

## Marketing Communication Strategy Of Bengkulu Provincial Government Towards Tabut Festival As An International Event

### Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Provinsi Bengkulu Menuju Festival Tabut Sebagai Event Internasional

Vethy Octaviani<sup>1)</sup>; Martha Heriniazwi Dianthi<sup>2)</sup> ; Rio Dinero<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Communication Faculty of social sciences, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup>Department of Communication, Faculty of social sciences, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [marthahd30@gmail.com](mailto:marthahd30@gmail.com)

#### How to Cite :

Octaviani, V, Dianthi, H, M.Dinero, R.(2023) "Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu Menuju Festival Tabut Sebagai Event Internasional. *Jurnal ISO*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v3i2>

#### ARTICLE HISTORY

Received [08 November 2023]

Revised [18 Desember 2023]

Accepted [25 Desember 2023]

#### KEYWORDS

Strategy, Communication,  
Marketing, Event, International

This is an open access article under  
the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Sektor pariwisata saat ini mulai kembali berkembang setelah mengalami krisis yang terjadi akibat Pandemi Covid-19 yang terjadi hampir di seluruh dunia. Perkembangan ini dimanfaatkan oleh Pemerintah Provinsi Bengkulu untuk mengadakan Festival Tabut 2023 menuju Event Internasional. Untuk mewujudkan diperlukan strategi dalam untuk memasarkan Event tersebut. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian berjudul "strategi komunikasi pemasaran pemerintah provinsi Bengkulu dalam proses mempromosikan festival tabut 2023 menuju event internasional". Untuk pengumpulan data sendiri dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam kepada Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu dan KKT Bencoolen. Hasil penelitian ini dalam melakukan promosi Pemerintah Provinsi Bengkulu menggunakan berbagai media, termasuk media sosial, baliho, flight magazine dan videotron. Target tabut akan ditargetkan untuk menarik pengunjung wilayah seperti Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Lampung, Jambi dan ASEAN. Namun Pemerintah Kota Bengkulu memilih beberapa kendala dalam mempromosikan termasuk dalam biaya dan sumber daya yang ada. maka dari perlunya melakukan promosi lebih lama untuk mendapatkan target yang lebih besara daripada saat ini dan perlunya melakukan promosi lebih agresif daripada saat ini yang hanya terlihat sekitar 2-3 minggu sebelum acara.

#### ABSTRACT RACT

The tourism sector is currently starting to grow again after experiencing a crisis that occurred due to the Covid-19 Pandemic that occurred almost all over the world. This development is utilized by the Bengkulu Provincial Government to develop tourism owned by Bengkulu by holding the 2023 Ark Festival. Unlike the Tabut Festival in previous years, the Bengkulu Provincial Government currently has a strategy to move towards the Tabut Festival as an international event. This research uses descriptive qualitative research methods with data collection through in-depth interviews and literature studies. Therefore, it can be explained that based on segmentation, the Bengkulu Provincial Tourism Office targets local visitors in areas near Bengkulu Province, namely West Sumatra, South Sumatra, Jambi and Lampung. As for international visitors, the target is ASEAN members, Middle Eastern countries and Europe. The visitor target for the 2023 Tabut Festival is 150,000 both internationally and nationally. For now, social media is the priority media in promoting the Festival Tabut. The theme used is 'Keramaian Asli Bengkulu'. This theme is expected to be an attraction for visitors and be able to attract economic movements in Bengkulu Province. However, the obstacle felt by the Tourism Office is the limited media used and the human resources it has. Therefore, to go to the International Event still needs more careful preparation for next year, especially on promotional media and human resources at the Bengkulu City Tourism Office.

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata saat ini mulai kembali berkembang setelah mengalami krisis yang terjadi akibat Pandemi Covid-19 yang terjadi hampir di seluruh dunia. Perkembangan ini dimanfaatkan oleh Pemerintah Provinsi Bengkulu untuk mengembangkan pariwisata yang dimiliki oleh Bengkulu. Salah satu yang menjadi fokus oleh Pemerintah Provinsi Bengkulu adalah kegiatan tahunan Festival Tabut yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu pada bulan Muharram.

