

MANAJEMEN *EVENT* PAGELARAN Kesenian REYOG DALAM MEWUJUDKAN *TOURISM SUPPLY CHAIN* DI KABUPATEN PONOROGO PROVINSI JAWA TIMUR

Johan Bhimo Sukoco^{1,2}, Wulan Kinasih^{2,3,4}, Maya Sekar Wangi⁵ dan Aris Tri Haryanto⁶

¹Program Studi Manajemen & Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

²Program Doktor Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya,
Jl. MT. Haryono 163, Malang, Jawa Timur, Indonesia.

³Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Terbuka, Indonesia.

⁴Kamajohan Institute, Tembalang, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia.

⁵Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik (FISIP), Universitas Slamet Riyadi,
Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia.

⁶Program Studi Magister Administrasi Publik, Program Pascasarjana, Universitas Slamet Riyadi,
Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Banjarsari, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia.

E-mail: johanbhimo@live.undip.ac.id; wulankinasih00@gmail.com;
wangimayasekar65@gmail.com; aristh68@gmail.com

ABSTRAK. Kabupaten Ponorogo dikenal dengan Kota Reyog. Kesenian reyog menjadi *brand* yang melekat dan telah terinternalisasi dalam kehidupan keseharian masyarakat. Kabupaten Ponorogo memiliki 367 Paguyuban Reyog yang tersebar di berbagai pelosok desa/kelurahan. Kuantitas ini menjadi potensi dalam mengembangkan *Tourism Supply Chain (TSC)* di kabupaten tersebut. Namun demikian, seringkali *event* pagelaran reyog yang diselenggarakan di tingkat desa/kelurahan tidak memperhatikan kaidah, seperti kurangnya publikasi, yang mengakibatkan *event* ini kurang diketahui oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Penelitian ini bertujuan menggambarkan dan menganalisis tahapan manajemen *event* dalam pagelaran reyog di Kabupaten Ponorogo. Peneliti mengkajinya dengan 5 (lima) tahapan manajemen *event* yang dikemukakan Goldblatt (2014), yaitu: *Research, Design, Planning, Coordination, dan Evaluation*. Penelitian ini merupakan *field research approach* dalam kerangka penelitian pemerintahan seperti dikemukakan Simangunsong (2017). Pada penelitian ini, Skala Likert digunakan mengukur persepsi responden tentang penyelenggaraan *event*. Adapun jumlah responden sebanyak 23 orang, yang terdiri dari penonton maupun pemain. Hasil riset menunjukkan pagelaran kesenian Reyog di Kabupaten Ponorogo telah memenuhi kelima tahapan dalam manajemen *event*. Namun, masih terdapat beberapa tahapan yang belum optimal, sehingga perlu lebih diperhatikan, seperti pemetaan kebutuhan penonton dalam tahap *Research*, peningkatan promosi dalam tahap *Coordination*, hingga peluang penonton dalam memberikan kritik dan saran dalam tahap *Evaluation*.

Kata kunci; Manajemen *Event*; Reyog; Tata Kelola; Pariwisata, *Tourism Supply Chain (TSC)*.

REYOG ARTS EVENT MANAGEMENT IN REALIZING TOURISM SUPPLY CHAIN IN PONOROGO DISTRICT EAST JAVA PROVINCE

ABSTRACT. Ponorogo Regency is known as Reyog City. Reyog art has become an inherent brand and has been internalized in the daily life of people in Ponorogo Regency. Ponorogo Regency has 367 Reyog Associations spread in various remote villages and sub-districts. This quantity is a great potential in developing *Tourism Supply Chain (TSC)* in the district. However, often reyog performances held at the village/kelurahan level do not pay attention to rules, such as the lack of publications, which results in this event being less well known by tourists, both domestic and foreign. This study aims to describe and analyze the stages of event management in reyog performances in Ponorogo Regency. Researchers studied it with the event management approach proposed by Goldblatt (2014), covering 5 (five) stages, namely: *Research, Design, Planning, Coordination, and Evaluation*. This research is a *field research approach* within the framework of government research as stated by Simangunsong (2017). In this study, the Likert Scale was used to measure respondents' perceptions of the organization of the event. The number of respondents in this study were 23 people, consisting of spectators and performers of art performances. The results showed that Reyog art performances in Ponorogo Regency had fulfilled the five stages of event management. However, there are still some stages that are not optimal, so that in the future more attention needs to be paid, such as the need for mapping the needs of the audience in the *Research* stage, increasing promotions in the *Coordination* stage, to the opportunity for the audience to provide criticism and suggestions in the *Evaluation* stage.

