

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ngawi Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Taman Wisata Tawun Ngawi

Upik Dyah Eka Noviyanti^{1,@}, Aliefcelia Tiffany Azzahra²

¹ Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

² Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

ARTICLE INFO

Keywords:

Promotional Strategy
Taman Wisata Tawun
Department of Tourism,
Youth,
Sports of Ngawi Regency.

ABSTRACT

Promotion is one of the methods conducted by the tourist attractions managers in increasing tourist visits. Due to that, the Department of Tourism, Youth, and Sports of Ngawi Regency set promotional at Taman Wisata Tawun. This research used a qualitative descriptive method. Data collection techniques were used by conducting interviews, observation, and the documentation. The results of the research can be seen, the promotion strategy of the Department of Tourism, Youth, and Sports of Ngawi Regency in promoting Taman Wisata Tawun by advertising from various media, such as print media, like brochures, booklets, and billboards. Next is social media, namely Instagram, Facebook and YouTube, and electronic media, such as television. Also, through events, such as Keduk Beji, music events, Orek-Orek, Art & Culture Festival, and Pasar Jadul. From the numerous promotional strategies carried out by the Department of Tourism, Youth, and Sports of Ngawi Regency, the promotional obstacles faced by the Department of Tourism, Youth, and Sports of Ngawi Regency in increasing the number of tourist visits at Taman Wisata Tawun is also known.

1. Pendahuluan

Menurut [Gitosudarmo \(2000\)](#) Promosi adalah kegiatan dengan tujuan mempengaruhi konsumen agar dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian membeli produk tersebut. Kegiatan promosi dalam perusahaan adalah salah satu kegiatan yang terpenting untuk meyakinkan konsumen kepada produk yang ditawarkan dan juga kegiatan promosi dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam persaingan.

Menurut [Tjiptono \(2008\)](#) menjelaskan adanya bauran promosi yaitu periklanan (*Advertising*), Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). Promosi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan promosi pariwisata melalui media periklanan. Promosi merupakan suatu cara yang dapat berinteraksi secara

@ upikdyah@vokasi.unair.ac.id

langsung dengan wisatawan. Interaksi yang terjadi berupa komunikasi dengan wisatawan untuk memberikan informasi maupun mempengaruhi wisatawan agar mengunjungi objek wisata. Peningkatan wisatawan yang berkunjung tidak terlepas dari strategi promosi yang dilakukan pengelola objek wisata dengan melalui bauran periklanan berbagai media. Pengelola objek wisata tersebut termasuk Dinas Pariwisata yang dimana merupakan instansi pemerintahan dengan peran menaungi pariwisata di suatu daerah.

Berdasarkan [Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009](#) berisi penyerahan sebagian urusan di bidang penyelenggaraan pariwisata kepada pemerintah daerah. Pemerintah daerah yang memegang kekuasaan dalam bidang pariwisata adalah Dinas Pariwisata. Menurut Yoeti dalam [Primadany \(2013\)](#) Dinas Pariwisata adalah badan kepariwisataan dari pemerintah sebagai suatu badan yang memegang tanggungjawab dalam pengembangan dan pembinaan pariwisata baik nasional maupun daerah. Dinas pariwisata menyebar di setiap wilayah termasuk Kabupaten Ngawi.

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi memiliki dua destinasi wisata yang dikelola, yaitu Museum Trinil dan Taman Wisata Tawun. Taman Wisata Tawun adalah taman wisata yang mengusung wisata sejarah dan wisata keluarga, berlokasi di Desa Tawun kecamatan Kasreman Ngawi. pemilihan objek penelitian di Taman Wisata Tawun, karena saat ini Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi sedang menggencarkan pembangunan Taman Wisata Tawun Ngawi guna menarik minat wisatawan. Pembangunan yang sedang dilakukan meliputi pembaharuan fasilitas dan penambahan daya tarik secara berkala. Daya tarik yang ada di Taman Wisata Tawun: Kolam renang, Sendang Beji, kolam bulus dan danau buatan, taman bermain, taman hutan bambu, dan taman bermain anak. Daya tarik yang terbaru saat ini ada: Tawun Forest Garden dan Tawun Bike Park. Taman Wisata Tawun memiliki daya tarik yang khas yaitu adanya tradisi Keduk Beji yang diselenggarakan setahun sekali, pada kalender Jawa diadakan pada Selasa Kliwon. Keduk memiliki arti membersihkan dan Beji yang memiliki arti mata air (Sendang). Masyarakat Desa Tawun rutin menyelenggarakan Tradisi Keduk Beji ini bertujuan bersih-bersih mata air di Taman Wisata Tawun atau lebih dikenal dengan Sendang Beji. Daya tarik lainnya yaitu Taman Wisata Tawun memiliki kolam renang, kolam renang tersebutlah yang membuat ramai pengunjung dari weekdays hingga weekends, kolam renang ini memiliki keistimewaan yaitu airnya berasal dari Sendang Beji.

