BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dalam mempromosikan budaya dan pariwisata melalui Festival Krakatau XVIII Tahun 2008, berdasarkan data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si, selaku Sekretaris Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 pada tanggal 10 Februari 2009 dan dengan Bapak Saiful Irba Tanpaka, S.Sos. Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung pada Tanggal 18 Februari 2009.

Adapun deskripsi penelitian mengenai Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dalam mempromosikan budaya dan pariwisata melalui Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 adalah sebagai berikut:

5.1.1 Pengenalan/Identifikasi Komunikan

Pengenalan atau identifikasi komunikan yang dimaksud adalah khalayak yang dijadikan sasaran oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dalam menjadikan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 sebagai media pengenalan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung.

Komunikan atau sasaran pelaksanaan Festival Krakatau adalah masyarakat lokal, wisatawan domestik dan mancanegara, serta para investor dalam dan luar negeri sehingga mereka mau menanamkan modalnya untuk berivestasi pada potensi kebudayaan dan pariwisata yang ada di Propinsi Lampung.

Terkait dengan pencapaian target khalayak, Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dilaksanakan pada tanggal 16 Agustus 2008, pada saat pelaksanaan Kiluan *Fishing Week*, namun baru dibuka secara resmi pada tanggal 23 Agustus 2008, dan ditutup pada tanggal 30 agustus 2008. Dilaksanakan di Kota Bandar Lampung dan Kabupaten Tanggamus (Teluk Kiluan) serta Kabupaten Lampung Selatan (Kalianda Resort, Gunung Anak Krakatau, Pelabuhan Bakauheni dan Pulau Sebesi).

Festival Krakatau dilakasanakan untuk mengenang sejarah Gunung Krakatau yang meletus pada tahun 1883, merupakan letusan terbesar yang pernah tercatat oleh manusia di planet ini dan akibat yang ditimbulkan dapat dirasakan oleh mereka yang tinggal pada kawasan seluas hampir separuh bumi. Yang kemudian menjadi salah satu ikon pariwisata tidak saja oleh Propinsi Lampung tetapi melainkan merupakan ikon pariwisata secara nasional, jadi Festival Krakatau merupakan memoriam dan keunikan misteri alam yang dikenal oleh seluruh manca negara. Callendar Festival Krakatau telah menjadi *core event* nasional dalam kegiatan Visit Indonesia Year 2008 dari 100 event yang telah tetapkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. Menjadi titik awal kebangkitan bangsa Indonesia, sekaligus merupakan rangkaian peringatan 100 Tahun Kebangkitan Nasional dan

Visit Indonesia 2008 yang sekaligus merupakan cinta terhadap bangsa dan tanah air Indonesia serta menuju Visit Lampung Year 2009.

Beberapa alternatif kebijakan yang ditempuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dalam rangka meningkatkan kunjungan pariwisata adalah sebagai berikut:

a. Meningkatan Pembinaan/Perhatian Pemerintah terhadap Aspek Kepariwisataan (seni dan budaya)

Kebijakan ini mempunyai tujuan umum dapat meningkatkan citra seni dan budaya daerah dan pariwisata Lampung, sekaligus melestarikanya demi kelangsungan generasi berikutnya. Pembinaan yang serius dapat juga berupa dukungan anggaran terhadap kepentingan pemeliharaan benda bersejarah, seni dan budaya. Bentuk anggaran untuk pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan melalui anggaran pembangunan yang bersifat proyek. Apabila kebijakan ini dilaksanakan dapat berubah bentuk menjadi anggaran rutin untuk mengerjakan kegiatan rutin seperti untuk pembinaan dan pemeliharaan benda bersejarah, seni dan budaya.

Dengan adanya kebijakan pemerintah yang meningkatkan perhatian dan pembinaan terhadap peninggalan sejarah, seni dan budaya, setiap tahun ada anggaran yang pasti dan jadwal yang teratur untuk rehab dan pemeliharaan. Bentuk anggaran tidak lagi proyek melainkan anggaran rutin yang selalu siap mengerjakan kegiatan sesuai dengan jadwal yang terencana. Untuk itu dalam kurun waktu tertentu semua objek wisata, peninggalan sejarah, seni dan

budaya di Lampung terpelihara dengan baik dan siap disuguhkan pada para wisatawan.

Hasil yang diharapkan dari pelaksanaan kebijakan tersebut adalah terinventarisasi dengan baik semua peninggalan sejarah, seni dan budaya Lampung yang tersebar di seluruh kabupaten/kota, kemudian secara bertahap diadakan pembinaan dihidupkan kembali. Sementara berjalan segera membentuk jadwal yang pasti untuk menampilkan seni dan budaya Lampung secara pasti (terjadwal) dan dilaksanakan pada gedung yang pasti, yaitu gedung khusus seni dan budaya yang representatif. Hal ini supaya kegiatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tetap berjalan, tidak terbengkalai, pembinaan bersifat dinamis dalam rangka melestarikan nilai-nilai seni dan budaya serta peningggalan sejarah.

b. Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Profesional

Sumber daya manusia yang profesional dapat ditentukan oleh latar belakang pendidikan dan pengalaman. Tindakan tenaga kerja profesional selalu menempatkan sesuatu dengan benar, penyelesaian pekerjaan tepat waktu dan ada nilai tambahnya. Untuk itu tujuan umum kebijakan dapat meningkatkan pendidikan dan keterampilan dalam bidang kepariwisataan agar dapat melayani sebaik mungkin para wisatawan.

Garapan utama dalam kebijakan ini diharapkan tenaga profesional dalam usaha kepariwisataan lebih banyak lagi yang tertampung di berbagai usaha/jasa kepariwisataan. Untuk itu perlu adanya penambahan tenaga kerja

pramuwisata yang benar-benar handal melalui pendidikan dan pelatihan. Kerjasama dengan lembaga Perguruan Tinggi yang ada membentuk tenaga kerja profsional bukan hanya dibekali teori di bangku kuliah, tetapi perlu pelatihan kerja/magang, sehingga bila kuliah selesai tidak kaku menghadapi dunia kerja, memberikan pelayanan dan menyelesaikan pekerjaan.

Kerja sama dengan perguruan tinggi merupakan langkah kebijakan yang tepat untuk mendapatkan tenaga kerja langsung dari sumbernya, sehingga orang-orang yang berprestasi langsung bisa direcrut tanpa sistem seleksi yang memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Khusus untuk pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung, diadakan kebijakan yang memberi peluang pada para pegawainya untuk menimba pengetahuan formal atau informal mengenai kebudayaan dan kepariwisataan. Pegawai lulusan SMU ditingkatan menjadi D3, lulusan D3 menjadi S1 dan seterusnya. Kepala Dinas hendaknya memberi peluang pada para pegawainya untuk tugas belajar/ijin belajar melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi sehingga mereka siap memadukan antara teori dan praktek selama menjadi pegawai pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung.

c. Meningkatkan Intensitas Promosi Kepariwisataan

Promosi/pemasaran kepariwisataan merupakan usaha untuk mengenalkan jenis barang dan jasa yang akan disuguhkan bila mengunjungi tempat yang ditawarkan. Tujuan secara umum kebijakan ini agar masyarakat luas mengetahui, mengenal dan merasa tertarik untuk mengunjungi tempat wisata yang dipromosikan. Sebelum orang merasa tertarik maka pengelola wisata

sebaiknya telah mengemas barang dan jasa pariwisata dengan sebaik mungkin, agar orang yang melihatnya merasa tertarik dan ingin berkunjung.

Selama ini kegiatan pemasaran/promosi banyak mengandalkan pemerintah, tetapi bila dapat memanfaatkan semua jalur informasi dan bekerjasama dengan semua pihak, maka beban pemerintah dapat dikurangi. Festival Krakatau akan lebih nampak karena semua pihak aktif dan dinamis. Melalui jalur media cetak, elektronik dan secara langsung dengan mengirimkan duta-duta kesenian dan budaya ke daerah atau keluar negeri, serta melakukan pameran pariwisata di berbagai tempat dari kegiatan tersebut. Mana yang paling efektif tentunya sangat tergantung dari bentuk penyuguhan dan jumlah orang/calon wisatawan yang dapat mengakses atau melihat tanyangan tersebut, sehingga berkunjung ke tempat yang dipromosikan.

Dengan perkembangan teknologi informasi, promosi melalui saluran internet sangat efektif, karena dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia. Biaya relatif murah dibandingkan dengan kegiatan promosi lainnya. Untuk itu informasi yang dimuat diinternet sebaiknya komunikatif, lengkap dengan uraian dan gambar yang menarik.

Dalam upaya mencapai tujuan umum kebijakan, peningkatan promosi kepariwisataan agar masyarakat luas mengetahui, mengenal, merasa tertarik dan akhirnya berkunjung ke tempat wisata yang dipromosikan. Fokus yang tepat yaitu mengemas informasi, seni dan budaya serta visual yang menarik ditayangkan melalui jalur media cetak dan elektronik yang strategis seperti internet. Menyebarkan brosur yang lengkap berisi jadwal tayangan seni dan

budaya Lampung, penginapan dan peta wisata yang dapat memberikan petunjuk yang jelas bagi para wisatawan.

