sedikit menyampaikan keluhannya mengenai Pantai Serang yaitu karena adanya tumpukan sampah. Seperti yang diungkapkan Mbak Andhira sebagai berikut :

“Kekurangannya apa ya sejauh ini aku belum menemukan kekurangan mungkin ya hanya tumpukan-tumpukan sampah saja paling masalahnya Pantai Blitar itu sih kalau untuk Pantai Serang aku yakin sudah terawat apalagi dengan dibawah pimpinan Pak Handoko yang Lurah sekarang Pantai Serang sudah berkembang”<sup>123</sup>

Selain sedikit mengeluhkan mengenai adanya tumpukan sampah, Mbak Andhira juga sedikit mengeluhkan mengenai terlambatnya acara dimulai dan menyayangkan mengenai pengelolaan sosial media *Serang Culture Festival* yang belum maksimal.

“Sejauh ini terbaik lah baik banget tertata mungkin itu sih *molor* jam pelaksanaannya ya biasa di suatu acara untuk rangkaianannya aku benar-benar suka banget aku ingin mengikuti semua rangkaian acaranya dan ini pengelolaan sosial media belum maksimal kalau tidak salah tahun kemarin baru aktif.”<sup>124</sup>

Sehingga adanya tumpukan sampah, terlambatnya acara dimulai, dan lebih aktif dalam mengelola media sosial dapat menjadi evaluasi dari wisatawan kepada Pengelola Pantai Serang.

Kemudian kedepannya agar dapat menyediakan sarana kebersihan dan meningkatkan kesadaran

<sup>122</sup> Wawancara dengan Informan (Andhira), pada Selasa 22 Desember 2020 pukul 20:06 WIB.

<sup>123</sup> Ibid.

<sup>124</sup> Ibid.



wisatawan untuk membuah sampah pada tempat sampah. Bagaimanapun adanya tumpukan sampah akan berpengaruh pada kenyamanan wisatawan. Dan untuk panitia juga agar dapat melakukan persiapan lebih baik dalam manajemen acara maupun dalam media sosial supaya lebih aktif. Untuk itu hal ini dapat dipertimbangkan sebagai evaluasi yang harus diperbaiki oleh segenap Pengelola Pantai Serang dan panitia pelaksana *Serang Culture Festival*.

Kemudian jika dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan pada saat pelaksanaan *Serang Culture Festival*, Festival Mancing menjadi rangkaian acara yang paling diminati wisatawan. Berikut akan disajikan tabel yang menunjukkan jumlah kunjungan dalam enam rangkaian acara yang tercatat oleh Pemerintah Desa Serang :

**Tabel 5.2**  
**Kunjungan Wisatawan Rangkaian Acara SCF**

Rangkaian Acara	Jumlah Kunjungan Wisatawan
<i>Serang Fishing Festival</i>	1133
<b>Festival Patung Pasir</b>	<b>1045</b>
<b>Festival Seribu Barong</b>	<b>987</b>
<b>Festival Layang-Layang</b>	<b>955</b>
<b>Festival Musik Jazz</b>	<b>377</b>
<b>Tradisi Larung Sesaji</b>	<b>120</b>

Sumber : Dokumen Pemerintah Desa Serang, 2020. Diolah oleh penulis, 2021.

Melalui pemaparan tabel diatas, dapat diketahui rangkaian acara yang paling diminati wisatawan berdasarkan jumlah kunjungan yang tercatat. Yangmana Festival Mancing merupakan rangkaian dengan kunjungan tertinggi, kemudian Festival Patung Pasir, dan yang paling diminati ketiga adalah Festival Seribu Barong. Selain ketiga rangkaian acara tersebut, diketahui pula rangkaian acara yang mampu menciptakan kesan positif dan nuansa yang menawan di hati wisatawan. Hal tersebut diungkapkan oleh Mbak Fitria sebagai berikut :

“Kalau yang 2018 Festival Layang-Layang saja sih soalnya kaya tidak pernah aku temui layang-layang sebanyak itu dan dilihat di pinggir pantai aduh itu *feel*-nya bagus banget itu dilombakan dan hingga luar kota juga yang 2019 jadi seru mereka membuat grub setiap kelompok ada namanya yang berbeda-beda dan unik jadi kita disana itu betah



mbak acaranya juga tidak monoton terus kreatifitas dari peserta juga bagus-bagus suka banget sih aku dengan Festival Layang-Layang.”<sup>125</sup>

Kesan menyenangkan pada saat Festival Layang-Layang didukung pula oleh kreatifitas

peserta yang berasal dari berbagai daerah. Hal ini selaras dengan yang disampaikan Kepala Desa

Serang jika di Blitar Raya dan sekitarnya belum pernah diselenggarakan Festival Layang-Layang

terlebih di pinggir pantai. Sehingga tentu saja festival ini menjadi festival unik dan mampu

menciptakan kepuasan berwisata untuk wisatawan. Sedangkan untuk Festival Musik Jazz menjadi

rangkaian acara yang menarik karena menghadirkan nuansa yang berbeda. Terlebih pelaksanaan

Festival Musik Jazz adalah ketika sore hingga malam hari, sehingga melewati waktu keindahan

*sunset* tiba yang menambah kesan dan nuansa yang menyenangkan untuk wisatawan. Seperti yang

dirasakan oleh Ilham Canggih, “Karena nuansanya berbeda walaupun aku bukan pecinta musik itu

tapi karena Jazz-nya ada di pinggir laut asik saja dengan seperti itu terus kan sambil menikmati

*sunset* malamnya baru Serang Jazz-nya itu.”<sup>126</sup>

Sehingga dapat diketahui jika dalam rangkaian acara *Serang Culture Festival* memiliki

berbagai daya tarik dan telah mampu menumbuhkan kecintaan para wisatawan pada rangkaian

acaranya. Dengan ini Pemerintah Desa Serang dan panitia dapat mengetahui rangkaian acara yang

layak untuk dipertahankan dan dikembangkan maupun rangkaian acara yang memerlukan sebuah

perbaikan agar kedepannya semakin menarik minat dari wisatawan. Sehingga akan banyak

wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan baru maupun wisatawan yang telah memiliki

keterikatan emosional dengan rangkaian acara *Serang Culture Festival*. Dalam menentukan

rangkaian acara Pemerintah Desa Serang juga perlu untuk koordinasi dengan Disparbudpora

Kabupaten Blitar. Karena Disparbudpora Kabupaten Blitar pasti mengikuti perkembangan *event*

pariwisata yang unik dan menarik sehingga dapat memungkinkan akan penemuan ide rangkaian

<sup>125</sup> Wawancara dengan Informan (Fitria Rahmawati), pada Selasa, 22 Desember 2020 pukul 19:00 WIB.

<sup>126</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.



acara yang menarik. Untuk itu pula, keterlibatan Disparbudpora Kabupaten Blitar dalam tahap evaluasi sangat penting. Jadi pada tahap evaluasi belum dapat dikatakan telah terjalin kolaborasi yang optimal karena ketidakterlibatan Disparbudpora Kabupaten Blitar pada akhir rangkaian kegiatan untuk *branding* Pantai Serang.

#### 5.1.6 Outcome

Tahapan terakhir adalah *Outcome* yang merupakan hasil dari pelaksanaan *branding*. Hasil yang dapat dinilai adalah berupa peningkatan ekuitas merek, inisiatif seluruh pemangku kepentingan, maupun tingkat kinerja yang berhubungan dengan tanggung jawab mereka. Ekuitas merek sendiri meliputi *Brand Awareness*, *Brand Performance/imagery*, *Brand Feeling/judgement*, dan *Brand Resonance* yang dapat dilihat dari tanggapan wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Serang ketika terselenggaranya *Serang Culture Festival* maupun ketika hari-hari biasanya.

Tiga dari empat wisatawan yang ditemukan oleh penulis menyatakan bahwa melalui diadakannya acara *Serang Culture Festival* membuat wisatawan semakin mengenali potensi yang dimiliki Pantai Serang. Sedangkan satu wisatawan yang tidak mengungkapkan hal yang sama dikarenakan belum pernah menghadiri *Serang Culture Festival*. Ilham Canggih mengungkapkan bahwa dia menjadi mengenali potensi lebih yang dimiliki Pantai Serang dalam segi kelengkapan sarana dan prasarana serta ciri khas dari Pantai Serang. Bagi Ilham Canggih, adanya *Serang Culture Festival* merupakan ciri khas di Pantai Serang sebagai momentum terbesar. Seperti yang diungkapkan sebagai berikut :

“Pasti *Serang Culture Festival* dibuat untuk bagaimana menarik wisatawan datang kesana jadi ada sisi-sisi dimana Serang mempunyai ciri khas untuk kenapa aku harus datang kesana nah di satu Sura dikhususkan untuk acara *Serang Culture Festival* itu ciri khasnya *Serang Culture Festival* itu ya acara itu yang menjadi momentum paling besar di Serang kalau ciri khas objek wisata ya terkait manajemen, sarana prasarana yang paling lengkap disana ada atv, terus



kalau kamu mau *surfing* disana bisa *surfing* jadi Serang itu tempat yang paling oke lah untuk wisata pantai di Blitar.”<sup>127</sup>

Senada dengan Ilham Canggih, Mbak Andhira juga mengungkapkan bahwa *Serang Culture Festival* justru menjadi potensi bagi Pantai Serang. Dengan adanya *Serang Culture Festival* wisatawan dapat melirik keunikan dan keindahan di Pantai Serang serta melihat bahwa ternyata Pantai Serang tidak kalah menariknya daripada pantai yang lain. Bahkan menurut wisatawan ini, karena banyaknya orang yang semakin tertarik dengan Pantai Serang mendorong adanya pembangunan jalan menuju Pantai Serang.

“Otomatis aku melihat potensi yang besar banget di Pantai Serang yang kita tahu pantai-pantai di Blitar yang berpotensi hanya itu-itu saja contohnya Pantai Tambak adanya *Serang Culture Festival* cukup membuat potensinya Pantai Serang naik orang-orang mulai melirik Pantai Serang ternyata juga bagus tidak hanya Tambak saja terbukti juga jalan di Pantai Serang juga diperbaiki sudah mulai mudah sebelum tahun 2017 jalannya ya ampun 2017 itu mulai pembangunan aku sangat ingat.”<sup>128</sup>

Dengan semakin mengerti dan sadarnya wisatawan akan potensi yang dimiliki Pantai Serang membuat wisatawan ingin kembali berkunjung. Menurut wisatawan acara *Serang Culture Festival* merupakan acara yang tidak membosankan dan setiap tahunnya menghadirkan kesan tersendiri. Sehingga menarik wisatawan untuk ingin berwisata kembali.

“Iya semakin ngerti sih semakin tertarik dan semakin membuat ingin kesana lagi itu kalau semisal obat manjur mbak itu acaranya setiap tahun diulang-ulang terus tapi tidak bosan kaya setiap tahun memiliki cerita tersendiri”<sup>129</sup>

<sup>127</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.

<sup>128</sup> Wawancara dengan Informan (Andhira), pada Selasa 22 Desember 2020 pukul 20:06 WIB.

<sup>129</sup> Wawancara dengan Informan (Fitria Rahmawati), pada Selasa, 22 Desember 2020 pukul 19:00 WIB.



Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Serang Culture Festival* mendorong para wisatawan memiliki kesadaran terhadap potensi yang terdapat di Pantai Serang dengan kata lain *Serang Culture Festival* telah memenuhi *Brand Awareness*. Kesadaran akan potensi di Pantai Serang dapat ditimbulkan dari kesan positif saat wisatawan menghadiri *Serang Culture Festival*. Sebab acara tersebut telah berhasil memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa bagi wisatawan. Hal tersebut diungkapkan Mbak Andhira sebagai berikut :

“Sudah kalau aku menimbang dari fasilitas terus sesuatu yang ditawarkan seperti pemandangan atau *sunset* terus fasilitas-fasilitas umum seperti kamar mandi, mushola, rumah makan, balai-balai, tempat duduk yang menyenangkan, terus *kids friendly* kan kita kalau untuk anak-anak wisata pantai kan wisata keluarga itu sudah memenuhi terus ombaknya juga menyenangkan tidak kencang bentang pantainya juga menyenangkan ketika disusuri *ekspetasi* ku ke Pantai Serang sudah *good*”<sup>130</sup>

Alasan *Serang Culture Festival* telah memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa adalah dari fasilitas sarana dan prasarana yang tersedia di Pantai Serang serta kondisi geografis yang mendukung yaitu adanya *sunset* yang indah. Selain itu, rangkaian acara yang dipilih juga menjadi faktor wisatawan merasakan pengalaman berwisata yang luar biasa. Karena setiap acara yang dilaksanakan memiliki daya tarik masing-masing. Diungkapkan oleh Ilham Canggih sebagai berikut :

“Kalau menurutku di Kabupaten Blitar yang paling memberikan pengalaman yang luar biasa ya di *Serang Culture Festival* karena secara manajerial secara acara sudah tertata dengan baik jadi kita kesana ingin lihat apa ingin cari apa sudah ada dan tidak membuat bosan lah disana itu terkait acara *Serang Culture Festival* ini pastinya disetiap acaranya memiliki daya tariknya masing-masing seperti patung pasir, pelepasan tukik, festival layang-layang, ada Serang Jazz itu jadi mempunyai daya tariknya masing-masing setiap *event* itu.”<sup>131</sup>

<sup>130</sup> Wawancara dengan Informan (Andhira), pada Selasa 22 Desember 2020 pukul 20:06 WIB.

<sup>131</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.



Dengan demikian penyelenggaraan *Serang Culture Festival* di Pantai Serang telah memenuhi *Brand Performance/imagery* yang baik dengan memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa bagi para wisatawan. Hal tersebut didukung dengan kondisi geografis, fasilitas yang tersedia, dan penataan rangkaian acara dengan manajerial yang baik. Sehingga wisatawan telah merasakan pengalaman berwisata yang luar biasa dan berkesan. Namun perlu diketahui pula jika mengenai *Brand Feeling/judgement* wisatawan terhadap Pantai Serang saat pertama kali menunjukkan kesan yang berbeda-beda. Terdapat wisatawan yang menganggap Pantai Serang sama seperti pantai-pantai lainnya, seperti yang diungkapkan Mbak Andhira :

“Tahun 2011 bayangin ya seperti layaknya pantai biasa bisa senang-senang gitu bisa main ombak.”<sup>132</sup>

Begitu pula dengan kesan pertama yang ditunjukkan oleh Ilham Canggih, menurutnya kesan pertama terhadap Pantai Serang biasa saja seperti pantai lainnya. Namun pada akhirnya wisatawan ini menemukan perkembangan pada Pantai Serang sejak tahun 2016.

“Saat pertama kali ke Pantai Serang waktu SD itu ketika saya di ajak ke Pantai Serang waktu itu biasa saja menurut saya sama dengan pantai-pantai lainnya lalu kesana lagi pada tahun 2016 sudah ada kemajuan terkait penataan pantainya.”<sup>133</sup>

Bagi wisatawan lainnya, kesan pertama mengetahui Pantai Serang menunjukkan ketertarikan yang tinggi. Ketertarikan ini didukung dari kondisi cuaca dan sarana prasarana yang memudahkan wisatawan. Mudahnya wisatawan menjangkau sarana dan prasarana yang tersedia menimbulkan kesan bahagia ketika berwisata. Seperti yang diungkapkan Mbak Fitria seperti berikut :

“Pantai ini pasti cakep di segala cuaca dan terbukti mau cerah, mendung, senja, malam hari dia tetap mempesona ditambah penjual

<sup>132</sup> Wawancara dengan Informan (Andhira), pada Selasa 22 Desember 2020 pukul 20:06 WIB.

<sup>133</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.



dagangan, mushola, dan kamar mandi tersebar di beberapa titik dimudahkan dan dibahagiakan sekali aku kesana”<sup>134</sup>

Selain kondisi cuaca dan sarana prasarana yang memudahkan wisatawan, ketertarikan wisatawan juga dikarenakan fasilitas hiburan yang mendukung. Seperti kesan Refondi saat pertama kali mengetahui Pantai Serang.

“Tertarik untuk pertama kali saya membayangkan dapat bermain di bibir pantai yang luas dengan beraneka ragam fasilitas contohnya atv dan lain-lain”<sup>135</sup>

Sedangkan kesan pertama kali yang dirasakan oleh wisatawan terhadap acara *Serang Culture Festival* adalah menunjukkan ketertarikan yang tinggi. Wisatawan mengungkapkan saat mengetahui acara tersebut kesan yang pertama muncul adalah *event* tersebut akan menjadi sebuah acara yang meriah dan fantastis. Terlebih acara yang seperti itu masih pertama kali di Kabupaten Blitar dengan rangkaian kegiatan acara yang bermacam-macam. Sehingga dapat disimpulkan *Brand Feeling/judgement* wisatawan saat pertama kali mengetahui Pantai Serang adalah beraneka ragam. Terdapat wisatawan yang langsung memiliki ketertarikan, ada pula yang merasa jika Pantai Serang biasa saja karena seperti pantai-pantai pada umumnya. Namun kesan wisatawan terhadap *Serang Culture Festival* seluruhnya menunjukkan kesan positif yang langsung tertarik. Dengan kata lain *Serang Culture Festival* berhasil memberikan kesan positif untuk wisatawan bahkan dari pertama kali mendengar atau mengetahui acara tersebut.

Secara umum wisatawan menunjukkan tanggapan yang positif terhadap Pantai Serang maupun terkhusus *event Serang Culture Festival*. Hal ini ditunjukkan dengan wisatawan yang menyatakan akan mengunjungi kembali Pantai Serang. Bahkan terdapat wisatawan yang merasa mewajibkan diri berkunjung ke Pantai Serang dikarenakan tingginya ketertarikan terhadap pantai

<sup>134</sup> Wawancara dengan Informan (Fitria Rahmawati), pada Selasa, 22 Desember 2020 pukul 19:00 WIB.

<sup>135</sup> Wawancara dengan Informan (Refondi Ramadha), pada Kamis 21 Januari 2021 pukul 11:28 WIB.



dan acara *Serang Culture Festival*. Terlebih acara *Serang Culture Festival* merupakan satu-satunya festival desa di Kabupaten Blitar yang terselenggarakan di pantai.

“Kalau dibilang sering tidak juga hanya beberapa kali setahun wajib minimal satu atau dua lah mewajibkan diri kesana apalagi saat ada *Serang Culture Festival* memang aku mewajibkan diriku sendiri minimal satu kali hadir mewajibkan diri karena memang tertarik dengan festival-festival pantai seperti Serang karena yang aku tahu satu-satunya festival yang ada di pantai yang rutin diadakan di Blitar hanya *Serang Culture Festival* walaupun tahun ini masih belum diadakan lagi karena Pandemi ini kan aku bulan Juli kalau tidak Agustus aku sempat ke Serang lalu bertanya petugas Pantai Serang apakah *Serang Culture Festival* tetap diadakan ternyata masih bingung dengan keadaan seperti ini tapi kayanya yang aku lihat yang dilaksanakan hanya Larung Sesaji karena memang wajib setiap tahun dilakukan”<sup>136</sup>

Jika dilihat dari pernyataan Mbak Andhira, menunjukkan bahwa *Serang Culture Festival* sudah lekat dengan wisatawan. Sebab selain mewajibkan diri wisatawan juga telah mengerti jika *Serang Culture Festival* merupakan satu-satunya *event* pantai di Kabupaten Blitar. Selain itu terdapat pula wisatawan yang selalu berkunjung dengan tujuan untuk *refreshing* dan merasa tertantang karena Pantai Serang menunjukkan perkembangan yang baik dari segi sarana dan prasarana, maupun pelayanan dari masyarakat.

“Sering setiap setahun pasti ada entah dua kali atau tiga kali empat kali tidak tentu yang pasti setiap tahun kesana dari SMP kan aku anak pantai dan rumahnya Blitar Selatan kadang untuk *refreshing* melepaskan penat kan dulu rutinitasnya di badminton dan latihannya di pasir besi kebetulan Serang pasirnya besi juga jadi sekalian bermain-main disana tapi pertama kali kesana waktu kecil masih SD apalagi sekarang setelah kuliah semakin sering kesana lagi sering ke Serang sekarang ini karena lebih tertantang untuk beberapa tahun ke belakang ini tertantang dalam artian Serang sudah tidak seperti dulu sudah tidak *amburadul* jadi semuanya sudah tertata dengan baik terus sarana dan prasarananya

<sup>136</sup> Ibid.



sudah diperbaharui, *service* yang dilakukan masyarakat juga semakin baik”<sup>137</sup>

Dengan ini menunjukkan bahwa *Serang Culture Festival* telah memiliki *Brand Resonance* yang melekat dengan wisatawan sehingga membuat wisatawan memiliki hasrat untuk berkunjung kembali ke Pantai Serang. Hal tersebut dipertegas pula oleh wisatawan yang akan kembali mengunjungi Pantai Serang sebab diadakannya *Serang Culture Festival*.

“Ya pengen lah kan ada *Serang Culture Festival* masih pengen banget kesana lagi pengen lagi kesana secara lebih santai bakar ikan, main atv, main layang-layang”<sup>138</sup>

Selain itu hubungan yang lekat antara wisatawan dengan Pantai Serang dan acara *Serang Culture Festival* dapat dilihat dari wisatawan yang memahami kelebihan-kelebihan dari kedua hal tersebut. Seperti menjadi satu-satunya *event* yang terbesar dan menjadi salah satu segitiga wisata emas di Kabupaten Blitar. Seperti yang diungkapkan Refondi :

“Pantai Serang itu dikenal sebagai salah satu dari tiga atau segitiga wisata emas di Kabupaten Blitar jadi secara otomatis Serang dapat sebagai tolak ukur dan juga sebagai *center* kawasan pantai di Kabupaten Blitar karena memang pengelolaan Desa Wisata disana sudah bagus dibanding Desa Wisata lainnya khususnya dalam urusan manajemen konflik dimana masyarakat terjadi suatu masalah dapat diselesaikan secara bersama kemudian untuk wisata secara geografisnya tidak dapat dikatakan sebagai sesuatu yang kurang disana itu luas sekali dan diberikan kondisi geografis yang sangat mendukung walaupun pada dasarnya pasir hitam tapi selama digunakan dengan baik maka Pantai Serang menjadi daya tarik destinasi wisata yang bagus di Kabupaten Blitar terus kalau promosi disana *event* itu bagus pengelolannya mereka mengkolaborasikan kebudayaan, apa yang digandrungi masyarakat ini dijadikan satu acara dan kemudian dapat menarik para pengunjung untuk dapat ikut di dalam *event* tahunannya.”<sup>139</sup>

<sup>137</sup> Wawancara dengan Informan (Ilham Canggih), pada Rabu 23 Desember 2020 pukul 18:55 WIB.

<sup>138</sup> Wawancara dengan Informan (Refondi Ramadha), pada Kamis 21 Januari 2021 pukul 11:28 WIB.