Selanjutnya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi berupaya mendongkrak wisatawan yang berkunjung dengan menggunakan periklanan melalui berbagai media baik melalui media sosial, media elektronik, media cetak dan *event* yang diselenggarakan di Taman Wisata Tawun. Dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan dari tahun 2017-2020 di saat sebelum pandemi *COVID-19* kenaikan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Tawun ini dapat terbilang berhasil oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi. Keberhasilan tersebut dipengaruhi adanya suatu strategi terutama strategi promosi tetapi tidak sedikit juga adanya kendala yang dihadapi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Taman Wisata Tawun 2017-2020

Tahun	Jumlah Kunjungan Taman Wisata Tawun
2017	81.180 orang
2018	83.032 orang
2019	131.123 orang
2020	37.469 orang

(hingga bulan Maret karena adanya *COVID-19*)

Sumber: Data Disparpora Kabupaten Ngawi Tahun 2021

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa promosi berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan di objek wisata. Oleh karena itu, peneliti memilih untuk membahas strategi promosi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Taman Wisata Tawun Ngawi. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi, dan kendala promosi apa saja yang dihadapi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Tawun Ngawi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi di Jalan Yos Sudarso No. 63 Ngawi dengan pemilihan objeknya yaitu Taman Wisata Tawun yang beralamat di Jalan Sunan Lawu, Dari, Tawun, Kasreman, Kabupaten Ngawi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Taman Wisata Tawun merupakan salah satu dari 2 objek wisata di Ngawi yang di kelola Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi. Taman Wisata Tawun berlokasi di Jalan Sunan Lawu, Dari, Tawun, Kasreman, Kabupaten Ngawi, sangat mudah untuk mengakses ke Taman Wisata Tawun karena berada di jalur Ngawi – Caruban sekitar 7 km dari pusat kota Ngawi. Taman Wisata Tawun merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Ngawi yang menawarkan wisata keluarga dan wisata sejarah, memiliki luas sekitar 6 hektar dan dikenal akan daya tariknya yaitu terdapat Sendang Beji atau sumber mata air Beji, yang hingga saat ini masyarakat sekitar masih melakukan upacara adat Keduk Beji, Upacara adat ini terus dilestarikan hingga sekarang dan diadakan setiap setahun sekali dalam kalender jawa pada selasa kliwon, upacara adat Keduk Beji bertujuan untuk membersihkan sumber mata air. Taman Wisata Tawun memiliki fasilitas yaitu; gazebo, toilet, warung makan, mushola dan lahan parkir.

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi sebagai instansi pemerintah yang melaksanakan segala urusan mengenai pariwisata memiliki strategi untuk menunjang peningkatan kunjungan wisatawan. Salah satunya yaitu strategi promosi pariwisata yang dikelola Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi adalah Taman Wisata Tawun. Dalam strategi promosi Taman Wisata Tawun seluruhnya dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi. Sebagai objek wisata yang dikelola Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi, Taman Wisata Tawun selalu gencar dalam pembangunan, pengelolaan dan promosi.

Langkah pertama Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam mempromosikan Taman Wisata Tawun yaitu melalui pembaharuan fasilitas dan penambahan daya tarik yang ada di Taman Wisata Tawun secara berkala, saat ini daya tarik yang ada di Taman Wisata Tawun; Kolam renang, Sendang Beji, Taman Bulus dan Danau Buatan, Taman Hutan Bambu, Taman Bermain Anak, Tawun *Forest Garden* dan Tawun *Bike Park*.

