

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada Bab III ini, penulis akan menyajikan dan menjelaskan sajian data serta analisis data. Hasil penelitian dilakukan di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengenai strategi promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan melalui *event* Tour de Prambanan tahun 2018.

Hasil penelitian ini diperoleh setelah peneliti melakukan wawancara dengan Rini Wahyu Hestari selaku Kasi Atraksi Wisata & Ekonomi Kreatif, serta Fifi Nazar selaku koordinator Humas Tour de Prambanan 2018

Peneliti mengumpulkan data dengan metode wawancara dan dokumentasi. Sedangkan hasil dari studi dokumentasi didapat berdasarkan Data Statistik Kepariwisataan DIY, Data Statistik Kunjungan Wisatawan Kabupaten Sleman, Proposal Tour de Prambanan 2018, Foto dokumentasi Tour de Prambanan 2018, media online www.slemankab.go.id, koranbernas.id, dan *Press release* Tour de Prambanan 2018.

Selanjutnya setelah sajian data, peneliti akan melanjutkan ke tahap analisis data, temuan yang diperoleh melalui teori yang digunakan pada tinjauan pustaka pada Bab I.

A. Sajian Data

Adanya suatu destinasi wisata tidak akan diketahui oleh masyarakat luas apabila tidak dilakukannya kegiatan promosi mengenai objek wisata tersebut. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memiliki tugas untuk mengelola seluruh

kawasan pariwisata yang ada di Kabupaten Sleman. Oleh sebab itu mengenai kepariwisataan, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman ingin mengoptimalkan dan memaksimalkan potensi-potensi wisata yang ada di daerahnya dengan mempromosikan destinasi wisata melalui berbagai media, baik media online, media luar ruang, serta media cetak. Selain menggunakan berbagai media yang telah disebutkan, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman juga menggunakan *event* sebagai media promosinya, salah satunya melalui *event sport tourism*, dimana menggabungkan wisata dengan olahraga, keistimewaan penggunaan *event marketing* yaitu dapat berubah sewaktu-waktu menyesuaikan kebutuhan konsumen saat ini dan dapat menyesuaikan dengan trend, mode ataupun gaya hidup, sehingga pada setiap pelaksanaannya tidak membosankan.

Dalam sub bab ini berisikan mengenai data-data strategi promosi destinasi wisata Kabupaten Sleman yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melalui sebuah *event* serta tahap pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018.

Sebelum diselenggarakan kegiatan promosi, Rini Wahyu Hestari selaku Kasie Atraksi Wisata & Ekonomi Kreatif menjelaskan mengenai *event* Tour de Prambanan 2018 serta bagaimana pelaksanaannya.

“*Event* tour de Prambanan merupakan kompetisi olahraga sepeda *Road Bike* dengan jarak tempuh 100 KM, yang nantinya para peserta melewati rute berbagai destinasi wisata yang terletak di Kabupaten Sleman, selain itu para peserta akan disuguhkan kesenian tradisional sebagai salah satu upaya memperkenalkan Kabupaten Sleman. “(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Wisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung Jawab Pelaksanaan Event Tour de Prambanan 2018, Hasil wawancara 12 Desember 2018).”

Adapun proses tahapan strategi promosi destinasi wisata yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Pariwisata dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan adalah sebagai berikut :

1. Event Sebagai Media Promosi

Dalam mempromosikan destinasi wisata, setiap daerah tentunya akan merancang strategi promosi yang tepat serta efektif dalam mencapai suatu keberhasilan. Sebelum kegiatan promosi dilakukan, strategi promosi ini, sekaligus sebagai alat pengendali dan evaluasi dari kegiatan yang dijalankan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Selain menggunakan media cetak, elektronik maupun online, penggunaan *event* sekarang dianggap lebih efektif dilakukan, karena dapat berkomunikasi secara langsung dengan calon konsumen.

Hal inilah yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Dinas pariwisata menggunakan *event* baik dalam skala nasional maupun internasional sebagai media promosinya. Mengingat *event* merupakan salah satu ajang promosi yang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga akan menghasilkan kesuksesan yang besar dalam penyelenggaraannya. Seperti yang dijelaskan oleh Rini Wahyu Hestari, dalam mempromosikan destinasi wisata dengan menggunakan *event* dinilai sangat efektif dilakukan. Adapun *event cultural* maupun *event sport tourism* dipilih Dinas Pariwisata karena pada jenis *event* ini sedang diminati oleh masyarakat, sehingga memudahkan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Tujuan Kabupaten Sleman merancang, mempromosikan dan menjalankan *event* marketing merupakan bagian dari strategi promosi destinasi wisata, yang

ditujukan kepada para wisatawan yang belum pernah datang ke Sleman untuk menikmati pengalaman berwisata di Sleman.

“Kita ingin memperkenalkan destinasi wisata menggunakan sebuah *event*, yang tujuannya untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Kemudian ternyata dari sisi *event* nya sendiri, promosi yang dilakukan sangat efektif, kemudian kita ingin salah satu *event* yang menarik dan banyak diminati oleh masyarakat yaitu *event sport*, kemudian kita mengadakan *event-event sport tourism* lainnya untuk meraih kunjungan wisatawan. Salah satu *event sport* yaitu *event* Tour de Prambanan. Kemudian ada *event sport* yang lainnya yaitu, Sleman Temple Run dan masih banyak lagi, *event sport* ini kita adakan juga merupakan respon dari masyarakat yang sangat menyukai *event* jenis yang seperti ini”. (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Selain mempromosikan destinasi wisata melalui *event* Tour de Prambanan, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman juga menyelenggarakan beberapa *event sport tourism* lainnya, mengingat di Kabupaten Sleman sendiri memiliki banyak lokasi wisata olahraga, diantaranya :

Tabel 3.1 Event Sport

No	Nama Event	Keterangan
1.	Sleman Temple Run	Merupakan kompetisi marathon mengelilingi destinasi wisata candi yang rutin dilaksanakan pada bulan Juli
2.	Tour de Merapi	Merupakan jelajah menggunakan sepeda motor mengelilingi destinasi wisata Kabupaten Sleman yang rutin dilaksanakan pada bulan Juli setelah pelaksanaan <i>event</i> Sleman Temple Run

3.	Jelajah Wisata Sleman	Merupakan <i>event</i> jalan-jalan melewati pepohonan yang berembun di Kaliurang, rutin dilaksanakan pada bulan Agustus
4.	Jogja International Heritage Walk	Merupakan <i>event</i> dengan mengajak peserta mancanegara menjelajahi desa wisata Kabupaten Sleman, yang rutin dilaksanakan setiap bulan November.

Tidak hanya *event sport tourism* saja yang diselenggarakan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, adapun *event-event* lainnya yaitu, *event* Pelangi Budaya Bumi Merapi, Festival Merapi dan Festival Desa Wisata.

Perihal apa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam mempromosikan destinasi wisata melalui sebuah *event*, membawa pengaruh terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sleman, sehingga Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Pariwisata menjadikan *event* sebagai media promosi yang efektif dan dilakukan secara rutin dan terjadwal. Mengingat kabupaten sleman sendiri ingin menjadikan daerahnya sebagai tujuan *sport tourism* kelas dunia.

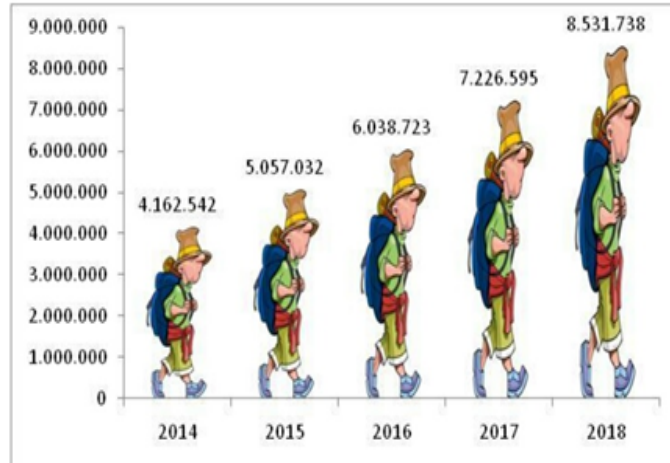
“Yang kita harapkan adalah kegiatan *sport tourism* akan menjadi kegiatan yang besar lagi, sehingga tidak lagi pada tingkat regional tetapi pada tingkat nasional bahkan internasional nantinya. Kita juga menargetkan dengan cara mempromosikan destinasi wisata sleman melalui *event* yang berbeda-beda setiap tahunnya akan mempengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan yang datang.”(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Berikut data statistik mengenai perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sleman tahun 2014-2018.