Dukungan semua pihak sangat diperlukan untuk turut mempromosikan daerahnya sendiri seperti kalangan tokoh masyarakat, anggota masayarakat, pejabat pemerintah, swasta, kelompok penggerak pariwisata dan lain sebagainya memiliki satu suara yang dapat memberikan informasi yang jelas pada siapapun yang memerlukannya. Selain itu, birokrat berusaha mengadakan kerjasama dengan daerah lain atau negara lain agar dapat mempromosikan wisata Lampung.

d. Meningkatkan Fasilitas Pendukung dan Jaminan Keamanan

Kebijakan dengan cara meningkatkan fasilitas pendukung dan keamanan memiliki tujuan umum untuk meningkatkan kualitas dan terselenggaranya standarisasi pelayanan wisata. Di era globalisasi semua negara/daerah berkompetisi untuk memajukan daerah masing –masing. Dengan adanya otonomi daerah maka kewenangan perizinan diserah ke Kabupaten/Kota dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan wisata yang kompetitif sesuai dengan standar internasional.Untuk itu usaha pariwisata supaya lebih tumbuh subur sebagai fasilitas pendukung memacu peningkatan kunjungan wisatawan ke Propinsi Lampung.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si. Sekretaris Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Tanggal 10 Februari 2009)

Secara terperinci peserta kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 sebagai komunikan adalah sebagai berikut:

a) Kontingen dari 11 Kabupaten/Kota se-Propinsi Lampung
b) Wisatawan Nusantara dan Mancanegara
c) Undangan / Tamu Kehormatan
d) Masyarakat Umum
e) Pendukung / duta seni masing-masing daerah.
f) *Muli* dan *Mekhanai* Kabupaten/Kota se-Propinsi Lampung
g) Duta Seni dari Anggota Mitra Praja Utama dan Propinsi Se-Sumatera.
h) Sanggar-Sanggar Seni dan Budaya

Selain itu dalam penyelenggaraan pameran dalam Festival Krakatau XVIII Tahun 2008, para komunikan adalah sebagai berikut:

a) Dinas Pariwisata Lingkup Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jatim, NTB, Lampung dan Banten, serta anggota kelompok kerjasama pertumbuhan ekonomi Indonesia – Malaysia-Singapura.
b) Dinas Pariwisata Sumatera, antara lain Bengkulu dan Sumatera Selatan.
c) Dekranasda Propinsi dan Kabupaten/Kota se-Propinsi Lampung.
d) Kalangan Dunia Usaha Pariwisata (Hotel-Hotel dan Travel Biro) serta Pengrajin Propinsi Lampung.

Sedangkan target pengunjung yang diundang atau datang pada pelaksanaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008

1) Undangan / Tamu Kehormatan
2) Pejabat Pemerintah, Pegawai Negeri dan Swasta

3) Wisatawan Nusantara dan Mancanegara

4) Pendukung/duta seni masing-masing daerah.

5) Duta Seni dan Budaya.

6) Sanggar-Sanggar Seni dan Budaya

7) Masyarakat Umum, Pelajar dan Mahasiswa

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si. Sekretaris Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Tanggal 10 Februari 2009)

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Saiful Irba Tanpaka, S.Sos. Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung pada dasarnya DKL mendukung secara penuh kegiatan Festival Krakatau karena selaras dengan misi DKL yaitu menyelenggarakan program pengembangan dan peningkatan kuantitas dan kualitas kesenian Lampung sehingga dapat sejajar dengan daerah lain yang telah lebih maju serta dikenal di tingkat nasional maupun Internasional. Untuk itu selalu dilaksanakan konsolidasi organisasi baik secara internal maupun eksternal, melakukan koordinasi dan membangun jaringan kerjasama untuk kegiatan dan menyelenggarakan kegiatan yang menyentuh berbagai kalangan, khususnya bagi seniman dan bagi masyarakat luas pada umumnya. Dalam rangka mencapai itu DKL menyelenggarakan pelatihan dibidang SDM dan manajemen melalui workshop dan diskusi, menyelenggarakan pameran, pertunjukkan pementasan dan membangun jaringan kerja dengan berbagai pihak. Jaringan kerja yang terbangun itulah yang kemudian akan menambah luas segmen sasaran sebagai komunikan dalam proses komunikasi Festival Krakatau.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saiful Irba Tanpaka, S.Sos. Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung Tanggal 18 Februari 2009)

5.1.2 Perancangan Pesan

Perancangan pesan yang dimaksud adalah penyusunan pesan mengenai Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung sebagai media pengenalan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung yang dirancang secara informatif maupun persuasif. Festival Krakatau dijadikan sebagai media transaksi bagi *stakeholder* pariwisata untuk melakukan travel exchange dan tour ke Krakatau serta obyek dan daya tarik wisata yang terdapat di Propinsi Lampung dan sekaligus menjadi bagian dari persiapan memasuki Visit Lampung Year 2009. Adapun tema Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 adalah ”Melalui Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 Kita Suksesskan *Visit Indonesia Year* 2008 dan *Visit Lampung Year* 2009 ”.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung selaku Perangkat Daerah Propinsi Lampung menjadikan sektor pariwisata menjadi sektor andalan dan merupakan bagian intregral dari Pembangunan Nasional mengingat bahwa Indonesia kaya akan sumber daya yang menjadi modal dasar dalam pembangunan kepariwisataan, yaitu sumber daya alam, kekayaan budaya serta hasil karya yang selama ini telah diperoleh.

Peran sektor Pariwisata dalam pembangunan ekonomi antara lain berkaitan dengan penerimaan devisa negara, penciptaan lapangan usaha, kesempatan kerja, pendapatan negara dan masyarakat serta pemerataan pembangunan. Dalam era globalisasi ini persaingan negara pada sektor Pariwisata semakin tajam, karena banyak negara di dunia yang mengandalkan ekonominya dari sektor Pariwisata. Propinsi Lampung merupakan salah satu Propinsi di Indonesia yang terletak di

ujung paling selatan Pulau Sumatera, memiliki luas wilayah 35.376,5 Km yang terdiri dari daratan termasuk 54 buah pulau-pulau kecil.

Pesan yang disampaikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung adalah fakta dan informasi bahwa Propinsi Lampung memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam seperti pantai dengan pulau-pulaunya, hutan yang memiliki keanekaragaman flora dan fauna, pegunungan, danau, peninggalan sejarah dan kebudayaan yang khas. Disamping itu Lampung dikenal juga dengan obyek wisatanya yaitu Gunung Krakatau, Way Kambas dan obyek wisata lainnya. Gunung Krakatau di kenal Dunia sejak peristiwa meletusnya pada tahun 1883 yang mengguncang dunia. Saat ini Krakatau merupakan suatu gugusan kepulauan yang terdiri dari 4 buah pulau kecil yaitu Pulau Sertung, Pulau Panjang, Anak Krakatau dan Krakatau Purba. Di antara keempat pulau itu, saat ini yang masih aktif sebagai Gunung Merapi adalah Anak Krakatau yang ketinggiannya setiap tahun bertambah dan mempunyai panorama alam yang sangat menakjubkan.

Krakatau merupakan kepulauan yang tidak berpenduduk, banyak wisatawan yang mengadakan pendakian dan penelitian di kepulauan tersebut sehingga Krakatau dijadikan sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW). Untuk mengenang peristiwa letusan Gunung Krakatau dan sekaligus mempromosikan Propinsi Lampung sebagai Daerah Tujuan Wisata bagi wisatawan.

Pelaksanaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 yang merupakan agenda kepariwisataan nasional (*core event*) diharapkan dapat menarik wisatawan berkunjung ke Propinsi Lampung dan minat investor dalam menanamkan modal di bidang kepariwisataan. Hal ini sangat positif sebagai salah satu upaya promosi

kepariwisataan Propinsi Lampung yang terkenal dengan ragam obyek dan daya tarik wisata, sehingga merupakan daerah tujuan wisata menarik bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.

Maksud dan tujuan pelaksanaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 adalah:

(a) Sebagai ajang promosi dan pembangunan kebudayaan dan pariwisata serta potensi dan produk unggulan masyarakat daerah Propinsi Lampung, menciptakan kesempatan bagi dunia usaha, masyarakat pengusaha dan pengrajin pariwisata untuk mempromosikan dan memasarkan produknya kepada konsumen pada saat Festival berlangsung dan yang diharapkan mampu melakukan persaingan regional, nasional dan bahkan internasional.

(b) Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 XVIII ini sekaligus sebagai sarana promosi dan apresiasi seni, budaya dan produk dalam menunjang kepariwisataan Lampung sekaligus dalam memyongsong tahun Kunjungan Wisata Ke Lampung (*Visit Lampung Year* 2009). Mendorong pertumbuhan kunjungan wisatawan nusantara dan manca negara ke Propinsi Lampung dan Indonesia, sehingga akan membangkitkan gairah usaha Pariwisata.