Menurut Badan Riset Dan Inovasi Nasional (BRIN) pada tahun 2022, budaya ritual Tabut diperkirakan telah diadakan sekitar 300 tahun yang lalu, khususnya di Provinsi Bengkulu. Bertahannya ritual Tabut secara bertahun-tahun ini tidak bisa lepas dari peran keluarga tabut yang berusaha secara turun-menurun untuk berusaha melestarikan ritual Tabut hingga kini. Hal inilah yang membuat Festival Tabut mampu menjadi bagian dari warisan kebudayaan yang ada di Provinsi Bengkulu hingga mampu menjadi ikon dari Provinsi Bengkulu. (Admin PMB BRIN 2022)

Berkembangnya Festival Tabut hingga saat ini menjadi salah satu kebudayaan yang dimiliki oleh Provinsi Bengkulu, membuat Pemerintah Provinsi Bengkulu saat ini berusaha untuk meningkatkan potensi Festival Tabut menjadi salah satu destinasi Festival kebudayaan yang dapat menarik minat tidak hanya pengunjung lokal, tetapi juga pengunjung yang berasal dari mancanegara. Rencana peningkatan potensi itu juga telah didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) dengan cara menjadikan Festival Tabut 2023 berskala internasional.

Berdasarkan siaran pers KEMENPAREKRAF pada tahun 2022, Sandiaga Uno mengatakan bahwa Festival Tabut pada 2022 memiliki keindahan tersendiri terkhususnya pada bangunan Tabut yang sangat penuh dengan tradisi dan khas. Dukungan yang diberikan KEMENPAREKRAF seperti ini telah dilakukan tidak hanya di Provinsi Bengkulu tetapi juga di beberapa event yang saat ini telah menjadi event internasional yang ada di Indonesia. (I Gusti Ayu Dewi Hendriyani 2022) Salah satunya yang didukung juga oleh KEMENPAREKRAF yaitu International Mask Festival (IMF) yang diadakan di Surakarta, Jawa Tengah. Acara berskala internasional ini telah diselenggarakan sejak tahun 2014 yang dihadiri perwakilan dari negara-negara sahabat seperti Thailand dan Singapura. International Mask festival sendiri merupakan acara yang dibawah naungan SIPA community telah menjadi agenda acara internasional yang diadakan setiap tahunnya di Kota Surakarta. (Agnia Primasasti 2022)

Pemberian dukungan dan kemampuan dari KEMENPAREKRAF secara penuh ini dirasakan pantas untuk Festival Tabut dijadikan salah satu Event Internasional yang ada di Indonesia. Selain dari tradisi yang ada sejak 300 tahun lalu, Festival Tabut memiliki suatu nilai yang dimiliki pada sisi substansi, kelembagaan yang mengelola, efek ganda terhadap Masyarakat hingga memiliki suatu kandungan nilai-nilai budaya yang sangat kompleks. Gubernur Bengkulu juga menyatakan bahwa Provinsi Bengkulu telah siap untuk membuat Festival Tabut naik kelas ke skala Internasional. Hal ini didasari oleh substansi pada materi event, antusias yang dimiliki oleh Masyarakat sangat tinggi, terutama setelah pandemi covid-19 dan dukungan penuh dari industri kreatif saat ini yang ada di Kota Bengkulu.

**Gambar 1. Festival Tabut**



(Sumber: mediasinardunia.com)

Berdasarkan wawancara awal kepada Dinas Pariwisata, saat ini Festival tabut 2023 yang diadakan telah masuk pada Karisma Event Nusantara (KEN 2023) yang diadakan berdasarkan kalender Islam yaitu 1-10 Muharram. Pengalokasian anggaran dan rangkaian acara juga sudah dipersiapkan secara baik. Dinas Pariwisata telah melakukan koordinasi terhadap KEMENPAREKRAF tentang rangkaian kegiatan Festival tabut yang dirancang untuk menuju skala Internasional. Untuk menyukkseskan Festival Tabut ini menjadi salah satu event internasional, maka perlunya suatu strategi yang harus dilakukan. Salah satu faktor penting adalah strategi yang dilakukan dalam mempromosikan event tersebut, sehingga dapat menarik minat para wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri khususnya pada wisatawan yang memiliki minat tinggi terhadap budaya dan ritual dalam agama Islam. (SISKA 2023)

Maka dari ini penelitian ini akan menggunakan teori komunikasi pemasaran karena dapat menjelaskan mengenai komunikasi dan pemasaran. Komunikasi seperti dipahami merupakan suatu proses yang dimana pemikiran serta pemahaman disampaikan pada satu individu kepada individu lainnya atau organisasi ke individu. (Terence A Shimp et al. 2003).