Gambar 3.1 Perkembangan Kunjungan Wisatawan 2014-2018

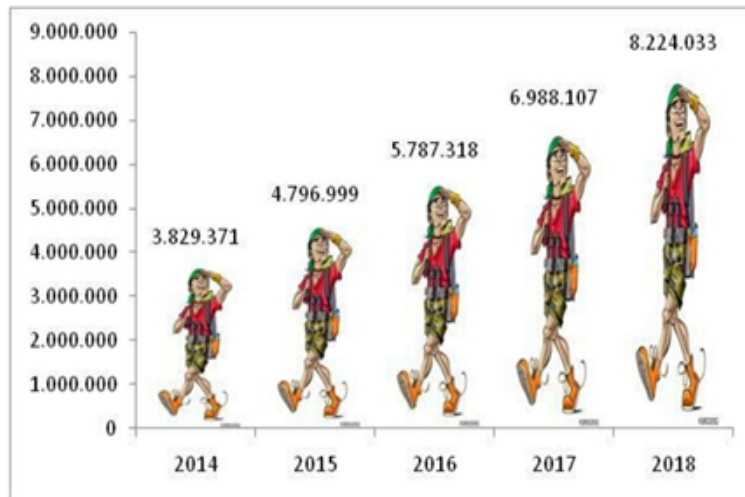
A. Perkembangan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Sleman, 2014-2018

1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan



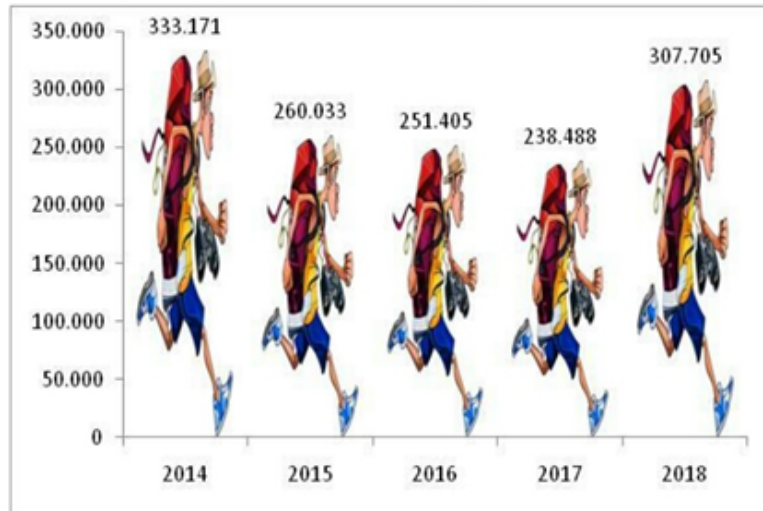
Gambar 3.2 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Nusantara 2014-2018

2. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Nusantara



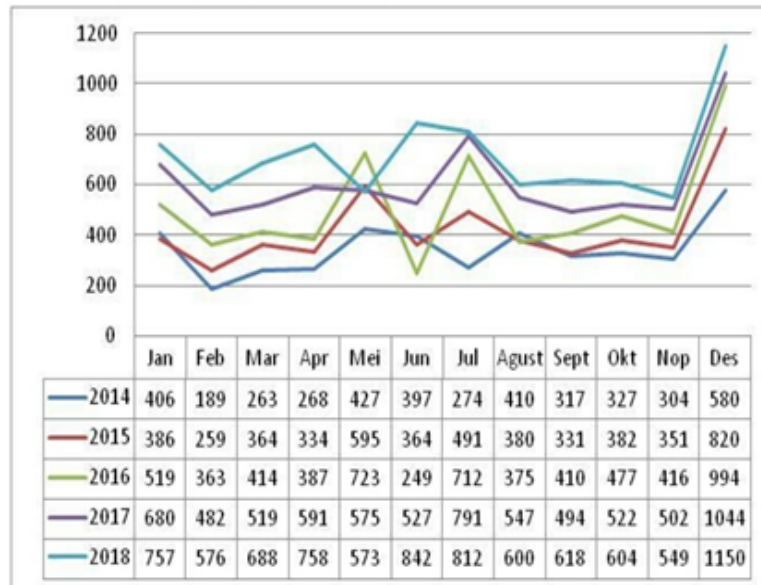
Gambar 3.3 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2014-2018

3. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara



Gambar 3.4 Perkembangan Kunjungan Wisatawan (bulanan) 2014-2018

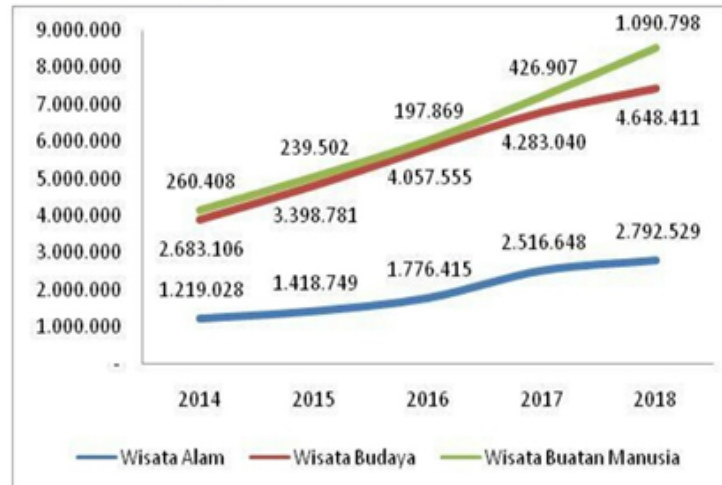
4. Perkembangan Kunjungan Wisatawan (Bulanan)



Gambar 3.5 Perkembangan Wisatawan Berdasarkan Destinasi Wisata 2014-2018

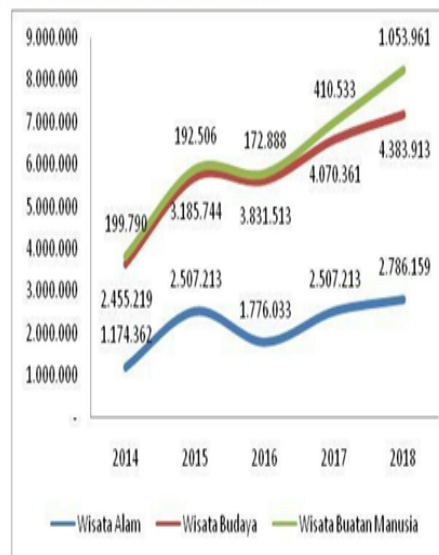
C. Kunjungan Wisatawan berdasarkan Destinasi Wisata, 2014-2018

1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan



Gambar 3.6 Perkembangan Kunjungan Wisatawan Nusantara Berdasarkan Destinasi Wisata 2014-2018

2. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Nusantara



Data diatas merupakan grafik peningkatan kunjungan wisatawan tahun 2014-2018 serta peningkatan jumlah kunjungan berdasarkan destinasi wisata Kabupaten Sleman.

Dalam kegiatan promosi destinasi wisata Kabupaten Sleman melalui *event*, khususnya *event sport* yaitu salah satunya melalui *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memiliki tahapan tahapan khusus dalam yang dilakukan sebelum pada proses pelaksanaannya *event* dimulai, tahapan-tahapan tersebut diantaranya :

1. Tahap Perencanaan Event Tour de Prambanan

Sebelum memulai tahap perencanaan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas bersama pihak-pihak terkait terlebih dahulu menentukan rancangan yang meliputi penentuan tema terhadap *event* yang akan dilaksanakan serta menentukan waktu yang tepat untuk menyelenggarakan sebuah kegiatan *event*, agar supaya *event* yang akan dilaksanakan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tidak bersamaan dengan kegiatan *event* secara nasional. Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap tingkat partisipasi peserta dengan tujuan yang akan dicapai.

“Untuk menentukan waktu yang tepat dalam melaksanakan *event* itu biasanya kita memetakan terlebih dahulu. Kita akan melihat bahwa sudah ketentuannya *event* Tour de prambanan memang rutin diselenggarakan setiap bulan oktober. Kadang di sesuaikan dengan jadwal kegiatan *event* yang ada di dinas. Dari *event-event* itu biasanya sudah kita pastikan bahwa setiap *event* sudah ada jadwalnya masing-masing yang setiap tahunnya diselenggarakan pada bulan yang sama dan sudah diatur dari awal pembuatan anggaran. Kemudian kita juga harus melihat peta *event* secara nasional agar supaya tidak bersamaan waktunya dalam penyelenggaraan *event* lainnya. Sehingga apa yang kita harapkan yang mengikuti *event* tersebut lebih maksimal.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan

Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara Rabu, 12 Desember 2018).

Selanjutnya, setelah merancang kegiatan apa yang akan dilaksanakan, tentunya Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melakukan rapat koordinasi, dimana tahap ini merupakan tahap awal guna mendiskusikan dan menyatukan visi dan misi antara Dinas dengan pihak-pihak terkait agar tidak terjadi kesalahan-kesalahan dalam pelaksanaannya dan terwujudnya suatu *event* yang membawa pengaruh besar terhadap tujuan yang ingin dicapai, khususnya dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Sleman.

“Kita melakukan rapat koordinasi ada dua tahap. Yang pertama secara internal dan secara eksternal dengan pihak ketiga yaitu bersama Lovina Tour & Event Management. Untuk rapat secara internal Dari awal tahun 2018 kita sudah melakukan rapat koordinasi dan sudah kita rancang dan membagi tim untuk pihak yang bertanggungjawab menangani *event* tersebut. Jadi kita membentuk koordinator dari bidang Pengembangan Destinasi Wisata & Ekonomi Kreatif. Kemudian dalam rapat internal yang kita bicarakan yaitu konsep acaranya seperti apa, yang terlibat siapa saja, dan setelah program ditentukan oleh semua pihak, kita langsung melakukan survei lapangan untuk rute kompetisinya. Untuk rapat internal sendiri, kita lakukan beberapa kali untuk perencanaan yang lebih matang. Selanjutnya untuk rapat koordinasi kedua bersama pihak Lovina, kita membahas mengenai teknis pelaksanaannya mulai dari target pesertanya, sistem pendaftarannya, sistem acara, doorprize, sponsor, media publikasi, desain media sebagai iklan, perencanaan jumpa *pers* dan pemberitaan di media.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melakukan rapat koordinasi secara dua tahap, yang pertama dilakukan secara internal bersama pihak Dinas. Rapat ini sudah mulai dilakukan pada awal tahun 2018 sebelum *event* diselenggarakan.

Rapat dilakukan di kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Pada rapat koordinasi secara internal hanya di hadiri oleh pihak-pihak terkait dari Dinas. Tujuan diadakan rapat koordinasi tersebut yaitu guna merencanakan program dan konsep apa saja yang akan dijalankan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018 sebagai salah satu agenda untuk mempromosikan destinasi wisata Kabupaten Sleman untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Selanjutnya, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melakukan rapat koordinasi kedua yang diikuti oleh pihak Lovina Tour and Event Management, sebagai *Event Organizer*. Dalam rapat tersebut membahas mengenai teknik pelaksanaan, mulai dari target peserta, sistem pendaftaran, sistem acara, konsumsi, doorprize, sponsor, media publikasi, desain media sebagai iklan, dan perencanaan jumpa *pers*. Adapun hal-hal yang menjadi bahan perencanaan yaitu :

a. Kepanitiaan

Pihak penyelenggara *event* Tour de Prambanan adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yang di ketuai oleh Bidang Kasie Atraksi Wisata dan Ekonomi Kreatif. Pada pembentukan kepanitiaan ini, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggandeng pihak ketiga yaitu Lovina Tour & Event Management sebagai *partner* dalam pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018.