(c) Menciptakan kontak travel *exchange and business* bagi *small and medium enterprises* sehingga dapat mendorong timbulnya gairah terhadap perekonomian pariwisata baik kecil dan menengah sehingga mampu membangun seluruh potensi ekonomi, pendidikan dan kesejahteraan bagi masyarakat di Tanah Sang Bumi Ruwa Jurai.

(d) Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 XVIII juga merupakan sarana aprisiasi seni dan budaya serta pesta rakyat dan sekaligus merasa syukur kepada Maha Pencipta atas keamanan, nyaman bersih dan indah serta kedamaian baik dari

aspek alam dan manusia agar mampu mendorong pertumbuhan pembangun bagi Propinsi Lampung. Mempromosikan daya tarik wisata serta seni budaya Lampung berikut fasilitas dan penunjangnya.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si. Sekretaris Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Tanggal 10 Februari 2009)

Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 yang diselenggarakan merupakan kerjasama terpadu antara jajaran Pariwisata Lampung, swasta dan organisasi kemasyarakatan sehingga diharapkan dapat mendorong dan meningkatkan laju pembangunan Daerah Lampung pada sektor pariwisata. Adapun yang menjadi dasar pelaksanaan Festival Krakatau adalah sebagai berikut:

(a) Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan;
(b) Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 1979 tentang Penyerahan sebagian Urusan Pemerintahan dalam bidang Kepariwisataan kepada Daerah Tingkat I;
(c) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.58/PW-202/MPPT-85 tentang Promosi Pariwisata;
(d) Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Lampung Nomor: G/126/Diparda/1993 tentang Penetapan Festival Krakatau sebagai kegiatan tetap Kepariwisataan Daerah Lampung;
(e) Keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung Nomor: 556/291/III.08/2008 tentang Panitia Persiapan Pelaksanaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008;
(f) Surat Keputusan Gubernur Lampung Nomor: G/III.08/HK/2008 tanggal 2008 tentang Panitia Pelaksana Festival Krakatau XVIII tahun 2008.

Hal di atas sesuai dengan pengertian pariwisata sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek wisata dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Kepariwisataan merupakan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata (Undang Undang No. 9 tahun 1990 Tentang Kepariwisataan).

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorang atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagian dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial budaya, alam dan ilmu. Unsur-unsur dari pariwisata adalah:

(a) Adanya kegiatan mengunjungi suatu tempat
(b) Bersifat sementara
(c) Ada sesuatu yang ingin dilihat atau dinikmati
(d) Dilakukan perseorangan atau sekelompok orang
(e) Mencari kesenangan/ kebahagiaan
(f) Adanya fasilitas di tempat wisata

Untuk itu pariwisata merupakan kegiatan yang sifatnya dinamik, banyak memerlukan prasarana dan sarana untuk kemudahan. Karena sifatnya sementara, maka tiap waktu kemungkinan besar sering berganti pengunjung yang berbeda atau mungkin saja orang/kelompok yang sama untuk menikmati kembali suasana wisata di tempat tersebut. Citra baik dari objek wisata adalah membuat rasa puas orang lain sehingga orang tersebut merasa ingin kembali pada objek wisata tersebut pada kesempatan lain. Bahkan terkadang suka mengajak teman atau kerabatnya ke tempat wisata, agar dapat menikmati kesenangan yang sama di

tempat tersebut. Suasana demikian yang dapat menumbuhkembangkan citra wisata daerah, membawa dampak terhadap kemajuan dan perkembangan lingkungan sekitar wisata. Dalam proses dinamika kepariwisataan timbul istilah Industri Pariwisata, dengan jangkauan ruang lingkup yang lebih luas untuk memperkaya output dari pariwisata.

Pembangunan kepariwisataan di Propinsi Lampung terus ditingkatkan dan dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, karena memiliki manfaat:

(a) Memperbesar penerimaan devisa.
(b) Memperluas dan memeratakan kesempatan usaha dan lapangan kerja.
(c) Mendorong pembangunan daerah.
(d) Meningkatkan kesejateraan masyarkat.
(e) Memperkaya kebudayaan nasional, tanpa menghilangkan ciri kepribadian bangsa, terpeliharanya nilai-nilai agama.
(f) Memupuk persaudaraan antar bangsa.
(g) Dapat memupuk kecintaan tanah air dan melestarikan lingkungan.

Dalam rangka memaksimalkan potensi kebudayaan dan pariwisata di Propinsi Lampung pada masa mendatang, maka ditempuh berbagai lingkup kegiatan usaha kepariwisataan, yaitu sebagai berikut:

a) Usaha Jasa Pariwisata yang terdiri dari:
    (1) Jasa Biro Perjalanan Wisata merupakan kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.

(2) Jasa Agen Perjalanan Wisata merupakan kegiatan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai pelantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.

(3) Usaha Jasa Pariwisata merupakan kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinasi dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata.

(4) Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran merupakan usaha dengan kegiatan pokok memberikan jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan dan cendikiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

(5) Jasa Impresariat merupakan kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan, mengirimkan atau mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan.

(6) Jasa Konsultan Pariwisata merupakan jasa yang memberikan jasa berupa saran dan nasehat untuk menyelesaikan masalah-masalah yang timbul mulai penciptaan gagasan, pelaksanaan operasinya yang disusun secara sistematis berdasarkan disiplin ilmu yang diakui disampaikan secara lisan, tertulis maupun gambar oleh tenaga ahli yang profesional.

(7) Jasa Informasi Pariwisata merupakan usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.

b) Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata

(1) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumberdaya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek dan daya tarik untuk dijadikan sasaran wisata.

(2) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya merupakan usaha pemanfaatan seni dan budaya bangsa untuk dijadikan sasaran wisata.

(3) Pengusahaan dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumberdaya alam dan atau potensi seni budaya bangsa untuk menimbulkan dayatarik dan minat khusus sebagai sasaran wisata.

c) Usaha Sarana Wisata

(1) Usaha penyediaan akomodasi merupakan penyediaan kamar dan fasilitas lain saerta pelayanan yang diperlukan.

(2) Usaha penyediaan makan dan minum merupakan usaha pengolahan. Penyediaan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dilakukan sebagai akomodasi atau sebagai usaha yang berdiri sendiri

(3) Usaha penyediaan angkutan wisata merupakan usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka menyediakan angkutan umumnya yaitu angkutan khusus wisata atau angkutan umum yang menyediakan angkutan wisata.

(4) Usaha penyediaan sarana wisata tirta merupakan usaha menyediakan dan mengelola prasarana dana sarana serta jasa yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta (dapat dilakukan dilaut, sungai, danau, rawa dan waduk), dermaga serta fasilitas olah raga air untuk keperluan olahraga ski air, selancar angin, berlayar, menyelam dan memancing.

(5) Usaha kawasan pariwisata merupakan usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si. Sekretaris Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Tanggal 10 Februari 2009)

Sementara itu menurut keterangan Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung, Bapak Saiful Irba Tanpaka, S.Sos., DKL selaku sebagai lembaga kesenian yang didukung oleh Pemerintah Daerah Propinsi Lampung untuk melakukan pembinaan seniman dan aktivitas dunia kesenian. Salah satunya adalah even Festival Krakatau, yang di dalamnya dipromosikan potensi seni, budaya dan pariwisata Lampung, sehingga terdapat hubungan yang erat antara DKL dengan Festival Krakatau, sehingga dibuat berbagai program kerja yang berhubungan dan mendukung promosi potensi seni, budaya dan pariwisata Lampung tersebut.

Prioritas program kerja yang berhubungan dengan Festival Krakatau dirumuskan DKL dalam program kerja yang didasari oleh visi dan misi DKL, program unggulannya adalah *Lampung Art Festival* (Festival Kesenial Lampung) yang telah diselenggarakan sejak tahun 2002 dan melibatkan berbagai komunitas kesenian dari luar daerah Lampung, baik dari Pulau Sumatera, Pulau Jawa dan kesenian Nusantara lainnya, *Lampung Art Festival* ini merupakan salah satu bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan Festival Krakatau. Program lainnya adalah *Krakatau Poem*, yaitu penyelenggaraan lomba di bidang sastra tingkat nasional yang bertema krakatau dan potensi budaya pariwisata Propinsi Lampung seperti puisi, cerpen atau karya sastra lainnya.

Dalam hal ini DKL selalu meningkatkan peranan seniman dan budayawan seni di wilayah propinsi Lampung terutama dalam pembangunan kesenian di kancah nasional dan internasional serta mengoptimalkan kemampuan berkarya seni para seniman sehingga hasilnya dapat dinikmati oleh masyarakat luas baik di tingkat propinsi maupun nasional bahkan international.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saiful Irba Tanpaka S.Sos, Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung Tanggal 18 Februari 2009)

5.1.3 Penetapan Metode

Penetapan metode yang dimaksud adalah berbagai metode yang digunakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung, dalam memromosikan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 sebagai media pengenalan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung. Hal ini berkaitan erat dengan sasaran untuk menarik sebanyak mungkin minat wisatawan lokal maupun asing untuk mengunjungi event Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dan Lampung pada umumnya; memperbesar frekuensi kunjungan wisatawan pada obyek wisata di Propinsi Lampung dan memberikan citra positif terhadap investor, wisatawan pada perekonomian dan keamanan di Indonesia khususnya di Propinsi Lampung.

Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 sebagai salah satu event dari 100 event nasional dalam rangka *Visit Indonesia Year* 2008 dan sekaligus menjadi mementum kebangkitan kebudayaan Propinsi Lampung serta langkah-langkah riil, strategis serta berkesinambungan, sehingga event ini mampu terselenggara dengan kemasan yang lebih sempurna melalui berbagai metode sebagai berikut:

1) Lomba Cipta Lagu Pop Daerah Lampung

Lomba cipta lagu pop Daerah Lampung diselenggarakan pada tanggal 25 sampai dengan 28 Agustus 2008 bertempat di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dan RRI Bandar Lampung. Kegiatan lomba cipta lagu pop Lampung dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu *technical meeting* atau pengambilan nada dasar, babak penyisihan dan babak final.

Secara teknis pelaksanaan lomba cipta lagu pop Daerah Lampung adalah sebagai berikut:

(a) Peserta adalah peserta yang telah ditunjuk oleh masing-masing Kabupaten/ Kota di Propinsi Lampung dengan menunjukkan bukti utusan Kabupaten/ Kota yang bersangkutan.

(b) Masing-masing Kabupaten/Kota dapat diwakili oleh maksimal 2 (dua) orang peserta putra dan 2 (dua) orang peserta putri.

(c) Peserta babak penyisihan hanya boleh membawakan 1 (satu) buah lagu pilihan sesuai dengan lagu yang telah disiapkan oleh panitia.

(d) Bagi Peserta yang berhasil masuk ke babak final, diwajibkan membawakan lagu wajib dan lagu pilihan.

(e) Penilaian Dewan Juri meliputi teknik vokal, pembawaan dan penampilan.

(f) Pada babak final dewan juri menentukan Juara I, II, III harapan I, dan harapan II untuk putra dan putri.

Tujuan lomba cipta lagu pop Daerah Lampung adalah untuk melahirkan para seniman-seniman pencipta lagu dan penyanyi Daerah Lampung yang diharapkan akan mampu memperkenalkan kesenian dan Bahasa Daerah Lampung, baik secara lokal, regional maupun nasional.

Lomba cipta lagu pop Daerah Lampung merupakan salah satu startegi dalam mempromosikan kebudayaan dan kesenian daerah Lampung, khususnya seni suara. Dengan dilaksanakannya kegiatan ini maka diharapkan dapat menarik pihak-pihak yang berminat dalam seni musik untuk memperkenalkan lagu pop Daerah Lampung dalam industri musik nasional.

2) Pemilihan *Muli* dan *Mekhanai* Lampung 2008

Pemilihan *Muli* dan *Mekhanai* Lampung diselenggarakan dengan tujuan untuk memilih dan melantik *Muli* (gadis) dan *Mekhanai* (bujang) Lampung, sebagai duta pariwisata Propinsi Lampung. Tugas utama *Muli* dan *Mekhanai* Lampung sebagai duta pariwisata adalah mempromosikan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung baik di tingkat lokal, regional, nasional maupun internasional. Oleh karena itu selain harus memiliki *performance* fisik yang menarik, *Muli* dan *Mekhanai* Lampung harus memiliki kepribadian yang baik serta wawasan intelektual yang memadai, melalui tahapan seleksi yang ketat.

Persyaratan *Muli* dan *Mekhanai* Lampung adalah sebagai berikut:

(a) Putra atau putri Daerah Lampung
(b) Minimal tamat/lulus SMU atau yang sederajat
(c) Memiliki nilai prestasi akademik yang baik (minimal IPK 2,75) bagi yang berstatus mahasiswa
(d) Belum menikah dan berusia 19-25 tahun
(e) Berpenampilan menarik
(f) Tinggi badan minimal 170 untuk putri, 172 untuk putra
(g) Tidak terikat kontrak dengan perusahaan kosmetik

(h) Tidak memiliki catatan kriminal di kepolisian

(i) Bisa berbahasa Lampung secara lisan

(j) Menguasai bahasa Inggris baik lisan maupun tulisan

(k) Mengenal dan mampu mengoperasikan basic computer

(l) Memiliki wawasan dan pengetahuan umum yang luas terutama mengenai seni dan budaya Lampung

(m) Tidak terkait dengan organisasi politik/ partai tertentu

(n) Peserta merupakan perwakilan dari Kabupaten se-Propinsi Lampung dan juga terbuka untuk umum

Selain itu para peserta *Muli* dan *Mekhanai* Lampung harus menyerahkan surat izin orang tua/wali, surat rekomendasi Dinas Pariwisata Kabupaten/Kota dan surat pernyataan kesediaan mengikuti semua kegiatan Pemerintah Propinsi Lampung pada kegiatan-kegiatan tertentu selama masa bakti 2008-2009.

Para peserta diseleksi secara ketat yang meliputi seleksi administrasi, pembekalan, penampilan peserta dalam busana *casual*, *city tour*, pengetahuan *table manner*, *check in afternoon time*, tes intelegensia dan pengetahuan umum, interview, penampilan peserta dalam busana gaun malam, *talent show*, penampilan finalis dalam busana lampung.

Pemilihan *Muli* dan *Mekhanai* Lampung merupakan salah satu strategi untuk mempromosikan budaya dan pariwisata Lampung di tingkat lokal, regional, nasional maupun internasional, sebab hal ini berkaitan dengan tugas *Muli* (gadis) dan *Mekhanai* (bujang) Lampung, sebagai duta pariwisata Propinsi Lampung.

3) Kiluan *Fishing Week*

Kiluan *Fishing Week* dilaksanakan pada 16 Agustus – 18 Agustus 2008 di Desa Kelumbaian Teluk Kiluan, Kabupaten Tanggamus. Kegiatan Kiluan *Fishing Week* terdiri dari: Lomba memancing, tour melihat lumba-lumba dan *Blue Marlin* serta pesta rakyat Teluk Kiluan.

Kiluan *Fishing Week* merupakan strategi promosi untuk memperkenalkan kekayaan alam dan wisata bahari di Propinsi Lampung kepada masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang industri pariwisata dan wisata bahari.

4) Acara Pembukaan

Pembukaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 pada tanggal 23 Agustus 2008 di Halaman Parkir Gelanggang Olahraga Sumpah Pemuda (PKOR) Way Halim, yang dibuka oleh Gubernur Lampung dan dihadiri oleh 21 Duta Besar Negara Sahabat, dan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia yang diwakili oleh Staf Ahli Menteri Bidang Ekonomi dan IPTEK Dra. Titin Sukarya, M.Si, serta undangan lain seperti Perwakilan Gubernur se-Sumatera dan di lingkungan Mitra Praja Utama (MPU), kalangan Legislatif, dunia usaha, Anggota Muspida Propinsi Lampung, Bupati/Walikota se-Propinsi Lampung, Kepala Badan/Lembaga/Dinas Propinsi Lampung, Anggota MPU, dan rombongan, Tamu Undangan, Peserta Festival dari dalam dan luar Propinsi , wisatawan serta masyarakat pengunjung.

Acara Pembukaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 yang dimeriahkan dengan Tarian Massal, Seremonial Gajah, Atraksi/Pawai Budaya, Apresiasi Tuping dari Kabupaten dan Kota, Marching Band dan Atraksi paramotor pada tanggal 23-25 Agustus 2008, diharapkan akan dapat meningkatkan minat para wisatawan lokal dan mancanegara untuk berkunjung dan menanamkan investasi di Propinsi Lampung.

5) *Krakatau Night* dan *Galla Dinner*

Krakatau Night adalah kegiatan jamuan makan malam (*Galla Dinner*) yang juga bertujuian untuk memperkenalkan seni dan budaya Lampung kepada wisatawan dan tamu yang menghadiri Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 yang dilaksanakan pada tanggal 23 Agustus 2008 di *Mahan Agung*. Kegiatan ini merupakan strategi promosi untuk memperkenalkan seni dan budaya kepada masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang industri wisata bahari di Propinsi Lampung.

6) Apresiasi Pesona Budaya Lampung

Dalam kegiatan Apresiasi Pesona Budaya Lampung ditampilkan keragaman budaya Lampung yang meliputi keragaman busana, tari, dan musik tradisional serta prosesi acara adat dari masing-masing Kabupaten/Kota ditampilkan secara lengkap. Dengan demikian maka berbagai seni dan budaya di Propinsi Lampung akan diketahui secara luas oleh masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan kunjungan wisata di Propinsi Lampung.

7) Lampung *Expo*

Lampung *Expo* merupakan kegiatan pameran pariwisata dan kerajinan dalam Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Lampung Expo menjadi pameran tetap tahunan yang berskala nasional dan terlengkap di Sumbagsel meliputi produk unggulan daerah dan komoditi ekspor seperti kerajinan, furniture, kayu, alat rumah tangga, tekstil dan garment, kulit, agro industri, perbankan, asuransi, pariwisata dan jasa lainnya. Peserta diperkenankan menjual kerajinan/ cinderamata/makanan khas daerah masing-masing.