Key words; Event Management; Reyog; Governance; Tourism, *Tourism Supply Chain (TSC)*.

PENDAHULUAN

Kesenian reyog menjadi sebuah *brand* image yang tidak dapat terlepas dari Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Kesenian ini sudah mengakar dalam sejarah dan terinternalisasi dalam kehidupan keseharian masyarakat lokal atau *indigenous people* di Kabupaten Ponorogo. Ponorogo ialah Kota Reyog, demikian khalayak publik mengenal daerah ini. Kabupaten Ponorogo memiliki 367 Paguyuban Reyog yang tersebar di berbagai pelosok desa dan kelurahan.

Pengembangan kesenian reyog memerlukan komitmen pemerintah, masyarakat dan segenap *stakeholders* di Kabupaten Ponorogo. Pengembangan kesenian reyog perlu memperhatikan langkah-langkah dalam manajemen *event*. Goldblatt (2014) menuliskan bahwa manajemen *event* berkaitan dengan aktivitas dalam melakukan koordinasi mulai dari perencanaan sampai dengan pengawasan dalam menghasilkan sebuah kegiatan yang menarik. Di sisi lain, Getz (2007) menuliskan bahwa *event* ini berkaitan dengan kejadian khusus dan penting, yang diselenggarakan mulai dari awal sampai akhir.

Kajian berkaitan manajemen *event* menarik perhatian peneliti nasional maupun internasional (Anggoro, *et.al*, 2023; Tafarannisa, *et.al*, 2021; Fernandez, *et.al*, 2021; Jawahar, *et.al*, 2020; dan Rismayanti, *et.al*, 2017). Kajian-kajian ini juga datang dari berbagai multidisiplin ilmu yang berbeda-beda. Rismayanti, *et.al* (2017) mengkaji manajemen *event* ini dari Ilmu Sejarah, sedangkan Tafarannisa, *et.al* (2021) mengkajinya melalui Ilmu Pendidikan Tari. Peneliti berikutnya, Fernandez, *et.al* (2021) mengkaji manajemen *event* melalui tim penelitian dari Ilmu Manajemen, Ilmu Akuntansi, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosiologi. Peneliti lainnya, Jawahar, *et.al* (2020), berangkat dari Ilmu Manajemen. Di sisi lain Anggoro, *et.al*, (2023) dalam penelitiannya mengkaji bersama tim risetnya yang berlatar belakang Ilmu Komunikasi, Ilmu Pemerintahan, dan Ilmu Sosial.

Beberapa penelitian ini telah mengkaji manajemen *event* dalam berbagai kasus dan disiplin ilmu yang beragam. Penelitian

sebelumnya ini sangat bermanfaat dalam mengkaji manajemen *event* dari berbagai perspektif. Namun demikian, belum terlihat penelitian yang mengkaji manajemen *event* dikaitkan dengan *Tourism Supply Chain* (TSC), khususnya dalam penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog. Penelitian ini secara spesifik mengkaji pendekatan tersebut dari sudut pandang Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Sosial. Penelitian ini mengkaji manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dari 5 (lima) tahap langkah yang dikemukakan Goldblatt (2014) meliputi: *Research, Design, Planning, Coordination*, dan *Evaluation*.