<sup>139</sup> Ibid.



Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Serang Culture Festival* telah memenuhi semua komponen dalam *Brand Equity* atau Ekuitas Merek dari terpenuhi. Terpenuhinya seluruh Ekuitas Merek merupakan bukti kerja keras Pemerintah Desa Serang dan panitia dalam mengupayakan yang terbaik untuk penyelenggaraan *Serang Culture Festival*. Selain terpenuhi Ekuitas Merek, keberhasilan tersebut juga dapat dilihat dari pencapaian tujuan dari penyelenggaraan *Serang Culture Festival*. Tujuan tersebut terdiri :

1. Melestarikan budaya dan tradisi yang terdapat di Blitar. Pencapaian tujuan ini dapat dilihat dari terselenggaranya Upacara Tradisi Larung Sesaji dan seluruh rangkaian kegiatan acara.
2. Memperkenalkan Pantai Serang lebih luas. Tujuan ini juga dapat dikatakan telah tercapai seperti yang disampaikan oleh Pak Handoko bahwa wisatawan yang berkunjung saat *Serang Culture Festival* hingga Jogja dan Bandung. Dengan demikian wisatawan yang berkunjung hingga berbeda Provinsi.
3. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Tujuan yang ketiga ini belum dapat dikatakan berhasil secara maksimal. Hal tersebut dikarenakan jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Serang sejak diselenggarakannya *Serang Culture Festival* tidak menunjukkan jumlah yang berangsur meningkat. Dari tahun 2015 ke tahun 2016 jumlah kunjungan menurun begitu pula dari 2016 ke 2017. Peningkatan kunjungan terjadi pada tahun 2018, akan tetapi pada tahun 2019 mengalami penurunan kembali. Jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Serang adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.3**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pantai Serang**

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2015	19.660
2.	2016	18.469
3.	2017	17.733
4.	2018	59.179
5.	2019	52.779



Sumber : Dokumen Disparbudpora Kabupaten Blitar, 2020. Diolah penulis, 2021.

4. Peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Tujuan terakhir diadakannya *Serang Culture Festival* ini juga tercapai. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Ibu Anti, seorang masyarakat setempat yang juga berjualan di Pantai Serang.

“Hasilnya lumayan mbak biasanya kalau hari-hari biasa cuma dapat Rp. 100.000-150.000 kalau ada acara kan Rp. 500.000 keatas sampai satu jutaan lah pengunjung jadi banyak yang datang jadi ramai”<sup>140</sup>

Peningkatan pendapatan masyarakat bahkan lebih dari setengah dari hari-hari biasanya. Sehingga adanya *Serang Culture Festival* dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan menambah kesejahteraan masyarakat. Hal ini pada akhirnya mendorong masyarakat setempat untuk beralih profesi dari petani menjadi berwirausaha di Pantai Serang. Seperti yang diungkapkan Mas Havis sebagai berikut :

“Hasilnya pertumbuhan ekonomi di Serang jadi bertambah terus pariwisata di Serang daripada tahun-tahun dulu sekarang lebih dikenal dulu warga yang bekerja sebagai petani sekarang berwirausaha di pantai ekonominya sudah meningkat banyak mbak dampaknya ke warga pengunjung juga meningkat banyak sekali mbak kan tidak ribet modal dagang saja sudah ada hasil sampai sekarang tambah banyak dan itu yang sekarang menjadi tambah masalah”<sup>141</sup>

Sedangkan jika dilihat hasil berdasarkan inisiatif pemangku kepentingan dan tingkat kinerja yang berhubungan dengan tanggung jawab mereka, belum menunjukkan hasil yang sepenuhnya bagus. Untuk Pemerintah Desa Serang dan panitia internal telah berupaya semaksimal mungkin.

Terlihat pada saat persiapan panitia internal telah memiliki inisiatif untuk melakukan rapat sendiri guna mematangkan konsep *Serang Culture Festival* bahkan hampir setiap malam. Pemerintah

<sup>140</sup> Wawancara dengan Informan (Ibu Anti), pada Senin 28 Desember 2020 pukul 14:00 WIB.

<sup>141</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.



Desa Serang juga selalu melaksanakan rapat secara rutin setiap minggu untuk *memonitoring* segala persiapan yang dibutuhkan. Namun untuk inisiatif panitia besar Mas Havis merasa kurang efektif karena semakin banyak orang justru menimbulkan banyak kemungkinan terjadinya kesalahan komunikasi dan tidak meratanya pekerjaan sehingga terdapat panitia yang tidak melakukan apapun. Seperti yang diungkapkan sebagai berikut :

“70 orang panitia yang ada hanya tambahan mereka tidak ikut kerja seperti kita maksudnya yang pasti menangani perlengkapan, dekor, dan lain-lain ya *Team Seven* itu tadi kalau 70 orang terkadang datang saat hari H saja saat *sterilisasi* kebanyakan gitu tapi kalau yang pokok hanya tujuh orang tadi malah lebih efektif juga mbak waktu mepet kalau orangnya banyak malah tidak efektif kadang *miss* komunikasi kadang tidak bekerja masalahnya gitu lebih baik tujuh tapi *solid* makanya kebanyakan tugas di-*handle* oleh *Youth Creative* mbak”<sup>142</sup>

Dan untuk lembaga lainnya yang terlibat dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival*, Mas Havis merasa bahwa Perhutani belum maksimal dalam melaksanakan perannya. Penilaian tersebut berdasarkan pada pandangan Mas Havis yang melihat bahwa Perhutani tidak membantu dalam hal tenaga maupun pikiran. Melainkan Perhutani hanya membantu dalam penjagaan portal di tiket masuk, sedangkan Pemerintah Desa telah menugaskan seseorang pada area tersebut. Dan untuk Disparbudpora Kabupaten Blitar, Mas Havis merasa Disparbudpora telah memberikan bantuan yang sesuai dengan perannya. Seperti yang disampaikan oleh Mas Havis di bawah ini :

“Belum mbak kayanya kalau Perhutani memberi bantuan apa mereka tidak memberikan bantuan tenaga tidak membantu pikiran juga mereka hanya mengikuti Pemerintah Desa dan Pokdarwis kalau Pemda sudah membantu meminjamkan alat, promosi seperti itu yang saya tahu penjagaan tiket sudah ada petugasnya sendiri dari pihak desa selanjutnya ada tambahan lagi dari Perhutani kalau hari biasa sama saja saat festival tetap itu saja yang menjaga bantuan Perhutani hanya di menjaga tiket itu saja.”<sup>143</sup>

<sup>142</sup> Wawancara dengan Informan (Mas Havis), pada Senin, 18 Januari 2021 pukul 14:25 WIB.

<sup>143</sup> Ibid.



Selain melihat hasil berdasarkan *Brand Equity*, pencapaian tujuan, dan inisiatif para pihak yang terlibat, hasil dari pelaksanaan *Serang Culture Festival* juga dapat dilihat dari kontribusi acara ini pada Pendapatan Desa Serang. Berikut akan disajikan data berkenaan dengan hasil pendapatan dari tiket masuk Pantai Serang pada tahun 2015-2019 :

**Tabel 5.4**  
**Hasil Pendapatan Pantai Serang 2015-2019**

Tahun	Pendapatan	Bagi Hasil Pendapatan Pantai Serang				
		Bapenda	Asuransi	Pemda Kab. Blitar	Perhutani	Pemdes Serang
2015	98.300.000	14.745.000	4.915.000	35.388.000	35.388.000	7.864.000
2016	111.850.000	16.777.500	5.592.000	40.266.000	40.266.000	8.948.000
2017	88.665.000	13.299.750	4.433.250	31.919.400	31.919.400	7.093.200
2018	386.453.000	57.967.950	19.322.650	82.898.520	82.898.520	143.365.360
2019	369.453.000	55.417.950	18.472.650	67.188.520	67.188.520	161.185.360

Sumber : EkyPrista. 2020. *Optimalisasi Potensi Retribusi Pariwisata Pantai Terhadap Pendapatan Asli Desa di Kabupaten Blitar*. Universitas Brawijaya: Malang. Diolah Penulis, 2021.

Pada tabel tersebut menunjukkan terdapat perbedaan pendapatan Pemerintah Desa Serang dari sebelum dan sesudah adanya Perjanjian Kerja Sama tahun 2018. Dapat terlihat pada tahun 2015-2017 jumlah pendapatan Pemerintah Desa Serang sangat kecil dibandingkan dengan Pemerintah Daerah dan Perhutani. Pendapatan tersebut berasal dari penjualan tiket masuk wisata, pada hari biasa Rp. 7.000 dan pada saat ada *event* menjadi Rp. 15.000. Sedangkan dapat diketahui pada penjabaran poin-poin diatas bahwa pada tahap pertama hingga tahap evaluasi Pemerintah Desa Serang lebih banyak berperan dalam merencanakan dan melaksanakan *Serang Culture Festival* maupun upaya pengembangan Pantai Serang. Namun justru memperoleh pendapatan dengan nominal yang paling kecil. Pendapatan yang diperoleh oleh Pemerintah Desa Serang berlandaskan pada persentase pembagian pendapatan yang disepakati pada Perjanjian Kerja Sama. Persentase pembagian pendapatan juga berbeda pada saat sebelum dan sesudah adanya Perjanjian Kerja Sama. Berikut penjabarannya :



Tabel 5.5

## Persentase Bagi Hasil Pendapatan Sebelum dan Sesudah PKS 2018

Sebelum PKS 2018		Sesudah PKS 2018	
Bapenda	15%	Bapenda	15%
Asuransi	5%	Asuransi	5%
Pemda Kab. Blitar	45%	Pemda Kab. Blitar	25%
Perhutani	45%	Perhutani	45%
Pemerintah Desa Serang	10%	Pemerintah Desa Serang	50%

Sumber : EkyPrista. 2020. *Optimalisasi Potensi Retribusi Pariwisata Pantai Terhadap Pendapatan Asli Desa di Kabupaten Blitar*. Universitas Brawijaya: Malang. Diolah Penulis, 2021.

Dengan adanya Perjanjian Kerja Sama 2018 dapat diketahui hal tersebut membawa keuntungan pada Pemerintah Desa Serang. Dengan persentase pendapatan yang lebih besar maka pendapatan yang diperoleh Pemerintah Desa Serang juga semakin besar pula. Besar kecil pendapatan Desa Serang sangat dipengaruhi oleh jumlah kunjungan wisatawan pada pantai Serang. Untuk itu pelaksanaan *Serang Culture Festival* sangat berpengaruh pada pendapatan Pemerintah Desa Serang pada sektor pariwisata. Sebab *Serang Culture Festival* merupakan media untuk mem-branding Pantai Serang sehingga dapat lebih dikenali dan lebih menarik kunjungan wisatawan. Agar branding dapat terealisasi secara optimal, sangat diperlukan sinergitas kolaborasi yang melibatkan Pemerintah Desa Sserang, Disparbudpora Kabupaten Blitar, Perhutani, dan masyarakat setempat.

Dalam segi inisiatif pemangku kepentingan dan tingkat kinerja yang berhubungan dengan tanggung jawab mereka, Pemerintah Desa Serang dan panitia internal sudah baik dalam melaksanakan tanggung jawabnya. Begitu pula dengan Disparbudpora Kabupaten Blitar, sudah dirasa cukup baik. Hanya saja peran dalam Disparbudpora perlu untuk lebih ditingkatkan kembali dalam keterlibatan sejak awal pelaksanaan, seperti pada tahap *precondition*, *direction setting*, maupun pada saat evaluasi. Sedangkan panitia besar dan Perhutani dinilai belum maksimal dalam menjalankan tanggung jawabnya. Seharusnya saat awal membenentukan panitia besar, Pemerintah Desa Serang maupun panitia internal telah membagi *tupoksi* dari masing-masing panitia besar.



Sehingga tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan kerja dan dapat menghindari *miss communication*. Pembagian *tupoksi* kepada panitia besar dapat dibedakan pada setiap rangkaian acara dan tugasnya masing-masing. Hal ini juga membantu agar panitia besar merasa bingung dengan apa yang dapat mereka kerjakan. Jadi semuanya memiliki porsi kerjanya masing-masing. Dan untuk Perhutani juga seharusnya melakukan koordinasi dengan Pemerintah Desa Serang mengenai area mana yang memerlukan personil tambahan. Jadi untuk area yang sudah terdapat petugasnya maka Perhutani dapat membantu bertugas pada area lainnya. Selain itu, penugasan ini juga untuk menghindari timbulnya asumsi yang tidak baik.

Dengan berkolaborasinya seluruh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival* maka muncul harapan baru agar pencapaian hasil dapat lebih positif dan lebih baik lagi serta menghadirkan berbagai manfaat untuk seluruh pihak terutama untuk masyarakat. Sehingga Ekuitas Merek asli destinasi wisata Pantai Serang dapat semakin ditingkatkan dan untuk tujuan yang belum tercapai secara maksimal dapat lebih diupayakan agar tercapainya tujuan secara menyeluruh. Tujuan pelaksanaan *Seang Culture Festival* yang belum tercapai secara maksimal adalah peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Hal tersebut dikarenakan jumlah kunjungan yang tercatat tidak menunjukkan angka yang berangsur meningkat. Justru menunjukkan jumlah yang cenderung berkurang di tahun 2016, 2017, dan 2019.

## 5.2 Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan *Serang Culture Festival*

### 5.2.1 Faktor Pendukung

#### 1. Kepemimpinan

Pemimpin adalah faktor utama diselenggarakannya *Serang Culture Festival*. Adanya *Serang Culture Festival* bermula dari terpilihnya Pak Handoko menjadi Kepala Desa Serang. Berawal dari kepemimpinan tersebut, Pak Handoko melihat potensi yang besar dari Pantai Serang.



Terlebih *culture* Larung Sesaji masih diselenggarakan dengan tertib oleh masyarakat setempat.

Dari adanya budaya yang masih dipertahankan inilah Pak Handoko menginisiasi dilaksanakannya

*Serang Culture Festival* bahkan terus terselenggara hingga kali kelima ditahun 2019. Dengan ini

Desa Serang diketahui membutuhkan sosok pemimpin yang inovatif, kreatif, dan berani untuk

membawa kemajuan pada Desa Serang. Sebab sebelum dipimpin oleh Pak Handoko Desa Serang

tidak memiliki kegiatan sebesar *Serang Culture Festival*. Sehingga faktor kepemimpinan

merupakan hal yang utama.

## 2. Partisipasi dari Masyarakat

Terselenggaranya *Serang Culture Festival* juga tidak lepas dari partisipasi masyarakat

yang baik. Hal ini tercerminkan dari masyarakat yang secara sukarela bersedia menjadi panitia dan

masyarakat yang turut menyemarakkan *Serang Culture Festival*. Seluruh panitia, terutama panitia

inti merupakan masyarakat setempat sehingga tanpa adanya partisipasi secara sukarela dari

masyarakat setempat *Serang Culture Festival* tidak mungkin terlaksana dengan baik. Bahkan demi

menyuguhkan sajian yang terbaik dalam *Serang Culture Festival*, panitia inti bersedia untuk

melakukan rapat hampir setiap malam untuk mematangkan konsep dan hampir setiap minggu

untuk membahas persiapan yang dilakukan. Selain itu, masyarakat yang berwirausaha di Pantai

Serang sebagai penjual juga secara sukarela menyediakan makanan gratis dalam bentuk *takir*

untuk wisatawan yang hadir saat Larung Sesaji. Sehingga acara tersebut semakin semarak, bahkan

masyarakat setempat juga membantu Pemerintah Desa Serang untuk menyiapkan Tumpengan

yang digunakan untuk Larung Sesaji. Dengan demikian masyarakat sangat berperan dalam

terselenggaranya *Serang Culture Festival*.



### 3. Bantuan SDM

Bantuan sumber daya manusia ini pernah terjadi ketika Festival Musik Jazz dan Festival Seribu Barong. Hal tersebut disampaikan oleh Mas Havis karena saat Festival Musik Jazz diperlukan *lighting* atau tata lampu yang mendukung untuk musik jazz. Akan tetapi dari panitia tidak ada yang bisa mengoperasikan tata lampu tersebut. Sehingga untuk menangani situasi tersebut meminta bantuan rekan dari Kota Blitar yang merupakan rekan panitia dan Kepala Desa. Begitu pula untuk Festival Seribu Barong, memerlukan bantuan untuk koordinasi seputar Barongan seperti apa sistematika dan apa saja yang dibutuhkan. Sehingga dengan adanya bala bantuan dari rekan-rekan Kota Blitar rangkaian acara dari *Serang Culture Festival* dapat terselenggara.

### 4. Kondisi Geografis

Kondisi geografis yang mendukung merupakan anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa. Bentang pantai yang luas, kondisi cuaca yang bersahabat, dan indahnya *sunset* merupakan anugerah dari Tuhan yang juga mampu mendukung *Serang Culture Festival*. Karena pelaksanaan acara ini di pantai maka kondisi geografis pantai yang baik akan berdampak pula pada kelancaran penyelenggaraan *Serang Culture Festival*. Dengan adanya kondisi geografis yang mendukung ini juga membuat wisatawan merasa nyaman ketika berkunjung ke Pantai Serang, baik saat adanya *Serang Culture Festival* maupun hari-hari biasa. Sehingga menjadi nilai tambah bagi wisatawan yang berkunjung. Memiliki bentang pantai yang luas juga merupakan kondisi geografis yang mendukung. Bentang yang luas menjadikan Pantai Serang sebagai lokasi yang memadai untuk dilaksanakannya *event Serang Culture Festival* yang mendatangkan banyak wisatawan.



## 5. Fasilitas yang Mendukung

Fasilitas atau sarana dan prasarana yang disiapkan Pengelola Pantai Serang juga turut mendukung terselenggaranya acara *Serang Culture Festival*. Pengunjung akan merasa mudah dan tidak khawatir untuk berkunjung di Pantai Serang saat hari biasa maupun saat dilaksanakannya *Serang Culture Festival*. Sebagai contoh, adanya penginapan dan area *camping* di sekitar pantai akan memudahkan pengunjung yang hendak menginap. Sebab terdapat acara *Serang Culture Festival* yang selesai hingga malam hari. Dengan adanya penginapan maupun area *camping* wisatawan tidak akan merasa bingung untuk mencari tempat menginap. Begitu pula untuk fasilitas tempat ibadah, makan, kamar mandi, tempat duduk, maupun fasilitas hiburan yang tersedia sangat mendukung dan mempermudah wisatawan ketika terdapat kebutuhan tertentu.

### 4.4.1 Faktor Penghambat

#### 1. Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 merupakan permasalahan yang masih terus terjadi hingga sampai laporan ini ditulis. Adanya Pandemi Covid-19 ini sangat menghambat bidang pariwisata karena adanya pandemi ini membuat *Serang Culture Festival 6* yang harusnya terselenggara pada Oktober tahun 2020 menjadi tidak terlaksana. Pandemi Covid-19 mengharuskan semua orang untuk menghindari kerumunan, hal ini yang membuat Pemerintah Desa Serang mengambil keputusan untuk *Serang Culture Festival* ditiadakan sementara. Sebagai alternatifnya, tradisi budaya Larung Sesaji masih tetap dilaksanakan. Pelaksanaan Larung Sesaji dilakukan dalam skala kecil, cukup melibatkan Pemerintah Desa Serang dan masyarakat setempat. Kegiatan tersebut dilakukan hanya satu hari saja dengan mematuhi protokol kesehatan, seperti menggunakan masker dan *face shield*. Sehingga adanya Covid-19 ini sangat menghambat pelaksanaan *Serang Culture Festival*.



## 2. Banjir

Banjir terjadi di Pantai Serang ketika musim penghujan. Curah hujan yang tinggi mengakibatkan hujan terus menerus yang berdampak pada meluapnya sungai. Luapan sungai selalu membawa tumpukan sampah yang pada akhirnya mengarah pada pantai. Kondisi ini dirasa menjadi hambatan bagi panitia ketika saat pelaksanaan *Serang Culture Festival* bibir pantai dipenuhi oleh sampah dari luapan sungai tersebut. Namun hal ini bukan merupakan hambatan yang berarti karena dapat diatasi oleh panitia. Solusi dalam mengatasinya adalah dengan bergotong royong bersama masyarakat untuk membersihkan sampah-sampahnya. Kemudian panitia juga menggunakan jasa pawang hujan agar tidak lagi turun hujan saat acara dimulai. Sehingga hambatan ini termasuk hambatan yang tidak mengganggu pelaksanaan *Serang Culture Festival*.

## 3. Kekurangan SDM

Kekurangan sumber daya manusia menjadi hambatan ketika pelaksanaan Festival Musik Jazz yang mana tidak ada panitia yang bisa mengoperasikan penataan lampu. Seperti yang telah dijelaskan dipoin sebelumnya. Kemudian untuk mengatasi situasi ini panitia mendatangkan rekan-rekan dari Kota Blitar yang bukan merupakan bagian dari kepanitiaan. Selain hal tersebut, kekurangan sumber daya manusia juga ditunjukkan saat pelaksanaan tiba terdapat hal-hal kecil yang terlewatkan atau terlupakan. Namun hal tersebut dapat diatasi dengan cepat melalui komunikasi dan solidaritas antar panitia. Sehingga hambatan mengenai sumber daya manusia bukanlah suatu hambatan yang berarti.

## 4. Anggaran

Anggaran merupakan suatu hal yang penting dalam *Serang Culture Festival*. Acara ini tentu saja memerlukan anggaran yang besar karena juga merupakan acara yang besar. Namun besarnya anggaran yang dibutuhkan ini tidak terlalu menghambat pelaksanaan *Serang Culture Festival*.



Pemerintah Desa Serang dan panitia telah melakukan manajemen keuangan dengan sangat baik.

Hanya saja faktor ini cukup membuat Pemerintah Desa Serang dan panitia khawatir serta berfikir keras. Kebutuhan anggaran yang besar terjadi di Festival Seribu Barong, Festival Musik Jazz, dan Festival Musik Keroncong. Sedangkan pemenuhan kebutuhan anggaran hanya mengutamakan pendapatan dari pembelian tiket, sponsor, dan pendaftaran peserta festival yang jumlahnya tidak dapat dipastikan dengan tepat. Sehingga faktor anggaran ini cukup mengkhawatirkan dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival*.