“kalau panitia sendiri kita yang bentuk, semua dibentuk oleh Dinas, tetapi untuk teknis pelaksanaan di lapangan dan selebihnya kita serahkan semua ke pihak *eo*.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Sejalan dengan Tour de Prambanan yang dibentuk oleh Dinas, dijelaskan pula oleh Fifi Nazar selaku Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018 bahwa sebelum tahap pelaksanaan *event*, dilakukan rapat panitia agar nantinya *event* dapat terkoordinasi dengan baik.

“Rapat kepanitiaan itu pasti ada, untuk koordinasi berbagai hal. Rapatnya sendiri dimulai sejak awal bulan januari tepatnya awal tahun 2018 sebelum pelaksanaan *event*. Di dalam rapat kami membahas segala rencana, proses, serta kendala yang dihadapi. Jadi apabila semua terkoordinir dengan baik, maka semua pihak akan berjalan pada satu visi yang sama.”(Fifi Nazar, Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019)

b. Penentuan Target

Dalam setiap pelaksanaan kegiatan *event*, tentunya tidak terlepas dari target yang akan disasar. Hal ini bertujuan agar perencanaan *event* yang telah di susun sebelumnya berjalan dengan baik, sehingga tidak keluar dari tujuan yang diharapkan. *Event* Tour de Prambanan merupakan kompetisi sepeda *road bike*, peserta pecinta olahraga menjadi target utamanya. Dari hasil rapat koordinasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman bersama pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap *event*, peserta bersifat umum dari semua kalangan dan tentunya memiliki sepeda jenis *road bike*.

Seperti yang dijelaskan oleh Kasie Atraksi Wisata dan Ekonomi Kreatif untuk persyaratan menjadi peserta dikategorikan berdasarkan umur yaitu 20-65 tahun, dan bentuk partisipasi peserta menjadi kunci utama dalam memeriahkan kegiatan *event* tersebut, mengingat tujuan utama dari pelaksanaan *event* ini yaitu untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga tidak hanya peserta dari komunitas olahraga sepeda *road bike* saja yang menjadi target, tetapi peserta

di luar komunitas juga dapat berpartisipasi agar dapat menjangkau semua kalangan masyarakat.

“ketentuan menjadi peserta tidak begitu spesifik, kalau kemarin itu untuk persyaratan menjadi peserta dikelompokkan berdasarkan usia, karena kita mengadakan lomba KOM & QOM yang pemenangnya kita kategorikan sesuai usia dan tentunya memiliki sepeda jenis *road bike*, karena *event* ini merupakan kompetisi sepeda *road bike*, jadi saya kira untuk para bikers-bikers sudah mengetahui persyaratan yang harus di lengkapi dan sudah bisa menyesuaikan. Dan yang terpenting partisipasi para peserta mencapai target yang diinginkan, saya kira begitu.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Wisata & Ekonomi Kreatif dan Ketua Pelaksana *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil WawancaraRabu, 12 Desember 2018).

Mengenai kepesertaan, peneliti mendapatkan informasi melalui wawancara dengan Fifi Nazar selaku Humas Koordinator sekaligus pihak Lovina sebagai *event organizer* Tour de Prambanan 2018 mengenai sistem pendaftaran.

Bagi peserta yang ingin berpartisipasi untuk mengikuti *event* Tour de Prambanan, pendaftaran sudah di buka pada awal bulan Maret 2018 dan ditutup pada bulan September 2018. Peserta dapat langsung mendaftar dengan memenuhi persyaratan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Sistem pendaftaran hanya bisa dilakukan secara online yaitu melalui link website resmi www.tourdeprambanan.com . Setelah masuk ke *link* pendaftaran, peserta diminta untuk melakukan registrasi untuk mengisi informasi data diri dan membayar biaya pendaftaran yaitu sebesar Rp 500.000,00 melalui transfer. Setelah melakukan pembayaran, peserta akan mendapatkan konfirmasi untuk pengambilan *Race Pack* yang dilakukan pada tanggal 27 Oktober 2018 tepatnya sehari sebelum tanggal pelaksanaan *event* di Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Fasilitas yang didapat oleh peserta dengan biaya pendaftaran tersebut ialah kaos jersey, kartu peserta,

bike tag, race information, brosur dari para sponsor, dan medali bagi setiap peserta yang mencapai garis *finish*.

Kemudian peneliti juga mendapatkan data mengenai penentuan pemenang dari narasumber yang sama. Didalam *event* Tour de Prambanan diadakan perlombaan *King of Mountain* dan *Queen of Mountain* yang akan dipertandingkan setelah menempuh jarak tempuh $\frac{3}{4}$ perjalanan. Untuk pemenang pada *event* ini memiliki tujuh kategori untuk putra dan putri. Kategori pertama yaitu KOM pada posisi *class under 35, class 35-45, class 45-55, dan class 56-65*. Untuk juara I mendapat hadiah sebesar Rp 4.000.000, juara II Rp 3.000.000, juara III Rp 2.000.000, juara harapan I Rp 1.500.000, dan juara harapan II Rp 1.000.000. Kategori kedua yaitu pada posisi *class women hobbies*, juara I mendapat hadiah sebesar Rp 3.000.000, juara II Rp 2.500.000, juara III Rp 2.250.000, juara harapan I Rp 1.750.000, dan juara harapan II Rp 1.500.000. Kemudian kategori ketiga dan keempat pada posisi *class man atlet dan class women atlet*, masing-masing peserta juara I mendapat hadiah sebesar Rp 5.000.000, juara II Rp 4.000.000, juara III Rp 3.000.000, juara harapan I Rp 2.500.000, juara harapan II Rp 2.000.000, dan juara harapan III mendapat hadiah sebesar Rp 1.500.000. Untuk ketentuan sebagai pemenang yaitu para peserta yang mencapai garis finish dengan waktu tercepat.

“ untuk pendaftaran peserta, sudah dibuka pada bulan maret 2018, yaitu secara online melalui *link website* www.tourdeprambanan.com. Kemudian, peserta mengisi formulir yang sudah disediakan. Setelah mengirimkan formulir, nantinya peserta akan melakukan registrasi ulang dengan menuliskan data diri secara lengkap dan membayar biaya pendaftaran sebesar Rp 500.000,00 melalui transfer ke rekening kita yaitu atas nama PT Lovina Buana Travelindo. Setelah

melakukan pembayaran, peserta akan mendapatkan konfirmasi untuk pengambilan *Race Pack* pada tanggal 27 Oktober 2018 yang berisi kaos jersey kualitas tinggi, kartu peserta, *bike tag*, *race information*, brosur dari para sponsor, dan medali bagi setiap peserta yang mencapai garis *finish* dengan waktu yang telah ditentukan dan tentunya peserta akan mendapatkan sensasi rute yang berbeda dari tahun sebelumnya. Dari kompetisi ini nantinya akan diperlombakan kejuaraan KOM dan QOM yang masing-masing mendapatkan hadiah yang menarik dan uang pembinaan” (Fifi Nazar, Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019)

c. Penentuan rute kompetisi

Tujuan diselenggarakan *event* Tour de Prambanan ialah, sebagai strategi promosi destinasi wisata Kabupaten Sleman dalam menambah jumlah pengunjung. Dengan demikian, dari banyaknya tempat wisata yang ada di Sleman, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menentukan rute *touring* dengan mengelilingi beberapa destinasi wisata yang ada di Sleman baik yang sudah terkenal maupun yang belum terkenal. Tentunya dengan cara ini, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dapat mengenalkan tempat wisata kepada masyarakat yang berasal dari luar daerah Jawa khususnya. Hal ini lah yang menonjol dan menjadi daya tarik tersendiri pada *event* Tour de Prambanan 2018.

Sebelum menentukan rute *touring* yang akan digunakan dalam pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata bersama pihak-pihak terkait melakukan tahap survei terlebih dahulu. Tahap survei ini dilakukan empat sampai lima kali hingga menemukan rute yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Tour de Prambanan sendiri merupakan *touring* dengan menggunakan jenis sepeda *road bike*, sehingga survei yang dilakukan adalah menentukan rute yang dilewati dengan meminimalisir jalan berlubang, kemudian sesuai dengan

tujuan utamanya yaitu ingin mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman, Dinas Pariwisata menentukan rute dengan melewati 15 kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman yaitu, Kecamatan Prambanan, Kalasan, Berbah, Depok, Mlati, Gamping, Godean, Moyudan, Minggir, Seyegan, Ngaglik, Tempel, Turi, Pakem, dan Kecamatan Cangkringan.

Hal ini dijelaskan pula oleh Fifi Nazar selaku Humas Koordinator dan pihak *event organizer* Tour de Prambanan dalam menentukan rute kompetisi. Rute yang dipilih yaitu meminimalisir jalan yang berlubang dan memiliki tingkat lalu lintas yang tidak begitu ramai.

“untuk penentuan rute kompetisinya kita melihat berdasarkan tingkat lalu lintas dan medan yang dilalui. Karena Tour de Prambanan ini merupakan kompetisi yang menggunakan sepeda jenis *road bike*, sehingga kami mengusahakan rute yang minim jalan berlubang dan juga memilih lalu lintas yang relatif sepi atau bisa dikendalikan”. (Fifi Nazar, Humas Koordinator dan pihak *event organizer* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019).

Kemudian, karakteristik *event* yang baik tidak hanya terletak pada jenis kegiatannya saja, melainkan perlu adanya keunikan seperti adanya inovasi dari penyelenggaraan *event* sebelumnya yang pernah dilaksanakan, agar kegiatan tersebut dapat memberikan kesan yang baik terhadap peserta. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengemas *event* agar berbeda disetiap penyelenggaraannya dengan membuat inovasi berdasarkan hal-hal yang sedang diminati oleh masyarakat agar memberikan pengalaman yang tidak membosankan.