Komunikasi pemasaran dapat dijabarkan sebagai suatu usaha yang akan menyebarkan suatu informasi, mempengaruhi, mengingatkan serta membujuk pasar yang merupakan target atau suatu Perusahaan sehingga produk mampu diterima, dibeli dan menjadi loyal kepada produk yang ditawarkan. (Fandy Tjiptono 1995) Sedangkan untuk strategi pemasaran dijelaskan pada suatu awalan untuk mengenalkan produk ke konsumen sehingga mampu mendapat keuntungan yang lebih besar dari usaha yang dilakukan. (Mardiyanto and Giarti 2019)

Penelitian ini menjadi suatu urgensi dikarenakan Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu yang didukung oleh KEMENPAREKRAF untuk membuat Festival Tabut menjadi salah satu Event Internasional yang ada di Indonesia. Maka dari itu perlunya mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan untuk mempromosikan Festival Tabut sehingga mampu menjadi salah satu Event Internasional di Indonesia.

## LANDASAN TEORI

### Teori Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu rencana untuk menyampaikan suatu pesan kepada audiensi yang ditargetkan. Hal itu memiliki tujuan untuk dapat menentukan suatu tujuan dalam komunikasi, mengidentifikasi audiens, mengembangkan suatu pesan dan mampu memiliki saluran komunikasi yang akan digunakan. Maka dari itu perlunya strategi komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan dalam komunikasi serta membangun hubungan yang kuat terhadap audiensi.

Strategi komunikasi dapat dikatakan efektif apabila mampu mencapai suatu tujuan komunikasi seperti peningkatan kesadaran merek, meningkatnya penjualan atau mengubah suatu perilaku. Maka dari itu dapat dijabarkan dengan suatu kegiatan yang mempunyai keterkaitan terhadap rencana serta taktik atau cara yang akan dipergunakan untuk memperlancar komunikasi yang akan ditampilkan oleh pengirim, pesan serta penerimanya untuk proses komunikasi sehingga tercapai suatu tujuan yang diinginkan. (Arni Muhammad 2015)

Sedangkan menurut Hafied Cangara Strategi komunikasi meliputi 5 tahapan (Hafied Cangara 2017) yaitu:

1. Penelitian (*Research*)
2. Perencanaan (*Plan*)
3. Pelaksanaan (*Execute*)
4. Evaluasi (*Measure*)
5. Pelaporan (*Report*)

Konsep strategi menurut Tjiptono dapat didefinisikan dalam dua perspektif yang berbeda yaitu perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu program untuk menentukan dan mencapai tujuan dalam organisasi hingga mengimplementasikan dalam suatu misinya. Maka yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional untuk melakukan suatu merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang selalu mengalami perubahan, strategi ini lebih banyak diterapkan. (Mardiyanto and Giarti 2019)

### Komunikasi Pemasaran

Definisi komunikasi pemasaran banyak dikemukakan oleh teoretikus-teoretikus dunia. Berikut ini adalah definisi komunikasi pemasaran menurut John Egan, *"The means by which a supplier of goods, services, values and/or ideas represent themselves to their target audience with the goal of stimulating dialogue leading to better commercial or other relationship"*.

Definisi sederhana ini memiliki fungsi yang berguna untuk melakukan penekanan suatu ide dalam menjangkau Masyarakat bahwa organisasi merupakan organisasi komersial, non-profit, pemerintahan atau jenis usaha. Konstruksi tersebut dirancang agar mampu mencerminkan tujuan dalam komunikasi yang didasari baik khusus atau tidak langsung untuk menginformasikan, membedakan, mengingatkan, mempengaruhi, dan/atau mengenakan target dalam pasar untuk melakukan Tindakan (pembelian). (Luthfiana and Kania 2017).