#### 5. Runtutan Rangkaian Kegiatan Acara

Urutan rangkaian kegiatan acara *Serang Culture Festival* yang membutuhkan waktu persiapan lebih banyak cukup menghambat bagi panitia. Karena mengakibatkan waktu persiapan yang singkat. Terlebih *property* yang dibutuhkan pada setiap rangkaian acara begitu banyak dan berbeda-beda. Contohnya hari ini Festival Patung Pasir lalu besoknya Larung Sesaji kemudian disusul Festival Musik Jazz. Urutan yang semacam itu membuat tenaga panitia terkuras dengan cepat dan panitia hanya memiliki waktu yang singkat dalam melakukan persiapan ketika pergantian kegiatan acara. Untuk pelaksanaan Larung Sesaji seluruh area pantai harus steril dan tertata rapi, sebab Larung Sesaji merupakan acara yang sakral. Kemudian jika disusul dengan Festival Musik Jazz yang memerlukan persiapan lebih akan membuat panitia sedikit kewalahan. Namun hambatan ini dapat dengan mudah diatasi oleh panitia. Walaupun badan sudah terasa lelah panitia tetap memaksimalkan sisa tenaga yang ada. Dengan panitia yang bekerja keras maka persiapan seluruh rangkaian kegiatan acara dapat terselesaikan dan *Serang Culture Festival* dapat berjalan lancar.



## 6. Daya Beli Rendah

Faktor ini cukup menghambat pelaksanaan *Serang Culture Festival* bagi panitia. Sebab pendapatan utama panitia dalam melaksanakan *Serang Culture Festival* adalah melalui pembelian tiket. Diungkapkan oleh Mas Havis bahwa tiket masuk saat *Serang Culture Festival* senilai Rp. 15.000 masih dirasa berat oleh sebagian wisatawan lokal. Wisatawan yang keberatan beralih jika ke Pantai Serang hanya untuk berwisata bukan menyaksikan festival. Bahkan sebagian wisatawan yang keberatan tersebut memilih putar balik sehingga tidak jadi masuk berkunjung ke Pantai Serang. Panitia pun juga memutuskan untuk wisatawan dan masyarakat setempat tidak diharuskan membayar tiket masuk. Tentu saja hal tersebut membuat pendapatan panitia menjadi berkurang. Berkurangnya pendapatan akan berdampak pada pemenuhan perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan untuk *Serang Culture Festival*. Selain itu, daya beli yang rendah juga mempengaruhi laporan penjualan tiket. Banyaknya masyarakat yang dibebaskan biaya masuk akan mengurangi pencatatan data kunjungan wisatawan. Karena metode yang digunakan untuk menghitung kunjungan wisatawan adalah melalui penjualan tiket. Yang artinya jika tiket tidak terjual maka tidak ada catatan tambahan untuk wisatawan berkunjung. Sehingga rendahnya daya beli masyarakat ini harus segera diambil solusi agar daya beli masyarakat lokal menjadi lebih tinggi dan tidak menyulitkan panitia untuk mempersiapkan perlengkapan serta peralatan yang dibutuhkan untuk *Serang Culture Festival* secara maksimal, serta dalam pencatatan jumlah kunjungan. Karena kunjungan wisatawan merupakan salah satu indikator yang diukur untuk melihat hasil dari penyelenggaraan suatu acara.



## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Penulis telah melakukan penelitian mengenai *Serang Culture Festival* sebagai strategi branding destinasi wisata dan budaya di Kabupaten Blitar yang dilaksanakan oleh Pemerintah Desa Serang dan panitia dengan dibantu oleh lembaga pemerintahan yang terkait. Dalam penelitian ini, penulis telah mewawancarai beberapa informan yang terlibat dalam persiapan hingga pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Penulis mewawancarai informan tersebut berdasarkan indikator dari Teori *Collaborative Destination Branding* yang meliputi *Precondition, Problem Setting, Direction Setting, Implementation, Evaluation, dan Outcome*. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut :

1. Acara atau *event Serang Culture Festival* telah terselenggara selama lima kali berturut-turut dimulai tahun 2015 hingga tahun 2019. *Event* ini telah berhasil menjadi *brand* dari Desa Wisata Serang untuk mempromosikan Pantai Serang sebagai destinasi wisata dan melestarikan budaya yang ada yaitu Larung Sesaji. *Serang Culture Festival* juga menjadi festival desa terbesar di Kabupaten Blitar karena telah menjangkau wisatawan secara luas dan hanya satu-satunya festival yang terselenggara di pinggir pantai dengan rangkaian kegiatan acara yang bervariasi. Selain itu, *event* ini juga masuk dalam Kalender Event Pemerintah Daerah Kabupaten Blitar karena merupakan *event* yang unik dan memiliki nilai jual tinggi.
2. Berdasarkan temuan di lapangan, pelaksanaan *event Serang Culture Festival* telah memenuhi semua indikator tahapan strategi. Hanya saja kolaborasi antara pihak yang terkait tidak senantiasa dilaksanakan bersama-sama pada setiap langkah tahapan.



Kolaborasi yang dijalankan cenderung terlihat berat sebelah, yang mana peran yang dilaksanakan lebih banyak dijalankan oleh Pemerintah Desa Serang dan masyarakat setempat sebagai panitia. Dari awal langkah tahapan hingga akhir seluruhnya dijalankan dengan baik oleh Pemerintah Desa Serang dan panitia. Disparbudpora Kabupaten Blitar hanya terlibat dalam promosi, hadir saat Larung Sesaji bersama Bupati Kabupaten Blitar, dan *support system* dalam peminjaman alat yang dibutuhkan. Namun peran Disparbudpora Kabupaten Blitar dinilai lebih optimal dibanding dengan peran Perhutani. Sebab dalam strategi pelaksanaan *Serang Culture Festival* Perhutani hanya datang ketika terselenggaranya acara dengan membantu di area *ticketing* dan hadir saat evaluasi. Sedangkan ketiga lembaga ini terikat dalam Perjanjian Kerja Sama yang seharusnya memiliki pembagian peran yang seimbang saat persiapan maupun pelaksanaan *Serang Culture Festival* agar dapat menghasilkan kolaborasi yang sinergis dan hasil yang lebih maksimal.

3. Selain peran Pemerintah Desa Serang, masyarakat setempat, Disparbudpora Kabupaten Blitar, dan Perhutani keberhasilan *Serang Culture Festival* juga melibatkan pihak swasta seperti dalam pemberian dana sponsor dan *media partner* yang mempromosikan *event*.

Selain itu, juga lembaga lain seperti Dinas Pendidikan, TNI, maupun Polri.

4. Setelah dilaksanakannya seluruh tahapan strategi pelaksanaan *Serang Culture Festival*, diketahui terdapat beberapa faktor yang mendukung berjalannya *Serang Culture Festival* dan faktor yang menghambat pelaksanaan. Faktor yang dapat mendukung berjalannya *Serang Culture Festival* meliputi kepemimpinan, partisipasi dari masyarakat yang baik, adanya bantuan sumber daya manusia, kondisi geografis yang mendukung, dan fasilitas yang mendukung di Pantai Serang. Sedangkan beberapa faktor yang dapat menghambat



berjalannya *Serang Culture Festival* meliputi adanya Pandemi Covid-19, banjir, kekurangan sumber daya manusia, kondisi anggaran, runtutan rangkaian kegiatan acara, dan daya beli yang masih rendah. Dari beberapa hambatan yang ada, Pandemi Covid-19 menjadi hambatan yang besar karena mengakibatkan *Serang Culture Festival 6* tidak dapat terselenggara.

## 6.2 Saran dan Rekomendasi

Bersdasarkan poin-poin yang telah disampaikan pada bagian kesimpulan, maka penulis memberikan saran dan rekomendasi sebagai berikut, yaitu :

1. *Serang Culture Festival* harus terus diupayakan agar senantiasa dapat dilaksanakan. Sebagai sebuah *brand* dari Kabupaten Blitar terkhususnya Pantai Serang, *event* ini telah memiliki daya pikat pada wisatawan sehingga mendorong wisatawan untuk terus ingin menikmatinya.
2. Lembaga terkait seperti Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar dan Perhutani untuk kedepannya akan lebih baik turut andil mengikuti acara *Serang Culture Festival* dari tahapan awal hingga akhir. Sebagai sebuah *event* yang telah meluas dan dikenali masyarakat hingga berbagai daerah, tentu saja *event* ini memiliki kontribusi memperkenalkan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Blitar. Dengan turut andilnya Disparbudpora Kabupaten Blitar pada setiap rangkaian acara dan saat evaluasi, pasti akan memberikan ide maupun gagasan baru untuk *Serang Culture Festival* agar lebih baik. Selain itu, dukungan Perhutani dari awal hingga akhir juga akan lebih mempererat hubungan atau koordinasi antara seluruh instansi yang terkait beserta panitia yang terlibat. Sehingga dengan keterlibatan yang erat pada setiap tahapan persiapan *branding* akan



membentuk sebuah kolaborasi yang maksimal kemudian memungkinkan pencapaian hasil yang lebih baik lagi.

3. Pemerintah Desa Serang perlu untuk memperluas jalinan kerja sama dengan perusahaan swasta maupun *media partner*. Hal ini bertujuan agar saat pelaksanaan *Serang Culture Festival* tiba akan banyak pihak swasta yang mendukung pelaksanaan *Serang Culture Festival* baik secara finansial maupun promosi.
4. Diharapkan Pemerintah Desa Serang maupun panitia lebih aktif dalam memanfaatkan penggunaan media sosial seperti Instagram maupun Facebook. Hal ini dimaksudkan supaya promosi Pantai Serang maupun *Serang Culture Festival* lebih dapat menjangkau seluruh wisatawan. Dengan ini diperlukan pula untuk lebih aktif dalam melakukan dokumentasi baik foto maupun video mengenai *Serang Culture Festival* maupun potensi keindahan Pantai Serang untuk dipublikasikan dalam media sosial tersebut.
5. Perlunya peningkatan kualitas dan keahlian panitia yang terlibat dalam pelaksanaan *Serang Culture Festival*. Tentu saja hal ini agar seluruh panitia yang terlibat dapat mengoperasikan segala peralatan yang menunjang acara. Sehingga saat pelaksanaan tiba seluruh panitia dapat bertugas secara maksimal tanpa bergantung dengan orang lain diluar kepanitiaan.
6. Diharapkan panitia dapat menemukan solusi untuk meningkatkan daya beli masyarakat. Entah dengan mengurangi harga tiket masuk atau dengan solusi lainnya. Hal ini agar panitia mendapatkan penambahan pemasukan dan mendapatkan laporan penjualan tiket yang akurat. Sehingga wisatawan yang masuk akan sama dengan jumlah tiket yang terjual. Haln ini juga bermanfaat untuk mengevaluasi jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun.



## DAFTAR PUSTAKA

## Buku

- Aliyah, Istijabul dkk. *Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik*. Medan: Yayasan Kita Menulis. 2020
- Becherel, Linonel, Francois Velas. 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional. Sebuah Pendekatan Strategis*. Terjemahan Indriati. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 1999
- Cai, Liping A., dkk. *Tourism Branding: Communities in Action*. UK: Emerald Group Publishing Limited. 2009
- Erlando, Angga, dan Dias Satria. *Ekonomi Festival*. Malang: UB Press. 2018
- Hermawan, Iwan. *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi dan Metodologi*. Kuningan: Hidayatul Quran. 2019
- Judisseno, Rimsky K. *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia. 2019
- Kimbal, Rahel Widiawati. *Modal Sosial dan Ekonomi Industri Kecil: Sebuah Studi Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. 2015
- Muaini. *Buku Ajar Kebudayaan dan Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Garudhawaca. 2018
- Mukhammad, Musa Habeis. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2008
- Novianto, Efri. *Manajemen Strategis*. Sleman: Deepublish Publisher. 2019
- Pella, Darmin Ahmad. *Problem Implementasi Strategi: Temukan dan Atasi Penyebab Kegagalan Implementasi di Organisasi Anda*. Jakarta: Penerbit Aida Infini Maksima. 2016
- Ritonga, Zuriani. *Manajemen Strategi*. Sleman: Deepublish Publisher. 2020
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. 2019
- Setiawan, Johan, dan Albi Anggito. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak. 2018
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV. 2016
- Sulistiyadi, Yohanes dkk. *Pariwisata Berkelanjutan dalam Perspektif Pariwisata Budaya di Taman Hutan Raya Banten*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia. 2019
- Sumiati, dkk. *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang: UB Press. 2016



Swasty, Wirania. *Branding*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2016

Tokan, P. Ratu Ile. *Manajemen Penelitian Guru*. Jakarta: Grasindo. 2016

Untari, Dhian Tyas. *Manajemen Pemasaran: Kasus Dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi*. Banyumas: Penerbit CV. Pena Persada Redaksi. 2019

### Jurnal

Prista, Eky. 2020. *Optimalisasi Potensi Retribusi Pariwisata Pantai Terhadap Pendapatan Asli Desa di Kabupaten Blitar*. Jurnal Ilmu Ekonomi. Universitas Brawijaya: Malang.

Sundari, Ida Ayu Suryasih. 2018. *Sinergi Pengelolaan Wilayah Desa Wisata Serang, Kabupaten Blitar, Jawa Timur*. Jurnal Destinasi Pariwisata: Vol. 5 No. 2. Universitas Udayana.

Hailin Qu, dkk. 2011. *A Model of Destination Branding: Integrating the Concepts of the Branding and Destination Image*. Jurnal Tourism Management: Vol.32. Elsevier Ltd.

### Dokumen

Dokumen Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar.

Dokumen Pemerintah Desa Serang.

### Website

<https://disparbudpora.blitarkab.go.id/gambaran-umum-disparbudpora/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 10:00 WIB

<https://jatim.bps.go.id/statictable/2020/03/27/2078/jumlah-kecamatan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2015-2019.html>. Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 12:16 WIB.

<https://kedirikab.bps.go.id/indicator/16/137/1/jumlah-wisatawan-di-kabupaten-kediri-menurut-asal-wisatawan-dan-objek-tempat-wisata-.html>. Diakses pada Kamis, 22 April 2021 pukul 20:30 WIB.

[https://sasmita.blitarkab.go.id/detail\\_artikel?k=wisata&i=12](https://sasmita.blitarkab.go.id/detail_artikel?k=wisata&i=12). Diakses pada Selasa, 19 Januari 2021 pukul 20:00 WIB.

<https://serang-blitar.desa.id/visi-misi/>. Diakses pada hari Sabtu, 16 Januari 2021 pukul 11:05 WIB

<https://www.blitarkab.go.id/2016/02/24/visi-dan-misi-kabupaten-blitar/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 08:31 WIB

<https://www.blitarkab.go.id/2012/06/06/gambaran-umum-2/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 08:22 WIB

<https://www.blitarkab.go.id/lokasi/>. Diakses pada Jumat, 15 Januari 2021 pukul 08:27 WIB

[https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-](https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html)

[ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html](https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html). Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 11:54 WIB.

<https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara.html>,

Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 12:08 WIB.

Nur Ika Anisa. 2020. *182 Destinasi Wisata di Jawa Timur Telah Dibuka Kembali*.

Surabaya.Tribunnews.com Diakses pada Jumat, 9 Oktober 2020 pukul 12:25 melalui website

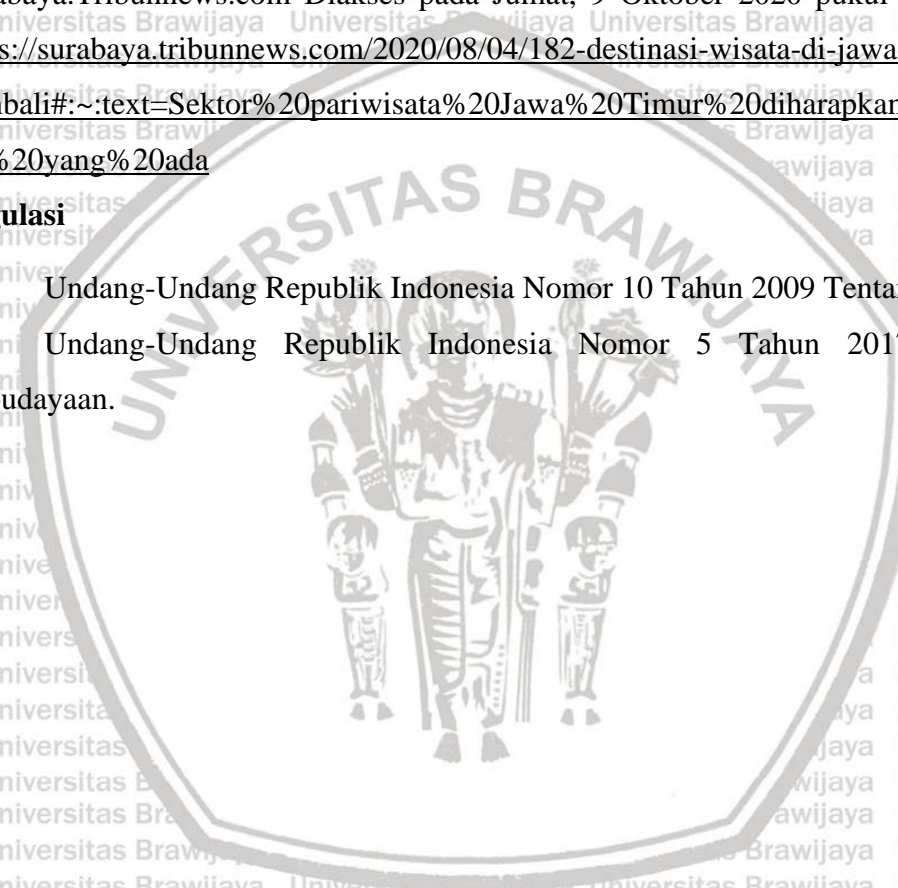
[https://surabaya.tribunnews.com/2020/08/04/182-destinasi-wisata-di-jawa-timur-telah-dibuka-](https://surabaya.tribunnews.com/2020/08/04/182-destinasi-wisata-di-jawa-timur-telah-dibuka-kembali#:~:text=Sektor%20pariwisata%20Jawa%20Timur%20diharapkan,969%20objek%20wisata%20yang%20ada)

[kembali#:~:text=Sektor%20pariwisata%20Jawa%20Timur%20diharapkan,969%20objek%20wisata%20yang%20ada](https://surabaya.tribunnews.com/2020/08/04/182-destinasi-wisata-di-jawa-timur-telah-dibuka-kembali#:~:text=Sektor%20pariwisata%20Jawa%20Timur%20diharapkan,969%20objek%20wisata%20yang%20ada)

### Regulasi

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pemajuan Kebudayaan.





LAMPIRAN



Wawancara dengan Pak Hastomo selaku Seksi Promosi Pariwisata Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Disparbudpora Kab. Blitar



Wawancara dengan Pak Handoko selaku Kepala Desa Serang





Wawancara dengan Ibu Umi Sya'adah  
selaku Bendahara Bumdes Serang



Wawancara dengan Mas Rudi selaku  
sekretaris Pokdarwis Desa Serang

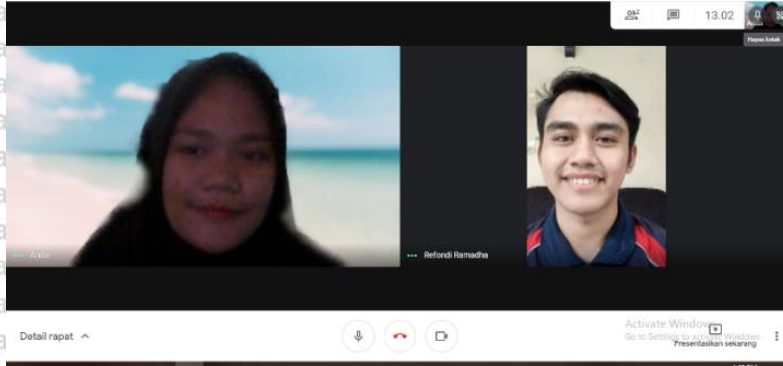




Wawancara Secara *online* dengan Mas Havis selaku Panitia Internal



Wawancara dengan Ibu Anti selaku masyarakat setempat yang berjualan di Pantai Serang

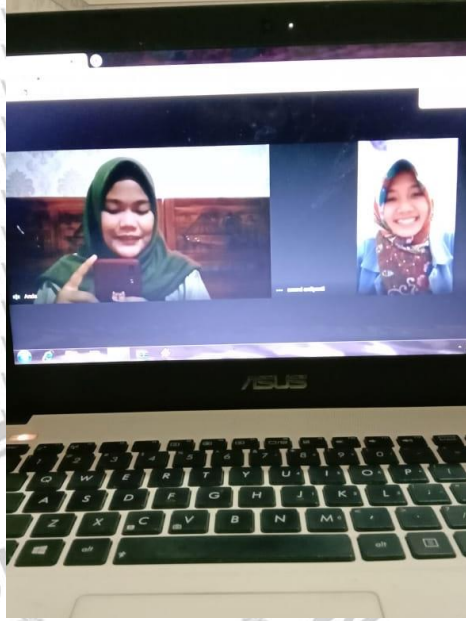


Wawancara Secara *online* dengan Refondi Ramadha selaku Wisatawan



Wawancara Secara *online* dengan Ilham Canggih selaku Wisatawan





Wawancara Secara *online* dengan  
Fitria Rahmawati selaku  
Wisatawan



Wawancara Secara *online* dengan  
Andhira selaku Wisatawan



Festival Layang-Layang



Festival Musik Keroncong





Pelepasan Tukik



Festival Musik Jazz



Festival Patung Pasir





Upacara Adat Tradisi Larung  
Sesaji



Pengajian 1 Muharram





Festival Seribu Barong



Kondisi Pantai Serang saat cerah



Kondisi Pantai Serang saat cerah



**TRANSKRIP WAWANCARA**

Tanggal : 28 Desember 2020  
 Tempat : Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Blitar  
 Narasumber : Bapak Hastomo selaku Seksi Promosi Pariwisata Bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