“Ya tentunya untuk membuat *event* terkesan berbeda, kita membuat inovasi-inovasi, contohnya, kalau Tour de Prambanan tahun lalu, penyelenggaraan *event* ini rute yang dilalui searah jarum jam sedangkan pada penyelenggaraan event tahun 2018 rutenya

dibalik agar ada variasi, kemudian jika yang lalu start dari candi prambanan menuju utara, sedangkan tahun ini start di candi prambanan menuju ke barat. Kemudian rutenya kita variasi agar menarik dengan melewati tempat-tempat yang sekiranya memperkenalkan destinasi wisata Sleman.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

d. Indikator keberhasilan

Indikator keberhasilan berperan penting terhadap tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu kegiatan yang telah dilaksanakan. Dengan adanya indikator keberhasilan, sangat memudahkan dalam melakukan tahap evaluasi untuk pelaksanaan *event-event* berikutnya. Hal inilah yang terdapat pada pelaksanaan *event Tour de Prambanan 2018*, indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan utama yaitu menambah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sleman, dalam hal ini tentunya untuk impact dan efeknya dapat dilihat dua sampai lima tahun mendatang melalui data statistik kepariwisataan. Dan untuk pencapaian tujuan lainnya dalam pelaksanaannya yaitu, *Tour de Prambanan* dinominasikan sebagai *event race* sepeda *road bike* standar nasional tahun 2019, potensi atlet sepeda *road bike* mulai bermunculan dan berhasil meraih *go* internasional, masyarakat yang mengikuti *event* menjadi tahu tentang Kabupaten Sleman serta besarnya tingkat kepuasan dan antusiasme peserta *Tour de Prambanan 2018*, memberi peluang besar untuk diadakannya perlombaan terbuka untuk kedepannya.

“Indikator keberhasilannya dari *event Tour de Prambanan* untuk peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara keseluruhan bisa dilihat efeknya dua sampai lima tahun kedepan, karena untuk efeknya belum bisa di lihat langsung. Kemudian untuk tempat-tempat yang dilalui *touring* menjadi dikenali oleh masyarakat luas, bahwa Kabupaten Sleman memiliki rute sport yang menarik dan tentunya memiliki rute *sport* yang bagus.” (Rini Wahyu

Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Masih berkaitan dengan indikator keberhasilan terhadap penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018, peneliti mendapat informasi melalui wawancara dengan Fifi Nazar selaku Humas Koordinator yang merupakan pihak Lovina menjelaskan bahwa :

“indikator keberhasilannya kalau di lihat dari jumlah kunjungan wisatawan, bisa dilihat secara signifikan dalam jangka waktu beberapa tahun kedepan. Tetapi untuk indikator keberhasilan lainnya Tour de Prambanan dinominasikan sebagai *event race* sepeda *road bike* standar nasional tahun 2019, besarnya tingkat kepuasan dan antusiasme peserta memberikan peluang besar untuk diadakannya perlombaan terbuka kedepannya”.(Fifi Nazar, Humas Koordinator dan pihak *event organizer* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019).

2. Tahap Pra *Event* Tour De Prambanan

1.1 Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu indikator penting yang merupakan bagian dari bauran pemasaran. Tujuan dari promosi ialah untuk memasarkan produk atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan promosi yang berlangsung, tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi yang dilakukan antara perusahaan dengan konsumen saja, melainkan sebagai alat untuk mempengaruhi maupun membujuk konsumen untuk melakukan pembelian atau penggunaan produk atau jasa sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhannya.

Dalam mempromosikan destinasi wisata, setiap daerah tentunya akan merancang strategi promosi sebelum kegiatan promosi dilakukan. Strategi promosi ini, sekaligus sebagai alat pengendali dan evaluasi dari kegiatan yang

dijalankan dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Hal inilah yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Selain menggunakan media cetak, elektronik maupun online, Dinas pariwisata menggelar *event* baik dalam skala nasional maupun internasional sebagai media promosi. Mengingat *event* merupakan salah satu ajang promosi yang banyak diminati oleh masyarakat, sehingga akan menghasilkan kesuksesan yang besar dalam penyelenggaraannya. Seperti yang dijelaskan oleh Rini Wahyu Hestari, dalam mempromosikan destinasi wisata dengan menggunakan *event* dinilai sangat efektif dilakukan. *Event sport* dipilih Dinas Pariwisata karena pada jenis *event* ini sedang diminati oleh masyarakat, sehingga memudahkan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

“Kita ingin memperkenalkan destinasi wisata menggunakan sebuah *event*, yang tujuannya untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Kemudian ternyata dari sisi *event* nya sendiri, promosi yang dilakukan sangat efektif, kemudian kita ingin salah satu *event* yang menarik dan banyak diminati oleh masyarakat yaitu *event sport*, kemudian kita mengadakan *event-event sport tourism* lainnya untuk meraih kunjungan wisatawan. Salah satu *event sport* yaitu *event Tour de Prambanan*. Kemudian ada *event sport* yang lainnya yaitu, *Sleman Temple Run*”. (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

1.2 Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

a. Periklanan

Periklanan merupakan komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu target khalayak melalui media bersifat massif seperti televisi, radio, koran, majalah, reklame luar ruang atau kendaraan umum (Krisyanto, 2013:6)

Pada penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan iklan media cetak, media elektronik, dan media sosial dalam mempromosikan adanya *event* tersebut. Tujuan dipilihnya ketiga kategori media tersebut adalah agar dapat menjangkau target peserta yang lebih luas. Pada iklan media cetak, *event* Tour de Prambanan dimuat pada Tribun jogja dan radar jogja. Kemudian pada iklan media elektronik, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman bekerja sama dengan tiga radio lokal, yakni Sindo FM, Sonora FM, dan radio Q Jogja. Sedangkan melalui iklan televisi yaitu bekerja sama dengan Adi TV dan Jogja TV, dan yang terakhir menggunakan media sosial yaitu melalui Facebook dan Instagram.

“*event* ini kita promosikan melalui beberapa media. kita bekerjasama dengan beberapa media baik cetak maupun elektronik, diantaranya ada Tribun, Radar Jogja, Sindo FM, Sonora FM, Radio Q, Adi TV dan Jogja TV, kemudian kita juga pakai media sosial instagram dan facebook.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Selain itu, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan iklan media luar ruang seperti baliho dan video teaser yang dipasangkan dititik yang strategis di wilayah Yogyakarta. Tujuannya agar masyarakat dapat mengetahui bahwa akan ada kegiatan *event* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

“Kalau dari dinas sendiri ada media konvensional seperti baliho dan video teaser, untuk penyebarannya ada di tempat-tempat yang strategis yang ada di DIY. Kita juga mempunyai tempat-tempat khusus yang biasa kita pakai untuk pemasangan baliho, seperti di perempatan kronggahan, depan kecamatan depok, dan

serbaguna.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Gambar 3.7 Penyebaran Informasi Event TDP via Video Teaser



Sumber : <https://www.youtube.com/watch?v=8y39rtB8ThY>

Gambar 3.8 Promosi Event Melalui Instagram



Sumber : www.instagram.com/wisatasleman

Gambar 3.9 Promosi Event TDP Melalui Website



Yuk goweser, ikuti acara Tour De Prambanan 2018.

Acara diselenggarakan pada tanggal 28 Oktober

Sumber : <https://pariwisata.slemankab.go.id/2018/08/31/tour-de-prambanan-2018/>

Gambar 3.10 Poster Tour de Prambanan 2018



b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Penggunaan *sales promotion* sebagai alat promosi terhadap penyelenggaraan *event* juga sangat efektif dalam menjangkau target peserta yang diinginkan. Media yang digunakan dalam alat promosi ini adalah melalui kontes, dimana pada jenis promosi ini mengajak konsumen untuk mengikuti perlombaan.

Hal ini digunakan Dinas Pariwisata sebagai salah satu media promosinya, bahwa *event* yang diadakan tidak hanya sekedar menikmati pesona wisata yang disajikan, tetapi dalam *event* ini, para peserta diajak untuk mengikuti kompetisi menggunakan sepeda *road bike*.

“*event* yang kita selenggarakan tidak hanya *event* yang dibuat tanpa tujuan, dan tanpa ada kesan. Maka dari itu *event* ini kita rancang bagaimana banyak diminati oleh masyarakat sehingga tentunya akan mendatangkan peserta yang sudah ditargetkan, yaitu salah satunya menggabungkan wisata dengan olahraga yang didalamnya meliputi kompetisi sepeda *road bike* dan bagi pemenang akan mendapatkan hadiah yang menarik tentunya.”Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Peran humas sangat penting dalam mempublikasikan adanya suatu kegiatan *event* yang dilaksanakan. Seperti mengelola pemberitaan pada media baik cetak, elektronik maupun media sosial. Dalam *event Tour de Prambanan 2018* Dinas Pariwisata bekerjasama dengan Bidang Pemasaran. Dimana, Bidang Pemasaran memiliki tugas mengemas pemberitaan *event* tersebut dalam bentuk konten sekaligus mempromosikan adanya *event* tersebut.

“Di dinas Pariwisata tidak ada humas, kita bekerjasama dengan pihak bidang pemasaran, jadi mereka membantu untuk

mempublikasikan event Tour de Prambanan dan untuk promosinya sendiri sudah dilakukan pada awal tahun 2018 melalui pameran, melalui website Dinas Pariwisata, mereka juga yang merancang desain iklan untuk dipublikasikan di seluruh media partner.”(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Selain itu, Bidang Pemasaran juga melakukan publisitas dengan mengemas berita kedalam *press realess Tour de Prambanan 2018*. *Press realess* tersebut akan dibagikan kepada awak media yang datang pada saat pelaksanaan jumpa pers.