Komunikasi pemasaran untuk melakukan komunikasi terhadap konsumen. Maka dari itu komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang memiliki usaha dalam menyebarkan suatu informasi, memberi pengaruh, membujuk dan atau mengingatkan pada pasar yang menjadi target Perusahaan dan produknya bersedia meminta, membeli dan loyak terhadap produk yang telah ditawarkan oleh Perusahaan. (Nugrahani 2008)

### **Marketing Mix**

Konsep Marketing Mix merupakan salah satu konsep dalam pemasaran modern saat ini. Konsep tersebut merupakan salah satu kegiatan terdapat dalam suatu kegiatan pemasaran yang memiliki suatu penentu keberhasilan Perusahaan dalam mengejar profit secara maksimum. Adapun variabel yang dikendalikan Perusahaan yaitu terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. (Frahandani and Lubis 2020)

1. Segmentasi
2. Targeting
3. Positioning

### **Festival**

Festival memiliki dasar dari bahasa latin yaitu pesta atau pesta diartikan dalam bahasa Indonesia. Festival dijabarkan suatu pesta yang diselenggarakan dalam rangka memperingati suatu atau juga dapat diartikan dengan hari atau perayaan gembira dalam rangka memperingati suatu peristiwa penting, bersejarah atau pesta rakyat. Selain itu menurut W.J.S Purwadarminta, festival adalah suatu pekan atau hari gembira untuk peringati suatu peristiwa penting sehingga menunjukkan bahwa festival adalah pesta rakyat. Sedangkan menurut Ferdinand Arti festival adalah kemeriahan yang dilakukan oleh masyarakat dalam rangka memperingati kejadian bersejarah, Kejadian ini perayaan 17 Agustus, dan lain sebagainya.

Festival biasanya digambarkan dengan suasana berkabung dan bertobat. Awalnya festival digunakan hanya untuk ritual keagamaan, namun seiring berkembangnya waktu festival saat ini bukan keagamaan, biasanya untuk merayakan sesuatu yang khidmat seperti berpuasa dan bersembahyang, sedang, saat-saat gembira seperti menghias rumah dan jalan-jalan, mengenakan pakaian khusus dan indah, saling bertukar hadiah, menyajikan makanan khusus mengadakan pesta, dan parade. (Nuansya 2017)

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Analisis**

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berisi tentang semua yang terjadi di lapangan pada saat penelitian berlangsung. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk dapat memahami suatu fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek suatu penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, Tindakan dll secara holistik dan dengan cara deskripsi akan terbentuk kata-kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang secara alamiah mampu dimanfaatkan dalam metode alamiah. (Putri dan Muhammad 2019).

Terdapat dua jenis data yang Akan digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Untuk data Primer, dalam penelitian ini Akan melakukan wawancara terhadap narasumber yang telah dipersiapkan dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini yaitu:

1. Staf Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu (Khusus Penyelenggara Festival Tabut)
2. Anggota Persatuan Keluarga Keturunan Tabut

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, penulis akan menggunakan pengumpulan data. Adapun sumber daya yang diperoleh terdiri dari observasi dan studi dokumen. Sedangkan dalam analisis atau mengolah data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan tujuan meningkatkan pemahaman penelitian tentang temuan-temuan atas permasalahan yang diteliti. (Prasanti 2016). Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan tiga komponen dalam analisis yaitu reduksi, penyajian data,



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan

Festival Tabut merupakan event tahunan yang telah diadakan secara turun temurun yang diadakan oleh masyarakat Bengkulu untuk menyambut tahun baru Islam pada 1 Muharram. Festival ini diadakan mulai dari tanggal 1-10 Muharram dan makna acara ini untuk mengenang kematian Al-Husain yang syahid di Padang Karbala dan mengenang kejayaan Islam. Makna tabut sendiri tersebar pada seluruh rangkaian prosesi upacaranya. Prosesi upacara ini dilakukan setiap tahun di Bengkulu telah berkembang dari tahun ketahun menjadi sebuah festival budaya yang telah ditunggu oleh masyarakat. Dalam perkembangan ini prosesi upacara tabut ini telah menjadi sebuah Festival budaya tidak hanya prosesi upacara saja tetapi juga terdapat juga Pesta Rakyat.