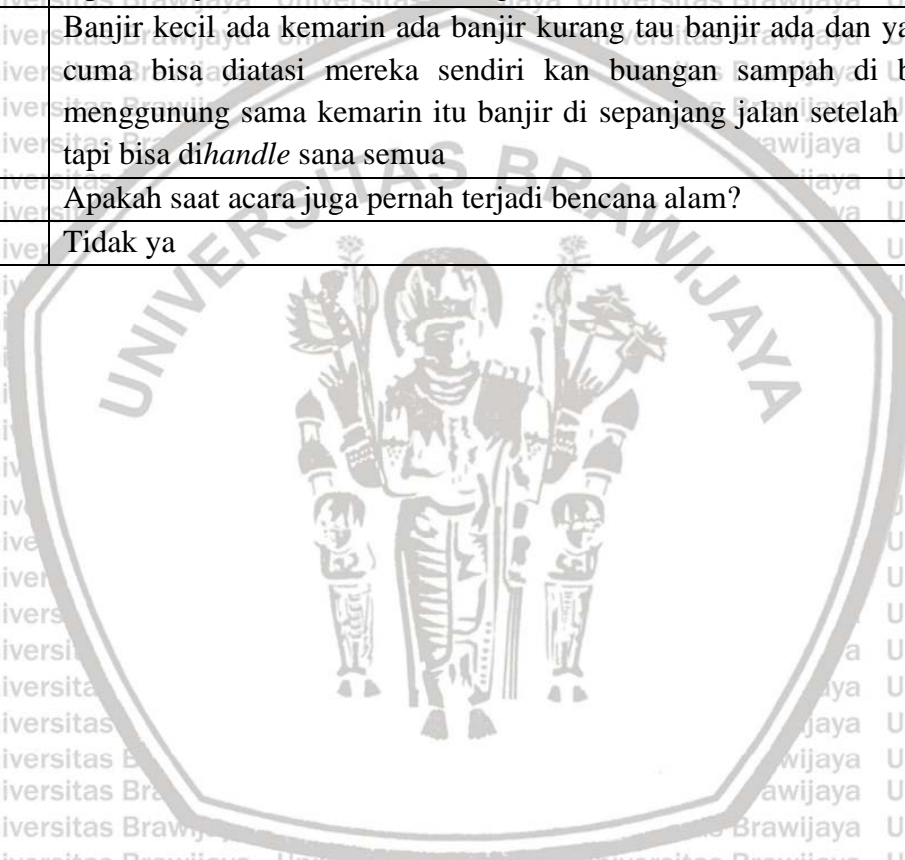
Q	Bagaimana peran Dinas Pariwisata saat pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Semua ide dan pelaksanaan semua dari Pemerintah Desa kita yang dari Pemkab hanya <i>men-support</i> promosi
Q	Bagaimana promosi yang dilakukan Pemkab?
A	Melalui <i>medsos</i> , melalui <i>banner-banner</i> kita masukan dalam kalender <i>event</i> kita seperti itu
Q	Bagaimana promosi media sosial dilakukan?
A	Melalui Facebook, Instagram, sama Web kita juga
Q	Bagaimana persiapan anggaran untuk <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Dari sana semua cuma kita pernah membantu dari sisi promosi seperti <i>banner</i> kita bantu ya memang tidak banyak yang kita bantu tapi semua murni kegiatannya Desa Serang
Q	Apakah terdapat instansi lainnya yang terlibat dalam <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Dinas Pendidikan biasanya karena pesertanya itu dari Dinas Pendidikan
Q	Apakah awal mula ada <i>Serang Culture Festival</i> berasal dari ide masyarakat?
A	Iya khususnya Pak Kepala Desa yang memang inovatif, masih muda, masih energik, memang beliau Pak Handoko <i>consen</i> terhadap pariwisata karena Serang punya potensi yang luar biasa untuk Desa Wisata dan dikemas dalam <i>Serang Culture Festival</i> itu kita di Pemerintah sangat <i>support</i> untuk kita masukan dalam kalender event
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> sudah terlaksana hingga lima kali?
A	Iya sudah lima kali ya sejak Pak Handoko menjadi Kades itu awal mulanya itu dikaitkan dengan Larung Sesaji kalau untuk Larung Sesaji sudah dari dulu kita walaupun bergantian dua tahun sekali jika tahun ini di Tambak tahun depan di Serang mungkin berangkatnya dari situ Pak Handoko memiliki ide untuk mengemas bagaimana agar memiliki daya tarik jadi dibuatlah <i>Serang Culture Festival</i> sebenarnya rangkaiannya dalam rangka Larung Sesaji tahun ini pun ada di Serang Larung Sesajinya cuma sangat sederhana yang diikuti Bupati dan segelintir orang hanya untuk syarat soalnya Larung Sesaji mau bagaimanapun dalam kondisi ini harus tetap ada menurut adat istiadat mereka
Q	Apa tujuan pelaksanaan Larung Sesaji?
A	Kalau yang saya pahami bentuk syukur mereka terhadap hasil laut yang mereka peroleh selama ini mungkin mereka ada doa didalamnya walaupun ada kepercayaan lama



	mengenai membuang sesaji ke laut ya <i>support</i> kita di Larung Sesaji juga kalau <i>Serang Culture Festival</i> kan keseluruhan di dalam <i>Serang Culture Festival</i> itu ada Larung Sesaji itu yang dihandle sama kita mulai dari kesenian tapi untuk acaranya kita serahkan kepada Pemerintah Desa kita <i>handle</i> itu karena paling tidak acaranya dihadiri Bupati, Wakil Bupati, Tamu VIP nah kita <i>handle</i> disitu oleh Bidang Kebudayaan
Q	Apakah Dinas Pariwisata menghadiri <i>Serang Culture Festival</i> saat pelaksanaan tiba?
A	Hadir, Pak Bupati juga hadir diundang Pak Bupati dan dinas tahun 2019 kemarin hadir itu kan pelaksanaannya beberapa hari biasanya kita diundang salah satu atau saat pembukaan atau tergantung jadwal Pak Bupati bisanya kapan nanti kesana
Q	Apakah yang menentukan rangkaian kegiatan dari Pemerintah Desa Serang?
A	Iya, jadi instansi yang terlibat atau komunitas yang terlibat itu Dinas Pendidikan untuk pesertanya terus komunitas yang terlibat itu ada komunitas layang-layang, komunitas mancing mania seperti itu
Q	Apakah penentuan tema <i>Serang Culture Festival</i> dari Pemerintah Desa Serang?
A	Iya sana semua dari persiapan dan pelaksanaannya
Q	Apakah Dinas Pariwisata hadir saat Evaluasi kegiatan?
A	Tidak kita biasanya tidak dilibatkan mungkin internal mereka saja tapi kita dari Pemkab sangat <i>consen</i> dengan ini mungkin salah satu kalender event unggulan kita
Q	Apakah adanya Pandemi Covid-19 ini mengganggu pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Iya jadi tidak terlaksana kita sudah konfirmasi ke Pak Kadesnya bagaimana sebenarnya kita <i>support</i> untuk terus melaksanakannya tapi karena saat Pandemi ini ada pertimbangan dari Pak Lurah sempat akan dilaksanakan bulan Oktober tapi kelihatannya karena pertimbangan lain Pak Lurah tidak jadi melaksanakan mungkin tahun depan
Q	Apakah melaksanakan secara <i>Virtual</i> tidak dapat dijadikan sebuah alternatif?
A	Saya kurang tahu pertimbangannya Pak Lurah seperti apa tetapi tetap saja kalau <i>Virtual</i> disana kan masuknya Destinasi Wisata saat pelaksanaan di bulan Agustus-Oktober itu mereka belum mendapat rekom kan untuk pembukaan destinasi wisata di masa Pandemi ini harus mendapatkan rekom dari Gugus Tugas nah mungkin saat Agustus sampai Oktober mereka belum mendapatkan rekom itu jadi belum berani melaksanakan kegiatan itu disana walaupun secara <i>Virtual</i> ya misalnya Seribu Barong itu kan tetap mengumpulkan banyak orang, Festival Layang-Layang pun juga jadi tahun ini memang <i>nol</i> disana untuk <i>Serang Culture Festival</i> kasihan juga mudah-mudahan di tahun depan
Q	Kenapa <i>Serang Culture Festival</i> masuk ke dalam kalender event Pemerintah Kabupaten Blitar?
A	Jadi sekarang ini masing-masing Pemkab getol membuat kalender event termasuk kita
Q	Apakah terdapat pertimbangan khusus memasukan <i>Serang Culture Festival</i> dalam kalender event?



A	Iya ada, ini event yang unik dan memiliki nilai jual untuk didatangi banyak wisatawan sehingga belum ada di desa atau kecamatan lain kegiatan seperti ini yang komplit, bervariasi, dan menarik untuk dikunjungi wisatawan itulah pertimbangan kita untuk dimasukan kalender event potensi untuk didatangi wisatawan dapat dari luar daerah atau bahkan luar negeri juga
Q	Apakah dengan adanya <i>Serang Culture Festival</i> kunjungan wisatawan menjadi meningkat?
A	Meningkat pokoknya kita selain 2020 meningkat terus
Q	Apakah sejauh ini di Pantai Serang aman dari bencana alam?
A	Banjir kecil ada kemarin ada banjir kurang tau banjir ada dan yang pasti itu sampah cuma bisa diatasi mereka sendiri kan buangan sampah di bulan-bulan tertentu menggunung sama kemarin itu banjir di sepanjang jalan setelah gapura pintu masuk tapi bisa dihandle sana semua
Q	Apakah saat acara juga pernah terjadi bencana alam?
A	Tidak ya





Tanggal : 28 Desember 2020  
 Tempat : Kantor Desa Serang  
 Narasumber : Bapak Handoko selaku Pemerintah Desa Serang

Q	Bagaimana awal mula pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	<p>Dimulai dari tahun 2015 sebenarnya embrio <i>culture</i> sudah ada di Pantai Serang setiap tahun dulu-dulunya sebelum saya menjabat ada yang namanya Larung Sesaji satu Sura nah Larung Sesaji satu Sura itu memang tradisi <i>culture</i> kita biasanya satu Sura ini hanya satu hari satu malam lokal saja walaupun dihadiri Pak Bupati saat hari H itu saja jadi ramainya hanya itu setelah dua hari tidak ada aktivitas lagi akhirnya 2015 saya menginisiasi untuk itu kita jadikan <i>event</i> wisata tapi kita <i>creat</i> untuk jadi kegiatan sebelum dan sesudah dari Larung Sesaji akhirnya muncul ide gagasan kita bikin yang namanya <i>Serang Culture Festival</i> karena ada <i>culture</i> ini tradisi-tradisi yang sudah ada di kita jadi tahun 2015 kita mulai di bulan September-Oktober akhirnya menjadi <i>event</i> tahunan yang sebenarnya ini sudah tahun ke enam tapi karena ada Covid kita tidak bisa melaksanakan jadi disitu ada beberapa <i>event</i> yang memang berkembang dari awalnya tahun 2015 kita malah lengkap waktu itu ada Larung Sesaji, Festival Layang-Layang, Gerakan Makan Ikan, waktu itu ada <i>booming</i> akik jadi Kontes Akik, terus yang tetap ada Larung Sesaji sama Festival Layang-Layang dan Pelepasan Tukik anak penyu terus beberapa kegiatan waktu itu Festival Jaranan itu di 2015 lalu di 2016 kita ada tambahan <i>event</i> yang sifatnya modern yaitu Jazz tambah Festival Patung Pasir jadi 2016 ada Festsival Layang-Layang, Festival Patung Pasir, Pelepasan Tukik, Festival Jaranan tetap, Larung Sesaji, Festival Jazz itu yang 2016. 2017 mulai tambah lagi itu tetap berjalan ada tambah Serang Barong Festival sampai di tahun 2019.</p>
Q	Apakah terdapat alasan khusus dalam pemilihan Musik Jazz?
A	<p>Karena ini kan sebagai festival ini tujuannya untuk mem-<i>branding</i> kita artinya untuk media promosi kita untuk biar masyarakat dari seluruh segmen ini mengenal Pantai Serang artinya untuk mem-<i>brand</i> bahwa Serang ini karena Festival Layang-Layang orang yang tidak tahu Serang akhirnya tahu Serang, karena pelajar SMA/SMK se-Blitar Raya yang tidak tahu Serang karena ikut Festival Patung Pasir jadi tahu Serang juga demikian segmen Jazz bukan segmen lokal tapi yang kita bidik adalah segmen perkotaan karena Jazz ini adanya di Ijen dan di Banyuwangi di Malang sekitarnya sampai Pacitan di pantai tidak ada makanya itu kita mem-<i>brand</i> dulu terkait dengan Jazz ini yaitu pertimbangan kita di segmen yang memang <i>basicnya</i> perkotaan jadi itu <i>outcome</i> yang kita harapkan dari promo <i>Serang Culture Festival</i> itu kita bisa rasakan sekali dari 2015 peningkatan terus akhirnya kita mulai dikenal <i>event</i> itu akhirnya menjadi <i>brand</i> kita jadi identitas kalau festival di Blitar satu-satunya ya di Pantai Serang apalagi yang paling unik itu Festival Layang-Layang karena belum ada Festival Layang-Layang di pinggir pantai disekitar Blitar Raya sekitarnya belum ada 2019 kemarin yang terjauh dari Jogja malah 2018 dari Bandung jadi memang</p>



	cakupannya luas kita dengan <i>Serang Culture Festival</i> akhirnya orang mengenal Pantai Serang
Q	Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Yang terlibat di kita dari Pokdarwis dari Badan Usaha Milik kita jadi untuk pendanaannya dari Bumdes kan kita mengadakan EO sendiri jadi Bumdes dan Pokdarwis <i>event</i> ini kita yang mengadakan, merencanakan, melaksanakan yang melaksanakan anak-anak kita disini Pokdarwis itu Kelompok Sadar Wisata yang ada di pantai ada Sembilan orang istilahnya yang tim kreatifnya tapi yang lainnya semua masyarakat dari seluruhnya aktif gotong royong
Q	Apakah terdapat lembaga lain yang berpartisipasi seperti Dinas Pariwisata?
A	Biasanya <i>support</i> di promosi di radionya salah satu dari <i>Serang Culture Festival</i> itu ada Larung Sesaji saat Larung Sesaji itu Pak Bupati Hadir kita ada bantuan dari Pemda Pak Bupati ini hadir dua tahun sekali jadi untuk mengikuti Upacara Adat Larung Sesaji itu dua tahun sekali tahun ini di Serang tahun depan di Tambak seperti itu biasanya kalau yang lain-lainnya kita kerjasamanya ada sama media kebetulan <i>brand</i> kita <i>Serang Culture Festival</i> oleh kawan-kawan media nasional jadi sebuah <i>event</i> yang layak dijual oleh mereka seperti detik, antara, trans, trans7 kalau lokal sigitv, jtv
Q	Apakah budaya yang diangkat hanya Larung Sesaji?
A	Ya Larung Sesaji
Q	Apa makna dari Larung Sesaji?
A	Larung Sesaji itu sebenarnya perwujudan dari masyarakat kita wujud rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa disetiap satu Sura dulu mbah-mbah kita mengadakan slamatan dari slamatan ini di larung sebagai wujud rasa syukur rejeki yang dilimpahkan kepada masyarakat terkait dengan hasil lautnya hasil pertaniannya karena disitu ada dua tumpengan Tumpeng Lanang sama Tumpeng Wadon antara satunya ada hasil bumi jadi itu simbolis tradisi orang tua dulu leluhur kita dulu sudah ber-Tuhan sudah mensyukuri apa yang mereka nikmati dari rejeki Tuhan begitu
Q	Apakah yang menyiapkan tumpengan adalah masyarakat?
A	Iya ya dari panitia kita jadi itu ritual tahunan kita jadi perangkat desa dari panitia
Q	Apakah pembuatan logo dan slogan juga dibuat oleh panitia?
A	Iya
Q	Apakah terdapat tujuan lain dari pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> selain untuk memperkenalkan Pantai Serang?
A	Tujuannya mengangkat ikon kegiatan tradisi melestarikan tradisi yang ada di kita ataupun kegiatan-kegiatan yang kita kolaborasikan antara tradisi, etnik, dan modern <i>output</i> -nya ya tadi <i>brand</i> akhirnya kan setelah kita mengangkat itu semua muncul kalau Festival Jazz ya di Pantai Serang kalau Pelepasan Tukik ya di Pantai Serang kalau Seribu Barong di pantai ya Pantai Serang istilahnya sudah lekat disitu yaitu melestarikan tradisi dan seni budaya di kita



Q	Apakah tukik itu konsevasi sendiri?
A	Konservasi sampai hari ini di tahun ini Desember harusnya kita melepas tapi karena kemarin banjir masih belum bersih sampah-sampahnya akhirnya kita tunda
Q	Apakah banjir yang terjadi parah?
A	Banjir parah sudah mulai bersih ini kemarin sepanjang pantai itu sampah dari abnjir dari sungai dan dari laut sampah luar biasa
Q	Siapa yang membersihkan sampah dari sisa banjir?
A	Masyaraat kita siapa lagi kalau bukan masyarakat
Q	Apakah tidak ada bantuan untuk mengatasinya?
A	Tidak ada
Q	Apakah tema acara <i>Serang Culture Festival</i> setiap tahun akan berbeda?
A	2019 dari Bahasa Sansekerta setiap tahun berdeda-beda kan untuk mem-brand tema itu
Q	Apakah persiapan pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> membutuhkan waktu lama?
A	Tidak karena itu sudah rutinan kita hampir satu bulan <i>event</i> itu kan setiap Minggu jadi setiap <i>weekend</i> kita mengambilnya seperti itu supaya pengunjung datang kalau hari-hari kerja siapa yang akan lihat tadi tidak ada apalagi jangkauannya jauh jadi per-Sabtu Minggu
Q	Bagaimana pembagian sistem kepanitiaan?
A	Semuanya terlibat cuma yang tim kreatif ada sendiri tujuh anak tadi ya untuk property, hiasan, dan tulisan ada sendiri cuma kalau koordinator setiap <i>event</i> ada sendiri kalau total bisa melibatkan 70 orang
Q	Apakah terdapat hambatan dari pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Hambatan mungkin di pembiayaan anggaran besar karena pembiayaan ini yang paling terkendala di Barong dan Jazz itu yang paling besar Jazz ini karena segmennya terbatas kita belum bisa menjual secara eksklusif kalau Barong itu juga banyak kebutuhannya juga besar kita sementara ini kan hanya modal <i>ticketing</i> kalau tiket sudah ada kita biasanya pembagian karena pengelola tiga pihak desa, perhutani, dan Pemda dari pembagian ini kita ambil biasanya 70% - 30% dari 70% tiket ini kita untuk biaya <i>Serang Culture</i> itu tapi masih pernah minus banyak seperti 2019 kemarin karena yang paling banyak ya di Jazz dan Barong karena kan segmen masih kecil tapi kita wajib melaksanakan dari alatnya, <i>sound system</i> juga berbeda, dan Festival Keroncong juga
Q	Bagaimana pelaksanaan Seribu Barong?
A	Targetnya seribu kita bisa 600-700 penari dari luar Blitar juga banyak Malang, Kediri, Tulungagung, Trenggalek, Ponorogo banyak se-Jawa Timur Festival Layang-Layang pun se-Jawa Timur sebelumnya ada pendaftaran
Q	Siapa saja yang ikut serta saat sistem evaluasi?
A	Panitia yang menyelenggarakan soal kendala ya itu juga kita belum mendapat sponsor

Q	Apakah walaupun terdapat suatu kendala tujuan pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> tetap tercapai?
A	Kita tetap melaksanakan karena ini untuk mem- <i>brand</i> kita
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> akan terus dilaksanakan untuk kedepannya?
A	Iya akan terus kita laksanakan karena ini kebutuhan untuk mem- <i>brand</i> memang ini inisiasi saya selaku kepala desa suatu ketika saya sudah tidak menjadi kepala desa ini tetap harus dilaksanakan





Tanggal : 28 Desember 2020  
 Tempat : Pantai Serang  
 Narasumber : Ibu Anti selaku Masyarakat Setempat yang Berwirausaha di Pantai Serang

Q	Apakah ibu merupakan masyarakat Serang asli?
A	Iya asli sini
Q	Apakah di Pantai Serang aman untuk dilaksanakannya <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Aman mbak aman sekali sangat aman
Q	Apakah tidak pernah terjadi bencana alam seperti banjir atau tsunami?
A	Kalau banjir dari laut kemarin ada sampah-sampah itu karena banjir dari laut akhirnya mengundang <i>bego</i> dibersihkan kalau seumpama menunggu pedang-pedagang terlalu lama jadi setiap warung dimintai seikhlasnya untuk mengundang <i>bego</i> jadi bareng-bareng
Q	Apakah saat <i>Serang Culture Festival</i> pernah terjadi banjir?
A	Enggak pas itu belum musim hujan banjirnya kan waktu musim hujan
Q	Apakah pernah terjadi bencana alam sampai mengakibatkan adanya korban jiwa?
A	Kemarin ada bulan 11 atau berapa tapi bukan tenggelam langsung itu karena kesalahan sendiri foto-foto di tebing pantai yang batu-itu terus keseret ombak
Q	Siapa yang melakukan penyelamatan jika hal demikian terjadi?
A	Tidak bisa selamat mbak tidak ditemukan sampai sekarang foto untuk tik tok kan ambil yang aneh-aneh temennya tiga yang dua foto yang satu bagian motion nah yang difotoin itu yang satu selamat satunya keseret keluarganya sudah ikhlas waktu tujuh hari keluarganya bawa tumpeng slamatan disini pantai sini kan sudah terkenal dengan ombak besar kan sudah dilarang mandi di laut ada peringatannya juga disana juga ada memang tergantung orangnya aja suka yang aneh-aneh tim SAR terus mencari sampai tengah malam selama tujuh hari tapi tidak ditemukan
Q	Apakah masyarakat setempat juga dilibatkan dalam penentuan rangkaian acara?
A	Enggak dari pemerintah langsung ada kegiatan-kegiatannya pedagang hanya diberitahu tanggal ini acara ini tinggal persiapan sendiri
Q	Apakah saat Festival Layang-Layang juga turut menjual layang-layang?
A	Iya mengikuti rangkaian acaranya tapi ada yang bikin sendiri besar gitu mbak
Q	Apakah ibu mengetahui tema acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Tema acaranya diberitahu oleh Pak Lurah jadi pedagang kalau ditanya biar tahu saat itu
Q	Apakah Pak Kepala Desa sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Iya sering mengunjungi nanti kalau ada sampah disuruh membersihkan ayo guyub rukun bersama-sama
Q	Apakah pedagang dikenai pajak penjualan?
A	Kalau untuk warung tidak mbak tapi kan ada penerangan jalan yang pakai listrik itu satu warung dimintai satu bulan Rp.5000 untuk kas nanti kalau ada kerusakan listrik



	ada yang benerin kalau tempat kan dulu cari-cari sendiri mbak ada uang untuk mendirikan warung tidak ada pajaknya
Q	Apakah terdapat perizinan jika hendak berdagang di Pantai?
A	Iya izin disini kan ada pengelolanya kalau disebelah sini Pak Jarwo jadi izin ke Pak Jarwo pohon-pohon ini pun juga ada sendiri pengelolanya jadi kalau seumpama mau memotong ranting harus izin dulu dengan pengelolanya tidak seenaknya sendiri harus mematuhi intinya
Q	Apakah ibu turut berperan sebagai panitia acara?
A	Tidak tapi ada ponakan yang ikut mbak sepertinya dibentuk dari karang taruna
Q	Apakah terdapat imbalan khusus untuk masyarakat yang menjadi panitia?
A	Enggak mbak saya tidak pernah mendengar yang semacam itu mungkin sukarela dari anaknya
Q	Apakah masyarakat turut serta dalam menyiapkan Larung Sesaji?
A	Kalau itu istrinya nelayan mbak dikumpulkan menjadi satu terus bikin bareng-bareng masak di rumah yang dekat sini ada terong, kacang sepertinya iuran bareng-bareng
Q	Apakah terdapat syarat khusus saat melakukan Larung Sesaji?
A	Iya memakai baju hitam sudah adatnya jadi sudah tahu bawahnya batik yang cowok memakai blangkon lalu yang perempuan disanggul menggendong rinjing
Q	Apakah terdapat masyarakat yang menjadi ketua adat untuk memimpin ritual?
A	Ada itu sesepuhnya sini
Q	Apa tujuan dilaksanakannya Larung Sesaji?
A	Sebenarnya sudah ciri khas masyarakat sini pantai sini ciri khasnya sudah ada Larung Sesaji cuma dulu belum diramaikan seperti ini dulu hanya Larung Sesaji sekarang kan sudah ciri khasnya jadi dibuat sebagai adat yang penting
Q	Apakah masyarakat pernah melewatkan Larung Sesaji pada saat satu Sura?
A	Belum pernah jadi selalu dilaksanakan hanya saja acaranya besar-besaran atau tidak gitu aja mbak jika acaranya biasa tumpengnya kecil
Q	Apakah terdapat syarat khusus untuk masyarakat dalam melakukan larung ke laut?
A	Ada mbak harus orang-orang yang terbiasa berlayar yang sudah tahu ciri khas airnya bagaimana nggak semua ikut yang ke tengah laut itu harus nelayan kan pakai perahu besar sama ketua adanya
Q	Apa hasil pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> yang dapat ibu rasakan?
A	Hasilnya lumayan mbak biasanya kalau hari-hari biasa cuma dapat Rp. 100.000-150.000 kalau ada acara kan Rp. 500.000 keatas sampai satu jutaan lah pengunjung jadi banyak yang datang jadi ramai
Q	Apakah ada wisatawan yang datang secara khusus untuk mempelajari mengenai Larung Sesaji?
A	Sejauh ini belum pernah tahu karena kebanyakan yang datang itu pasti sudah tahu enggak perlu bertanya-tanya
Q	Apakah terdapat kekurangan dari pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?