Langkah selanjutnya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menjalankan promosi objek wisata dengan memanfaatkan berbagai media, salah satunya melalui media cetak yang digunakan dalam mempromosikan. Media cetak yang digunakan adalah *booklet*, brosur dan baliho. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menggunakan media cetak *booklet* dalam mempromosikan Taman Wisata Tawun.

Gambar 1.1 Booklet Pesona Ngawi



Sumber: Dokumentasi Pribadi 2021

Media cetak booklet terbaru milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga, berjudul Pesona Ngawi dengan slogannya piknik ning ngawi asik asik wisatanya, asik kulinernya, asik orangnya. *Booklet* ini dibuat terakhir pada tahun lalu 2020, dan terus akan dibuat baru ketika ada informasi pembaharuan destinasi wisata di Ngawi, dalam *booklet* pesona Ngawi ini juga diberikan *barcode* yang dimana jika di scan secara otomatis menghubungkan ke *Google Maps* dengan titik tujuan lokasi dari objek wisata tersebut dengan ini dapat mempermudah pembaca dari *booklet* tersebut untuk mengetahui lokasi objek wisatanya dengan bantuan navigasi dari *Google Maps*. Dalam *booklet* Pesona Ngawi tidak hanya memberikan informasi terkait objek wisata di Ngawi tetapi ada juga event, kerajinan, dan kuliner.

Dalam persebarannya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menyebarkan secara *offline* dengan membagikan booklet tentang objek wisata Ngawi saat ada tamu penting yang datang ke Kabupaten Ngawi dan ada juga brosur wisata Ngawi yang di letakkan di hotel dan *restaurant* sehingga dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata yang berada di Kabupaten Ngawi. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam pembuatan media cetak seperti *booklet* dengan menggandeng percetakan di Kabupaten Ngawi.

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi juga memanfaatkan media cetak brosur sebagai media promosi Taman Wisata Tawun. Brosur yang dibuat Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi berupa selebaran kertas yang tersedia di Taman Wisata Tawun serta sama halnya dengan *booklet* untuk persebarannya dengan menitipkan di hotel maupun *restaurant* yang berada di Ngawi dan juga jika memang saat ada tamu penting yang berkunjung ke Ngawi dan saat adanya event. Selain itu sama dengan *booklet*, dalam pembuatan brosur Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi juga menggandeng percetakan dalam pembuatan desain brosur tetapi untuk konsep isi tetap Dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi.

Selain itu, media cetak yang dilakukan adalah pemasangan baliho di jalan besar Ngawi-Caruban karena lokasi dari Taman Wisata Tawun berada di jalan arah Ngawi ke Caruban atau arah Surabaya. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi membuat baliho berukuran besar untuk mempromosikan Taman Wisata Tawun.

Gambar 1.2 Baliho Taman Wisata Tawun



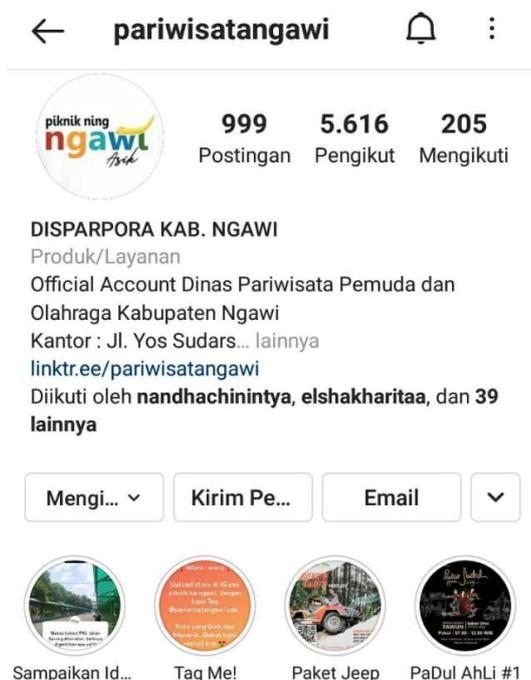
Sumber : Dokumentasi Pribadi 2021

Baliho tersebut dibuat dengan dua sisi sehingga masyarakat yang melintasi jalan tersebut jadi mengetahui informasi bahwa ada objek wisata Taman Wisata Tawun. Baliho tersebut juga diganti secara berkala ketika ada event dan daya tarik terbaru di Taman Wisata Tawun. Dengan begitu, baliho tersebut juga menjadi informasi bahwasanya di Taman Wisata Tawun akan diadakan suatu *event* atau terdapat daya tarik baru.