Peserta Pameran terdiri dari Instansi Pemerintah Propinsi/Kabupaten/Kota se Propinsi Lampung, BUMN dan BUMD dan swasta nasional, Eksportir, UKM, Perbankan, Koperasi, Lembaga Keuangan, Travel biro, Perusahaan penerbangan, Dinas/Instansi Pariwisata Lingkup Mitra Praja Utama (MPU) (Lampung, Jawa-Bali dan NTB) serta negara lingkup kerjasama pertumbuhan ekonomi Indonesia-Malaysia-Singapura (IMS-GT), Dinas/Instansi Pariwisata WTW lainnya, Sumatra Selatan, Bengkulu, Usaha Pariwisata dan perusahaan swasta lainnya. Tempat Penyelenggaraan Lampung Expo adalah Indoor dan Outdoor Graha Wangsa Jl. Yos Sudarso Sukaraja Bandar Lampung yang dibuka pada tanggal 26 Agustus 2008 dan ditutup tanggal 31 Agustus 2008.

Kegiatan ini merupakan strategi dalam memperkenalkan berbagai produk unggulan daerah Propinsi Lampung kepada masyarakat luas, sehingga diharapkan akan mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Lampung dan menumbuhkan investasi oleh para investor yang berminat menanamkan modalnya dalam industri kebudayaan dan pariwisata di Propinsi Lampung.

8) Pesta Kesenian Lampung

Pesta Kesenian Lampung merupakan acara yang menyajikan beragam kreativitas kesenian Daerah Lampung baik yang tradisi maupun kreasi dari berbagai bidang seni seperti sastra, tari, musik, teater, senirupa dan film. Ajang ini bertujuan sebagai sarana revitalisasi dan sosialisasi kesenian Lampung dengan karakter estetik yang khas dan ide filosofis yang luhur dalam pergaulan kehidupan sehari-hari orang Lampung. Selain menampilkan komunitas kesenian dari -seniman tradisional Lampung dari Kabupaten/Kota, kegiatan ini sepenuhnya didukung oleh Dewan Keseninan Lampung (DKL).

Menurut Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung, Bapak Saiful Irba Tanpaka, S.Sos., kegiatan ini pada awalnya dirintis dengan nama *Lampung Art Festival* (Festival Kesenial Lampung) namun kemudian diganti dengan Pesta Kesenian Lampung, untuk menyesuaikan dengan Festival Krakatau yang telah diselenggarakan. Pelaksanaan kegiatan selaras dengan fungsi DKL sebagai mitra kerja Pemerintah Provinsi Lampung dalam melestarikan, memelihara, dan mengembangkan kesenian di daerah Lampung. Oleh karena itu dalam menyelenggarakan Pesta Kesenian Lampung, DKL bekerja secara maksimal dan sinergis dengan Pemerintah Daerah baik dalam hal memberikan konstribusi pemikiran kesenian serta kebijakan pembinaan dan pengembangan kesenian kepada Pemerintah Provinsi Lampung, sebagai sebagai fasilisator dan katalisator berkesenian di Provinsi Lampung dan sebagai pelaksana pelestarian, pemeliharaan dan pengembangan kesenian.

Penyelenggaraan Pesta Kesenian Lampung yang melibatkan berbagai komunitas seni dari dalam dan luar Propinsi Lampung pada hakikatnya ditujukan untuk membangun iklim berkesenian yang kondusif guna mewujudkan kehidupan kesenian yang kreatif dan inovtif serta bernilai jual tinggi, meningkatkan apresiasiasi masyarakat terhadap kesenian, meningkatkan kualitas karya seni, meningkatkan kesejahteraan hidup seniman. meningkatkan keunggulan SDM seniman dan meningkatkan produktivitas kegiatan kesenian dalam berbagai aktivitas kesenian yang dilaksanakan.

Beberapa hal yang terus di benahi oleh DKL dalam meningkatkan kiprahnya dalam dunia kesenian, budaya dan pariwisata adalah proses berkesenian diupayakan untuk berjalan dengan rutin dan produktif serta berkualitas, pemenuhan sarana prasarana berkesenian yang memadai dan peningkatan dan pengembangan program-program berkesenian, termasuk Festival Krakatau.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saiful Irba Tanpaka S.Sos. Ketua Harian Dewan Kesenian Lampung Tanggal 18 Februari 2009)

9) Festival Topeng Internasional

Festival Topeng Internasional menampilkan bermacam bentuk topeng dan karnaval topeng negara-negara Asean. Peserta Festival Topeng adalah utusan dari beberapa negara asean, dan negara-negara yang duta besarnya turut dan pernah diundang di Festival Krakatau XVII Tahun 2007. Dilaksanakan 28 Agustus 2008, mengambil rute Jalan Tulangbawang - Jl. Raden Intan - Jl. Jendral Sudirman - Lapangan Parkir GOR Saburai.

Festival Topeng Internasional merupakan strategi promosi untuk memperkenalkan kesenian daerah Lampung kepada masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan kunjungan wisata dan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang industri kesenian dan kepariwisataan.

10) *Tour* Krakatau

Tour Krakatau diadakan pada 24 Agustus 2008. *Tour* Krakatau adalah salah satu kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 yang paling minati oleh tamu-tamu dan wisatawan serta masyarakat umum yang ingin melihat dari dekat anak Gunung Anak sebagai salah satu fenomena alam yang sangat mengagumkan dan sebagai momentum terbaik guna menanamkan kepedulian dan bangga memiliki Krakatau sebagai primadona pariwisata Lampung.

Tour Krakatau diikuti oleh para duta besar negara sahabat, para *tour* operator dan Jurnalis dari dalam dan luar negeri, pejabat dari Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI, Pejabat dari lingkungan Pemerintah Propinsi Lampung dan Kabupaten dan Kota se-Propinsi Lampung. Rangkaian Tour Krakatau dimulai berangkat dari Hotel Sheraton, singgah sejenak di Kalianda Resort. Di Kalianda Resort para duta besar dan para pejabat dan tamu undangan melakukan penandatangan penanaman pohon di Kawasan Wisata Kalianda Resort.

Tour Krakatau merupakan strategi promosi untuk memperkenalkan seni dan budaya serta kekayaan wisata bahari di Propinsi Lampung kepada masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat

meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang industri kepariwisataan dan wisata bahari di Propinsi Lampung.

11) Ritual Krakatau

Ritual Krakatau adalah rangkaian kegiatan tour Krakatau, yaitu acara ruatan yang dipercaya oleh masyarakat sekitar Gunung Krakatau sebelum mendaki Gunung Krakatau yang diselenggarakan pada tanggal 24 Agustus 2008. Kegiatan ini merupakan rangkaian strategi promosi untuk memperkenalkan seni dan budaya serta kekayaan wisata bahari di Propinsi Lampung kepada masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang industri kepariwisataan dan wisata bahari di Propinsi Lampung.

12) Atraksi Paramotor

Atrakasi paramotor dilaksanakan pada saat pembukaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 tanggal 23 Agustus 2008 di PKOR Way Halim Bandar Lampung dan pada tanggal 24 Agustus di Kalianda Resort dan Gunung Krakatau. Kegiatan ini merupakan rangkaian strategi promosi untuk meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang kepariwisataan di Propinsi Lampung.

13) Festival Layang-Layang Internasional

Festival Layang-Layang Internasional dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus s.d. 24 Agustus 2008. Pembukaan Festival Layang-Layang Internasional dibuka di Lapangan Taman Kota Way Halim selain dihadiri oleh para peserta

juga dimeriahkan dengan lomba melukis layang-layang para siswa oleh Taman Kanak-Kanak se-Bandar Lampung. Selanjutnya dari tanggal 23 s.d 24 Agustus 2008 Festival Layang-Layang Internasional dilaksanakan di Kawasan Wisata Kalianda Resort. Peserta Festival Layang-Layang berasal dari club dalam dan luar negeri seperti dari Malaysia, Australia dan Belanda. Kegiatan ini merupakan strategi promosi untuk meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang kepariwisataan di Propinsi Lampung.

14) Krakatau *Off Road*

Kegiatan *Rally* Wisata dalam rangka Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dimaksudkan untuk mengenalkan, mempromosikan potensi kebudayaan dan pariwisata kepada masyarakat umumnya dan masyarakat otomotif khususnya sekaligus menanamkan dan menguji jiwa sportifitas yang tinggi dalam berlomba dan berlalu lintas. Kegiatan ini digelar pada tanggal 25- 28 Agustus 2008 start di Lapangan Enggal Bandar Lampung dan diikuti oleh kurang lebih sebanyak 100 peserta berasal dari Jawa Barat, Jakarta, Palembang, dan peserta dari dalam Propinsi Lampung.

15) Krakatau Jetski

Kegiatan Krakatau Jetski dalam rangka Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dimaksudkan untuk mengenalkan, mempromosikan potensi kebudayaan dan pariwisata kepada masyarakat umumnya dan masyarakat pecinta atau club-club Jetsi nasional dan internasional. Jetski menyisiri perairan lampung hingga

ke Gunung Krakatau dengan membawa spanduk, baliho dan bendera Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dan Logo Visist Lampung Year 2009.

Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dimeriahkan oleh Krakatau Jeski dari *Club Spash Jetski* Bandar Lampung. Pada tanggal 23 Agustus 2008 peserta Krakatau Jetski berangkat dari Taman Wisata Duta Wisata Bandar Lampung menuju Kalianda Resort. Bersamaan dengan Tour Krakatau rombongan Jetski berangkat ke Gugusan Gunung Krakakatau yang sebelumnya singgah sebentar di Pulau Sebesi untuk mengisi bahan bakar minyak (BBM). Di Perairan Gunung Krakatau Peserta Jetski mendaki Puncak Gunung Anak Krakatau.

Kegiatan ini merupakan strategi promosi untuk memperkenalkan seni dan budaya serta kekayaan wisata bahari di Propinsi Lampung kepada masyarakat lokal, nasional dan internasional, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan investasi dari para investor yang akan menanamkan modal di bidang industri kepariwisataan dan wisata bahari di Propinsi Lampung.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si. Sekretaris Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Tanggal 10 Februari 2009)

Promosi pariwisata yang dilaksanakan Pemerintah Propinsi Lampung bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegera. Kewenangan pemerintah dalam bidang pariwisata yang menyangkut pembinaan/ pemeliharaan objek wisata dan pelestarian seni budaya dan sejarah masih diperlukan. Tanpa intervensi pemerintah banyak sekali peninggalan sejarah dan potensi alam, flora fauna yang musnah demi mendapatkan keuntungan. Untuk itu kebijakan pemerintah yang perlu dilakukan

berkaitan dengan hal tersebut perlu adanya pembinaan yang intensif menangani objek wisata dan kelestarian alam dan potensi lainnya. Kepariwisataan dikelola pemerintah bukan hanya dijadikan objek pencari keuntungan semata, tetapi kelestarian alam, seni budaya dan peninggalan sejarah Propinsi Lampung perlu eksis. Lebih jauh dapat mempertebal rasa persatuan dan kesatuan bangsa dan keberlangsungan masyarakat Indonesia lengkap dengan kepribadiannya.

Promosi yang intensif dan penyajian yang menarik melalui semua jalur media informasi, merupakan kebijakan pemerintah yang penting untuk dilakukan. Agar Propinsi Lampung agar lebih dikenal oleh para wisatawan mancanegara perlu terus dipromosikan. Semua jalur informasi yang dapat diterima oleh seluruh dunia, seperti internet perlu dikemas dengan infromasi dan gambar yang menarik dan lengkap, sehingga menimbulkan motivasi orang untuk berkunjung. Promosi oleh berbagai pihak seperti perusahaan wisata, para duta besar, mahasiswa Indonesia di luar negeri dan lain sebagainya, perlu ditempuh pemerintah melalui kebijakan publik yang dapat meningkatkan hubungan kerjasama dengan semua pihak, agar peduli mempromosikan potensi pariwisata Propinsi Lampung.

Semua unsur pariwisata yang meliputi objek wisata, hotel, restoran, seni dan budaya, kerajinan, makanan tradisional, pramu wisata, angkutan dan lain sebagainya perlu ditata dan dikemas dengan sebaik mungkin. Agar benar-benar layak untuk dikonsumsi oleh wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara dan siap berkopetisi yang sehat secara global dengan negara lain di seluruh dunia. Fasilitas wisata pada dasarnya membantu dan melayani keinginan para wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Keinginan lebih jauh terutama wisatawan

mancanegara maksud kedatangannya disertai keingintahuan mengenai seni dan budaya yang dimiliki Propinsi Lampung.

Kesiapan Propinsi Lampung untuk menerima kunjungan para wisatawan secara utuh dan menyeluruh perlu didukung oleh semua pihak yang menangani unsur-unsur pariwisata. Melalui evaluasi dan pengkajian mendalam yang mengacu pada standar internasional terhadap semua unsur pariwisata dapat menambah motivasi dan optimistik menjadi pusat perhatian para wisatawan. Secara umum unsur kepariwisataan Propinsi Lampung telah ada dengan berbagai variasi untuk melayani para wisatawan dari berbagai kalangan. Selain itu kehandalan tenaga profesional yang dapat melakukan berbagai inovasi untuk kelancaran dan pengelolaan kebudayaan dan pariwisata juga sangat dibutuhkan untuk merubah suasana menjadi lebih baik sehingga menimbulkan ketertarikan para wisatawan.

5.1.4 Pemilihan Media

Pemilihan media yang dimaksud dalah penggunaan berbagai media baik cetak maupun elektronik oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung, dalam mempromosikan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 sebagai media pengenalan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung.

Pemilihan media dilaksanakan untuk publikasi kegiatan dalam rangka mempromosikan Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008, melaui media cetak dan Televisi. Publikasi media cetak dilakukan sejak bulan Juli s.d. Agustus 2008. Media cetak yang digunakan adalah Surat Kabar Harian Umum *Radar Lampung*, *Lampung Post* dan *Lampung Express* Plus. Sedangkan publikasi Media

Televisi menggunakan Trans TV, TV Lampung dan TVRI Stasiun Lampung. Namun dalam pelaksanaan kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 hampir semua media televisi nasional dan lokal turut memuat Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 seperti: Indosiar, ANTV, TPI, dan Trans 7.

Selain itu untuk mempublikasi Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 selain menggunakan media massa juga diadakan *Roadshow* (Promosi Event) ke Jakarta, Bandung dan Bali pada tanggal 28 Juli – 30 Agustus 2008. Dipilihnya ketiga tempat ini karena dianggap sebagai daerah potensial untuk mendatangkan wisatawan ke Propinsi Lampung.

Selain itu dilakukan kegiatan promosi dan publikasi berupa:

(1) Iklan di Media Cetak dan Elektronik

Dilakukan dengan mengirimkan naskah advertorial atau pengiklanan dalam bentuk cerita pada berbagai media cetak atau koran yang ada di Propinsi Lampung yaitu Surat Kabar Harian Umum *Radar Lampung*, *Lampung Post* dan *Lampung Express Plus*. Selain itu dilakukan dengan memasang iklan pada berbagai media elektronik untuk menginformasikan dan mengajak masyarakat luas agar menghadiri dan menyaksikan Festival Krakatau.

(2) Buku Panduan Festival

Dilakukan dengan mencetak buku panduan Festival Krakatau untuk dibagikan kepada para peserta dan pengunjung agar mereka mengetahui secara jelas dan terperinci berbagai kegiatan dan jadwal pelaksanaan Festival Krakatau.

(3) Brosur

Dilakukan dengan mencetak brosur Festival Krakatau untuk dibagikan kepada para peserta dan pengunjung agar mereka mengetahui secara jelas dan terperinci berbagai kegiatan dan jadwal pelaksanaan Festival Krakatau.

(4) Undangan

Dilakukan menyebarkan undangan untuk mengikuti dan menghadiri Festival Krakatau dan dibagikan kepada para calon peserta dari berbagai kabupaten/ kota yang ada di Propinsi Lampung serta dari luar Propinsi.

(5) Spanduk dan Umbul-umbul

Dilakukan memasang berbagai spanduk dan umbul-umbul yang berisi informasi mengenai Festival Krakatau yang di pasang pada titik-titik strategis di berbagai kabupaten/kota yang ada di Propinsi Lampung.

(6) Baliho

Dilakukan memasang baliho yang berisi informasi mengenai Festival Krakatau yang di pasang pada titik-titik strategis di berbagai kabupaten/kota yang ada di Propinsi Lampung.

(7) Promosi Material/*Merchandise*

Dilakukan dengan membuat berbagai bentuk *merchandise* yang berkaitan dengan Festival Krakatau sebagai tanda mata atau kenang-kenangan bagi para peserta dan pengunjung Festival Krakatau.

Selain itu pihak Panitia Festival Krakatau juga memberikan kesempatan kerjasama dan peran aktif dari pihak-pihak/instansi terkait guna sukses dan terselenggaranya kegiatan dengan baik serta mencapai sasaran yang dituju.

Adapun fasilitas kegiatan selama pelaksanaan Festival Krakatau adalah:

1. Data dan Informasi, panitia penyelenggara menyediakan informasi tentang teknis seluruh perlombaan dan pergelaran bagi peserta.
2. Buku Panduan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008

   Bagi peserta yang membutuhkan buku panduan Pelaksanaan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dapat diperoleh pada Panitia Pelaksana.
3. Telekomunikasi, tersedia di sekitar lokasi penyelenggaraan kegiatan.
4. Keamanan, panitia bekerja sama dengan aparat keamanan setempat menjaga keamanan yang bersifat umum, sedangkan keamanan barang berharga milik pribadi dan produk *display* peserta menjadi tanggung jawab masing-masing.
5. Kebersihan, kebersihan arena festival menjadi tanggung jawab panitia, sedangkan kebersihan di dalam dan halaman stand peserta menjadi tanggung jawab masing-masing peserta.