A	Tidak ada sih mbak kekurangan kalau pertambahan ada bertambahnya pengalaman berjualan, acara juga, pemasukan juga bisa menghibur juga
Q	Apakah wisatawan yang datang hingga dari luar kota?
A	Iya waktu itu Festival Barongan sampai dari Surabaya kan ada Festival Seribu Barong disini di pinggir pantai jadi dari ujung ke ujung semuanya diisi
Q	Apakah semua pelaksanaan acara dilakukan di pinggir pantai?
A	Layang-layang di pinggir pantai, pemancingan juga di pinggir pantai, Musik Jazz dan Sholawat di lapangan kalau semuanya di lapangan kasihan nanti bagian sini sepi tidak ada pengunjunnya kata Pak Lurah sih jadi di bagi rata
Q	Apa harapan ibu kedepan untuk <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Mudah-mudahan kedepan terus dilaksanakan agar omsetnya bertambah Corona cepat hilang tahun ini kan tidak ada acara seperti itu Larung Sesaji tetap dilaksanakan tetapi tidak seramai seperti dulu yang ikut acara hanya beberapa orang harus memaki masker dan <i>faceshield</i>
Q	Apakah dengan adanya Pandemi Corona menghambat pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Iya mbak sangat menghambat
Q	Bagaimana jika Kepala Desa bukan Pak Handoko lagi?
A	Mudah-mudahan tetap dilaksanakan kaya dulu lagi ada acara lagi tapi Pak Handoko ini masih satu tahun mbak sudah lima tahun lalu dipilih lagi semenjak dikelola Pak Handoko pantainya jadi maju mudah-mudahan kalau ganti orangna pantai tetap maju tetep diurus



Tanggal : 28 Desember 2020  
 Tempat : Pantai Serang  
 Narasumber : Mas Rudi selaku Sekretaris Pokdarwis

Q	Apakah Mas Rudi mengetahui dan dapat menjelaskan mengenai <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Lumayan kalau <i>Serang Culture Festival</i> yang mengadakan atas nama Pokdarwis juga <i>event</i> -nya Pokdarwis
Q	Apakah Pantai Serang menjadi lokasi yang aman untuk penyelenggaraan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Untuk acara kalau sistem keamanan Insya Allah aman mbak acara siang dan malam aman cuma kita untuk antisipasinya waspada dalam hal keamanan dalam segi pengunjung misalnya pengunjung saat malam hari bermain air itu kalau kita tidak rajin-rajin mengingatkan orang yang datang kesini lupa diri kalau sudah berenang tidak tahu kondisi lautnya seperti apa akhirnya terjadi kecelakaan tapi kalau untuk sistem keamanan di lingkup sini Insya Allah aman mbak dari teman-teman pengunjung yang mungkin biasanya <i>nge-camp</i> disinipun juga aman penitipan kendaraan juga aman
Q	Bagaimana agar pengunjung dapat berjaga diri dan merasakan aman?
A	Minimal kalau mau mendengarkan dan mematuhi apa himbauan-himbau dari kami Insya Allah aman mbak tapi biasanya namanya juga keadaan orang banyak kita ingatkan sekali kita tinggal pergi sudah kembali berenang lagi nah seperti itu sehingga disini kami sebagai petugas pun kadang merasa geram emosi pasti tapi mau gimana lagi itu tamu yang harus kita hormati
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> sudah lama terselenggara?
A	<i>Serang Culture Festival</i> ini sudah kelima kali sebenarnya ini kalau ngga Pandemi <i>Serang Culture Festival 6</i> sudah terselenggara tahun ini tapi tahun fakum tidak ada hanya Larung Sesaji saja kalau Larung Sesaji sudah tradisi jadi kalau memang tradisi tetap kita terselenggarakan dengan batasan-batasan yang ada dengan protokol kegiatan
Q	Apakah terdapat tradisi masyarakat lainnya dalam rangkaian <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Disini <i>event</i> besarnya hanya Larung Sesaji tapi kalau untuk tradisi nelayan ada tradisi Petik Laut ya semacam Larung Sesaji tapi tidak sebesar Larung Sesaji hanya sebatas kegiatan-kegiatan seperti kebudayaan slamatan
Q	Siapa saja yang terlibat sebagai panitia <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kami melibatkan pemuda-pemuda kreatif disini mbak kan disini ada perkumpulan anak muda sekarang sudah terbentuk perkumpulan <i>Serang Youth Creative</i> itu kan terdiri dari teman-teman pemuda sini yang cukup bisa diajak berpartisipasi



	mengadakan <i>event</i> mulai dari ide-ide terus membuat apa biasanya kita bekerja sama dengan mereka
Q	Apa peran pengelola Pantai Serang saat pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kita kerja sama bareng-bareng mbak kalau pengelolanya seperti tugasnya masing-masing misalnya dari penjaga portal ya pada posisinya nanti kita kasih tahu <i>event</i> -nya seperti ini kegiatannya seperti ini jadi semua ini tahu mbak sedangkan seperti waktu Larung Sesaji kita hanya memberi tahu kepada para orang yang berwirausaha disini penjual itu untuk berpartisipasi dalam acara ini misalnya menyiadakan takir untuk kita bagikan kepada pengunjung mereka sendiri sudah paham lah dengan kegiatan yang dilakukan karena sudah sering dilakukan semua dilaksanakan bareng-bareng tidak ada istilahnya dibayar kita swadaya sendiri
Q	Apakah memerlukan waktu persiapan yang lama untuk <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	<i>Serang Culture Festival</i> kita persiapannya dua bulan sebelum hari H mulai dari mencari sponsor kita bikin brosur proposal ke instansi-instansi terkait mulai dari Perhutani Pemda itu kita semua kasih proposal
Q	Apakah terdapat pihak swasta yang terlibat?
A	Tergantung kita dapatnya gimana mbak kalau ada pihak swasta yang mau mendukung jalannya acara kita terbuka
Q	Apakah dukungan dari pihak swasta berupa anggaran?
A	Iya berupa anggaran tapi memang dia kesini biasanya bawa produk kaya rokok <i>dealer</i> sepeda motor misalnya kemarin dari perusahaan <i>handphone</i> gitu biasanya masuk juga
Q	Siapa yang menentukan rangkaian kegiatan acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Itu yang menentukan kami sebagai panitia mbak harinya kita tentukan kita <i>match</i> kan dengan hari yang pas misalnya hari pertama kita inginnya apa dulu layang-layang patung pasir atau apalah dulu nanti yang penting yang tidak bisa dipindah ke lain harinya cuma Larung Sesaji itu sudah paten yang mencari pinih sepuh
Q	Apakah terdapat ketua adat yang menangani Larung Sesaji?
A	Ada tetap ada pinih sepuh disini di Serang semua pinih sepuh kita libatkan waktu ada acara Larung Sesaji
Q	Apa tujuan dari Larung Sesaji?
A	Larung Sesaji adalah bentuk rasa syukur kami kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat-Nya limpahan rezekinya selama ini ya semacam itu saja mbak sebenarnya tidak lain ya semacam itu saja mbak namanya kita punya ala mini ya kita syukuri dengan kita melarungkan rempah-rempah, tumpeng, dan sebagainya itukan cuma sebatas ucapan rasa syukur terhadap Maha Pencipta itu saja biar bagaimanapun rezeki dari laut dari manapun kan tetap dari Maha Pencipta
Q	Apakah penentuan visi dan tema juga ditentukan oleh panitia?
A	Iya untuk tema festival tetap panitia kita melibatkan teman-teman lah kita bikin tema apa tahun ini



Q	Kenapa pada <i>Serang Culture Festival 5</i> menggunakan tema acara dari Bahasa Sansekerta?
A	Biar kesannya itu lain lebih dapat dari situ nanti kan orang bertanya timbul pertanyaan lagi itu apa sih artinya gitu artinya adalah kebudayaan yang menyatukan seperti itu jadi kita banyak berbagai macam kebudayaan disini kita tujuannya satu biar <i>culture</i> -nya dapat intinya kan seperti itu
Q	Apakah terdapat tujuan lain dari penyelenggaraan <i>Serang Culture Festival</i> selain memperkenalkan Pantai Serang?
A	Kesejahteraan mbak yang penting kalau kita adakan <i>event</i> otomatis kunjungan juga akan meningkat terus pendapatan dari masyarakat sekitar lebih banyak lebih baik seperti itu
Q	Apakah terdapat evaluasi setelah dilaksanakannya rangkaian kegiatan acara?
A	Tetap ada mbak misalnya tahun ini kurangnya apa kenapa kok sampai seperti ini itu tetap ada
Q	Apakah pernah terjadi hambatan saat <i>Serang Culture Festival</i> berlangsung?
A	Pernah kaya semacam persiapan terlalu dekat akhirnya waktu pelaksanaan kita kurang ini misalnya kita nge-plot <i>event</i> Jazz waktu itu kita lampu <i>lighting</i> itu meminta bantuan nah disisi lain waktu kemarin di Kankab (Kantor Kabupaten) pas juga ada <i>event</i> dari Inbox akhirnya kita berbenturan nah dari situ kita cuma dapat alatnya tidak dapat orangnya nah disini kita bingung kita tidak pernah memegang <i>lighting</i> seperti apa kita tidak tahu akhirnya kita pasang saja bisa nyala untuk <i>setting</i> segala macam kita belum tahu jadi hal-hal yang seperti itu misalnya kita lihat waktu acara berlangsung sebelum acara ada peserta dari jauh datang kita harus bagaimana kasihan pesertanya tidak tahu tempat tidur akhirnya evaluasi berikutnya dari tahun ke tahun kita ada peningkatan sebelum acara berlangsung besok pagi ini hari ini harus kita sediakan kontak <i>center</i> disitu nanti kalau ada pertanyaan boleh peserta dari luar kota bisa masuk hari ini malam nanti kita sediakan tempat untuk menginap seperti itu jadi evaluasi dari tahun sebelumnya diterapin di tahun berikutnya untuk lebih baik tujuannya seperti itu mbak semakin bertambahnya usia <i>Serang Culture Festival</i> mulai dari satu dua sampai lima nanti kedepannya harapannya lebih profesional lagi, lebih bagus lagi, lebih meriah lagi
Q	Siapa saja yang terlibat saat evaluasi?
A	Bapak kepala desa terus dari pihak panitia sendiri teman-teman Pokdarwis dari anak-anak pemuda kreatif dari pihak kepolisian pokok semuanya terlibat mbak dari awal sampai akhir terus terlibat kita tetap melibatkan misalnya kalau pas acara ada macet di jalan otomatis kan dari pihak keamanan harus mengevaluasi kita juga baiknya seperti kalau ada <i>event</i> kaya gini jadi kita sama-sama berjalan lancar
Q	Bagaimana pola komunikasi yang dilakukan oleh panitia?
A	Pola komunikasinya sebenarnya kita tidak terlalu melibatkan banyak orang kok kita bikin panitia internal dulu mulai pemuda kreatif terus Pokdarwisnya sendiri nah kita



	digabungkan dengan membuat grub WA dulu seperti itu kita sering-sering dalam beberapa hari ada agendanya kumpul sekali ada komando dari Ketua Pokdarwis atau Bapak Kepala Desa itu nah kita kumpul membahas bagaimana-bagaimananya kalau sudah kita tentukan dari tim internal ini sudah tembus nah kita baru ke yang lebih luas lagi yang terlibat di Pantai ini mulai dari portal parkir harus bagaimana gitu anggota juga jadi antara panitia internal ini dan panitia yang membantu tetap kita libatkan
Q	Apakah jumlah total panitia mencapai hingga 70 orang?
A	Iya memang seperti itu mbak soalnya <i>event</i> kan seperti <i>event</i> Barong lah kita menghadapi peserta yang lumayan banyak dari berapa ratus kalau kita tidak melibatkan orang banyak sekali kita ada <i>event</i> di pinggir pantai telah kita <i>setting</i> sedemikian rupa kalau kita tidak banyak anggota itu penonton tidak mau tau yang penting mendekat melihat akhirnya tidak kelihatan nah itu lah fungsi dari teman-teman pembantu untuk jaga sana dan sebagainya
Q	Apakah pernah terjadi hambatan yang sulit ditangani?
A	Untuk selama ini semua teratasi mbak alhamdulillah walaupun kita sebagai panitia harus tidak tidur misalnya hari ini <i>event</i> malamnya ada <i>event</i> paginya ada <i>event</i> lagi kita kemarin ternyata bisa soalnya dari malam Jazz panggung di tengah disini paginya diganti <i>event</i> Larung Sesaji yang ini harus <i>steril</i> Jazz jam sebelas malam selesai langsung kita bongkar kita memikirkan yang besok sampai dini hari sudah biasa tidak tidur yang penting acaranya berjalan sukses lancar
Q	Apakah pembagian panitia hanya internal dan eksternal saja atau terbagi per-divisi?
A	Iya itu saja kita kalau bikin struktur kaya gitu mungkin terlalu ribet mbak kasihan juga kan kita sama-sama belajar kita belum profesional seperti EO kita masih belajar
Q	Apakah diperbolehkan seseorang bukan dari masyarakat setempat bergabung sebagai panitia?
A	Dulu kita tidak semua masyarakat sini mbak misalnya <i>event</i> Layang-layang kita melibatkan Mas Regen dia orang yang tahu betul masalah layang-layang di Blitar nah kita rangkul dia sebagai <i>contact center</i> antara panitia dengan peserta dari luar jadi Mas Regen tinggal minta apa disini Mas Regen tinggal mengkoordinir dari sana mulai dari sistem lomba seperti apa sistem pendaftaran seperti apa itu Mas Regen yang urus yang penting mau bisa berkontribusi dan kita butuhkan kalau kita butuh koordinator masalah Barong otomatis kita mencari orang yang sering terlibat di Tari Barong atau yang tahu jaranan punya anggota banyak teman banyak otomatis kita jadi mudah untuk <i>me-monitoring</i>
Q	Apakah terdapat kesulitan dalam mencari panitia?
A	Tidak mbak tidak susah kok kita sudah langganan intinya suda termonitor dari pihak desa bahwa ini anak yang bisa yang pas nanti kita panggil kita kasih arahan ada <i>event</i> seperti ini kita kerjakan
Q	Apakah pernah terdapat rangkaian acara yang tidak terlaksana?



A	Selama ini lancar mbak kita agendakan semua <i>event</i> mulai dari layang-layang patung pasir terus barong jazz semua terlaksana alhamdulillah
Q	Apakah terdapat instansi selain Dinas Pariwisata yang terlibat dalam <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Dari Perhutani terlibat soalnya kan kita pengelolaan disini ada sistem <i>tripartid</i> mbak mulai Perhutani yang punya kawasan terus Pemda dan juga Pemerintah Desa
Q	Apa peran dari Perhutani dalam pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Membantu pengamanan misalnya seperti ini menjelang tahun baru kita tetap buka nah setiap harinya pihak Perhutani menugaskan beberapa orang untuk kesini <i>standy</i> di pos pantau ini
Q	Apakah peran dari Dinas Pariwisata dalam pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kalau Dinas Pariwisata biasanya <i>men-support</i> dalam pendanaan promosi gitu dari Dinas Pariwisata
Q	Apakah pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> memerlukan dana yang besar?
A	Besar mbak ratusan juta itu sampai tapi kita <i>manage</i> -nya dari sini untuk acara pertama memerlukan berapa kita sediakan itu dulu nah kita sambal berjalan misalnya dari <i>evenet</i> pertama kita dapat berapa pemasukan kita akumulasikan ke berikutnya yang penting kalau kita <i>pok</i> ke semua acara itu mungkin kita tidak terlaksana mbak soalnya terlalu besar karena RAB acara walaupun kita bisa menentukan kita tidak bisa mengepaskan tetap ada tambahan pasti ada soalnya dana itu dimana-mana kalau untuk sisa jarang pasti ada kurang
Q	Apakah saat awal persiapan panitia sudah menyiapkan RAB?
A	Sudah ada RAB sendiri-sendiri minimal untuk kelengkapan lah <i>sound system</i> kita sewa berapa untuk hadiah berapa nanti dari situ nanti diperingan dari hasil pendaftaran berapa seperti itu nanti kita gunakan untuk melaju ke <i>event</i> berikutnya tapi dari awal sudah ada mbak sudah ada RAB dari <i>event</i> A B C sampai akhir sudah ada RAB semua tapi tidak selalu pas
Q	Apakah pernah ada donator anggaran untuk pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kalau dana dari instansi-instansi itu mbak dari swasta juga pernah membantu tapi tidak untuk semua <i>event</i> misalnya seperti <i>event</i> Jazz itu dari pihak Kampoeng Coklat menyumbang berapa seperti itu di acara-acara tertentu lah soalnya kalau kita lihat kita mengadakan Jazz ini belum Jazz yang besar mbak jadi kita pasti banyak min-nya daripada plus-nya soalnya semua pengisi acara saja kita bayar dan pendapatan pun kalau Jazz disini masih awam kecuali kalau kita sudah profesional seperti Banyuwangi Dieng yang Jazznya sudah artis nasional pasti pendapatannya besar kalau disini kan masih merintis
Q	Kenapa tidak menambahkan acara musik yang diminati masyarakat setempat seperti dangdut?
A	Siapa tau dari Jazz yang besoknya diselingi Keroncong kita mengadakan <i>event</i> kan untuk pendatang untuk orang agar tertarik kesini oh ada Jazz jadi orang dari kalangan



	<p>pecinta Jazz mau kesini dan kita ada pendapatan tujuannya kan seperti itu kalau kita adakan musik dangdut biayanya besar mbak mulai dari sistem keamanan dananya besar nanti peminatnya kalau musik dangdut malah orang pinggiran dekat-dekat sini kalau kita musik ramai tapi yang meramaikan orangnya sendiri dari pendapatan kan kita juga berkurang alasan utamanya seperti itu walaupun masyarakat sini tidak tahu Jazz tapi kan otomatis orang dari Malang dari Surabaya kan tahu seperti itu mereka mau datang kesini akhirnya tahu kalau Serang ternyata mengacu pada musik Jazz kita juga lihat suasana kalau sore hari waktu <i>sunset</i> dan malam hari musik-musik seperti itu enak mbak</p>
Q	<p>Apakah setelah dilaksanakannya <i>Serang Culture Festival</i> terdapat peningkatan pengunjung?</p>
A	<p>Tentu saja ada mbak dari situ kita bisa memperkenalkan di Blitar ada Pantai Serang itu sangat efektif mbak dari pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> itu pun sebagai salah satu <i>event</i> unggulan di Kabupaten Blitar juga kan Desa Wisata yang mengadakan <i>event</i> sebesar <i>Serang Culture Festival</i> kan hanya di Serang saja</p>
Q	<p>Apakah saat Larung Sesaji masyarakat luar desa diperbolehkan untuk ikut serta?</p>
A	<p>Boleh dalam artian sebagai pengunjung kita berikan jarak soalnya saat ritual dilaksanakan otomatis ada skat antara penonton dan orang internal di dalamnya ada rombongan Bapak Bupati terus tamu-tamu dari Kabupaten kan juga ada jadi kalau ada penonton bisa menonton tapi tidak bisa terlalu bebas mendekat tetap ada jaraknya</p>
Q	<p>Apakah wisatawan yang hadir saat Larung Sesaji juga diwajibkan menggunakan baju hitam?</p>
A	<p>Tidak bebas mbak kalau penonton bebas yang menggunakan baju hitam hanya yang ikut kegiatan upacara adat</p>
Q	<p>Bagaimana cara melakukan penghitungan jumlah pengunjung?</p>
A	<p>Dari <i>ticketing</i> mbak kita melihat dari habisnya tiket berapa kita bisa lihat total kunjungan seperti ini kalau untuk warga Serang kita <i>free</i> kalau kita kasih tiket kesannya masa di tempat sendiri bayar</p>
Q	<p>Kenapa di Pantai Serang dibangun Monumen Supriadi?</p>
A	<p>Menurut sejarah mbak Pak Supriadi pernah menetap disini tinggal disini ini dari sejarah orang-orang yang memperingati hari Pak Supriadi disini ada Macapatan ada upacara nasional untuk memperingatai PETA dari yang saya dengar awal mula timbulnya ide untuk melakukan pemberontakan PETA dari sini itu kan ada petilasannya juga dulu tinggal disini semapt juga hari PETA diperingati disini Bapak Bupati hadir disini sebagai Pembina upcaranya</p>
Q	<p>Bagaimana sistem konservasi penyu yang nanti tukiknya dilepas saat <i>Serang Culture Festival</i>?</p>
A	<p>Kalau kita bilang sudah profesional konservasi masih belum mbak soalnya kita hanya berawal sekumpulan orang-orang yang peduli dengan habitat penyu dan dari situ kita mulai mengedukasi kepada masyarakat bahwa ini hewan dilindungi akhirnya</p>



	masyarakat disini pun mendukung dengan setiap kali masyarakat menemukan telur penyu dulu diambil dijual kalau sekarang diambil diserahkan ke pihak pengelola konservasi untuk dirawat nanti sampai menetas setelah menetas dikembalikan ke laut masyarakat yang menemukan telur kita hargai kita berikan ganti rugi telurnya berapa uang untuk konservasi saat ini yang menyediakan untuk makan untuk perawatan dari Bumdes
Q	Siapa yang bertanggung jawab dengan pembiayaan konservasi penyu?
A	Uang untuk konservasi saat ini yang menyediakan untuk makan untuk perawatan masih dari Bumdes mbak mungkin suatu saat nanti kalau kita kelola konservasinya ada kunjungan kita ada timbal baliknya ke Bumdes juga
Q	Apakah pelepasan tukik hanya setahun sekali saat <i>Serang Culture Festival</i> saja?
A	Iya setahun sekali atau kalau tidak menunggu <i>event</i> misalnya dari instansi-instansi melepaskan tukik ya boleh melepaskan tukik satu ekornya Rp. 50.000 itu tidak membeli tukik itu kita anggap donator mbak orang yang mau melepaskan tukik itu orang yang peduli dan donator jadi dari uangnya itu untuk perawatan juga untuk memberi makan, membersihkan, dan sebagainya intinya merawat
Q	Apakah saat <i>Serang Culture Festival</i> melepaskan tukik juga dengan membayar Rp. 50.000?
A	Iya biasanya Rp. 50.000 untuk donasi perawatan itu
Q	Apa harapan Mas Rudi untuk Pantai Serang dan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Harapannya semoga Serang semakin dikenal masyarakat mbak banyak kunjungan meningkat terus semakin maju dan pendapatan dari masyarakat semakin banyak jadi menimbulkan kesejahteraan kalau untuk acaranya semoga Pandemi ini segera berakhir kita tetap bisa melaksanakan acara lagi semakin bagus lagi dan semakin profesional lagi intinya lebih besar lagi jadi <i>Serang Culture Festival</i> tetap ada soalnya sudah agenda tahunan masyarakat luas sudah tahu bahwa setiap tahunnya Serang ada <i>event</i> kan <i>event</i> yang ditunggu-tunggu akhirnya ada lagi
Q	Apakah jika jabatan kepala desa berakhir dapat mempengaruhi akan dilaksanakannya kembali <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Lanjut tidaknya <i>event</i> itu tergantung dari kita itu memprogram suatu acara kan mbak pengelola disini kalau kita tetap berdayakan anak-anak yang kreatif Insya Allah kita tetap bisa jalankan asalkan tetap ada dukungan dari Pemerintah Desa kalau Pemerintah Desa tidak sinergi dengan pemuda-pemuda yang kreatif atau tidak ada ide-ide untuk memajukan sini mau nggak mau kita jadi tidak bisa mengadakan <i>event</i> soalnya <i>event</i> ini awalnya dari Pemerintah Desa juga untuk pendanaan untuk pembuatan proposal tetap dari Pemerintah Desa ya semoga saja siapapun Kepala Desanya akan sehebat Pak Handoko ini ide Bapak Kepala Desa tetap kita hargai dan juga sangat membantu soalnya kalau Bapak Kepala Desanya pasif mbak tidak seperti Pak Handoko mungkin juga tidak akan terjadi kalau Pak Handoko tidak kreatif melihat anak pemuda berpotensi dan bisa itu tidak mungkin berani kita mengadakan



event jadi kita memang butuh sosok pemimpin yang milenial yang intinya mau mengikuti perkembangan zaman untuk memajukan daerahnya kan seperti itu kalau ada pemikiran tidak ada *action* juga tidak bisa ada *action* tidak ada hubungan dengan orang banyak misalnya dengan orang tingkat atasnya kita juga kesusahan juga mbak untuk mau ada perizinan gimana-gimananya kan susah