Selanjutnya, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi memanfaatkan berbagai sosial media dalam mempromosikan objek wisata yang ada di Ngawi termasuk Taman Wisata Tawun, media sosial yang digunakan ada; *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Media sosial yang mempromosikan objek wisata Ngawi hanya dikelola oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi sehingga promosi yang berada di sosial media tersebut mengangkat semua objek wisata yang ada di Ngawi termasuk Taman Wisata Tawun.

Dari ke-3 sosial media tersebut Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi lebih sering menggunakan sosial media *Instagram*.

Gambar 1.3 Media Sosial Instagram DISPARPORA Kabupaten Ngawi



Sumber :Account @pariwisatangawi Tahun 2021

Media sosial *Instagram* @pariwisatangawi dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi, media sosial *Instagram* inilah menjadi media sosial yang gencar dalam promosi. Dalam media sosial *Instagram* Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga memiliki pengikut lebih dari 5000 orang dengan lebih dari 1000 postingan, di *Instagram* milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi ini memberikan informasi terkait seluruh kegiatan pariwisata di Kabupaten Ngawi tetapi untuk unggahan yang diposting tidak hanya sekedar konten dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi tetapi juga merepost dari berbagai pengguna *Instagram* lainnya yang memposting kegiatan pariwisata di Ngawi, dan juga merepost dari kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif RI.

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi juga memanfaatkan fitur *Instagram* lainnya seperti halnya hashtag, hashtag yang digunakan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi digunakan untuk mempermudah pengguna *Instagram* lainnya mencari wisata yang ada di Ngawi. Hashtag yang sering digunakan yaitu #ngawingangeni dan #piknikngawiasik, namun untuk objek wisata Taman Wisata Tawun disini Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menggunakan hashtag yang terkait langsung dengan suatu event yang diselenggarakan di Taman Wisata Tawun yaitu #pasarjadulahadlegi guna mempermudah pengguna akun *Instagram* lainnya untuk mencari informasi terkait event di Taman Wisata Tawun.

Berikutnya Media sosial *Youtube* milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi saat ini memiliki 253 subscriber. Untuk konten yang diupload sudah sangat jarang terakhir unggahan konten di *Youtube* pada Februari 2021.

Gambar 1.4 Media Sosial *Youtube* DISPARPORA Kabupaten Ngawi

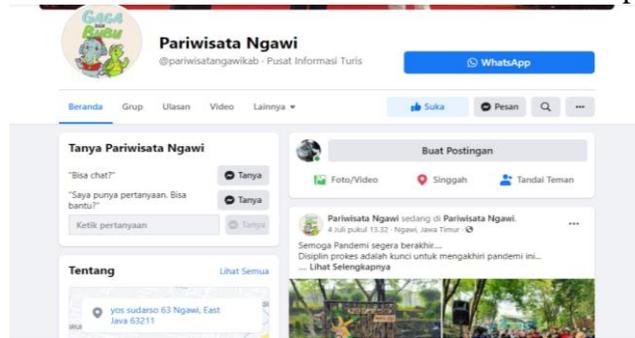


Sumber: Account Pariwisata Ngawi Tahun 2021

Unggahan video yang berada di channel *Youtube* milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi memiliki 52 video dimana 6 diantaranya merupakan video animasi serial “Gaga dan Bubu”. Adanya animasi serial “Gaga dan Bubu” merupakan upaya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam mempromosikan wisata Ngawi ditengah pandemi seperti ini. Pembuatan konten tersebut menjadi salah satu tayangan edukasi dengan menampilkan wisata yang ada di Ngawi. Salah satu contoh video konten animasi serial “Gaga dan Bubu” yang menceritakan Taman Wisata Tawun adalah Video yang berjudul “Berwisata ke Tawun” yang diunggah pada bulan Februari lalu dan telah ditonton sebanyak lebih dari 1000 kali. Selanjutnya ada juga video *Youtube* yang mengangkat Taman Wisata Tawun dengan judul “Tawun Dangdut Vaganza” yang diunggah pada juli 2019 dan telah di tonton sebanyak 34 kali. Video tersebut hanya cuplikan-cuplikan dari serangkaian acara pada saat ada event musik dangdut vaganza di Taman Wisata Tawun. Promosi melalui media sosial *youtube* juga dibantu dengan *vlogger* yang mengangkat konten wisata Ngawi. Secara tidak langsung para *Vlogger* yang sedang mengunjungi Taman Wisata Tawun dan sedang membuat konten video di Taman Wisata Tawun menjadi alternatif promosi lainnya.