Manajemen *event* ini merupakan salah satu strategi dalam *Tourism Supply Chain*, termasuk dalam pengembangan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo. Barliansah (2020) menuliskan bahwa salah satu strategi dalam industri pariwisata untuk meningkatkan daya saing ialah manajemen rantai pasok pariwisata, atau dikenal dengan *Tourism Supply Chain Management* (TSCM). Lebih lanjut, Sitorus & Sitorus (2017) menuliskan bahwa peningkatan aksesibilitas dalam logistik sangat diperlukan dalam pengembangan industri pariwisata. Beranjak dari sini, maka dapat dilihat bahwa *Tourism Supply Chain* sangat diperlukan dalam pengembangan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo.

Peningkatan kualitas *event* penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog perlu dilakukan. Hal ini penting mengingat jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara dari penyelenggaraan *event* kesenian reyog semakin menurun dari tahun ke tahun. Data Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo selama tahun 2016 sampai dengan 2019 menunjukkan penurunan jumlah wisatawan dalam negeri dalam *event* Festival Reyog Nasional. Berikut ini dapat dilihat dalam Tabel 1:

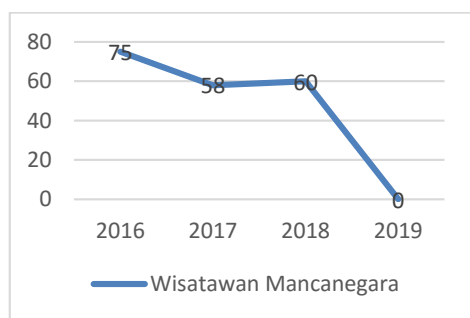
Tabel 1. Jumlah Wisatawan Domestik dalam Event Festival Reyog Nasional di Kabupaten Ponorogo

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik
1.	2016	33.378

2.	2017	10.328
3.	2018	15.500
4.	2019	17.842

Sumber: diolah dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo, 2022.

Kondisi menurunnya jumlah wisatawan dalam *event* Festival Reyog Nasional ini tidak hanya dialami dalam kategori wisatawan dalam negeri atau domestik, melainkan juga terjadi dalam kategori wisatawan mancanegara. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan mancanegara ada di angka 75 orang, menurun menjadi 58 orang di tahun 2017. Angka ini sempat naik di tahun 2018 menjadi 60 orang. Namun demikian, pada tahun 2019 seiring dengan pandemi Covid-19, menunjukkan tidak adanya wisatawan mancanegara. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 1:



Gambar 1. Grafik Jumlah Wisatawan Mancanegara dalam Event Festival Reyog Nasional di Kabupaten Ponorogo.

Penurunan jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara ini menunjukkan masih terdapat permasalahan dalam penyelenggaraan *event* kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo. Hal ini dapat berdampak pada hambatan terciptanya *Tourism Supply Chain* dalam pengembangan kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo. Beranjak dari permasalahan ini, maka dalam penelitian ini penulis tertarik mengambil judul: Manajemen Event Pagelaran Kesenian Reyog dalam Mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen *event* telah banyak dikaji konsepnya oleh beberapa ahli (Goldblatt, 2014;

McCartney, 2010; dan Noor, 2009). Goldblatt (2014) menuliskan bahwa manajemen *event* merupakan kegiatan yang dilakukan secara profesional dalam mengumpulkan sekelompok orang dalam sebuah perayaan tertentu, yang dimulai dari perencanaan dan desain kegiatan, koordinasi, hingga pengawasan. Di sisi lain, McCartney (2010) menuliskan bahwa manajemen *event* merupakan suatu kegiatan yang dibuat dengan tujuan mengkomunikasikan peran kepada khalayak atau sasaran. Lebih lanjut, Noor (2009) menuliskan bahwa kunci utama sebuah manajemen *event* ialah dipahaminya dengan baik manfaat suatu *event* oleh pengunjung. Hal ini berkaitan dengan gambaran manajemen *event* tersebut diselenggarakan dan dikemas.