(Sumber: Data Primer Penelitian. Diolah dari hasil wawancara dengan Bapak Saluddin, SH., M.Si. Sekretaris Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Tanggal 10 Februari 2009)

Semua rangkaian strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung terkait dengan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 diarahkan sebagai ajang promosi kebudayaan dan pariwisata serta potensi dan produk unggulan masyarakat daerah Propinsi Lampung, menciptakan kesempatan bagi dunia usaha. Pada masa-masa yang akan datang, diharapkan pelaksanaan Festival Krakatau dapat dilaksanakan secara lebih maksimal sehingga capaian hasil yang diperoleh juga akan menjadi lebih signifikan dalam mempromosikan berbagai potensi kebudayaan dan pariwisata yang ada di seluruh Propinsi Lampung kepada masyarakat lokal, regional, nasional dan internasional.

Uraian di atas menunjukkan bahwa kebudayaan dan pariwisata di Propinsi Lampung dikembangkan tidak hanya untuk menarik kunjungan pariwisata baik dari dalam maupun luar negeri, tetapi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial budaya. Pengembangan pariwisata diharapkan dapat memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan memeratakan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta mendorong pembangunan daerah. Sektor pariwisata juga diharapkan sebagai penggerak dan pemicu dalam memperbaiki kondisi ekonomi.

Pengembangan pariwisata diharapkan dapat mengurangi keinginan penduduk untuk bepergian ke luar negeri. Dengan daerah tujuan wisata yang telah dikembangkan, transportasi dan fasilitas yang baik dan menjadi alternatif kuat bagi penduduk golongan menengah atau atas untuk berwisata di dalam negeri. Untuk memenuhi permintaan wisatawan diperlukan investasi di bidang transportasi dan komunikasi, perhotelan dan akomodasi lain, industri kerajinan dan industri produk konsumen, industri jasa, rumah makan dan restoran, karenanya pasar barang modal dan bahan baku membesar dan meluas.

Untuk menggalakkan pembangunan ekonomi dengan suatu pertumbuhan yang berimbang, sektor pariwisata juga dapat memegang peranan yang menentukan dan dapat sebagai katalisator untuk meningkatkan pembangunan sektor-sektor lain secara bertahap. Majunya industri pariwisata sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang dan adanya pertumbuhan ekonomi yang berimbang. Karena itu tidak hanya ada perusahaan yang dapat menyediakan kamar untuk penginapan. Restoran dan rumah makan untuk konsumsi makanan dan minuman,

industri kerajinan untuk menyediakan cinderamata, pramuwisata sebagai pemandu wisata, akan tetapi diperlukan juga prasarana dan sarana yang memadai sebagai infrastruktur yang dapat menunjang sektor pariwisata di Propinsi Lampung.

5.2 Pembahasan

Dalam pembahasan ini, penulis akan menganalisis hasi penelitian mengenai strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dalam mempromosikan budaya dan pariwisata melalui Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 dikaitkan dengan teori komunikasi massa yang digunakan dalam penelitian.

Teori komunikasi massa yang menunjang penelitian ini adalah Teori **S-M-C-R *(Source-Message-Channel-Receiver)***. S adalah singkatan dari *Source*, yang berarti sumber atau komunikator, M adalah singkatan dari *Message* yang berarti pesan, C adalah singkatan dari *Channel* yang berarti media atau saluran, R adalah singkatan dari *Receiver* yang berarti penerima atau komunikan. Teori ini mengemukakan bahwa stimulus yang berisi pesan disampaikan komunikator melalui media komunikasi kepada komunikan (Effendy, 2003: 256).

Berdasarkan teori S-M-C-R di atas, maka komponen-komponen komunikasi sesuai dengan penelitian ini adalah:

a. *Source*/S adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung selaku penyelenggara Festival Krakatau.
b. *Message*/M adalah pesan-pesan atau berbagai informasi yang disampaikan dalam Festival Krakatau.

c. *Channel*/C adalah Festival Krakatau selaku media penyampaian pesan.

d. *Receiver*/R adalah sasaran penyelenggaraan Festival Krakatau yaitu masyarakat luas, wisatawan domestik dan asing, serta para investor.

Pada praktiknya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung selaku sumber (*source*) yang penyelenggara Festival Krakatau melaksanakan proses komunikasi dalam rangka menyampaikan informasi mengenai Festival Krakatau. Proses komunikasi tersebut diterapkan dengan menggunakan strategi komunikasi. Strategi komunikasi ditempuh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dengan memadukan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu sebagai ajang sebagai ajang promosi dan pembangunan kebudayaan dan pariwisata serta potensi dan produk unggulan masyarakat Lampung, menciptakan kesempatan bagi dunia usaha, masyarakat pengusaha dan pengrajin pariwisata untuk mempromosikan dan memasarkan produknya kepada konsumen pada saat Festival berlangsung dan yang diharapkan mampu melakukan persaingan regional, nasional dan bahkan internasional.

Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 XVIII dijadikan sebagai sarana promosi dan apresiasi seni, budaya dan produk dalam menunjang kepariwisataan Lampung sekaligus dalam memyongsong tahun Kunjungan Wisata Ke Lampung (*Visit Lampung Year* 2009). Mendorong pertumbuhan kunjungan wisatawan nusantara dan manca negara ke Propinsi Lampung dan Indonesia, sehingga akan membangkitkan gairah usaha Pariwisata. Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 XVIII juga merupakan sarana aprisiasi seni dan budaya serta pesta rakyat dan

sekaligus merasa syukur kepada Maha Pencipta atas keamanan, nyaman bersih dan indah serta kedamaian baik dari aspek alam dan manusia agar mampu mendorong pertumbuhan pembangun bagi Propinsi Lampung. Mempromosikan daya tarik wisata serta seni budaya Lampung berikut fasilitas dan penunjangnya.

Sebagai sumber (*source*), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung menyampaikan berbagai pesan (*message*) terkait dengan Festival Krakatau. Pesan yang disampaikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung adalah fakta dan informasi bahwa Propinsi Lampung memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam seperti pantai dengan pulau-pulaunya, hutan yang memiliki keanekaragaman flora dan fauna, pegunungan, danau, peninggalan sejarah dan kebudayaan yang khas. Disamping itu Lampung dikenal juga dengan obyek wisatanya yaitu Gunung Krakatau, Way Kambas dan obyek wisata lainnya.

Penyampaian pesan mengenai Festival Krakatau oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Lampung dilaksanakan dengan menggunakan media (*channel*). Media yang digunakan adalah berbagai media baik cetak maupun elektronik untuk mempublikasikan kegiatan dalam rangka mempromosikan Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008. Media cetak yang digunakan adalah Surat Kabar Harian Umum *Radar Lampung*, *Lampung Post* dan *Lampung Express* Plus. Sedangkan publikasi Media Televisi menggunakan Trans TV, TV Lampung dan TVRI Stasiun Lampung. Namun dalam pelaksanaan kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 hampir semua media televisi nasional dan lokal turut memuat Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 seperti: Indosiar, ANTV, TPI, dan Trans 7.

Selain itu untuk mempublikasi Kegiatan Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 selain menggunakan media massa juga diadakan *Roadshow* (Promosi *Event*) ke beberapa kota yang potensial untuk mendatangkan wisatawan ke Propinsi Lampung. Kegiatan promosi dan publikasi juga dilakukan dengan advertorial di media cetak, iklan media cetak dan elektronik, buku panduan festival, brosur, undangan, spanduk dan umbul-umbul, baliho dan promosi material/*merchandise*

Penyampaian pesan dengan menggunakan media tersebut ditujukan kepada khalayak (*receiver*), dengan tujuan untuk memperkenalkan pengenalan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung, meningkatkan kunjungan pariwisata di Propinsi Lampung dan mempromosikan potensi budaya dan pariwisata Propinsi Lampung baik di tingkat lokal, regional, nasional maupun internasional. Adapun yang menjadi khalayak (*receiver*) dalam Festival Krakatau adalah masyarakat lokal, wisatawan domestik dan mancanegara, serta para investor dalam dan luar negeri sehingga mereka mau menanamkan modalnya untuk berivestasi pada potensi kebudayaan dan pariwisata yang ada di Propinsi Lampung.

Selanjutnya dikaitkan dengan teori bahwa promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, karena promosi dapat menciptakan rangkaian kegiatan berikutnya yaitu meningkatkan penjualan atau pemakaian produk berupa barang atau jasa. Keberhasilan dalam perencanaan dan pelaksanaan promosi akan berdampak positif dan memperlancar jalannya suatu produk barang atau jasa untuk mencari pangsa pasar secara maksimal (*market leader*) di tengah-tengah masyarakat (Kotler, 2001: 34).

Dengan disampaikannya berbagai pesan tentang Festival Kraktau maka diharapkan terjadi perubahan prilaku yang diharapkan setelah masyarakat menerima pesan yang disampaikan melalui aktivitas promosi Festival Krakatau, yaitu sebagai berikut:

1. *Awernes/*kesadaran

   *Awernes/*kesadaran biasanya timbul pertama kali setelah melihat gambar, selebaran, kata-kata tentang suatu produk atau jasa yang bersifat inovatif yang berbeda dengan yang diketahuinya selama ini. Dalam hal ini masyarakat lokal, regional, nasional maupun internasional diharapkan memiliki kesadaran bahwa Propinsi Lampung memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam seperti pantai dengan pulau-pulaunya, hutan yang memiliki keanekaragaman flora dan fauna, pegunungan, danau, peninggalan sejarah dan kebudayaan yang khas. Disamping itu Lampung dikenal juga dengan obyek wisatanya yaitu Gunung Krakatau, Way Kambas dan obyek wisata lainnya.