Media sosial selanjutnya yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam mempromosikan Taman Wisata Tawun yaitu media sosial *Facebook*, dimana telah diketahui *Facebook* merupakan sosial media yang telah lama ada dan saat ini *facebook* telah memiliki relasi dengan *Instagram* sehingga setiap unggahan di akun *Instagram* dapat terhubung ke akun *Facebook*. Sehingga konten di media sosial *Facebook* ini sama persis dengan yang di unggah di *Instagram* secara tidak langsung disetiap postingan memiliki persamaan.

Gambar 1.5 Media Sosial *Facebook* DISPARPORA Kabupaten Ngawi



Sumber: Account Pariwisata Ngawi Tahun 2021

Media sosial *Facebook* milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menjadi akun *facebook* pusat informasi turis, akun resmi milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi ini memiliki pengikut sebanyak 4.410 orang. Selain itu, dalam akun *Facebook* Parwisata Ngawi dilengkapi dengan, nomor *whatsapp* milik salah satu staff bidang pariwisata Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi untuk informasi lebih lanjut berkaitan dengan pariwisata Ngawi, email resmi yang dikelola Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi *ngawipariwisata@gmail.com* yang berkaitan dengan pariwisata Ngawi, dan juga ada keterangan jam kantor Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga serta alamat serta maps. Dengan fasilitas yang lengkap tersebut Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi berharap wisatawan yang akan mengunjungi wisata di Ngawi tidak kesusahan dalam mencari informasi lebih lanjut.

Promosi melalui media elektronik juga diupayakan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Taman Wisata Tawun dengan cara bekerja sama dengan berbagai stasiun televisi nasional seperti ada JTV, TVRI, Net Surabaya, Trans7, dan stasiun televisi lokal seperti Sakti TV.

Gambar 1.6 Promosi Taman Wisata Tawun melalui stasiun televisi



Sumber: Dokumentasi Siaran Stasiun Televisi (NET JATIM)

Promosi yang dilakukan melalui televisi sesuai dengan acara yang akan ditayangkan seperti halnya Trans7 dengan program Redaksi Trans 7 yang meliput saat sedang ada event Keduk Beji. Hal ini secara tidak langsung mengenalkan objek wisata yang ada di Ngawi terlebih Taman Wisata Tawun kepada wisatawan secara luas sehingga menarik minat untuk mengunjungi Taman Wisata Tawun.

Strategi promosi juga diupayakan melalui event yang dilakukan secara rutin setiap tahunnya oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi sebagai media promosi di Taman Wisata Tawun. Promosi melalui event sangat mendongkrak wisatawan yang berkunjung ke Taman Wisata Tawun saat sebelum pandemi, saat ini semua event berhenti karena adanya *COVID-19*. Event yang di selenggarakan di Taman Wisata Tawun.