Lebih lanjut, manajemen *event* perlu memperhatikan kaidah dari *special event* (Ardianto, 2008; Ruslan, 1998). Ruslan (1998) menuliskan bahwa *special event* ini diperlukan untuk menanamkan daya ingat yang lebih kuat (*awarness*) di benak khalayak sasaran. Senada dengan ini, Ardianto (2008) menyebutkan bahwa *special event* akan dapat berfungsi sebagai media komunikasi sekaligus publikasi, dengan tujuan tercipta citra positif dan kesan yang mendalam dari target sasaran. Namun demikian, terkadang apa yang telah direncanakan dalam tahap pra-pelaksanaan menghadapi kondisi yang tidak dapat diprediksi sebelumnya. Oleh karena itu dalam manajemen *event* diperlukan kepekaan dalam improvisasi serta koordinasi yang baik (Wibowo, 2009).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan kajian manajemen *event* menarik dikaji peneliti nasional maupun internasional (Anggoro, *et.al*, 2023; Tafarannisa, *et.al*, 2021; Fernandez, *et.al*, 2021; Jawahar, *et.al*, 2020; dan Rismayanti, *et.al*, 2017). Anggoro, *et.al* (2023) melalui risetnya mengkaji manajemen *event* budaya sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis dalam penggunaan teori Goldblatt (2014). Namun demikian, perbedaannya terletak dalam metode penelitian yang digunakan, yaitu metode penelitian kepustakaan. Hasil risetnya menunjukkan *event* perlu dilakukan dengan memperhatikan langkah dalam manajemen *event*, dan dikaitkan dengan melalui

analisis situasi dan investigasi dikaitkan dengan pelestarian budaya.

Tafarannisa, *et.al* (2021) melalui risetnya mengkaji manajemen *event* di masa pandemi Covid- 19. Riset ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis dalam penggunaan teori Goldblatt (2014). Namun demikian, perbedaannya terletak dalam *event* pagelaran tari dan metode yang digunakan. Hasil riset ini menyebutkan 5 (lima) pilar kesuksesan penyelenggaraan *event* yang perlu diperhatikan, meliputi: *Time, Finance, Technology, & Human Resource Skills*.

Penelitian lainnya dilakukan Fernandez, *et.al* (2021) yang mengkaji keterlibatan rasional dan emosional wisatawan di seluruh *event* yang dikaji dari tampilan integrasi *multi-event*. Hasil risetnya menunjukkan keterlibatan emosional wisatawan terlihat dalam jenis *event*, gastronomi dan acara budaya. Di sisi lain, Jawahar, *et.al* (2020) melalui penelitiannya mengkaji citra *event* kesenian dalam *city brand equity*, yang dikaji dari peran mediasi keterikatan *city brand*. Hasil risetnya menunjukkan adanya hubungan langsung antara *event image* dan *city brand equity* melalui peran mediasi keterikatan kota. Peneliti berikutnya, Rismayanti, *et.al* (2017) mengkaji upaya melestarikan kesenian reyog melalui Festival Nasional Reyog di Kabupaten Ponorogo. Hasil risetnya menunjukkan penyelenggaraan *event* masih berorientasi pada ragam seninya saja, namun belum menyentuh ranah historis serta filosofis. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat dalam Tabel 2:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

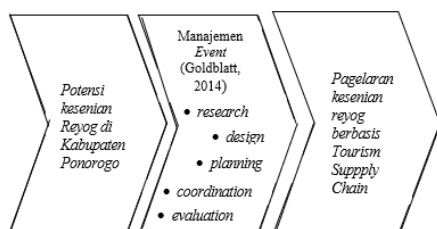
N o	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Anggoro, <i>et.al</i> (2023)	Manajemen <i>Event</i> Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo	Acara pelestarian budaya melalui analisis situasi perlu diperhatikan manajemen <i>event</i> yang