Perkembangan Event ini kemudian membuat Pemerintah Provinsi Bengkulu memiliki rencana untuk mengembangkan Event Tabut ini menjadi Event Internasional. Hal tersebut didukung juga oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) menjadi Festival Tabut sebagai kegiatan salah satu KARISMA EVENT NUSANTARA (KEN) 2023. Festival Tabut 2023 dilaksanakan pada tanggal 18 Sampai 28 Juli 2023 di Lapangan Merdeka Kota Bengkulu.

Perkembangan Festival Tabut 2023 menuju Event Internasional memerlukan persiapan yang cukup matang, termasuk dalam pemasaran yang akan dilakukan. Maka dapat melihat beberapa Event Internasional yang ada di Indonesia khususnya dalam tema budaya. Salah satu Event Internasional yang telah menjadi Event Internasional adalah *International Mask Festival* (IMF) yang diadakan oleh Pemerintah Surakarta setiap tahunnya.

Untuk segmentasi sendiri, Festival Tabut 2023 Provinsi Bengkulu memiliki segmentasi yang berasal dari provinsi terdekat dari wilayah Provinsi Bengkulu yaitu Provinsi Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Jambi dan Lampung. Untuk IMF sendiri dihadiri dan diikuti oleh berbagai wilayah di Indonesia seperti Bandung, Sukabumi, Aceh, Kabupaten Cirebon, Malang, Surabaya, Yogyakarta, Tulungagung, Lombok Tengah, Kota Mojokerto, Gianyar, Kabupaten Semarang, Jombang, Palangkaraya, Bali, Pati, Denpasar, Kalimantan Tengah, Blitar, Maluku Utara, Solo, Purworejo, Probolinggo, Klaten dan Majalengka.

Kemudian Untuk Internasional, Festival Tabut 2023 berharap kehadiran dari negara anggota ASEAN, benua Eropa dan negara-negara yang ada di Timur Tengah. Sedangkan pada IMF dihadiri perwakilan dari mancanegara yaitu Australia, Inggris, Filipina, Malaysia, Thailand, Ekuador, Malaysia, Korea Selatan, Lithuania dan Singapura. Dalam hal Target pemerintah Kota Bengkulu memiliki target pengunjung baik secara lokal dan Internasional diharapkan mencapai sekitar 150.000 pengunjung yang hadir di Festival Tabut ini. Sedangkan untuk Event Internasional yang diadakan oleh Pemerintah Surakarta dihadiri hampir 2 Juta Pengunjung pada tahun 2021, baik secara internasional maupun Lokal. Tingginya jumlah pengunjung ini memberikan berbagai dampak yang signifikan bagi masyarakat khususnya yang berada di bidang pariwisata.

Kemudian untuk menarik minat Dinas pariwisata bertemakan “Keramaian Asli Bengkulu” sebagai positioning dalam mempromosikan Event Tabut 2023 ini untuk menunjukkan bagaimana keramaian asli Bengkulu yang hampir dinikmati oleh seluruh masyarakat Bengkulu. Sedangkan pada IMF tema *Marvelous Mask* yang memiliki makna mendalam dan sangat filosofis yaitu tentang topeng yang menakjubkan dan mengagumkan yang telah ribuan tahun mewarnai kehidupan manusia.

Dalam hal promosi Festival Tabut 2023 memiliki fokus promosi melalui Media Online, khususnya media digital. Salah satunya dengan memanfaatkan Duta-Duta yang ada dibawah naungan Pemerintah Provinsi Bengkulu yang rata-rata merupakan Influencer lokal untuk mempromosikan Event ini dan melakukan promosi juga melalui media massa milik pemerintah Kota Bengkulu seperti Instagram. Sedangkan IMF untuk tahun 2022 memanfaatkan juga dengan media massa seperti Instagram dan

membuat Instagram khusus untuk Event ini. IMF sendiri melakukan promosi kurang lebih 3-4 bulan sebelum acara diadakan dan melakukan promosi secara aktif melalui media sosial. Kendala dalam melakukan promosi Event Tabut 2023 adalah permasalahan dengan biaya. Maka dari itu memanfaatkan media sosial dan lebih efisiensi dalam mempromosikan acara Event Tabut 2023. Sedangkan untuk IMF sendiri dalam masalah anggaran, untuk mempromosikan Event IMF ini menganggarkan hampir 100 juta hanya untuk mempromosikan Event IMF yang ada di Surakarta pada tahun 2022.