Keduk Beji merupakan tradisi upacara adat yang rutin dilaksanakan satu tahun sekali, menurut pada tanggalan Jawa Islam diadakan pada hari Selasa Kliwon jelang bulan Sura. Arti Keduk Beji yaitu Keduk (membersihkan) dan Beji (nama mata air). Tradisi upacara adat ini terus dilakukan hingga sekarang, sebagai bentuk penghormatan atas menghilangnya, Raden Ludrojoyo yang mengorbankan jiwa dan raganya dengan tapa *kungkum*, memohon kepada Yang Maha Kuasa untuk menghidupkan mata air di desa Tawun. Proses upacara sakral ini, diawali dengan kumpulan orang-orang memasuki sendang lalu melakukan pembersihan sendang dari kotoran. Uniknyanya dalam event ini hanya kaum laki-laki saja yang diperbolehkan, dengan mengambil semua kotoran yang ada di sendang dengan saling memukul menggunakan ranting yang diiringi tabuhan gendang. Kaum laki-laki yang dimaksud merupakan warga asli Desa Tawun, dan lebih diutamakan yang memiliki persawahan di area Desa Tawun. Berdasarkan buku Pesona Ngawi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi (2020:41) Mbah Supomo selaku sesepuh Desa Tawun mengatakan, saling pukul atau *kecetan* istilah yang didefinisikan sebagai sikap *legowo*, tidak boleh saling menyimpan rasa dendam satu sama lain. Kemudian upacara dilanjutkan dengan tari persembahan Galih Nogo Seno, lalu *penyileman* atau menyelam pusat sumber air, untuk mengganti kendi yang dilakukan oleh keturunan *Ludrojoyo*, dengan syarat harus laki-laki dan siap untuk *nyilem*. Proses ini berakhir

dengan *selamatan* serta makan berkat gunung lanang dan wadon yang dipercaya warga bisa mendapatkan berkah.

Gambar 1.7 Tradisi Keduk Beji



Sumber : Dokumentasi DISPARPORA Kab. Ngawi Tahun 2019

Dalam *event* Keduk Beji Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga tidak mencampuri adat yang telah dipercayai masyarakat sekitar, tetapi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga membantu perihal fasilitas yang dibutuhkan. *Event* Keduk Beji ini tidak pernah sepi peminat karena *event* ini hanya dilaksanakan satu tahun sekali. Pengunjung dari *event* Keduk Beji tidak hanya berasal dari Kabupaten Ngawi saja tetapi juga dari berbagai daerah yang ada di sekitar Kabupaten Ngawi, dalam *event* keduk beji Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi mengundang Dinas Pariwisata Provinsi untuk menghadiri *event* tersebut.

Event musik yang sering diadakan di Taman Wisata Tawun adalah musik dangdut. Dengan *event* dangdut ini Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menjadikannya sebagai *event* dalam hal strategi promosi dengan memperkenalkan Taman Wisata Tawun melalui musik dangdut, dan dirasa bisa untuk menarik pengunjung datang, karena setiap diadakannya *event* musik dangdut pengunjung sangat ramai berkunjung ke Taman Wisata Tawun. Dalam *event* musik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi menggandeng pemuda Karang Taruna untuk ikut andil dalam *event* ini seperti halnya pemilihan bintang tamu yang diundang, karena telah diketahui musik dangdut ini musik yang digemari warga sekitar terlihat saat berlangsungnya *event* musik dangdut warga sekitar atau warga Desa Tawun berbondong-bondong datang untuk menonton.

Gambar 1.8 *Event Music* di Taman Wisata Tawun



Sumber: Dokumentasi DISPARPORA Kab. Ngawi 2019

Event ini selalu diadakan pada malam pergantian tahun dan saat hari lebaran tiba. Dalam *event* musik, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi berperan untuk membantu dalam hal tempat dan kebersihan. Selain itu retribusi juga dikerahkan ke karang taruna sebagaimana perhitungan akan adanya bintang tamu tersebut hanya karang taruna yang tahu tetapi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi juga masih mendapatkan hasil retribusi sesuai tiket masuk yang telah ditetapkan.

Event orek-orek Art & Culture Festival merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi untuk mempromosikan wisata di Ngawi. *event* ini mulai berlangsung pada tahun 2018 yang dilaksanakan di Benteng Van Den Bosch Ngawi. kemudian di tahun 2019 *event* ini berpindah tempat ke Taman Wisata Tawun. Maksud dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dengan memindahkan tempat *event orek-orek Art & Culture Festival* supaya pariwisata Ngawi lebih dikenal. Pemilihan tempat dari *event orek-orek Art & Culture* atas keputusan Bupati. *Event orek-orek Art & Culture* tidak hanya dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi tetapi juga dengan menggandeng *event organizer* dari seluruh Indonesia, pemilihan *event organizer* dilakukan secara lelang untuk siapa saja *event organizer* dari seluruh Indonesia bisa mengikuti sehingga banyak penawaran yang masuk dan keputusan pemilihan dilakukan oleh Unit Layanan Pengadaan (ULP) dengan tugas yang memproses pengadaan barang dan jasa milik pemerintah kabupaten sebagaimana yang terpilih dilihat dari berbagai penilaian seperti bintang tamu seniman, harga dan fasilitas lainnya.