Tanggal : 06 Januari 2021  
 Tempat : Kantor Desa Serang  
 Narasumber : Ibu Umi Sya'adah selaku Bendahara Bumdes

Q	Apakah Pemerintah Desa Serang melaksanakan <i>Serang Culture Festival</i> karena menjadi Desa Wisata?
A	Tidak seperti itu kalau wisata pantai dari dulu sudah termasuk wisata tapi dikelolanya bukan desa yang mengelola itu Dinas Pariwisata semua dipegang oleh Dinas Pariwisata tapi 2018 akhir mulai Juni ada PKS Perjanjian Kerja Sama antara Perhutani Dinas Pariwisata, dan Desa untuk <i>ticketing</i> -nya dan kawan-kawannya dikelola oleh mereka ketiga karena ini punya Desa, Desa sebelumnya tidak punya apa-apa sebelumnya <i>pure</i> Dinas Pariwisata yang menangani nah SCF ini untuk tahun 2019 sudah yang kelima mulainya tahun 2015 asal muasalnya ya semenjak Pak Handoko menjabat dulunya yang berjualan di pantai tidak ada Pak Lurah yang merintis pertama kali sekarang maju semakin banyak yang berjualan sebenarnya karena dorongan dari Pak Lurah masyarakat mau
Q	Siapa saja yang terlibat dalam pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Selain Desa kalau SCF ini ada Dinas Pariwisata dan Perhutani
Q	Apa peran Perhutani saat pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Saat acara membantu di <i>ticketing</i> di portal pengaman-pengaman juga dengan Pak Polisi dan Pak Tentara juga setiap acara pasti ramai di tahun baru juga luar biasa cuma kemarin ditutup
Q	Apakah sebelum pelaksanaan panitia memprediksi cuaca untuk memastikan keadaan?
A	Tidak juga kita biasanya <i>event</i> bulan September sekalian rilis tukik kita melihat dari angin untuk layang-layangnya biasanya di September
Q	Apakah yang diprediksikan hanya penetapan satu Sura saja?
A	Sura itu selalu berdempet-dempetan dengan bulan September seperti kemarin kan Sura di Agustus akhir bulan September seharusnya festival cuma karena kita tidak dapat izin mau tidak mau tidak ada <i>event</i> sama sekali 2020 hanya Larung Sesaji saja
Q	Apakah di Pantai Serang selalu terdapat Tim SAR yang siap menjaga?
A	Kalau Tim SAR kita sudah punya pos pantau yang merupakan karyawan Bumdes mereka yang menjaga pihak Desa juga ada disana semacam Tim SAR jadinya jika terjadi sesuatu tetap ada penyelamatan kemarin juga terdapat yang hampir tenggelam berkat usaha mereka terselamatkan
Q	Apakah terjadi saat acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Bukan kalau saat acara Insya Allah aman soalnya kita banyak keamanan yang membantu di pihak Polres pihak tentara juga ada Perhutani juga membantu kalau Dinas Pariwisata mungkin hanya promosi saya tidak pernah menemui Dinas Pariwisata ketika acara mungkin jika Pak Handoko mengetahui
Q	Apakah jarak Pantai Serang menuju Puskesmas jauh untuk dijangkau?



A	Tidak disini terletak di Panggungrejo disamping Kecamatan ada juga Nirmala klinik swasta bukan milik pemerintah biasanya dibawa kesitu disini pun kita ada Bidan Desa dan Pak Mantri jadinya Insya Allah aman di Pantai Serang juga terdapat pos kesehatan kalau memang terlalu serius dibawa ke Puskesmas atau Klinik
Q	Siapa saja yang turut menentukan agenda kegiatan acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Yang menentukan Pokdarwis Bumdes bareng-bareng acaranya biasanya Festival Layang-Layang, Festival Patung Pasir, Jazz, Mancing, Keroncong, Barong, dan Rilis Tukik berbarengan dengan Sura
Q	Bagaimana dengan acara Sholawat yang terlaksana saat <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Itu kebetulan berbarengan dimasukan sekalian hanya saja yang mengelola bukan Bumdes dari Fatayat Muslimat NU dan Pemerintah Desa juga
Q	Bagaimana dengan persiapan anggaran untuk <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Luar biasa dananya kita cari dari sponsor dan dana Bumdes persiapan awal kita membutuhkan untuk <i>banner</i> , karcis, brosur, membuat gawang acara yang pasti membutuhkan kayu, paku, kawat, untuk konsumsi nah <i>banner</i> sendiri membutuhkan banyak kita menggunakan <i>banner</i> yang besar bertuliskan <i>Serang Culture Festival</i> dipasang oleh anak-anak <i>Serang Youth Creative</i> disamping itu karena ada yang dilombakan seperti Patung Pasir, Festival Layang-Layang kita beli piala, sertifikatnya kita persiapan untuk itu jadi kita meng- <i>handle</i> semuanya kemarin kita sosialisasi sendiri <i>technical meeting</i> sendiri yang memimpin Pak Lurah kita juga menyiapkan formulirnya
Q	Siapa saja yang tercatat mengikuti Festival Seribu Barong?
A	Pesertanya dari luar daerah semuanya berasal dari luar daerah layang-layang pun dari luar daerah kemarin Barong malah ada dari Sidoarjo
Q	Apa alasan <i>Serang Culture Festival</i> menjadi festival terbesar di Kabupaten Blitar?
A	Yang mengadakan hanya Serang dan kita jangkauannya sudah sampai antar Provinsi ya se-Jawa Timur
Q	Apakah Pemerintah Kabupaten Blitar memberikan apresiasi terhadap pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Iya kita selalu mendapatkan apresiasi berupa piala atau sertifikat
Q	Bagaimana sistem pendaftaran untuk peserta yang ingin mengikuti perlombaan?
A	Daftar dapat dilakukan pagi hari di tempat secara langsung
Q	Apakah hadirnya Polri dan TNI sebagai bentuk kerja sama dengan Pemerintah Desa atau harus menyiapkan <i>fee</i> ?
A	Sebenarnya tidak meminta <i>fee</i> tapi kita tetap menyiapkan <i>fee</i> insentif namanya
Q	Apa saja yang diperoleh oleh peserta lomba?
A	Dapat sertifikat mereka walau tidak menang terlihat senang karena kan berangkat dari hobi ada juga piala bergilir yang ditujukan untuk yang juara 1 ketika <i>event</i> lagi nanti dibawa kesini lagi dia pasti kesini piala bergilir ini merupakan Piala Bupati disini lain



	terdapat piala juara 1,2,3,4,5, dan 6 serta uang juara 1 Rp. 1.000.000, juara 2 Rp. 750.000, juara 3 Rp. 500.000, juara 4,5,6 Rp. 250.000
Q	Berapa biaya pendaftaran untuk semua festival yang dilombakan?
A	Rp. 25.000 ya seingat saya
Q	Apakah pelaksanaan rangkaian acara selalu hingga larut malam?
A	Tergantung pesertanya banyak atau tidak kalau layang-layang secepatnya karena anginnya cepat habis pokoknya layang-layang terhambat dengan angin jadi kalau dirasa anginnya mulai habis maka dipercepat ganti dengan selanjutnya seperti itu layang-layang biasanya selesai jam tujuh malam, Jazz dimilai habis magrib
Q	Apakah pembuatan patung pasir ditentukan oleh panitia?
A	Itu terserah mereka sesuai dengan kreatifitas yang penting adalah hewan laut
Q	Apakah terapat hambatan saat pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Mungkin hambatannya ada di waktu yang terlalu mepet dan yang pasti anggaran dana
Q	Apa yang dapat mendukung pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Banyak mbak dari pihak sponsor juga banyak





Tanggal : 18 Januari 2021  
 Tempat : *Online* via Video Call Whatsapp  
 Narasumber : Mas Havis Dimas selaku Panitia Internal *Serang Culture Festival*

Q	Apakah sudah lama tergabung dalam panitia internal <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Sudah berapa lama ya pokoknya sejak <i>Serang Culture Festival 2</i> sampai terakhir kemarin
Q	Kenapa bersedia menjadi panitia internal <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Awalnya 2016 lulus sekolah setelah itu mengikuti Mas Rudi membuat kerajinan souvenir selanjutnya diajak Pak Kepala Desa untuk menjadi sukarelawan
Q	Apakah Mas Havis juga tergabung dalam <i>Serang Youth Creative</i> ?
A	Nah betul mbak bergabung mulai saat sudah lulus sekolah
Q	Apa landasan dilaksanakannya <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Untuk mempromosikan Desa Wisata Ssrang ini mbak
Q	Apakah <i>Serang Youth Creative</i> telah lama terbentuk?
A	Sebelumnya tidak ada nama hanya iseng kumpul membuat souvenir biasa selanjutnya sudah terkumpul beberapa orang baru dibuatlah nama seperti itu
Q	Apa posisi dan tugas Mas Havis dalam panitia internal?
A	Dibagian semuanya mbak kan Tim Kreatif hampir <i>handle</i> semuanya kalau Tim Kreatif itu perlengkapan, dekor, segala macam
Q	Apakah Mas Havis juga tergabung ke Pokdarwis Desa Serang?
A	Sebelumnya tidak lalu selanjutnya tergabung ke Pokdarwis kayanya tahun 2018
Q	Apakah mengetahui alokasi anggaran yang diperlukan untuk <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kalau anggaran kurang tau sih mbak kan ada bendahara, ketua panitia, dan lain-lain kalau kita sih hanya terfokus ke Tim Kreatif
Q	Apakah panitia memprediksikan cuaca terlebih dahulu sebelum pelaksanaan dimulai?
A	Mungkin dilihat curah hujannya dulu mbak kalau hujan kita memanggil pawang hujan kalau adanya tsunami tidak tsunami tidak bisa diprediksi mbak harus ada gempa atau gunung berapi tidak bisa diprediksi jauh-jauh hari
Q	Apakah di Pantai Serang pernah terjadi bencana tsunami?
A	Tidak mbak jangan sampai walaupun masih ada potensinya
Q	Apa saja persiapan panitia sebelum hari H pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Perlengkapan dan lain-lain seperti itu kaya pasang <i>banner</i> untuk promosi, desain
Q	Siapa yang bertugas melengkapi perizinan pelaksanaan <i>event</i> ?
A	Kalau perizinan lebih ketua panitia dan kepala desa ketua panitianya Mas Yudi Krisiantoro kalau Pak Handoko sebagai pelindung
Q	Apa saja tugas ketua panitia selain melengkapi perizinan?
A	Ya memonitoring mbak dia kan ketua panitia, berhubungan dengan kepala desa, mencari sponsor, dan lain-lain



Q	Siapa yang bertugas membuat proposal <i>event</i> ?
A	Kalau proposal kami Tim Kreatif untuk perlengkapan membutuhkan ini dan itu hanya mendata seperti itu kalau pembuatan keseluruhan ada sekretarisnya Mas Rudi itu
Q	Apakah terdapat instansi lain yang terlibat dalam pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Karang Taruna, Perhutani, sebagian dari perangkat desa, Dinas Pariwisata yang terkadang sebagai sponsor meminjamkan alat <i>lighting</i> yang digunakan untuk Jazz
Q	Apakah peran Dinas Pariwisata hanya meminjamkan peralatan?
A	Kalau setahu saya hanya itu jika ada bantuan dana saya tidak tahu
Q	Apakah pelaksanaan rapat juga melibatkan instansi yang terlibat atau hanya panitia saja?
A	Kalau waktu rapat ya mengundang lembaga lain juga misalnya Perhutani sebelum festival hampir setiap minggu kita rapat apalagi sebelum pelaksanaan harus ada monitoring persiapannya seperti apa perlengkapannya bagaimana apakah sudah lengkap atau belum malah hampir setiap malam kita rapat untuk konsep acaranya seperti apa nah Perhutani itu hadirnya waktu evaluasi untuk rapat-rapatnya panitia dan Pemerintah Desa untuk pembahasan konsepnya <i>Youth Creative</i> itu kumpul sendiri dulu nanti baru disampaikan ke seluruh <i>full</i> tim panitia dan Pemerintah Desa kalau Perhutani pasti mengikuti Pemerintah Desa nanti saat evaluasi tiketnya habis berapa seperti itu jadi panitia dan Pemerintah Desa menetapkan dulu seperti apa baru diberitahu ke lembaga terkait
Q	Bagaimana pemberitahuan kepada instansi terkait dilakukan?
A	Diundang selanjutnya kita rapat satu meja gitu
Q	Apakah saat evaluasi pemberitahuan kepada instansi terkait juga melalui surat?
A	Iya mbak
Q	Apa saja pembahasan saat evaluasi?
A	Pertama laporan penjualan tiket kemudian total biaya pengeluaran per-hari misalnya perlengkapan habis berapa konsumsi habis berapa dan lain-lain terus nanti sisa berapa
Q	Kapan evaluasi dilaksanakan oleh panitia?
A	Sekali selesai rangkaian langsung evaluasi mbak nanti jika ada yang kurang diperbaiki di <i>event</i> yang berikutnya kan seperti itu fungsinya
Q	Apakah Perhutani dan Dinas Pariwisata sudah maksimal dalam melaksanakan perannya?
A	Belum mbak kayanya kalau Perhutani memberi bantuan apa mereka tidak memberikan bantuan tenaga tidak membantu pikiran juga mereka hanya mengikuti Pemerintah Desa dan Pokdarwis kalau Pemda sudah membantu meminjamkan alat, promosi seperti itu yang saya tahu
Q	Apakah Perhutani tidak membantu di penjagaan tiket?
A	Penjagaan tiket sudah ada petugasnya sendiri dari pihak desa selanjutny ada tambahan lagi dari Perhutani kalau hari biasa sama saja saat festival tetap itu saja yang menjaga bantuan Perhutani hanya di menjaga tiket itu saja



Q	Bagaimana sistem pendaftaran wisatawan yang ingin mengikuti perlombaan festival?
A	Kita mengadakan <i>technical meeting</i> dulu kalau Patung Pasir terus layang-layang via <i>online</i> pendaftarannya melalui Whatsapp webnya belum terlalu aktif terus nanti registrasi lagi di pantai saat hari H atau daftar saat hari H kebanyakan di layang-layang daftar saat hari H kalau patung pasir itu kan se-SMA/SMK sederajat di Blitar kita mengadakan <i>technical meeting</i> dulu kerja sama dengan Dinas Pendidikan
Q	Apa saja peran Dinas Pendidikan dalam <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Dinas Pendidikan menjadi perantara panitia dengan pihak sekolah jadi yang mempertemukan kita dengan sekolah melalui Dinas Pendidikan itu
Q	Apakah seluruh rangkaian acara dilombakan?
A	Yang dilombakan hanya patung pasir, layang-layang, dan Barong lainnya tidak kalau yang lainnya hanya pertunjukan awalnya kan dari satu Sura <i>Serang Culture Festival</i> pasti mengikuti satu Sura
Q	Apakah peran panitia internal saat Larung Sesaji?
A	Saat Larung Sesaji kita hanya membantu <i>sterilisasi</i> , dekorasi, dan lain-lain kita kalau persiapan lainnya Pemerintah Desa
Q	Apakah terdapat hambatan saat pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Hambatannya waktu yang mepet mbak misalnya hari ini patung pasir lalu besok Larung Sesaji malamnya Jazz jadi persiapan kurang dan tenaga terkuras banget mbak kerjanya kan tambah walaupun sudah disiapkan jauh-jauh hari lokasinya kan tetap dalam satu lokasi habis digunakan Patung Pasir lalu Larung Sesaji terus malamnya Jazz jadi tetap tidak bisa disiapkan jauh-jauh karena tempatnya terpusat satu lagi mbak banjir sebelum acara pernah malam harinya hujan lalu pinggirannya dipenuhi sampah dari sungai yang mengarah ke bibir pantai sampah-sampahnya mengarah menepi di pinggir pantai setiap musim hujan ini menjadi masalah di setiap pantai tidak hanya Serang
Q	Apakah pelaksanaan acara selalu di hari Sabtu Minggu?
A	Kalau selain satu Sura kebanyakan Sabtu Minggu kalau satu Suranya tidak menentu karena tanggal Jawa
Q	Apakah saat Larung Sesaji hanya ketua sesepuh yang diperbolehkan memimpin ritual?
A	Pasti ada ketua sesepuhnya mbak nah yang menjadi pawang hujan juga ketua sesepuh itu
Q	Bagaimana solusi dalam menyikapi hambatan yang terjadi?
A	Solusinya kita gotong royong dengan pedagang-pedagang membersihkan sampahnya ada yang dikubur ada yang dibakar kalau untuk yang persiapan tadi kita yang terpaksa sampai jam lima tetap berusaha yang semaksimal mungkin tidak membuat yang sejadinya panitia juga hanya itu-itulah saja 70 orang panitia yang ada hanya tambahan mereka tidak ikut kerja seperti kita maksudnya yang pasti menangani perlengkapan, dekor, dan lain-lain ya <i>Team Seven</i> itu tadi kalau 70 orang terkadang datang saat hari H saja saat <i>sterilisasi</i> kebanyakan gitu tapi kalau yang pokok hanya tujuh orang tadi malah lebih efektif juga mbak waktu mepet kalau orangnya banyak malah tidak efektif



	kadang <i>miss</i> komunikasi kadang tidak bekerja masalahnya gitu lebih baik tujuh tapi <i>solid</i> makanya kebanyakan tugas di- <i>handle</i> oleh <i>Youth Creative</i> mbak
Q	Apakah terdapat hasil dari pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Hasilnya pertumbuhan ekonomi di Serang jadi bertambah terus pariwisata di Serang daripada tahun-tahun dulu sekarang lebih dikenal dulu warga yang bekerja sebagai petani sekarang berwirausaha di pantai ekonominya sudah meningkat banyak mbak dampaknya ke warga pengunjung juga meningkat
Q	Apakah banyak masyarakat yang akhirnya memilih berwirausaha di pantai?
A	Banyak sekali mbak kan tidak ribet modal dagang saja sudah ada hasil sampai sekarang tambah banyak dan itu yang sekarang menjadi tambah masalah
Q	Apakah terdapat perbedaan dari <i>Serang Culture Festival</i> yang dulu dengan yang sekarang?
A	Ada perbedaan mbak dari segi konsep kita sudah ada pengalaman dari tahun-tahun sebelumnya cuma kadang yang mendadak itu tadi yang belum bisa hilang segi konsep lebih tertata dari tahun-tahun sebelumnya seperti itu
Q	Bagaimana dengan peningkatan pengunjung di Pantai Serang saat <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kalau pengunjung itu festival tahun kedua dan ketiga pengunjungnya maksimal tahun keempat dan kelima yang berkurang soalnya pengumuman adanya festival mendadak sedangkan yang sebelumnya bertepatan dengan libur sekolah makanya banyak kadang mbak orang ke pantai tidak untuk melihat festival kadang hanya untuk wisata kalau festival tiketnya Rp. 15.000 kadang pengunjung ada yang keberatan dengan alasan mereka ke pantai mau berwisata tidak untuk melihat festival kalau yang kedua dan ketiga waktu liburan sekolah kalau yang keempat dan lima itu alasannya ya itu mbak karena promosi mendadak dan tidak bertepatan dengan hari libur kalau orang lokalan sini masih seperti itu daya belinya rendah Rp. 15.000 masih keberatan yang kelima juga bertepatan dengan pilihan lurah mbak jadinya masih dilema akan diadakan atau tidak lalu setelah dekat dengan satu Sura keputusannya diadakan kemudian di Kankab bareng dengan Carnaval SCTV jadi fokusnya terpecah dari pihak Pemda yang diunggulkan jadi yang di Carnaval SCTV
Q	Bagaimana menghadapi wisatawan yang merasa keberatan dengan harga tiket?
A	Kalau yang seperti itu mbak ada yang putar balik ada juga yang tetap masuk tergantung pribadinya juga mbak tapi kadang dari panitia kalau orang lokal dibiarkan tetap masuk kita toleransi
Q	Apa saja hal yang dapat mendukung pelaksanaan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Ada teman-teman dari kota membantu <i>lighting</i> dan lain-lain itu bantuan diluar dari panitia mereka teman-teman Mas Yudi, Pak Lurah kan kalau <i>lighting</i> kita tidak ada yang dapat mengoperasikan jadi memerlukan bantuan lalu seperti Barong Mas Yudi memiliki teman di Barongan lalu minta bantuan untuk koordinasi mengenai barong
Q	Apakah Mas havis juga termasuk pengelola Pantai Serang?