“Pada saat jumpa pers digelar, kita sudah menyiapkan *press realess*, dan itu kita bagikan ke para awak media yang hadir untuk meliput, agar memudahkan mereka dalam membuat pemberitaan nantinya.”(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

d. Penjualan Personal (*personal selling*)

Penjualan tatap muka merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk, sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Dalam konteks ini penjual diartikan sebagai Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman yang akan mempromosikan produknya yaitu *event* kepada pembeli atau calon peserta yang akan berpartisipasi. Hal inilah yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melalui Lovina Tour and *Event Management* dalam mempromosikan *event Tour de Prambanan* dengan memberikan informasi lebih mengenai *event* tersebut serta memperkenalkan destinasi wisata di Sleman kepada masyarakat. Dalam

menjangkau peserta, Lovina Tour & Event Management selaku *EO event* Tour de Prambanan 2018, mempunyai beberapa jangkauan komunitas sepeda yang ingin disasar, sehingga memudahkan dalam menentukan target peserta.

“untuk promosi, kita langsung masuk ke komunitas-komunitas sepeda, kita langsung *door to door* ke komunitas, karena ini kan jaraknya 100 KM untuk touring dan ada race balapan nya juga. Jadi beda dengan *fun bike*, kalau *fun bike* itu kan lebih ke masyarakat yang untuk senang-senang saja, dengan jarak 15 KM. Kalau tour de Prambanan ini semi profesional, jadi kami langsung menuju ke komunitas yang memang sudah ahli di dalam bidangnya”. (Fifi Nazar, Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019)

Dalam hal ini dijelaskan pula oleh Rini Wahyu Hestari selaku Kasie Atraksi Wisata & Ekonomi Kreatif bahwa penyebaran informasi adanya kegiatan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan media pameran. Dimana dalam kegiatan pameran tersebut Dinas Pariwisata menyuguhkan segala informasi kepada para pengunjung berkaitan dengan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman, sekaligus menginformasikan secara langsung kepada para pengunjung mengenai adanya kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, salah satunya penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018.

“sebelum acara dimulai, untuk persiapan promosinya udah kita lakukan jauh-jauh hari, salah satunya kita juga menggunakan media promosi pameran, jadi kita sediakan stand khusus, kita sediakan berbagai informasi mengenai destinasi wisata yang ada di Sleman kepada para pengunjung pameran. Salah satunya kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata bisa langsung kita informasikan.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran yang bersifat interaktif ini juga dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam mempermudah calon peserta dalam mendapatkan informasi mengenai penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018. Promosi yang dilakukan dengan mencantumkan *contact person*, alamat *email* pada poster *event* terkait yang telah dipublikasikan melalui beberapa media baik cetak maupun internet.

“untuk mempermudah para calon peserta mendapatkan informasi secara lengkap mengenai penyelenggaraan *event* tersebut, pihak kita mencantumkan *contact person* serta alamat email jika sewaktu waktu ada calon peserta yang tidak memahami mengenai pesyaratan kompetisinya akan kita jelaskan melalui nomor yang telah disediakan.”(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

f. *Event Sponsorship*

Sponsorship merupakan bagian penting dalam setiap penyelenggaraan kegiatan, dimana *sponsorship* berperan sebagai penyediaan bantuan terhadap perusahaan yang ingin membuat *event*, misalnya *event* olahraga, acara musik, festival, atau seni. Bantuan tersebut dapat berbentuk uang atau dalam bentuk apapun dalam mencapai tujuan komersial, Meenaghn (dalam Budiman, 22:2009).

Dalam penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mendapatkan 18 sponsor dari berbagai perusahaan. Tentunya dengan adanya sponsor tersebut dapat membantudan meringankan biaya dari kegiatan yang sedang berlangsung. Tidak hanya itu saja, perusahaan yang memberikan sponsor juga akan semakin dikenal oleh masyarakat luas.

“Alhamdulillah sponsor banyak yang mendukung, dari dinas pariwisata Kabupaten Sleman pun pendukungannya juga penuh. Kita sponsor sendiri kurang lebih ada delapan belas sponsor.” (Fifi Nazar, Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019).

Sponsor yang mendukung Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam menyelenggarakan *event* Tour de Prambanan 2018 yaitu sebagai berikut:

Gambar 3.11 Sponsor Event Tour de Prambanan 2018



Sumber : Press realese Tour de Prambanan 2018

1.3 Jumpa Pers (*Pers Conference*)

Sebelum *event* Tour de Prambanan 2018 diselenggarakan, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengadakan jumpa *pers* yang diadakan pada tanggal 22 Oktober 2018 bertempat di The Rich Hotel Yogyakarta. Dalam jumpa pers tersebut di ketuai oleh Dra.Hj. Sudarningsih, M.Si selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, didampingi oleh Ir.RM Condroyono selaku Tim Tour de Prambanan dan Ratih Puspasari selaku pihak Lovina Tour & Event

Management. Dalam acara jumpa pers, dihadiri pula oleh seluruh media yang bersangkutan dengan kegiatan Pemerintahan. Diperkirakan ada 20 awak media yang hadir baik online maupun offline untuk meliput pemberitaan *event* Tour de Prambanan tersebut. Diantaranya adalah Bernas, Tribun, Harian Jogja, Jawa Pos, KR, Republika, Suara Merdeka, Koran Tempo, Kompas, Jakarta Post, KR Radio, RRI FM, Adi TV, RBTV, Trijaya FM, Rakosa FM, TVRI, Jogja TV. Dengan adanya jumpa pers akan memudahkan dalam penyebaran informasi terkait kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melalui berbagai media yang dimuat dalam bentuk berita.

“Jumpa pers pasti adalah kita lakukan, kemarin jumpa pers Tour de Prambanan kita laksanakan tanggal 22 Oktober di The Rich Hotel. Ada sekitar 20 media yang datang untuk meliput, kemudian kita juga membagikan *press release* kepada mereka. Pengisi acara jumpa pers tentunya ada dari pihak Dinas, yaitu kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Dra.Hj. Sudarningsih,M.Si, Ir.RM Condroyono tim Tour de Prambanan dan Ratih Puspasari dari pihak Lovina Tour & Event Management.” .”(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

2. Tahap Pelaksanaan Event Tour De Prambanan 2018

Setelah tahap perencanaan yang berjalan cukup lama, tiba saatnya pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018 dimulai. Peneliti mendapat hasil wawancara dengan Fifi Nazar selaku Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018 sekaligus tergabung dalam kepanitiaan, dan melalui dokumen *Press release* yang dibagikan.

Fifi Nazar menjelaskan bahwa *event* Tour de Prambanan dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2018. Sebelumnya, untuk pendaftaran peserta sudah di

buka awal Maret 2018 dan ditutup pada bulan September 2018. Pada penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan yang kedua ini antusiasme peserta meningkat dua kali lipat dari sebelumnya. Total jumlah pendaftar dan jumlah peserta yang sudah melakukan registrasi ulang melebihi target yang telah ditentukan yaitu mencapai 650 peserta dari target 500 peserta, sehingga dilakukan penambahan kuota jersey. Para peserta tidak hanya di dominasi oleh perorangan saja, melainkan banyak didominasi oleh komunitas-komunitas *bikers* yang berasal dari seluruh Indonesia maupun luar negeri.

Persiapan acara ini sudah dilakukan oleh para panitia yang bertanggung jawab dalam *event* Tour de Prambanan 2018. Seluruh panitia melaksanakan tugas sesuai yang diberikan. Seperti, mempersiapkan peralatan pendukung *event* Tour de Prambanan, survei ulang rute *touring* yang menjadi jalur kompetisi, mempersiapkan tim medis, konsumsi, dan mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan pelaksanaan *event* Tour de Prambanan.

Dalam pelaksanaan *event* ini, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengajak beberapa pihak yaitu, pihak sponsor, Kepolisian untuk proses pengamanan, tim medis dari beberapa rumah sakit, dan Pamong dari desa tempat pelaksanaan *event*, serta pihak-pihak yang dianggap penting dalam pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018.

“Jadwal pelaksanaan *event* Tour de Prambanan tepatnya pada tanggal 28 Oktober 2018, untuk alur pendaftarannya sudah kita buka dari bulan maret dan ditutup pada bulan september 2018 melalui online. Karena jumlah peserta melampaui target yang awalnya 500 menjadi 650 jadi kita terpaksa menambah kuota jersey.”(Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata &Ekonomi

Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Para peserta yang mengikuti kegiatan ini mulai berkumpul pada pukul 05:30 dilapangan Candi Prambanan sebagai lokasi *start* Tour de Prambanan. Setelah semua peserta berkumpul, pada pukul 05:45 sampai dengan pukul 06:00 pembukaan acara dimulai, diawali dengan sambutan oleh Bupati Sleman, Drs. H. Sri Purnomo, M.Si.

Setelah kata sambutan oleh Bupati Sleman selesai, tiba saatnya kegiatan touring dilaksanakan. Acara resmi dibuka oleh Bupati Sleman dengan mengibarkan bendera *start*. Para peserta kompetisi akan menempuh jarak 100 KM dengan *start* dilapangan Shiwa Candi Prambanan dan finish dilapangan Agastya Candi Prambanan. Rute yang dilalui para peserta touring melewati 12 kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman. Dalam kegiatan ini, panitia menyediakan *watersport*. Sehingga bagi peserta yang merasa haus dapat menuju ke beberapa titik yang telah disediakan, diantaranya Sidoarum, Tempel Sayegan (toko meubel), Purwobinangun (depan kantor lurah), dan Barak pengungsian.

Selama kompetisi touring berlangsung, terdapat salah satu peserta mengalami kecelakaan sehingga tidak bisa melanjutkan kompetisi dikarenakan mengalami luka yang cukup serius dan membutuhkan penanganan dirumah sakit. Akan tetapi, dengan adanya insiden tersebut tidak menghalangi bagi peserta lain untuk melanjutkan kegiatan ini.

Setelah kegiatan touring berlangsung selama kurang lebih tiga jam, para peserta sudah tampak mendekati garis *finish* dan setiap peserta akan diberikan

medali. Setelah semua peserta touring sampai dilapangan Agastya Candi Prambanan sebagai lokasi *finish*, para peserta beristirahat untuk makan siang dengan disuguhkan hiburan lokal seperti organ tunggal dan kesenian gejuk lesung.