Gambar 1.9 *Event Orek-Orek Art & Culture Festival*



Sumber: Dokumentasi DISPARPORA Kab. Ngawi Tahun 2019

Event yang diadakan di Taman Wisata Tawun pada tahun 2019 oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dengan menggandeng *Event Organizer Visual Image* Solo, memiliki tema Kidung Guyub Negeri Ngawi Ramah. Menampilkan serangkaian pertunjukan yang memadukan antara seni tradisi yang ada di Kabupaten Ngawi yang dikemas dengan menarik hasil kolaborasi seniman lokal dan nasional.

Pasar Jadul atau Pasar Jaman Dulu pertama kali diadakan pada bulan Juni 2019 yang merupakan pasar rakyat yang dikemas secara tradisional. *Event* pasar jadul ini menjadi event Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi yang dilaksanakan pada setiap Ahad Legi. Dengan adanya Pasar Jadul ini sangat mendongkrak pengunjung yang hadir, adapun pengunjung datang dari dalam Kabupaten Ngawi dan luar Kabupaten Ngawi. Pasar Jadul menyajikan barang, makanan, dan juga wahana bermain zaman dahulu yang jarang di temui di era modern sekarang. Makanan yang dijual antara lain nasi jagung, nasi tiwul, nasi lethok pecel, gethuk, sate jamur, dan makanan lainnya. Uniknya, transaksi jual beli di sini menggunakan uang jaman dulu, dengan cara menukarkan uang rupiah dengan koin yang terbuat dari bambu, uang bambu ini menunjukkan identitas Kabupaten Ngawi yang berasal dari kata “awi” yang berarti bambu. Kemudian, keunikan lainnya juga berasal dari tempat dagangan serta pedagang nya, tempat dagangannya telah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dengan menggunakan sejenis meja kecil yang terbuat dari anyaman bambu Selain itu, untuk menyesuaikan tema peralatan berjualan nya juga mengambil tema zaman dahulu seperti halnya wadah berjualan nya menggunakan wadah gerabah kuali hingga para pedagang event Pasar Jadul menggunakan daun pisang untuk digunakan sebagai piring. Untuk para pedagang nya sendiri juga sudah di tetapkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga sendiri yaitu tetap berpenampilan layaknya zaman dahulu seperti halnya jika pedagang wanita menggunakan kebaya kemudian untuk pedagang pria bisa menggunakan pakaian lurik jawa, hal tersebut membawa kesan seperti kembali saat berjualan pada zaman dahulu.

Gambar 1.10 *Event Pasar Jadul*



Sumber: Dokumentasi DISPARPORA Tahun 2019

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam menyelenggarakan *event* Pasar Jadul pada awalnya tetap mengusahakan para pedagang yang berjualan dari warga asli Desa Tawun, kemudian seiring peminat wisatawan yang berkunjung di *event* Pasar Jadul ini meningkat di setiap penyelenggaraan *event* tersebut pada akhirnya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi memutuskan untuk membuka kesempatan kepada warga dari luar Desa Tawun dengan melalui tahapan seleksi yaitu konsep dagangan zaman dahulu serta dagangan yang ditawarkan tidak boleh sama dengan dagangan yang sebelumnya sudah ada di *event* Pasar Jadul. Pada akhirnya *event* Pasar Jadul ini yang berdagang tidak hanya dari warga Desa Tawun tetapi dengan dibatasi karena terkait dengan tempat di Taman Wisata Tawun. Hingga saat ini jumlah pedagang yang ada di *event* Pasar Jadul yaitu 50 pedagang. Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi memiliki filosofi terkait pemilihan hari diselenggarakannya *event* Pasar Jadul, pemilihan hari Ahad Legi tersebut karena *event* Pasar Jadul mengusung tema zaman dahulu yang masih kejawaan sehingga untuk mengetahui hari pada tanggalan Jawa yaitu dengan menggunakan pasaran (legi, pahing, kliwon, pon, wage) sehingga antara tema dengan penentuan penyelenggaraan *event* Pasar Jadul menjadi relevan.