A	Ikut saya ikut manajemen Pantai Serang piketnya itu seminggu tiga kali tapi hampir setiap hari ke pantai mbak kebetulan tugas saya di pos pantau pinggir pantai
Q	Bagaimana pembagian kerja pengelola Pantai Serang?
A	Pembagiannya dari Bumdes ada yang di portal, di pos pantau, ada yang di <i>camping ground</i> , ada yang di konservasi penyu
Q	Siapa yang bertanggungjawab mengenai perizinan penjualan di Pantai Serang?
A	Mengenai penjual itu Pokja Kelompok Kerja Pantai Serang
Q	Apa peran Perhutani untuk pengembangan Pantai Serang?
A	Perhutani hanya itu tadi mengetahui laporan dan penjagaan di portal Perhutani merasa yang memiliki tempat ibaratnya jadi menyewakan tempat
Q	Siapa yang berperan membangun sarana dan prasarana di Pantai Serang?
A	Desa dan masyarakat Perhutani hanya memberikan tulisan Pantai Serang di pintu masuk bantuannya hanya itu lainnya swadaya masyarakat dan Pemerintah Desa
Q	Apa peran Dinas Pariwisata untuk pengembangan Pantai Serang?
A	Dinas setau saya memberi bantuan kursi di pinggir pantai sebelah barat yang ada payung-payungnya itu dari dinas
Q	Apakah Pantai Serang menjadi destinasi wisata yang aman?
A	Insya Allah selama di bibir pantai masih terjamin soalnya ada kita yang piket kalau kemarin ada kecelakaan tidak di pinggir pantai mbak tapi di karang-karang jadi kita tidak dapat melihat
Q	Apakah yang bertugas di pos pantau juga merupakan Tim SAR yang siap berenang menyelamatkan?
A	Iya mbak disini ada perlengkapannya juga ada ban, tambang, dan lain-lain untuk penyelamatan kita bukan Tim SAR sih mbak lebih tepatnya penjaga pantai jangan sampai terjadi sesuatu lah kita juga sudah antisipasi duluan posisi-posisi yang berbahaya dimana misalnya ada pengunjung yang melewati batas aman pasti kita tegur lewat pengeras suara jika tidak dihiraukan kita datangi kalau masih tidak dihiraukan kita tarik ke pinggir soalnya demi keselamatan
Q	Apakah di pos pantau juga menyediakan obat-obatan untuk wisatawan?
A	Obat-obatan hanya obat pertolongan pertama mbak di kotak P3K-nya



Tanggal : 21 Januari 2021  
 Tempat : *Online* via Google Meet  
 Narasumber : Refondi Ramadha selaku Wisatawan

Q	Apakah Refo sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Baru sekali kesana itu juga karena tugas sebagai Gusjeng
Q	Apa yang membuat Refo tertarik dengan Pantai Serang?
A	Pantai Serang itu dikenal sebagai salah satu dari tiga atau segitiga wisata emas di Kabupaten Blitar jadi secara otomatis Serang dapat sebagai tolak ukur dan juga sebagai <i>center</i> kawasan pantai di Kabupaten Blitar kenapa Serang dapat dikatakan segitiga emas di Kabupaten Blitar karena memang pengelolaan Desa Wisata disana sudah bagus disbanding Desa Wisata lainnya khususnya dalam urusan manajemen konflik dimana masyarakat terjadi suatu masalah dapat diselesaikan secara bersama kemudian untuk wisata secara geografisnya tidak dapat dikatakan sebagai sesuatu yang kurang disana itu luas sekali dan diberikan kondisi geografis yang sangat mendukung walaupun pada dasarnya pasir hitam tapi selama digunakan dengan baik maka Pantai Serang menjadi daya tarik destinasi wisata yang bagus di Kabupaten Blitar terus kalau promosi disana <i>event</i> itu bagus pengelolannya mereka mengkolaborasikan kebudayaan, apa yang digandrungi masyarakat ini dijadikan satu acara dan kemudian dapat menarik para pengunjung untuk dapat ikut di dalam <i>event</i> tahunannya
Q	Apakah Refo telah lama mengetahui Pantai Serang?
A	Kalau Pantai Serang saya sudah tahu dari awal tapi karena belum dikasih rejeki sama Tuhan belum sampai situ baru kemudian ya Alhamdulillah ikut Gusjeng tambah mengenal tambah tau seluk beluknya bagaimana dan akhirnya bisa kesana kan saya juga istilahnya <i>wong kidul</i> jadi sering mendengar kabar-kabar pantai
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama kali mendengar Pantai Serang?
A	Tertarik untuk pertama kali saya membayangkan dapat bermain di bibir pantai yang luas dengan beraneka ragam fasilitas contohnya atv dan lain-lain
Q	Apakah Refo pernah mendengar terjadinya bencana alam di Pantai Serang?
A	Kurang tau dan tidak pernah dengar bencana sebenarnya kalau Pantai Serang itu ada potensi gelombang yang tinggi jadi tidak dibebaskan pengunjung untuk dapat berwisata di bibir pantai karena takut tergulung ombak
Q	Apakah Pantai Serang menjadi destinasi wisata yang aman?
A	Kalau dikatakan aman saya kira sudah aman karena memang perlengkapan dan petugas disana sudah diarahkan beberapa fasilitas juga sudah mendukung kalaupun ada masalah ya karena ada miskom aja
Q	Apakah perjalanan menuju Pantai Serang aman dan lancar?





A	Perjalanan kesana ya lebih aman memang jalannya belok-belokannya lebih banyak dari pantai yang lain tapi bolong tidaknya relative sedikit di Pantai Serang dari pantai lain
Q	Apakah kondisi jalan yang seperti itu tidak menghambat perjalanan menuju kesana?
A	Kalau berbicara mengenai jalan semuanya punya masalah dengan jalan kalau jalan dijadikan sebagai tolak ukur daya tarik di Kabupaten Blitar tidak ada yang bagus untuk jalan
Q	Apakah Refo termasuk orang yang mempercayai kepercayaan saat bulan Sura tidak boleh mengunjungi pantai?
A	Kalau orang muda tidak terlalu masalah tidak terlalu bingung masalah bulan Sura atau tidak dan kalau dipermasalahkan menurutku tidak menutup kemungkinan saat bulan Sura mengadakan <i>virtual tour</i> jadi ya tidak masalah sih pada bulan Sura hanya tuturan orang tua pada anak saja
Q	Apakah Refo mengetahui acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	SCF aku ngerti tapi belum sempat melihat sampai sekarang aku pengen lihat banget pernah melihatnya di <i>trailer</i> terlihat bagus keren ada budayanya, main pasir, jazz bagus banget
Q	Bagaimana Refo mengetahui <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Tau SCF dari Gusjeng
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama kali mendengar <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Meriah dan fantastis seperti parade festival
Q	Apakah Refo mengetahui rangkaian acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Tahu rangkaian SCF karena di <i>share</i> di Instagram tapi mereka itu kurang konsisten buat satu media sosial yang berjudul <i>Serang Culture Festival</i> per-episode jadi kalau mau cari eksistensinya di Instagram susah harusnya jadi satu akun saja mereka juga kurang terkontrol dan terdokumentasikan padahal sudah jadi gebrakan baru di Kabupaten Blitar untuk festival
Q	Apakah Refo mengetahui tujuan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Menggait segala unsur di masyarakat untuk memperkenalkan ini pantai yang bisa buat main pasir ada pelepasan tukik jadi tahu di Pantai Serang ada konservasi meskipun masih kecil terus wisata budaya
Q	Apakah Refo mengetahui logo dan tema dari <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Tahu ada di Instagram juga
Q	Apakah terdapat rangkaian acara <i>Serang Culture Festival</i> yang paling menarik?
A	Semua aku ingin menghabiskan waktuku disitu siapa yang tidak ingin berwisata pantai terus ada acara seperti itu aku kalau ada acara tari-tarian adat senang, jazz senang, melihat orang bermain pasir senang, melepaskan tukik juga senang tapi mungkin yang paling menarik jazz soalnya jarang-jarang apalagi di Kabupaten Blitar di pantai ada musik jazz



Q	Apakah Pantai Serang telah memberikan fasilitas yang memenuhi kebutuhan berwisata?
A	Objek wisata cukup, kebersihan Pantai Serang cukup, tempat sampah cukup, ada juga tempat ibadah, parkir juga besar, mau nge-camp juga bisa, <i>playable</i> Pantai Serang sudahan
Q	Apakah Refo ingin mengunjungi Pantai Serang kembali?
A	Ya pengen lah kan ada <i>Serang Culture Festival</i> masih pengen banget kesana lagi
Q	Apakah Refo juga merekomendasikan Pantai Serang kepada teman-teman?
A	Pernah merekomendasikan juga kok
Q	Apakah Pantai Serang telah memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa?
A	Aku kesana hanya untik membuat video jadi kurang menikmati untuk berwisata hanya menunggu giliran terus menghafalkan skrip pengen lagi kesana secara lebih santai bakar ikan, main atv, main layang-layang
Q	Bagaimana peran Gusjeng dalam membantu mempromosikan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kalau jujur kurang maksimal terkadang ada kesalnya juga sampai terkadang aku meng- <i>upload</i> sendiri, <i>share</i> di grub memang baru-baru ini ada <i>upload-upload</i> tetapi itu diminta oleh Dinas Pariwisata itu pun menurutku kurang maksimal dalam melaksanakan tugas
Q	Apa saja tugas dari Gusjeng?
A	Sebenarnya kami Gusjeng ini tidak memiliki AD/ART tupoksi pun kita tidak tahu jadi itu masalahnya jadi kita tidak maksimal hanya diundang saja atau menyambut tamu kita juga tidak memiliki program jika hendak membuat program pun dipersulit kalau keinginan rekan-rekan memiliki kesadaran sendiri untuk membuat sesuatu tanpa perlu di <i>oYaak-oyak</i> jadi aku menyayangkan jika ada kumpul dijadikan ruang untuk bercanda dan bergosip aku kan bukan tipe orang seperti itu aku lebih suka jika saat diskusi ya diskusi ya itu lah Gusjeng kurang di pemberdayaan kalau organisasi kan minimal memiliki <i>worksop</i> untuk peningkatan kapasitas jarang Gusjeng seperti itu hanya sekali dalam dua tahun ini
Q	Bagaimana tugas dan peran Gusjeng sebagai salah satu aktor mempromosikan pariwisata di Kabupaten Blitar?
A	Mau promosi bagaimana kemarin kita membuat video itu adalah swadaya dari rekan-rekan tidak ada dana dari Dinas jadi Dinas membuat promosi dari <i>talent</i> sendiri, menggarap sendiri, mengedit sendiri, mengupload sendiri, di <i>share like</i> komentar sendiri jadi ada rasa kesal bukan berarti rekan-rekan tidak mau untuk mempromosikan pariwisata kita bersedia menjadi <i>talent</i> asal jelas aku juga menyayangkan di acara Jawa Timur sudah jarang diajak seperti itu angkatanku baru pertama kali mempromosikan Blitar di Internasional di <i>Majapahit Internasional Travel Fair</i> di Grand City itu pun bulenya hanya belasan kalau ada yang bertanya saya juga bisa mem- <i>present</i> sesuatu disitu saya sudah mengartikan bahwa kita memiliki kapasitas



	untuk mempromosikan di <i>event-event</i> seperti itu tapi semenjak itu sudah jarang diajak kita hanya bisa promosi di Instagram melalui foto jarang dengan video
Q	Apakah seluruh kegiatan Gusjeng hanya merupakan tugas dari Dinas Pariwisata?
A	Jika ingin membuat sendiri bisa dihitung jari kadang kita dibatasi jika hendak membuat kegiatan ya kegiatan yang tidak memerlukan banyak anggaran contohnya donasi kalau donasi kan hanya butuh <i>banner</i>





Tanggal : 23 Desember 2020  
 Tempat : *Online* via Google Meet  
 Narasumber : Iham Canggih selaku Wisatawan

Q	Apakah Canggih sudah sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Sering setiap setahun pasti ada entah dua kali atau tiga kali empat kali tidak tentu yang pasti setiap tahun kesana dari SMP kan aku anak pantai dan rumahnya Blitar Selatan
Q	Apa alasanmu sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Kadang untuk <i>refreshing</i> melepaskan penat kan dulu rutinitasnya di badminton dan latihannya di pasir besi kebetulan Serang pasirnya besi juga jadi sekalian bermain-main disana tapi pertama kali kesana waktu kecil masih SD
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama kali mengetahui Pantai Serang?
A	Saat pertama kali ke Pantai Serang waktu SD itu ketika saya di ajak ke Pantai Serang waktu itu biasa saja menurut saya sama dengan pantai-pantai lainnya lalu kesana lagi pada tahun 2016 sudah ada kemajuan terkait penataan pantainya
Q	Apakah Canggih sampai sekarang masih sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Iya masih mulai SMP itu apalagi sekarang setelah kuliah semakin sering kesana lagi
Q	Apa yang membuatmu semakin sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Sering ke Serang sekarang ini karena lebih tertantang untuk beberapa tahun ke belakang ini tertantang dalam artian Serang sudah tidak seperti dulu sudah tidak <i>amburadul</i> jadi semuanya sudah tertata dengan baik terus sarana dan prasarananya sudah diperbaharui, <i>service</i> yang dilakukan masyarakat juga semakin baik
Q	Apakah Canggih selalu mengikuti perkembangan Pantai Serang?
A	Iya dapat dikatakan seperti itu apalagi di lima tahun terakhir ini tapi SCF kedua aku baru mengikuti soalnya SCF pertama belum terlalu <i>booming</i> yang kedua baru aku mengikuti
Q	Apakah Canggih mengikuti semua rangkaian acara dalam <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Tidak jadi hanya melihat-lihat saja yang pasti aku lihat yang Serang Jazz Festival beberapa kali aku sudah lihat yang terakhir 2019 aku juga melihat selain itu yang kemarin aku hadiri layang-layang, patung pasir sebenarnya saat pelepasan tukik juga hadir tapi aku terlambat seingatku pelepasan tukik sebelum Serang Jazz Festival tapi yang pelepasan tukik jadi tidak ikut
Q	Apakah terdapat objek wisata di Pantai Serang yang sangat membuatmu tertarik?
A	Yang paling saku sukai di Pantai Serang di sarana dan prasarananya, sarana prasarana disana itu sudah tertata, sudah baik, setelah itu masyarakatnya juga ramah, penataan tempatnya itu juga tertata dengan baik tidak campur aduk gitu terus wisatawan disana bisa leluasa soalnya tertatanya sarana prasarana, kebutuhan-kebutuhan disana juga ada untuk wisatawan, ada juga atv, dan lain sebagainya
Q	Apakah terdapat waktu khusus yang Canggih sukai untuk berkunjung? Misalnya di pagi/siang/sore



A	Kalau aku kesana suka sore sambil menikmati <i>sunset</i> biasanya <i>sunset</i> -nya bagus banget menurutku <i>sunset</i> di Pantai Serang itu ada nuansa tersendiri yang membuat daya tarik gitu terkait <i>sunset</i> yang paling kelihatan itu ya di Pantai Serang karena selain itu untuk menunggu jam ke <i>sunset</i> itu kita <i>enjoy</i> disana jadi tidak bingung mau ngapain karena ya itu tadi sarana dan prasarananya sudah disiapkan secara matang
Q	Apakah pernah mendatangi Pantai Serang saat musim hujan?
A	Kebetulan pernah saat musim hujan kesana tapi kalau terkena hujan disana belum pernah sampai sekarang
Q	Apakah menurut Canggih Pantai Serang merupakan pantai yang aman dikunjungi kapan saja?
A	Aman Alhamdulillah aman
Q	Apakah tidak pernah menjumpai terdapat bencana alam di Pantai Serang?
A	Tidak Alhamdulillahnya juga tidak
Q	Bagaimana perjalananmu saat menuju ke Pantai Serang?
A	Mungkin terkendala mengenai akses kesana ya beberapa kali aku kesana menggunakan mobil di hari libur macet itu memang diperlukan perluasan jalan untuk lebih majunya Pantai Serang aksesibilitas lah jadi masih terlalu sempit untuk simpangan mobil terus terdapat jalan yang rusak juga
Q	Apakah terdapat hambatan lainnya saat mengunjungi Pantai Serang?
A	Cukup itu saja terkait aksesibilitas jalannya yang kurang, ada beberapa ruas jalan menuju kesana kurang luas dan beberapa titik yang jalannya berlubang itu saja
Q	Bagaimana Canggih bisa mengetahui <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Aku dulu pertama tahu dari radio disiarkan di radio akhir-akhir ini sudah ada <i>Serang Culture Festival</i> jadi aku mengikuti melalui IG
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama mengetahui <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Saya sangat <i>interest</i> dengan acara ini karena ada beragam kegiatan seperti Festival Layang-Layang, Barongan Penyu, Patung Pasir, dan Serang Jazz-nya
Q	Apakah Canggih termasuk orang yang mempercayai kepercayaan saat bulan Sura tidak boleh mengunjungi pantai?
A	Tidak karena kita hidup selalu berdampingan kita hidup tidak hanya kita ada makhluk alam lain juga yang ikut hidup juga di dunia ini selama kita melakukan hal yang baik Insya Allah tidak terjadi apa-apa
Q	Apakah Canggih mengetahui seluruh rangkaian <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Aku tidak mengikuti semuanya hanya sekedar tahu yang sering aku lihat Serang Jazz itu
Q	Apa yang membuat Canggih lebih tertarik dengan Festival Musik Jazz?
A	Karena nuansanya berbeda walaupun aku bukan pecinta musik itu tapi karena Jazz-nya ada di pinggir laut asik saja dengan seperti itu terus kan sambil menikmati <i>sunset</i> malamnya baru Serang Jazz-nya itu



Q	Apakah Canggih mengetahui logo dan slogan yang digunakan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Tidak terlalu mengamati itu
Q	Apakah Canggih mengetahui tujuan diadakannya <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kurang tahu pastinya tapi yang perlu digarisbawahi pariwisata disitu saat <i>Serang Culture Festival</i> adalah sebuah rangkaian yang puncaknya di Sura itu untuk menggerakkan perekonomian masyarakat diadakan sebuah festival rangkaian acara yang itu untuk menggerakkan perekonomian masyarakat sekitar sisi positifnya disitu dan biar masyarakat lain lebih mengenal Pantai Serang
Q	Apakah terdapat peran dari Gusjeng saat <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Peran Gusjeng dalam acara <i>Serang Culture Festival</i> mempromosikan <i>Serang Culture Festival</i> supaya banyak orang yang akan melihat karena tugas utama Gusjeng adalah mempromosikan pariwisata jadi kita mempromosikan pariwisata pariwisata-pariwisata yang ada di Kabupaten Blitar terkhusus untuk <i>Serang Culture Festival</i> kita juga mempunyai tugas untuk mempromosikan <i>Serang Culture Festival</i>
Q	Bagaimana promosi dilakukan?
A	Dalam bentuk video jadi kita kemarin dikirimmi oleh Pemerintah Desa Serang kita disuruh meng- <i>upload</i> di sosial media pribadi
Q	Apakah saat Gusjeng menghadiri <i>Serang Culture Festival</i> merupakan inisiatif sendiri atau tugas dari Dinas Pariwisata?
A	Kalau kemarin kebetulan ada beberapa segmen yang bebarengan dengan acara SCTV jadi dibagi ada yang beberapa di Serang juga ada di SCTV kemarin kan ada SCTV di Kankan Kanigoro jadi dibagi
Q	Apakah terdapat keluhanmu terhadap objek wisata yang tersedia di Pantai Serang?
A	Kalau menurutku <i>overall</i> diseluruh pantai di Kabupaten Blitar ini yang paling bagus terkait penataan sarana prasarana, manajemen, dan lain-lain itu ya di Pantai Serang kalau untuk masukan apa ya sudah cukup bagus, cukup baik karena Serang sekarang itu menjadi Desa Wisata nomor satu di Kabupaten Blitar
Q	Apakah Canggih pernah mengikuti Larung Sesaji di Pantai Serang?
A	Aku kalau di Serang belum pernah mengikuti aku pernahnya di Tambak
Q	Apakah terdapat perbedaan pelaksanaan Larung Sesaji di setiap pantai?
A	Kalau sebenarnya Larung Sesaji kan ungkapan rasa syukur kita kepada sang Pencipta jadi kita menyadari jika kita tidak hidup sendiri kita memberikan syukur terhadap berkah yang selama ini diberikan oleh laut gitu jadi sebenarnya sama saja sebagai wujud syukuran lah
Q	Apakah terdapat keluhanmu terhadap <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Menurutku untuk yang tahun terakhir sudah cukup bagus jadi beberapa tahun terakhir sering berjubel terus masalah acaranya itu sering molor tapi <i>Serang Culture Festival</i> yang kelima ini alhamdulillah yang saya hadiri itu tepat waktu terus manajemennya itu bagus tidak ada masyarakat yang berjubel jadi semua sudah tertata dengan baik seperti kemarin aku menghadiri Patung Pasir juga seperti itu jadi ada tempat yang dikhususkan



	untuk siswa siswa untuk membuat karya di petak-petak gitu untuk yang melihat ada pembatasnya
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> membuatmu semakin mengenali potensi Pantai Serang?
A	Pasti <i>Serang Culture Festival</i> dibuat untuk bagaimana menarik wisatawan datang kesana jadi ada sisi-sisi dimana Serang mempunyai ciri khas untuk kenapa aku harus datang kesana nah di satu Sura dikhususkan untuk acara <i>Serang Culture Festival</i> itu
Q	Apa saja ciri khas yang kamu temukan di Pantai Serang?
A	<i>Serang Culture Festival</i> itu ya acara itu yang menjadi momentum paling besar di Serang kalau ciri khas objek wisata ya terkait manajemen, sarana prasarana yang paling lengkap disana ada atv, terus kalau kamu mau <i>surfing</i> disana bisa <i>surfing</i> jadi Serang itu tempat yang paling oke lah untuk wisata pantai di Blitar
Q	Apakah terdapat budaya lain yang kamu temukan di sekitar Pantai Serang?
A	Ini barongan penyu jadi barongan seperti itu tapi bentuknya seperti penyu itu budaya disana salah satu ciri khasnya seperti itu
Q	Apakah Canggih juga merekomendasikan Pantai Serang kepada rekan-rekan lainnya?
A	Iya pasti jika tanya kepadaku kalau ingin berwisata di Blitar terkait pantai pasti yang aku rekomendasikan yang pertama Serang yang kedua Pasitron Gondo Mayit
Q	Apakah Canggih pernah melihat Monumen Supriadi di Pantai Serang?
A	Iya yang di depan itu tapi aku kurang paham mengenai monumen itu
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> telah memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa?
A	Kalau menurutku di Kabupaten Blitar yang paling memberikan pengalaman yang luar biasa ya di <i>Serang Culture Festival</i> karena secara manajerial secara acara sudah tertata dengan baik jadi kita kesana ingin lihat apa ingin cari apa sudah ada dan tidak membuat bosan lah disana itu terkait acara <i>Serang Culture Festival</i> ini pastinya disetiap acaranya memiliki daya tariknya masing-masing seperti patung pasir, pelepasan tukik, festival layang-layang, ada Serang Jazz itu jadi mempunyai daya tariknya masing-masing setiap <i>event</i> itu
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> perlu untuk terus dilaksanakan?
A	Menurutku <i>Serang Culture Festival</i> harus tetap berlanjut karena festival ini sudah dijadikan <i>landmark</i> Pantai Serang untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan di Bulan Sura jadi <i>Serang Culture Festival</i> ini menjadi ciri khas nantinya ketika di tahun-tahun seterusnya jika tidak ada <i>Serang Culture Festival</i> pasti antusias masyarakat ke Pantai Serang pasti turun nah <i>Serang Culture Festival</i> ini kan merupakan salah satu acara yang ditunggu-tunggu juga di Kabupaten Blitar kalau di Dieng ada Dieng Festival terus di Banyuwangi ada <i>Tour Ijen</i> di Kabupaten Blitar juga punya <i>Serang Culture Festival</i> seperti itu