Kemudian, acara selanjutnya adalah pembagian doorprize yang dilakukan disela-sela waktu istirahat para peserta, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman beserta panitia penanggung jawab mengumumkan pemenang doorprize kepada peserta yang beruntung.

Selanjutnya setelah rangkaian acara dilakukan mulai dari pembukaan sampai tiba saatnya Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman membagikan hadiah kepada peserta yang beruntung. Tepat pada pukul 12:00 *event* Tour de Prambanan 2018 telah selesai dilaksanakan.

3. Tahap Evaluasi *Event* Tour De Prambanan

Setelah penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018 selesai dilaksanakan, baik penyelenggara maupun panitia yang bertanggung jawab atas *event* tersebut, mengadakan tahap evaluasi guna membahas semua hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan event Tour de Prambanan 2018. Tahap evaluasi hanya dilakukan secara internal saja oleh pihak kepanitiaan sendiri maupun Dinas.

Dijelaskan oleh Rini Wahyu Hestari selaku Kasie Atraksi Wisata & Ekonomi Kreatif sebagai tim pelaksana, evaluasi secara internal mengenai kegiatan *event* Tour de Prambanan diadakan satu minggu setelah *event* tersebut selesai dilaksanakan. Dalam rapat evaluasi tersebut membahas mengenai hal-hal yang tidak sesuai dengan apa yang telah diselenggarakan.

“Kita ada tahap evaluasi dari dinas, itu kita laksanakan secara cepat, jadi kurang lebih satu minggu setelah selesai *event*, supaya point-point yang menjadi bahan evaluasi tidak lupa, dalam rapat evaluasi itu kita membahas apa-apa saja penyebab penyelenggaraan *event* kemarin kurang maksimal dan membahas hal-hal yang tidak sesuai dengan apa yang diselenggarakan.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Dijelaskan pula oleh Fifi Nazar selaku Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018 pada tahap evaluasi kepanitiaan, diselenggarakan secara mengalir, setelah laporan pertanggungjawaban atas *event* tersebut selesai tepatnya pada bulan November pasca *event*. Dalam rapat evaluasi yang dilaksanakan oleh panitia, ada beberapa kendala yang menjadi catatan diantaranya, jumlah crew, sistematika pendaftaran, sponsor, perlengkapan pendukung *event*, pelayanan asuransi, serta koordinator antara semua pihak yang terlibat.

“evaluasi kita lakukan secara mengalir setelah laporan pertanggung jawaban selesai, dan yang menjadi bahan evaluasi dari *event* Tour de Prambanan 2018 itu kurangnya jumlah crew yang menangani *event*, sistem pendaftaran harus lebih dirapihkan lagi, perbanyak *fresh money* dari sponsor, peralatan pendukung *event* lebih diperhatikan lagi supaya dapat digunakan secara maksimal, dan pelayanan asuransi peserta perlu diperbesar lagi, mengingat *event sport* memiliki resiko yang besar, serta yang terakhir koordinasi yang baik antara semua pihak.” (Fifi Nazar, Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019).

Pada pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018, tidak ada tahap evaluasi yang dilakukan antara pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sebagai penyelenggara dengan pihak ketiga yaitu, Lovina Tour & Event Management selaku *eo* kegiatan. Evaluasi hanya dilakukan secara internal masing-masing pihak

saja, sehingga kekurangan dan kendala pada saat pelaksanaan berlangsung tidak dapat dievaluasi secara maksimal.

“seharusnya ada, tapi belum bisa terlaksana, dikarenakan komunikasi antara kedua pihak tidak lancar, sehingga hanya dilakukan evaluasi secara internal saja.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event Tour de Prambanan 2018*, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Pada tahap evaluasi yang dilakukan, terdapat faktor pendukung dan penghambat dari *event Tour de Prambanan*. Dimana pada faktor pendukung dari segi publikasi *Tour de Prambanan*, melalui media sosial, pers dan komunitas sepeda berjalan sangat efektif. Kemudian dari segi pelaksanaan tentunya antusiasme peserta yang sangat baik. Selanjutnya untuk faktor penghambat dalam pelaksanaan *event Tour de Prambanan 2018*, sempat terjadi insiden kecelakaan yang dialami oleh salah satu peserta. Mengingat biaya pendaftaran hanya sebesar Rp 500.000,00 sehingga pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tidak bisa menanggung biaya asuransi sepenuhnya. Hal inilah yang menjadi bahan evaluasi untuk pelaksanaan kedepannya, supaya Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman bersama Lovina Tour and Event Management lebih memperhatikan keselamatan peserta serta fasilitas pelayanan kesehatan yang memadai.

“kemarin sempat ada yang kecelakaan, salah satu peserta terjatuh sampai patah tulang, sehingga perlu penanganan yang serius di rumah sakit, dan itu sebenarnya bukan kesalahan dari pemilihan rute, tetapi memang kesalahan dari pihak pesertanya sendiri yang kurang berhati-hati. Dan untuk asuransi, kita tidak bisa mengcover biaya rumah sakit sepenuhnya, dikarenakan biaya pendaftaran yang terbilang cukup murah yang hanya sekitar Rp 500.000 , jadi kita cuma bisa bantu biaya separuh nya saja”. (Fifi

Nazar, Humas Koordinator Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 11 Februari 2019).

Namun untuk secara keseluruhan, penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan terbilang cukup sukses dilaksanakan. Mengingat jumlah peserta yang mendaftar melebihi target yang ditentukan.

4. Hasil Pelaksanaan Event Tour De Prambanan 2018

Event Tour de Prambanan, diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata tentunya mempunyai maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa diadakannya *event* Tour de Prambanan 2018 memiliki tujuan yaitu salah satunya untuk mempromosikan destinasi wisata sekaligus mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara. Hal ini dijelaskan oleh Rini Wahyu Hestari bahwa dengan adanya *event* Tour de Prambanan 2018 sangat membantu Dinas Pariwisata untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman, khususnya tempat wisata yang dijadikan lokasi *event* dapat dikenali oleh masyarakat yang berasal dari luar Jawa.

“Dengan adanya *event* Tour de Prambanan, tentunya akan berdampak terhadap lingkungan sekitar, tempat-tempat yang menjadi lokasi touring menjadi terkenal sehingga orang-orang jadi mengenal Sleman dan mereka jadi tahu bahwa sleman memiliki destinasi *sport* yang bagus untuk dikunjungi. Untuk imbasnya kemasyarakat, khususnya dari segi ekonomi menambah penghasilan untuk para pedagang. Dan untuk efek secara keseluruhan dari segi peningkatan jumlah pengunjung bisa dilihat satu sampai dua tahun kedepan melalui data statistik kepariwisataan.” (Rini Wahyu Hestari, Kasie Atraksi Pariwisata & Ekonomi Kreatif dan Penanggung jawab pelaksanaan *Event* Tour de Prambanan 2018, Hasil Wawancara 12 Desember 2018).

Selanjutnya, dalam hal peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Sleman khususnya pada lokasi yang dijadikan rute kompetisi, untuk *impact* dan efeknya dapat dilihat pada beberapa tahun medatang. Namun secara umum, keberhasilan *event* Tour de Prambanan pada tujuan lainnya yaitu Tour de Prambanan sendiri dinominasikan sebagai *event race* sepeda *road bike* standar nasional tahun 2019, potensi atlit sepeda road bike mulai bermunculan dan berhasil meraih *go* internasional, serta besarnya tingkat kepuasan dan antusiasme peserta Tour de Prambanan 2018, memberikan peluang besar untuk diadakannya perlombaan terbuka kedepannya.

Berdasarkan data statistik kepariwisataan Kabupaten Sleman pada tahun 2018 mengenai peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, menunjukkan perkembangan yang menggembirakan untuk periode 2014-2018. Bila dibandingkan dengan target yang ada di RPJMD Kabupaten Sleman, dapat disampaikan tingkat realisasi kunjungan wisatawan dari tahun 2014-2018 selalu berada di atas 100% , khususnya yang berkunjung ke destinasi wisata sebanyak 8.224.033 kunjungan (96,39%). Bila dibandingkan dengan dengan kunjungan wisatawan pada tahun 2017 terdapat kenaikan sebesar 17,69% dari total 6.988.107 kunjungan.

B. Analisis Data

Berdasarkan penjelasan dari hasil penelitian yang telah peneliti paparkan pada bab sebelumnya, dalam mempromosikan destinasi wisata, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menerapkan langkah-langkah strategi promosi melalui sebuah *event*. Strategi promosi dalam bentuk *event* tersebut dilakukan dengan tujuan

untuk mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sleman. Selain itu, diadakannya *event* Tour de Prambanan sekaligus menggali potensi bibit atlet sepeda *road bike* dan menjadikan Kabupaten Sleman menjadi destinasi *sport* kelas dunia.

Dari temuan data diatas, langkah selanjutnya yaitu peneliti akan melakukan analisis Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Dalam Menambah Jumlah kunjungan wisatawan melalui sebuah *event* salah satunya yaitu *event* Tour de Prambanan 2018.

1. Event Sebagai Media Promosi

Penggunaan *event* sebagai media promosi destinasi wisata, sudah dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Pariwisata secara jangka panjang untuk mendongkrak kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Sleman. Adapun jenis *event* yang diselenggarakan yaitu *event* olahraga dan *event* budaya, baik yang diselenggarakan secara rutin maupun tidak, namun keduanya mempunyai tujuan yang sama yaitu sebagai strategi promosi potensi wisata Kabupaten Sleman. Pada sajian data dijelaskan bahwa, pada *event sport tourism*, sering kali diselenggarakan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, karena Sleman sendiri memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan wisata olahraga atau *sport tourism*. Beberapa *event* olahraga yang diunggulkan Sleman adalah Sleman Temple Run yang merupakan *event* olahraga lari lintas alam dengan mengelilingi candi-candi menempuh jarak 13 Km dan 25 Km, Jogja International Heritage Walk merupakan *event* jalan kaki dengan menempuh jarak 5 Km, 10 Km, dan 20 Km, Jelajah Wisata, Tour de Merapi dan yang terakhir Tour de

Prambanan. Adapun *event* lainnya yang diselenggarakan Dinas Pariwisata Sleman yaitu *event* budaya seperti Pelangi Budaya Bumi Merapi merupakan ajang kreativitas tampilan keberagaman seni, budaya, dan potensi pariwisata di Kabupaten Sleman, Festival Merapi, serta Festival Desa Wisata. Penggunaan *event* sebagai alat promosi dianggap Pemerintah Kabupaten Sleman lebih efektif dilakukan, mengingat Kabupaten Sleman ingin menjadikan daerahnya sebagai *sport tourism* yang tidak hanya pada tingkat nasional melainkan tingkat internasional. Oleh karena itu, menurut peneliti apa yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan *event* sebagai media promosi wisata sangat baik, sebab pada penyelenggaraannya dapat berinteraksi langsung dengan peserta yang berpartisipasi dalam *event* tersebut, sehingga dalam menjalankan program promosi pariwisata dapat berjalan secara maksimal.