			baik.
2.	Tafarannisa, <i>et.al</i> (2021)	Manajemen <i>Event</i> Choreonite Vol. 9: <i>Time To Bloom</i> di Masa Pandemi Covid- 19	Event dilakukan dengan <i>Researching, Designing, Planning, Coordinating, & Evaluating</i> , dan <i>Time, Finance, Technology, & Human Resource Skills</i> .
3.	Fernandez, <i>et.al</i> (2021)	<i>Tourist's Rational and Emotional Engagement Across Events: A Multi-Event Integration View</i>	Keterlibatan emosional wisatawan terlihat dalam jenis <i>event</i> , gastronomi dan acara budaya.
4.	Jawahar, <i>et.al</i> (2020)	<i>Art-Event Image in City Brand Equity: Mediating Role of City Brand Attachment</i>	Terdapat hubungan langsung antara <i>event image</i> dan <i>city brand equity</i> melalui peran mediasi keterikatan kota.
5.	Rismayanti, <i>et.al</i> (2017)	" <i>National Festival Reyog Ponorogo</i> " <i>As an Effort to Preserve Reyog Arts in Ponorogo Regency 1995-2016</i>	<i>Event</i> masih berorientasi pada ragam seninya saja, namun belum menyentuh ranah historis serta filosofis.

Sumber: diolah dari Anggoro, et.al (2023); Tafarannisa, et.al (2021); Fernandez, et.al (2021); Jawahar, et.al (2020); Rismayanti, et.al (2017).

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti sebelumnya ini sangat bermanfaat bagi penulis dalam mengkaji manajemen *event*. Namun demikian, belum terlihat penelitian yang mengkaji manajemen *event* dikaitkan dengan *Tourism Supply Chain* (TSC), khususnya dalam penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog. Padahal, *Tourism Supply Chain* perlu diperhatikan dalam strategi peningkatan daya saing industri pariwisata, dimana berkaitan dengan manajemen rantai pasok di bidang pariwisata dari titik produsen hingga konsumen (Barliansah, 2020). Hal ini sejalan dengan peningkatan aksesibilitas dalam logistik yang sangat diperlukan dalam pengembangan industri pariwisata.

Penelitian ini mengkaji manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* (TSC) di Kabupaten Ponorogo, dilihat dari 5 (lima) tahap langkah yang dikemukakan Goldblatt (2014). Goldblatt (2014) menyebutkan 5 (lima) tahap yang perlu diperhatikan dalam menghasilkan *event* yang efektif dan efisien. Kelima tahapan ini, meliputi: *Research, Design, Planning, Coordination*, dan *Evaluation*. Penelitian ini terfokus mendiskripsikan dan menganalisis kelima tahapan manajemen *event* yang dikemukakan Goldblatt (2014) ini. Kelima tahapan tersebut digunakan dalam menganalisis manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* (TSC) di Kabupaten Ponorogo. Berikut ini kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Gambar 1:



Sumber: diolah peneliti.

Gambar 2. Kerangka Pikir METODE

Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang bersifat *field research approach* dalam kerangka penelitian pemerintahan seperti dikemukakan Simangunsong (2017). Pendekatan dan pengamatan di lapangan ini menjadi fokus dalam penelitian ini. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini didukung dengan Skala Likert untuk menggambarkan fenomena sosial pada objek penelitian. Sugiyono (2006) menyebutkan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap individu atau kelompok berkaitan dengan fenomena sosial tertentu yang menjadi objek penelitian. Skala Likert pada penelitian ini digunakan untuk mengukur persepsi responden tentang penyelenggaraan *event* pagelaran kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo.

Gradasi dalam Skala Likert dalam penelitian ini mengarah dari sangat positif sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata, antara lain: Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Fokus penelitian ini ialah kelima tahapan manajemen *event* yang dikemukakan Goldblatt (2014), yaitu: *research, design, planning, coordination*, dan *evaluation*. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 23 orang, yang terdiri dari penonton maupun pemain pagelaran seni. Hasil penelitian ini disajikan dalam bentuk kalimat deskriptif yang diperkuat dengan tabel dan gambar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Goldblatt (2014) menuliskan terdapat 5 (lima) tahap yang perlu diperhatikan dalam menghasilkan *event* yang efektif dan efisien. Kelima tahapan ini, meliputi: *Research, Design, Planning, Coordination*, dan *Evaluation*. Pertama, *Research*, yaitu berkaitan dengan penelitian kebutuhan dan keinginan penonton. Kedua, *Design*, yaitu berkaitan dengan pembahasan ide-ide terkait penyelenggaraan *event*. Ketiga, *Planning*, yaitu berkaitan dengan perencanaan penyelenggaraan kegiatan. Keempat, *Coordination*, yaitu terkait implementasi kegiatan.