   Dengan adanya tingkat kesadaran masyarakat lokal, regional, nasional maupun internasional yang tinggi tentang berbagai sumber daya alam, kekayaan potensi budaya dan pariwisata di Propinsi Lampung, maka diharapkan akan dapat meningkatkan kunjungan para wisatawan baik lokal maupun mancanegara ke Propinsi Lampung, selain itu diharapkan akan dapat meningkatkan investasi di bidang industri kebudayaan dan kepariwisataan di Propinsi Lampung.

2. *Knowledge*/pengetahuan

   Knowledge/pengetahuan yaitu suatu keadaan di mana khalayak terdorong untuk mengetahui informasi sebanyak-banyaknya mengenai informasi yang ingin diketahuinya. Dengan disampaikannya berbagai pesan tentang Festival Krakatau maka diharapkan khalayak akan memiliki pengetahuan tentang potensi budaya dan pariwisata yang ada di Propinsi Lampung, mengetahui secara jelas dan terperinci berbagai kegiatan dan jadwal pelaksanaan Festival Krakatau, titik-titik strategis daerah pariwisata di berbagai kabupaten/kota yang ada di Propinsi Lampung.

   Dengan adanya tingkat pengetahuan masyarakat lokal, regional, nasional maupun internasional yang tinggi tentang Festival Krakatau dan berbagai sumber daya alam, kekayaan potensi budaya serta pariwisata di Propinsi Lampung, maka diharapkan akan dapat meningkatkan kunjungan para wisatawan baik lokal maupun mancanegara ke Propinsi Lampung dalam kegiatan Festival Krakatau, selain itu diharapkan akan dapat meningkatkan investasi di bidang industri kebudayaan dan kepariwisataan di Propinsi Lampung, sehingga Propinsi Lampung dapat menjadi daerah tujuan wisata bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara.

3. *Linking*/kesukaan

   Linking/kesukaan adalah suatu keadaan di mana telah tumbuh perasaan suka atau sikap yang positif dalam diri khalyak terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan. Dengan dilaksanakannya Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 sebagai agenda kepariwisataan nasional (*core event*) maka diharapkan

dapat menarik Wisatawan berkunjung ke Propinsi Lampung dan minat investor dalam menanamkan modal di bidang kepariwisataan. Dengan adanya tingkat kesukaan masyarakat lokal, regional, nasional maupun internasional yang tinggi tentang Festival Krakatau, maka upaya promosi budaya dan kepariwisataan Propinsi Lampung diharapkan mampu menjadikan Propinsi Lampung sebagai daerah tujuan wisata menarik bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.

4. *Preference/*pilihan

   *Preference/*pilihan yaitu suatu keadaan di mana khalayak telah sampai pada suatu kecenderungan untuk memilih produk barang atau jasa yang dipromosikan dalam kegaiatan Festival Krakatau.

   Dengan dilaksanakannya Festival Krakatau XVIII Tahun 2008 maka diharapkan masyarakat lokal, manca negara dan para investor akan menjadikan Lampung sebagai pilihan untuk berkunjung dan para investor memilih untuk menanamkan modal atau berinvestasi serta dapat menciptakan kesempatan bagi dunia usaha, masyarakat pengusaha dan pengrajin pariwisata untuk mempromosikan dan memasarkan produknya kepada konsumen pada saat Festival berlangsung dan yang diharapkan mampu melakukan persaingan regional, nasional dan bahkan internasional.

5. *Conviction/*keyakinan

   *Conviction/*keyakinan adalah suatu tahap di mana khalayak telah yakin harus dapat memiliki atau menggunakan produk/jasa yang dipromosikan dalam kegiatan Festival Krakatau.

Melalui aktivitas promosi melalui Festival Krakatau maka diharapkan masyarakat dan investor baik lokal maupun asing yakin untuk melakukan kunjungan dan menanamkan investasi di bidang kebudayaan dan pariwisata di Propinsi Lampung. Hal ini sesuai dengan tujuan Festival Krakatau yaitu sebagai ajang promosi dan pembangunan kebudayaan dan pariwisata serta potensi dan produk unggulan masyarakat daerah Propinsi Lampung, menciptakan kesempatan bagi dunia usaha, masyarakat pengusaha dan pengrajin pariwisata untuk mempromosikan dan memasarkan produknya kepada konsumen pada saat Festival berlangsung dan yang diharapkan mampu melakukan persaingan regional, nasional dan bahkan internasional.

6. *Purchase/*membeli/memiliki

   *Purchase/*membeli/memiliki adalah suatu keadaan di mana perasaaan dan keyakinan yang dimiliki khalayak dilanjutkan pada prilaku mengkonsumsi atau menggunakan produk barang atau jasa yang dipromosikan dalam berbagai rangkaian kegiatan Festival Krakatau.

   Hal ini menjadi tujuan utama dilaksanakannya Festival Krakatau yaitu meningkatkan kunjungan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara ke Propinsi Lampung. Selai itu Propinsi Lampung diharapkan menjadi salah satu daerah tujuan wisata bagi para wisatawan. Pada perkembangan selanjutnya dengan adanya aktivitas *purchase/*membeli/memiliki maka diharapkan investasi dari dalam dan luar negeri di bidang pelestarian dan pengembangan kebudayaan dan pariwisata di Propinsi Lampung akan mengalami peningkatan pada masa-masa yang akan datang.

Selanjutnya dikaitkan dengan *Piil Pesenggiri* sebagai falsafah hidup masyarakat Lampung, maka dapat dinyatakan bahwa falsafah ini mendukung pelaksanaan Festival Krakatau. Maksudnya adalah di dalam falsafah *Piil Pesenggiri* terdapat unsure *nemui nyimah* yang berarti bermurah hati, ramah-tamah terhadap semua pihak baik orang dalam sekeluarga atau orang lain. Dengan kata lain, kegiatan promosi budaya dan pariwisata melalui Festival Krakatau merupakan pelaksanaan dari falsafah *nemui nyimah* masyarakat Lampung, di mana masyarakat dengan penuh antusias dan keramah tamahan memberikan sambutan kepada setiap tamu yang dating untuk menghadiri Festival Krakatau.

Hal di atas bermakna bahwa dengan diselenggarakannya Festival Krakatau, masyarakat Lampung secara otomatis menjadi tuan rumah yang akan kedatangan banyak tamu, baik para wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung atau mengikuti berbagai kegiatan dalam Festival Krakatau. Kunjungan para wisatawan tersebut harus disambut dengan sebaik-baiknya oleh masyarakat Lampung, sehingga para pengunjung akan merasakan adanya kehangatan, keramah tamahan dan sambutan yang menyenangkan dari masyarakat pada umumnya dan dari panitia penyelenggara pada khususnya. Dengan adanya sambutan yang demikian maka akan tertanam kesan di dalam hati para pengunjung bahwa kebudayaan dan pariwisata Lampung tidak hanya menyediakan berbagai lokasi dan objek wisata yang menarik, tetapi ada masyarakat yang juga memberikan sambutan dengan keramah tamahan.

Faktor keramah tamahan masyarakat yang terdapat dalam falsafah nemui nyimah tersebut menjadi salah satu penunjang kebudayaan dan pariwisata di Propinsi Lampung, sebab dengan adanya keramah tamahan, sopan santun dan sambutan yang baik dari masyarakat maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang melakukan kunjungan wisata di Propinsi Lampung.

Falsafah *nemui nyimah* masyarakat Lampung dalam kaitannya dengan Festifal Krakatau tersebut sesuai dengan pengertian pariwisata yaitu suatu gabungan dari aktivitas, pelayanan dan industri yang dapat menciptakan pengalaman perjalanan, transportasi, akomodasi, tempat makanan dan minuman, pertokoan, huburan, aktivitas dan pelayanan keramah tamahan lain yang tersedia bagi individu atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata (Mclnosh dalam A.J. Muljadi dan Siti Nurhayati, 2002: 2).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dinyatakan bahwa falsafah *nemui nyimah* yang diterapkan dalam Festifal Krakatau menjadi daya tarik dan kesan yang mendalam bagi para wisatawan yang berkunjung ke Propinsi Lampung, sehingga falsafah *nemui nyimah* tersebut mendukung tujuan Festival Krakatau sebagai ajang promosi dan pembangunan kebudayaan dan pariwisata serta potensi dan produk unggulan masyarakat daerah Propinsi Lampung, menciptakan kesempatan bagi dunia usaha, masyarakat pengusaha dan pengrajin pariwisata untuk mempromosikan dan memasarkan produknya kepada konsumen pada saat Festival berlangsung dan yang diharapkan mampu melakukan persaingan regional, nasional dan bahkan internasional.