Program promosi pariwisata melalui *event*, tentunya membawa pengaruh terhadap grafik peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Seperti sudah dipaparkan pada sajian data bahwa peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sleman pada tahun 2014-2018 mengalami perkembangan yang cukup mengembirakan, dimana pada periode ini selalu berada di atas 100%, baik dari perkembangan kunjungan wisatawan, perkembangan destinasi wisata yang dikunjungi, maupun berdasarkan kawasan yang dikunjungi.

2. Tahap Perencanaan Event Tour De Prambanan 2018

Pada tahap perencanaan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman terlebih dahulu menentukan waktu yang tepat dalam

menyelenggarakan kegiatan, hal-hal yang diperhatikan adalah, dengan melihat peta *event* baik secara Dinas maupun nasional. Penentuan waktu penyelenggaraan *event* yang dilakukan oleh Dinas bertujuan agar *event* yang akan diselenggarakan tidak bersamaan dengan jadwal *event* lainnya. Sehingga akan berpengaruh pada tingkat partisipasi peserta yang mendaftar. Seperti contohnya, *event* Tour de Prambanan sudah ditentukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dengan persetujuan Pemerintah Kabupaten Sleman beserta pihak-pihak yang terkait bahwa dalam penyelenggaraannya rutin dilakukan pada bulan Oktober setiap tahunnya.

Selanjutnya, setelah penentuan jadwal pelaksanaan ditetapkan, tahap yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman adalah mengadakan rapat koordinasi bersama pihak-pihak yang bertanggung jawab atas *event* tersebut. Rapat koordinasi dilakukan secara dua tahap, yaitu secara internal dan eksternal. Koordinasi secara internal hanya dihadiri oleh pihak Dinas saja dan koordinasi secara eksternal dihadiri oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman bersama Lovina Tour & Event Management selaku *event organizer*. Diadakannya rapat koordinasi bertujuan untuk mempersiapkan *event* yang akan diselenggarakan secara matang, mulai dari penentuan target peserta, penentuan rute kompetisi serta hal-hal yang dianggap penting dalam kegiatan tersebut. Sedangkan rapat eksternal dilakukan bertujuan untuk mengkoordinasikan serta mematangkan kembali persiapan dalam penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018.

Pada tahap perencanaan *event* Tour de Prambanan 2018, menurut peneliti, apa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sudah sesuai dengan

prosedur. Karena Dinas Pariwisata merupakan pihak pertama dalam penyelenggara *event*, sehingga hal-hal penting yang berkaitan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan di koordinasikan secara internal terlebih dahulu, guna menyatukan visi dan misi antara pihak internal agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Setelah sejalan dengan apa yang diharapkan barulah pihak penyelenggara melakukan koordinasi eksternal dengan pihak kedua guna membahas perencanaan lanjutan.

Pada tahap perencanaan yang dilakukan diatas, membahas mengenai penentuan waktu pelaksanaan, pembentukan kepanitiaan, penentuan target, penentuan rute, serta indikator keberhasilan.

Pada penentuan waktu pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan acuan kalender *event* secara nasional dalam menentukan sebuah kegiatan. Tujuannya agar *event* yang diselenggarakan tidak bersamaan waktunya dengan penyelenggaraan *event* lainnya. Menurut peneliti hal ini sangat efektif dilakukan agar pengaruh terhadap peserta yang berpartisipasi bisa maksimal. Kemudian untuk kepanitiaan dari *event* Tour de Prambanan sendiri dibagi menjadi dua yaitu tim pelaksana dan panitia koordinator. Menurut peneliti, dengan dibentuknya dua panitia akan memudahkan dalam melakukan rapat koordinasi baik pihak Dinas sendiri maupun pihak ketiga.

Dalam penentuan target peserta *event* Tour de Prambanan 2018, peserta dikategorikan berdasarkan usia mulai dari 20 tahun keatas, karena pada kompetisi ini akan ada perlombaan KOM dan QOM dimana pemenangnya akan dikategorikan berdasarkan usia, kemudian tidak harus dari komunitas pecinta

olahraga sepeda road bike, dan pendaftaran terbuka untuk umum, sehingga siapa saja yang memiliki sepeda jenis *road bike* dapat ikut berpartisipasi. Selanjutnya untuk tahap pendaftaran, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman hanya menyediakan formulir secara online dan sistem pembayaran melalui transfer sebesar Rp 500.000,00 ke rekening pihak Lovina Tour & Event Management selaku *event organizer* Tour de Prambanan 2018. Setelah melakukan pembayaran, para pendaftar akan diberikan konfirmasi mengenai informasi pengambilan Race Pack yang berisi kaos jersey, kartu peserta, *bike tag*, *race information*, brosur dari para sponsor, dan medali.

3. Tahap Pra Event Tour De Prambanan 2018

3.1 Strategi Promosi

Dalam mempromosikan destinasi wisata Kabupaten Sleman, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menggunakan *event* sebagai salah satu media promosinya. Pada pelaksanaannya, *event marketing* sendiri memiliki keunggulan yaitu dapat berinteraksi langsung dengan *customer*, menciptakan pengalaman dari *event* yang dilaksanakan dengan melibatkan mood dan emosi *customer*, memperkenalkan citra perusahaan dengan produknya secara langsung, sekaligus menjadi sarana edukasi tentang produk ke masyarakat. Pemanfaatan *event* sebagai media promosi dinilai Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sangat efektif, mengingat *event* sendiri sudah menjadi trend dan banyak diminati oleh kalangan masyarakat, salah satunya *event sport tourism*, dimana kegiatan ini menggabungkan wisata dengan olahraga. Menurut peneliti, usaha yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mempromosikan destinasi wisata Kabupaten Sleman

menggunakan *event* salah satunya *event sport tourism* sangat baik. Mengingat di Kabupaten Sleman sendiri memiliki rute olahraga dengan melewati berbagai destinasi wisata yang memadai, sehingga sangat efektif dilakukan. Dengan diadakannya *event* tersebut, pihak Dinas mengharapkan pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Sleman.

3.2 Bauran Promosi (*Promotion Mix*)

a. Periklanan

Dalam mempromosikan *event* Tour de Prambanan, Dinas Pariwisata menggunakan beberapa media untuk mempublikasikan, yaitu cetak, elektronik dan media sosial. Pada media cetak penyebaran informasi melalui koran, yang meliputi Jawa pos, Tribun, dan Radar jogja. Kemudian pada media elektronik penyebaran informasi melalui televisi, radio dan video teaser. Untuk televisi, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman bekerjasama dengan Adi TV dan Jogja TV. Sedangkan untuk radio melalui Sindo FM, Sonora FM dan Radio Q.

Pada penyebaran informasi terkait dengan penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan melalui media cetak, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman hanya menampilkan poster kegiatan sebagai konten publikasi. Kemudian pada media elektronik, seperti televisi, penyebaran informasi melalui talkshow yang diadakan di beberapa televisi lokal yaitu, Adi TV dan Jogja TV. Kemudian menggunakan tiga jenis radio untuk media publikasi.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Strategi promosi destinasi wisata melalui *event* dengan menggabungkan wisata dengan kompetisi olahraga menurut peneliti sangat menarik, karena dengan adanya jenis promosi seperti ini tentunya memberi kesan yang berbeda

sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap pencapaian target peserta yang diharapkan. Terlebih lagi dalam penyelenggaraan *event* sekaligus kompetisi ini, peserta yang menang akan diberikan beberapa hadiah menarik. Hal inilah yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dalam menarik minat wisatawan baik lokal maupun mancanegara agar tertarik mengunjungi berbagai wisata yang ada di Kabupaten Sleman.

c. Hubungan Masyarakat

Menurut peneliti, dalam kegiatan jumpa pers, pembuatan *press realese* berperan sangat penting. Hal inilah yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melalui Bidang Pemasaran mengemas informasi kegiatan dalam bentuk *press realese* yang kemudian akan dibagikan kepada awak media yang hadir dalam jumpa pers. Dengan adanya *press realese* akan membantu awak media dalam memuat pemberitaan sekaligus meminimalisir terjadinya kesalahan dalam pemberitaan. Dari hasil pencarian, peneliti hanya menemukan dua media yang memuat informasi mengenai *pers conference event* Tour de Prambanan 2018 dari total sekitar dua puluh awak media yang hadir. Diantaranya Tribun Jogja dan Tabloid Infomedia, Sedangkan media yang meliput penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan lebih banyak dibandingkan pemberitaan pada saat jumpa pers, diantaranya yaitu, Tribun, Bernas, Republika, Harian Jogja, RRI, Sindo, Antara News dan hampir semua media yang bekerja sama dengan Pemerintah meliput kegiatan Tour de Prambanan 2018.

Dengan temuan yang peneliti dapatkan, dengan demikian Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman perlu melakukan monitoring terhadap penyebaran

informasi yang dilakukan para media agar informasi dapat tersampaikan secara maksimal.