Tanggal : 22 Desember 2020  
 Tempat : *Online* via Google Meet  
 Narasumber : Fitria Rahmawati selaku Wisatawan

Q	Apakah Mbak Fitria sudah sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Kalau ke Pantai Serang termasuk sering sih soalnya daripada akses dengan pantai yang lainnya Serang itu lebih mudah mbak enak gitu dan lebih dekat juga
Q	Kapan pertama kali mengunjungi Pantai Serang?
A	Tahun 2016 kalau tidak 2017 lupa tepatnya
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama kali mengetahui Pantai Serang?
A	Pantai ini pasti cakep di segala cuaca dan terbukti mau cerah, mendung, senja, malam hari dia tetap mempesona ditambah penjual dagangan, mushola, dan kamar mandi tersebar di beberapa titik dimudahkan dan dibahagiakan sekali aku kesana
Q	Apakah perjalanan menuju Pantai Serang aman dan lancar?
A	Iya kalau yang lainnya kan lebih susah pemandangan disana juga bagus saat <i>sunset</i> bagus banget
Q	Apakah terdapat waktu khusus yang Mbak Fitria sukai untuk mengunjungi Pantai Serang? Misalnya pagi/siang/sore
A	Pagi siang malam sore pernah jadi sudah dapat semua <i>moment</i> dari pagi siang sore dan malam
Q	Apa yang membuat Mbak Fitria tertarik mengunjungi Pantai Serang?
A	Kalau disana pantainya bersih, terawatt, dan mereka suka membuat acara rutin gitu berbeda dengan pantai yang lain
Q	Apakah Mbak Fitria mengetahui acara yang terdapat di Pantai Serang?
A	Iya dari yang kemarin itu <i>Serang Culture Festival</i> dari tanggal 1 September sampai 22 September jadi dari tanggal itu banyak acara dan itu digelar setiap tahun tapi hanya 2020 ini tidak bisa karena ada Covid
Q	Bagaimana Mbak Fitria mengetahui Pantai Serang?
A	Kalau dulu dari Instagram terus selanjutnya mencari lokasinya ternyata aksesnya mudah akhirnya sering kesana kalau ada teman dari luar kota ingin wisata yak e Pantai Serang
Q	Bagaimana Mbak Fitria mengetahui <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Sama dari Instagram soalnya rutin dan terorganisir terus mereka juga membuat akun Instagram <i>Serang Culture Festival</i> gitu jadi enak kalau kita mau cari informasi bisa melihat situ
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama mengetahui <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Acara yang pertama kali diadakan di bibir pantai dan bisa dihadiri orang banyak pasti <i>magic</i> jadi aku ada gambaran seperti apa asik dan sakralnya festival ini



Q	Apakah Mbak Fitria termasuk orang yang mempercayai kepercayaan saat bulan Sura tidak boleh mengunjungi pantai?
A	Tidak bahkan ada kan kepercayaan anak pertama tidak boleh mengunjungi pantai apalagi ditambah Sura kan nah aku malah seperti membuktikan ada apa sih sebenarnya dengan pantangan ini ternyata <i>it's oke</i> hingga hari ini tidak masalah kalau aku soalnya mereka juga bagus acaranya menarik minat suka banget
Q	Apakah Mbak Fitria mengetahui seluruh rangkaian acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Sedikit banyak mengetahui tapi aku mengikutinya cuma dua yang hari pertama tanggal 1 September Festival Layang-Layang yang peminatnya banyak itu disitu soalnya hari pertama dan dilaksanakannya hari Minggu jadi semua orang punya kesempatan buat datang kedua yang Sholawat Habib Jafar itu malam hari
Q	Apakah Mbak Fitria juga mengetahui logo dan slogan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Lupa aku susah kita kalau mengingatnya
Q	Apakah Mbak Fitria mengetahui mengenai tujuan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Kalau tujuan pastinya tidak tahu sih mbak tapi lebih memperingati hari Sura dan ada juga Larung Sesaji, pelepasan tukik, jazz festival, keroncong festival dan mungkin mereka lebih menghidupkan bulan Sura
Q	Apakah Mbak Fitria mengikuti Larung Sesaji?
A	Tidak ikut soalnya mereka mengadakannya hari Senin <i>weekday</i> gitu jadi tidak bisa sebenarnya pengen juga sih tapi karena <i>weekday</i> jadi ya sudah bisanya di hari libur
Q	Apakah sering menghadiri <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Aku dua kali 2018 dan 2019 dulu itu masih gratis masuknya 2018 tapi jadi ada HTM-nya Rp. 15.000 per-acara
Q	Apakah terdapat rangkaian acara <i>Serang Culture Festival</i> yang paling diminati?
A	Kalau yang 2018 Festival Layang-Layang saja sih soalnya kaya tidak pernah aku temui layang-layang sebanyak itu dan dilihat di pinggir pantai aduh itu <i>feel</i> -nya bagus banget itu dilombakan dan hingga luar kota juga yang 2019 jadi seru mereka membuat grub setiap kelompok ada namanya yang berbeda-beda dan unik jadi kita disana itu betah mbak acaranya juga tidak monoton terus kreatifitas dari peserta juga bagus-bagus suka banget sih aku dengan Festival Layang-Layang
Q	Apakah kebersihan pantai aman saat <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Cukup banget jadi disana juga ada petugas kebersihannya mbak jadi ada juri, ada yang mengatur acara, ada yang bagian lokal, ada yang kebersihannya, terus pedagangnya juga ada yang jual layang-layang kalau kita ingin bermain layang-layang dengan harga standar Rp. 4.000, Rp. 5.000 ada Rp. 10.000 kalau ingin yang lebih besar lagi ada
Q	Apakah terdapat objek di Pantai Serang yang sangat Mbak Fitria sukai?
A	Kalau dulu biasa aja tidak dibikin yang <i>special</i> tapi kalau tahun ini mereka Alhamdulillah semakin berkembang ada area <i>surfing</i> , ada tempat berteduh kursi yang ada payungnya seperti <i>ala-ala</i> di Bali gitu sekarang jadi mereka tetap berusaha



	menghidupkan Serang walaupun lagi Covid disana juga ada atv jadi kalau ingin menikmati pantai dengan cara berbeda ya naik itu
Q	Apakah terdapat keluhan mengenai Pantai Serang?
A	Tidak ada kalau aku seperti merasa cukup soalnya dari toilet ada dan bersih banyak pilihannya, tempat berjualan makanan juga banyak banget pilihannya jadi kita tidak merasa kurang disana
Q	Apakah Pantai Serang memberikan pengalaman berwisata yang luar biasa?
A	Iya betul sekali kita juga bisa lho <i>camping</i> disana tetapi aku belum mencoba karena aku tidak akrab dengan tenda
Q	Apakah selama mengunjungi Pantai Serang membuat Mbak Fitria mengetahui budaya masyarakat sekitar?
A	Larung Sesaji saja menurutku yang dilaksanakan terus menerus dan secara besar-besaran kan banyak banget pengunjungnya yang ikut dan sakral banget pokoknya beda banget dengan tempat-tempat lain malah tidak ada menurutku di pantai lain kaya tidak diformalitaskan mungkin ada tapi kita tidak tahu kalau Serang kan kita bisa turut andil
Q	Apakah dengan adanya <i>Serang Culture Festival</i> membuat Mbak Fitria semain mengerti dengan potensi yang dimiliki Pantai Serang?
A	Iya semakin ngerti sih semakin tertarik dan semakin membuat ingin kesana lagi itu kalau semisal obat manjur mbak itu acaranya
Q	Apakah jika <i>Serang Culture Festival</i> akan dilaksanakan lagi Mbak Fitria akan mengikuti?
A	Haduh pasti itu setiap tahun diulang-ulang terus tapi tidak bosan kaya setiap tahun memiliki cerita tersendiri
Q	Apakah mengetahui monumen Supriadi yang terletak di Pantai Serang?
A	Dimana ya mbak kok aku tidak pernah lihat tidak pernah mendengar juga hanya saja Supriadi akrab banget dengan Blitar kan beliau mengikuti PETA dan markasnya ada disini sampai dijadikan nama jalan juga kan disini
Q	Bagaimana penilaian Mbak Fitria untuk <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Bagus idenya dan patut dipertahankan dan meskipun mereka berdiri sendiri kaya tidak didukung dengan pantai-pantai lainnya tapi bisa konsisten terus dari pedagangnya juga <i>support</i> jadi acara itu juga membantu ekonomi para pedagang disitu untuk melariskan dagangannya kan lumayan daripada hari-hari biasanya pengunjungnya kan jadi lebih banyak terus juga mengenalkan kita ke pantai tidak hanya foto-foto duduk nah kita bisa kenal dengan para pesertanya kalau acaranya Larung Sesaji kita bisa tahu bagaimana sih atau kalau kita ikut yang acara musik-musik yang jazz atau keroncong itu juga kita lebih <i>aware</i> selain mengapresiasi budaya, kesenian mereka juga masih mengadakan upacara-upacara jadi sudah merangkul semua Serang itu minusnya bayar mbak itu saja sudah bagus semuanya keburukannya tertutupi dengan kebaikannya



Tanggal : 22 Desember 2020  
 Tempat : *Online* melalui Google Meet  
 Narasumber : Andhira selaku Wisatawan

Q	Apakah Mbak Andhira sering mengunjungi Pantai Serang?
A	Kalau dibilang sering tidak juga hanya beberapa kali setahun wajib minimal satu atau dua lah mewajibkan diri kesana apalagi saat ada <i>Serang Culture Festival</i> memang aku mewajibkan diriku sendiri minimal satu kali hadir
Q	Apa alasan mewajibkan diri mengunjungi Pantai Serang?
A	Mewajibkan diri karena memang tertarik dengan festival-festival pantai seperti Serang karena yang aku tahu satu-satunya festival yang ada di pantai yang rutin diadakan di Blitar hanya <i>Serang Culture Festival</i> walaupun tahun ini masih belum diadakan lagi karena Pandemi ini kan aku bulan Juli kalau tidak Agustus aku sempat ke Serang lalu bertanya petugas Pantai Serang apakah <i>Serang Culture Festival</i> tetap diadakan ternyata masih bingung dengan keadaan seperti ini tapi kayanya yang aku lihat yang dilaksanakan hanya Larung Sesaji karena memang wajib setiap tahun dilakukan
Q	Kapan pertama kali mengunjungi Pantai Serang?
A	Tahun 2011 sepertinya waktu aku SMA hanya saja aku baru merutinkan diri kesana baru 2018 karena aku ketika mengenal <i>Serang Culture Festival</i> di 2018 padahal itu sudah berjalan empat kali 2018 itu keempat aku baru mengenal aku tertarik
Q	Bagaimana Mbak Andhira mengetahui Pantai Serang?
A	Dari media sosial dan diajak teman juga menghadiri <i>Serang Culture Festival</i>
Q	Bagaimana penilaian dan tanggapanmu saat pertama kali mengetahui Pantai Serang?
A	Tahun 2011 bayangin ya seperti layaknya pantai biasa bisa senang-senang gitu bisa bisa main ombak
Q	Apakah Mbak Andhira menghadiri Upacara Larung Sesaji di Pantai Serang?
A	Larung Sesaji aku tidak hadir karena aku takut kan keadaan orang berkumpul agak banyak walaupun tetap memakai masker dan sebagainya tapi kan <i>parno</i> aku au hadir tapi <i>parno</i> jadi tidak dulu lah kalau yang tahun kemarin aku juga tidak ikut karena bantrok waktuku tahun kemarin aku hanya ikut yang Festival Layang-Layang pembukaan pertama kan banyak sekali rangkaianya seperti tahun-tahun sebelumnya juga banyak tahun 2018 aku belum tau belum paham jadi tahun 2018 aku hanya ikut Festival Layang-Layang dan Patung Pasir
Q	Apakah perjalanan menuju Pantai Serang aman dan lancar?
A	Akes jalannya mudah sebenarnya hanya yang ditakutkan kalau pulang sore-sore kalau tidak ya malem dan jalannya menakutkan apalagi di hutan jati pokoknya lewat Panggungrejo sebelum kecamatan jalannya enak sih cuma kurang di lampunya permasalahannya di lampu kalau agak malam nanti ada begal atau apa jadi takut
Q	Apakah terdapat objek di Pantai Serang yang Mbak Andhira sukai?



A	Kalau yang paling aku suka ketika di Pantai Serang menikmati debur ombaknya pertama yang kedua aku suka susur pantai jalan-jalan di pantai dari barat ke timur atau sebaliknya karena Serang termasuk jajaran pantai dengan bentang terluas di Blitar yang aku tahu
Q	Apakah terdapat waktu khusus yang Mbak Andhira sukai untuk mengunjungi Pantai Serang? Misalnya pagi/siang/sore
A	Sebenarnya aku lebih suka siang setelah matahari panas-panasnya
Q	Apakah Mbak Andhira pernah mengunjungi Pantai Serang saat musim hujan?
A	Sepertinya kalau aku ke Pantai Serang belum pernah ke hujanan soalnya kesana pas di musim-musim kemarau
Q	Apakah Pantai Serang aman dikunjungi kapan saja?
A	<i>Los</i> pokoknya aku kalau diajak berangkat ya berangkat yang penting ada teman
Q	Bagaimana penilaian atau tanggapanmu saat pertama mengetahui <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Super tertarik karena waktu itu aku sedang senang-senangnya berkeliling Blitar jadi aku bayangin bakalan super meriah apalagi aku baru pertama kali tahu
Q	Apakah mengetahui logo dan slogan <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Aku lupa sempat <i>ngulik-ngulik</i> juga bersama Pak Handoko, Pak Handoko kan Lurahnya Serang yang bertanggung jawab atas <i>Serang Culture Festival</i>
Q	Apakah mengetahui tema dari <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Temanya dan artinya juga ada dipamflet pamflet tahun kemarin itu yang lengkap
Q	Apakah Mbak Andhira mengetahui seluruh rangkaian acara <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Acaranya sama intinya juga sama hampir sama setiap tahun yang membedakan mungkin desainnya lebih <i>wah</i> di yang kelima untuk layang-layang juga sama sebelas duabelas lah
Q	Apakah terdapat rangkaian acara <i>Serang Culture Festival</i> yang paling disukai?
A	Yang paling <i>favorite</i> walaupun belum pernah datang aku tertarik banget Festival Jazz dan pelepasan tukik itu kan hampir bareng jadi sorenya pelepasan tukik malamnya jazz besoknya Festival Barong itu aku membayangkan kalau menginap pasti seru ini sedikit info juga bahwa Pantai Serang itu spot <i>sunset</i> terbaik di Blitar makanya tertarik banget aku kesana waktu sore sampai malam sangat tertarik tapi disayangkan kalau yang sudah aku hadiri sejauh ini Festival Layang-Layang aku tidak melewatkan itu karena aku suka saja melihat bermacam-macam bentuk layang-layang yang tahun kemarin yang ikut sampai luar kota aku tahunya sampai luar kota ketika ada yang menyebutkan Trenggalek
Q	Apakah Mbak Andhira termasuk orang yang mempercayai kepercayaan saat bulan Sura tidak boleh mengunjungi pantai?
A	Sebenarnya awal-awal aku merasa takut tapi lama-lama biasa saja yang penting jaga diri yang ditakutkan ketika bulan Sura itu ombaknya besar jadi aku tidak bermain air



	cuma duduk melihat-lihat pantai yang penting tidak aneh-aneh hanya datang untuk menikmati saja sudah
Q	Apakah <i>Serang Culture Festival</i> membuat Mbak Andhira semakin mengenali potensi Pantai Serang?
A	Otomatis aku melihat potensi yang besar banget di Pantai Serang yang kita tahu pantai-pantai di Blitar yang berpotensi hanya itu-itu saja contohnya Pantai Tambak adanya <i>Serang Culture Festival</i> cukup membuat potensinya Pantai Serang naik orang-orang mulai melirik Pantai Serang ternyata juga bagus tidak hanya Tambak saja terbukti juga jalan di Pantai Serang juga diperbaiki sudah mulai mudah sebelum tahun 2017 jalannya ya ampun 2017 itu mulai pembangunan aku sangat ingat
Q	Apakah Mbak Andhira mengenal budaya di sekitar Pantai Serang?
A	Sejauh ini aku belum menemukan yang khusus selain Larung Sesaji
Q	Apakah terdapat keluhan mengenai Pantai Serang?
A	Kekurangannya apa ya sejauh ini aku belum menemukan kekurangan mungkin ya hanya tumpukan-tumpukan sampah saja paling masalahnya Pantai Blitar itu sih kalau untuk Pantai Serang aku yakin sudah terawatt apalagi dengan dibawah pimpinan Pak Handoko yang Lurah sekarang Pantai Serang sudah berkembang
Q	Apakah terdapat keluhan mengenai <i>Serang Culture Festival</i> ?
A	Sejauh ini terbaik lah baik banget tertata mungkin itu sih <i>molor</i> jam pelaksanaannya ya biasa di suatu acara untuk rangkaiannya aku benar-benar suka banget aku ingin mengikuti semua rangkaian acaranya dan ini pengelolaan sosial media belum maksimal kalau tidak salah tahun kemarin baru aktif
Q	Apakah Mbak Andhira juga merekomendasikan Pantai Serang ke rekan-rekan?
A	Kalau teman luar kota belum tapi kalau teman-teman di Blitar iya
Q	Apakah Pantai Serang sudah memberikan pengalaman wisata yang luar biasa?
A	Sudah kalau aku menimbang dari fasilitas terus sesuatu yang ditawarkan seperti pemandangan atau <i>sunset</i> terus fasilitas-fasilitas umum seperti kamar mandi, mushola, rumah makan, balai-balai, tempat duduk yang menyenangkan, terus <i>kids friendly</i> kan kita kalau untuk anak-anak wisata pantai kan wisata keluarga itu sudah memenuhi terus ombaknya juga menyenangkan tidak kencang bentang pantainya juga menyenangkan ketika disusuri <i>ekspetasi</i> ku ke Pantai Serang sudah <i>good</i>
Q	Apakah harga tiket terhitung terjangkau?
A	Rp. 7.000 itu standar untuk pantai-pantai di Blitar semua pantai di Blitar seingetku Rp. 7000 jadi tidak malah untuk yang ditawarkan kan ada Jasa Raharja juga terus fasilitas-fasilitas lainnya kalau aku sih tidak mahal dibandingkan pantai luar kota kita termasuk murah kalau untuk festival juga standar Rp. 15.000 satu acara tetap standar sih karena aku juga memahami mereka mengadakan acara juga memerlukan biaya jadi aku untuk mengeluarkan biaya segitu dengan fasilitas dan ada pemandangan lain selain menikmati pantai kita kan juga menikmati layang-layang berbagai macam bentuk
Q	Bagaimana penilaian Mbak Andhira mengenai <i>Serang Culture Festival</i> ?



A	<p>Keseluruhan tentang <i>Serang Culture Festival</i> aku rasa <i>Serang Culture Festival</i> ini sangat luar biasa maksudnya untuk menggali potensinya Serang sendiri inovasi yang sangat baik dan sudah berjalan tahun kelima seharusnya tahun ini kan tahun keenam tapi karena ini adalah lagi Pandemi jadi tidak bisa terlaksana semoga tahun depan kita bisa menikmati kalau aku sendiri sudah sangat suatu inovasi yang sangat baik untuk mendongkrak pariwisata di Kabupaten Blitar banyak yang tanya juga kan Blitar punya apa sekarang kita bisa menjawab Blitar memiliki festival yang menarik selain itu juga bisa mempromosikan Pantai Serang juga selain menjadi pantai yang kita bisa menikmati <i>sunset</i>-nya kita bisa menikmati festival desa terbesar se-Blitar Raya setiap tahunnya</p>
Q	<p>Apakah <i>Serang Culture Festival</i> perlu untuk terus dilaksanakan?</p>
A	<p>Tentu saja dilanjutkan setiap tahunnya kalau aku sendiri berfikirnya sudah menjadi budaya seperti sudah menjadi kewajiban menjadi sebuah identitas bagi Pantai Serang walaupun sekarang masih berjalan lima tahun terus sudah terkenal banget <i>Serang Culture Festival</i> sudah banyak yang tahu selain bisa menikmati kita juga bisa turut serta seperti saat pelepasan tukik kita kan beli tiket masuk terus bayar Rp. 25.000 kalau tidak salah untuk bisa ikut melepas tukik seperti itu kalau menurutku menarik banget <i>Serang Culture Festival</i> kalau bisa dipertahankan entah sampai kapan karena sudah menjadi identitas baru dari Pantai Serang dan bisa mendongkrak pariwisata di Kabupaten Blitar khususnya di Desa Serang sendiri</p>