Dari pembahasan strategi promosi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dapat dikatakan berhasil sebagaimana menurut data dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam salah satu data lonjakan kunjungan wisatawan di Taman Wisata Tawun sebagai berikut:

Tabel 1.2 Kunjungan Wisatawan Taman Wisata Tawun 2019

Bulan	Jumlah Kunjungan Taman Wisata Tawun
Mei	7.641
Juni	17.580

Sumber: Data Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi Tahun 2021

Terlihat dari tabel diatas, promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi meningkat secara signifikan, upaya yang dilakukan dengan mempromosikan baik melalui *event* dan berbagai media terjadi kenaikan jumlah kunjungan wisatawan.

Kendala Promosi

Setelah diketahui berbagai upaya strategi promosi Taman Wisata Tawun diketahui kendala yang dihadapi oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi guna

untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Taman Wisata Tawun yaitu kurangnya sumber daya manusia yang memiliki skill akan digital marketing. Kendala juga dihadapi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam mengunggah konten di media sosial karena kurangnya staff khusus yang memegang seluruh akun media sosial milik Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga sehingga dengan begitu unggahan informasi terkait wisata Ngawi sangat jarang terpublish dan hanya mengandalkan repost dari akun lainnya.

Kendala selanjutnya dalam hal terbatasnya fasilitas penunjang promosi Taman Wisata Tawun seperti spesifikasi dari komputer kantor kurang memadai dan terbilang masih jauh dari kata cukup. Selain itu kamera, kamera juga perlu penambahan unit sehingga pengambilan konten untuk promosi bisa lebih efisien dan juga penunjang dari kamera seperti tripod dan stabilizer juga sangat perlu diadakan agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

4. Kesimpulan

Taman Wisata Tawun merupakan objek wisata yang memiliki daya tarik budayanya dengan menawarkan wisata keluarga dan wisata sejarah. Taman Wisata Tawun dikelola langsung oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dengan memperhatikan pembangunan, pengelolaan dan promosi. Upaya Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi dalam mempromosikan Taman Wisata Tawun dengan cara memelihara fasilitas serta menambah daya tarik yang ada di Taman Wisata Tawun secara berkala dengan begitu wisatawan akan mengunjungi Taman Wisata Tawun setiap tahunnya.

Promosi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ngawi juga gencar melalui periklanan dalam berbagai media baik Online maupun *Offline*, *Offline* menggunakan media cetak seperti brosur, *booklet* dan baliho dan juga event, event yang berada di Taman Wisata Tawun ada; Keduk Beji, *event music*, *Orek-orek art & culture festival*, dan Pasar Jadul. Sedangkan media Online disini menggunakan media sosial seperti; *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*, dan juga menggunakan media elektronik seperti; stasiun televisi JTV, TVRI, Net Surabaya, Trans7, dan stasiun televisi lokal seperti Sakti TV.

Dalam melakukan upaya promosi Taman Wisata Tawun, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga tentu juga mengalami beberapa kendala. Saat ini juga promosi yang paling gencar dengan menggunakan sosial media, karena penyebaran promosi melalui media sosial sangat cepat. Adapun kendala yang dihadapi yaitu; kurangnya SDM yang memiliki skill dalam hal pembuatan konten di media sosial, kurangnya staff sebagai admin media sosial, dan keterbatasan fasilitas penunjang untuk promosi seperti komputer, kamera, tripod, stabilizer dan lainnya.

Daftar Pustaka :

Article :

- Awaluddin, Sumarni. (2021). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Kota Palopo. *Movere Journal*, 3(1):81-92
- Primadany, Sefira Ryalita. (2013). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(4):135-143.

Book :

- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah, Satu Nusa*. Bandung.
- Drs. Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit CAPS. Yogyakarta.

- Gitosudarmo, Indriyo. (2000). *Manajemen Pemasaran*, BPFE. Yogyakarta.
- Moekijat. (2000). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Penerbit CAPS. Yogyakarta.
- Spillane, J. J. (1982). *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya 1988*, Kanisius. Yogyakarta.
- Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*, CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Undang - Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*, Graha Ilmu. Yogyakarta.