Gambar 3.12 Pemberitaan Jumpa Pers Melalui Web Tabloid-Infomedia



Gambar 3.13 Pemberitaan Jumpa Pers Melalui Tribun Jogja



d. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Selain menggunakan media sosial, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman melakukan promosi *event* Tour de Prambanan secara persuasif atau penjualan langsung kepada calon peserta. Sebelum pelaksanaan *event*, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Bekerja sama dengan Bidang Pemasaran, mengikuti kegiatan pameran untuk mempromosikan *event* tersebut. Dinas sendiri menyediakan kesekretariatan untuk para pengunjung yang datang. Pengunjung akan di fasilitasi melalui pelayanan khusus terkait dengan *event* yang akan diselenggarakan serta informasi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman.

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran yang bersifat interaktif berperan sangat penting, terutama dalam hal mempromosikan adanya penyelenggaraan *event*, khususnya *event* Tour de Prambanan 2018, mencantumkan *contact person* ataupun alamat *e-mail* dalam sebuah poster, brosur ataupun media publikasi lainnya akan membantu peserta untuk mendapatkan informasi yang belum dipahami secara mudah, karena informasi didapat langsung dari pihak yang terkait.

Tetapi pada strategi promosi *event* Tour de Prambanan 2018 dengan menggunakan *Direct Marketing*, menurut peneliti tidak berjalan dengan efektif, karena pihak Dinas Pariwisata kurang memberi respon terhadap pertanyaan mengenai *event* tersebut, terutama pada media publikasi melalui sosial media.

f. *Event Sponsorship*

Peran sponsor sangat dibutuhkan saat penyelenggaraan sebuah kegiatan, baik kegiatan swasta maupun kegiatan kepeperintahan. *Sponsorship* merupakan

bagian dari *communication tools* dimana perusahaan memberikan dukungan dalam bentuk keuangan kepada suatu kegiatan olahraga, musik, sosial, dan lainnya agar kegiatan tersebut dapat menjalankan aktifitasnya dengan baik dan pada saat yang bersamaan perusahaan akan memperoleh keuntungan berupa *awareness* dan *image* dari konsumennya.

Dalam hal sponsor, apa yang dilakukan Dinas Kabupaten Sleman sudah sesuai dengan tahapan dalam proses perencanaan kegiatan *event* pada umumnya. Salah satu faktor pendukung dalam penyelenggaraan sebuah *event* adalah terletak pada dukungan sponsor yang diperoleh. Pada pelaksanaannya ada kurang lebih delapan belas sponsor yang berasal dari beberapa perusahaan maupun instansi terkenal yang mendukung acara *event* Tour de Prambanan 2018. Dengan adanya sponsor, tentunya sangat membantu serta mensukseskan kegiatan yang berlangsung, terutama pada penyelenggaraan *event* Tour de Prambanan 2018.

3.3 Jumpa Pers (*Pers Conference*)

Sebelum diadakan *event* Tour de Prambanan 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menyelenggarakan jumpa pers tepatnya pada tanggal 22 Oktober 2018 di laksanakan di Rich Hotel Yogyakarta Jl. Magelang KM.6 No. 18, Sinduadi, Kabupaten Sleman. Dalam acara jumpa pers dihadiri oleh Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Dra.Hj.Sudarningsih, M.Si sebagai pembicara utama, didampingi oleh Ir.RM Condroyono selaku Tim Tour de Prambanan 2018 dan Ratih Puspasari selaku pihak Lovina Tour & Event Management. Jumpa pers berlangsung selama satu jam dan dihadiri oleh 20 awak media baik cetak maupun elektronik yang bertugas meliput pemberitaan tersebut. Sebelum jumpa pers

dimulai, awak media yang hadir dibagikan *press realese* tujuannya sebagai panduan dan memudahkan dalam membuat berita, agar tidak terjadi kesalahan dalam menyebarkan informasi mengenai pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018.

Diadakannya jumpa pers sebelum menyelenggarakan sebuah *event* yang berhubungan dengan kedinasan tentu sangat disarankan, agar dalam penyebaran informasi dapat terlaksana dengan baik dan maksimal. Dan menurut peneliti, apa yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman sudah sesuai dengan prosedur, dimana sebelum *event* Tour de Prambanan resmi dilaksanakan, terlebih dahulu Dinas mengadakan jumpa pers guna memberikan informasi mengenai pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018 kepada awak media yang hadir dan sudah peneliti sebutkan di sajian data sebelumnya.

Namun pada penyelenggaraan jumpa pers yang dilaksanakan, terdapat kekurangan dari pihak Dinas, terutama pada kegiatan monitoring. Dinas pariwisata kurang mendata media-media mana saja yang memuat pemberitaan adanya *event* tersebut. Meskipun dikatakan penyebaran informasi melalui media sangat efektif dilakukan, tetapi dalam penyebaran informasi yang dilakukan, tidak ada tolak ukur tingkat berhasil atau tidaknya media dalam melakukan pemberitaan, khususnya informasi mengenai diadakannya *event* Tour de Prambanan.

4. Tahap Pelaksanaan Event Tour De Prambanan 2018

Setelah segala persiapan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tepat pada tanggal 28 Oktober 2018 *event* Tour de Prambanan

dilaksanakan. Para peserta berkumpul di *venue* utama yaitu Candi Prambanan sebagai lokasi *start*. Sebelum *touring* di mulai, acara ini terlebih dahulu di buka oleh Bupati Kabupaten Sleman, Drs. Hj. Sri Purnomo M.Si dengan memberikan sambutan sekaligus diresmikan dengan mengibarkan bendera *start*. Pada penyelenggaraan *event* ini dihadiri pula oleh Kapolda dan Kapolres Kabupaten Sleman. Kemudian dilanjutkan dengan kompetisi dengan melewati *route* dengan melewati 12 Kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman dan sebelumnya sudah peneliti jelaskan di sajian data. Ada kurang lebih 650 peserta yang berpartisipasi dalam Tour de Prambanan, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya dalam kompetisi ini akan diperlombakan *King of Mountain* dan *Queen of Mountain* yang dikategorikan berdasarkan usia.

Event Tour de Prambanan memiliki keunikan tersendiri, yaitu menggabungkan wisata dengan olahraga dengan mengelilingi destinasi wisata yang ada di Kabupaten Sleman. Dengan biaya pendaftaran yang relatif murah yaitu sebesar Rp.500.000, ketika dalam pelaksanaan *event*, terdapat salah satu peserta yang mengalami kecelakaan, sehingga untuk fasilitas asuransi yang diberikan kepada peserta, tidak dapat ditanggung sepenuhnya oleh Pemerintah. Kemudian ketika peserta memasuki waktu istirahat, adanya keterlambatan pembagian konsumsi kepada peserta. Masalah terkait dilapangan seperti inilah yang seharusnya diperhatikan, perlunya persiapan dan koordinasi antar panitia perlu ditingkatkan kembali, sehingga dalam pelaksanaannya baik dari segi kesehatan, keselamatan maupun kepuasan peserta dapat ditingkatkan kembali.

5. Tahap Evaluasi Event Tour De Prambanan 2018

Dalam setiap pelaksanaan kegiatan, tentunya ada tahap evaluasi yang dilakukan. Tujuannya untuk menjadikan kegiatan selanjutnya berjalan lebih baik lagi. Namun, setelah kegiatan selesai dilaksanakan tidak ada tahap evaluasi yang dilakukan pihak Dinas bersama panitia, dikarenakan komunikasi diantara kedua belah pihak tidak lancar, sehingga evaluasi hanya dilakukan secara internal saja.

Tahap evaluasi kepanitiaan dilakukan secara mengalir setelah acara selesai. Adapun hal-hal yang menjadi catatan dari hasil rapat evaluasi panitia adalah jumlah *crew* yang menangani *event* Tour de Prambanan sangat terbatas, sistematika pendaftaran peserta perlu di rapikan lagi, mengingat jumlah pendaftar melebihi target yang diharapkan, memperbanyak *fresh money* dari sponsor, kurangnya antisipasi terhadap perlengkapan pendukung *event*, dan komunikasi antar pihak lebih baik lagi, serta kurangnya fasilitas kesehatan yang diberikan Dinas Pariwisata. Pada saat jalannya kegiatan, terjadi insiden kecelakaan yang dialami oleh salah satu peserta, mengingat biaya pendaftaran yang terbilang cukup terjangkau yaitu Rp500.000,00, untuk asuransi kecelakaan tidak bisa ditanggung sepenuhnya oleh Dinas. Menurut Peneliti, kegiatan evaluasi antara kedua belah pihak baik penyelenggara maupun panitia perlu dilakukan, agar berbagai kendala yang terjadi selama kegiatan berlangsung dapat diatasi bersama, mengingat Tour de Prambanan merupakan *event* bergengsi yang berkaitan dengan Pemerintah, sehingga untuk penyelenggaraan *event* bisa lebih baik lagi.

6. Hasil Pelaksanaan Event Tour De Prambanan 2018

Bukti keberhasilan pada pelaksanaan *event* Tour de Prambanan 2018, dalam tujuan yang diharapkan yaitu terbukti dengan adanya Tour de Prambanan dinominasikan sebagai *event race* sepeda *road bike* standar nasional pada tahun 2019, potensi atlet sepeda *road bike* mulai bermunculan dan berhasil mencapai *go* internasional, besarnya tingkat antusiasme peserta Tour de Prambanan 2018 memberikan peluang besar untuk diadakannya perlombaan terbuka kedepannya.

Sedangkan indikator keberhasilan *event* Tour de Prambanan 2018, keberhasilan *event* Tour de Prambanan 2018 dalam mempromosikan destinasi wisata terlihat dari banyaknya media yang mempublikasikan adanya kegiatan *event* tersebut. Hal tersebut dapat menjadi penunjang popularitas lokasi yang dilalui peserta touring.

Kemudian untuk peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, secara umum dapat dilihat beberapa tahun kedepan melalui data statistik kepariwisataan. Tetapi secara umum, *event* Tour de Prambanan dan merupakan *event* kedua yang dilaksanakan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, terbilang sukses dengan hasil yang diperoleh melalui tujuan-tujuan yang diharapkan. Sehingga untuk tahun selanjutnya *event* Tour de Prambanan dapat kembali dilaksanakan tentunya dengan *event* yang bergengsi.