Berdasarkan penjelasan diatas, Pemerintah Bengkulu perlu melakukan persiapan lebih dalam lagi untuk membuat Festival Tabut 2023 menjadi salah satu Event Internasional. Salah satu perbedaan yang mencolok adalah target yang hadir dalam Festival Tabut yang hanya sekitar 10 – 20 persen dari target Festival Tabut 2023. Selain itu juga dari proses promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Bengkulu juga terhitung singkat tidak sampai satu bulan, berbanding terbalik dengan IMF Surakarta yang dilakukan promosi lebih dari 3 bulan sebelum acara. Maka dari itu perlunya melakukan perubahan berkala setiap tahunnya untuk mematangkan Festival tabut sehingga mampu menjadi salah satu Event Internasional yang ada di Indonesia dalam kurung waktu sekitar 10 tahun kedepan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu Menuju Festival Tabut Sebagai Event Internasional yaitu:

#### 1. Segmentasi

Berdasarkan segmentasinya, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu menargetkan untuk pengunjung lokal pada wilayah yang ada didekat Provinsi Bengkulu yaitu Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Jambi dan Lampung. Sedangkan untuk pengunjung internasional memiliki target yaitu anggota ASEAN, negara-negara timur tengah dan Eropa.

#### 2. Targeting

Untuk target sendiri secara keseluruhan, Dinas Pariwisata akan menargetkan pengunjung sebanyak 150.000 yang akan hadir di Festival Tabut 2023 baik secara internasional maupun nasional. Sedangkan untuk fokus dalam promosi yaitu menggunakan media digital, khususnya media sosial.

#### 3. Positioning

Untuk menarik minat, dinas pariwisata memiliki tema 'Keramaian Asli Bengkulu'. Tema ini diharapkan menjadi daya tarik untuk pengunjung dan mampu menarik pergerakan perekonomian yang ada di Provinsi Bengkulu.

Kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Bengkulu menuju Event Internasional adalah dalam media untuk mempromosikan Festival Tabut tersebut. Media sosial memiliki kelemahan karena tidak dapat dilakukan secara signifikan. Hal ini dikarenakan tidak ada pengananaan biaya sehingga jangkauan juga akan sangat terbatas maka dari itu perlunya dana lebih dalam melakukan promosi. Selain itu, media promosi yang dilakukan dengan media lain seperti baliho di bandara atau jika diluar negeri melalui *flight magazine* akan memakan anggaran yang jauh lebih besar. Selain anggaran, SDM jika menjadi kendala dalam melakukan promosi karena perlu bantuan dari tenaga eksternal dalam mempromosikan Festival Tabut ini.

### Saran

Untuk menuju Event Internasional Pemerinta Provinsi Bengkulu harus melakukan lebih lama dalam mempromosikan Event Tabut 2023. Hal tersebut dikarenakan promosi yang dilakukan hanya terlihat dalam kurun waktu 2-3 minggu terakhir. Maka dari itu perlunya melakukan promosi lebih lama lagi sehingga dapat

**150 | Vethy Octaviani, Martha Heriniazwi Dianthi, Rio Dinero; Marketing Communication Strategy Of...**

menjangkau masyarakat yang tidak hanya ada di wilayah yang berada dekat di Provinsi Bengkulu saja tetapi juga di wilayah lain. Hal ini berlaku juga untuk promosi di Internasional. Kemudian target sendiri seharusnya lebih besar yang telah ditargetkan karena untuk Event Internasional sendiri seharusnya tidak hanya 150.000 saja tetapi harus lebih dari itu. Hal tersebut dapat dilihat dari pengunjung yang hadir di acara IMF di Surakarta. Untuk media promosinya, diharapkan Pemerintah Provinsi Bengkulu dapat melakukan promosi secara lebih agresif dan luas lagi sehingga dapat menjangkau orang-orang lebih luas lagi untuk hadir di Festival Tabut 2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad. 2015. Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fandy Tjiptono. 1995. Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Frahanandani, Rizky, dan Evawani Elysa Lubis. 2020. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN KARIMUN DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG WISATA DI PANTAI LUBUK." Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 2 7(1):1–14.
- Hafied Cangara. 2017. Perencanaan & strategi komunikasi. Vol. Cetakan ke-3. Jakarta: Rajawali Pers.
- Luthfiana, Innez Irma, dan Dessy Kania. 2017. "Pengaruh komunikasi pemasaran sosial terhadap brand awareness ombudsman Republik Indonesia." Journal communication spectrum: capturing new perspectives in communication 4(1):24–42.
- Mardiyanto, Doni, dan Giarti Giarti. 2019. "ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)." JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA 3(01). doi: 10.29040/jie.v3i01.470.
- Nuansya, Ardi. 2017. DAYA TARIK WISATA BUDAYA FESTIVAL CIAN CUI DI KOTA SELAT PANJANG PROVINSI RIAU. Vol. 4.
- Nugrahani, Dewi Shanti. 2008. "Peran Strategi Komunikasi Pemasaran 'Word of Mouth' Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen." SEGMEN: Jurnal Manajemen dan Bisnis (1).
- Nuning Indah Pratiwi. 2017. Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. Denpasar.
- Prasanti, Nuryah Asri Sjafrirah Ditha. 2016. "Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Penggunaan Media Komunikasi Dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara Di Bandung." Volume Vi (2).
- Putri, Erita Riski, dan Umar Muhammad. 2019. "Gaya Komunikasi Relawan Serambi Inspirasi Dalam Membangun Minat Belajar Anak (Studi Deskriptif Kualitatif Pada SD Dinamika Indonesia Bantar Gebang-Bekasi)." Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika 19(1):99–106.
- Rizky Aditya, Wahyu, Evawani Elysa Lubis, dan MSi Jurusan Ilmu Komunikasi-Konsentrasi Hubungan Masyarakat. 2017. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami di Kota Pekanbaru). Vol. 4.
- Sepiolita, Ria Twin, Utami Arsih, dan V. Eny Iryanti. 2017. "Ritual Mengambil Tanah dalam Upacara Tabut di Kota Bengkulu." Jurnal Seni Tari 6(2):1–8.
- Terence A Shimp, Dwi Kartini Yahya, Suryadi Saat, dan Wisnu Chandra Kristiaji. 2003. Periklanan & promosi : komunikasi pemasaran terpadu. Ed. 5. Jakarta: Erlang
- Admin PMB BRIN. 2022. "Tabut di Bengkulu: dari Ritual ke Festival Budaya yang Tetap Eksis sejak Ratusan Tahun Lalu." BRIN (BADAN RISET DAN INOVASI NASIONAL). Dikutip 8 Agustus 2023 (<https://pmb.brin.go.id/tabut-di-bengkulu-dari-ritual-ke-festival-budaya-yang-tetap-eksis-sejak-ratusan-tahun-lalu/>).
- Agnia Primasasti. 2022. "International Mask Festival 2022." PEMERINTAH KOTA SURAKARTA. Dikutip 10 Agustus 2023 (<https://surakarta.go.id/?p=24867>).
- I Gusti Ayu Dewi Hendriyani. 2022. "Siaran Pers : Menparekraf Berharap Festival Tabut Bengkulu Bisa Menjadi Event Berskala Internasional." Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dikutip 10 Agustus 2023 (<https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-berharap-festival-tabut-bengkulu-bisa-menjadi-event-berskala-internasional>).

SISKA. 2023. "FESTIVAL TABUT BENGKULU 2023." DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN  
PROVINSI BENGKULU. Dikutip 10 Agustus 2023  
(<https://dikbud.bengkuluprov.go.id/2023/07/10/festival-tabut-bengkulu-2023/#:~:text=Kementerian%20Pariwisata%20dan%20Ekonomi%20Kreatif,di%20Lapangan%20Merdeka%20Kota%20Bengkulu.>).