Kelima, *Evaluation*, yaitu berkaitan dengan mengevaluasi kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya. Penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo diteliti dari kelima tahapan dalam manajemen *event* menurut Goldblatt (2014) tersebut. Berikut ini hasil temuan dan analisis peneliti berkaitan dengan kelima tahapan tersebut:

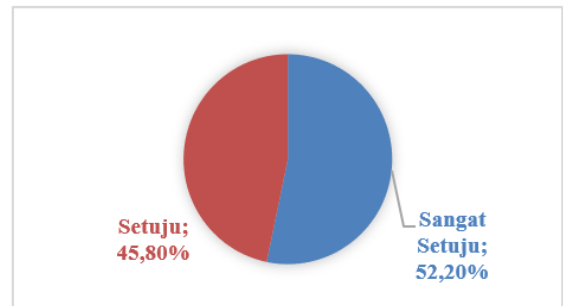
Research

Goldblatt (2014) menuliskan *Research* atau penelitian, yaitu kegiatan yang dilakukan dalam menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan khalayak publik terhadap *event* tersebut. Hal ini bertujuan agar penonton memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap *event* yang diselenggarakan. Lebih dari itu, hal ini sangat penting dalam mengurangi minimnya penonton yang hadir. Uhai & Sinaga (2022) menyebutkan dalam tahapan *Research* ini, 5 (lima) pertanyaan mendasar dalam penyelenggaraan sebuah *event* perlu dijadikan pedoman, yaitu: *Why* (mengapa), *Who* (siapa), *When* (kapan), *Where* (dimana), dan *What* (kapan). Lebih lanjut, *Why* ditujukan untuk mengkaji mengapa acara tersebut harus diselenggarakan? *Who* digunakan untuk menanyakan siapa penonton acara tersebut? *When* digunakan untuk menanyakan kapan acara tersebut akan berlangsung? *Where* ditujukan untuk menanyakan dimana lokasi penyelenggaraan acara tersebut? *What* ditujukan untuk mengkaji kegiatan apa yang akan ditampilkan dalam acara tersebut?

Pada penelitian ini, tahapan *Research* dikaji dari sejauh mana panitia pagelaran kesenian reyog memperdulikan dan mengakomodir keinginan dan harapan dari penonton. Lebih lanjut, tahapan ini juga dikaji peneliti dari seberapa jauh panitia pagelaran kesenian reyog melakukan pemetaan keinginan, kebutuhan, dan harapan dari penonton. Hal ini penting untuk menggambarkan dan menganalisis manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan 47,80 % responden menyatakan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia penyelenggara *event* kesenian reyog telah mengakomodir keinginan

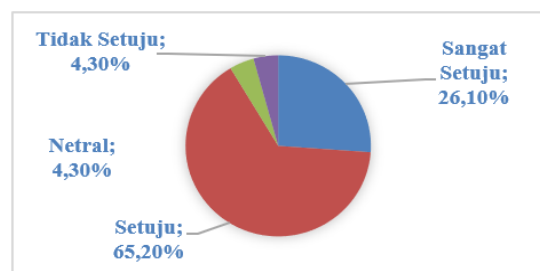
penonton dengan baik. Angka ini sedikit lebih rendah dari jumlah responden yang menyatakan “setuju” dengan pernyataan tersebut sebanyak 52,20 %. Hal ini menunjukkan bahwa panitia *event* pagelaran kesenian reyog kedepannya perlu lebih mengakomodir keinginan, kebutuhan, dan harapan penonton terkait *event* tersebut dengan baik. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 3:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 3. Penilaian Persetujuan Responden terkait Panitia Dinilai Mengakomodir keinginan Penonton dengan Baik

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan fakta bahwa 26,10 % responden menyatakan “sangat setuju” bahwa panitia pagelaran kesenian reyog telah melakukan pemetaan keinginan, kebutuhan, dan harapan dari penonton. Angka ini jauh lebih kecil dibandingkan 65,20 % responden yang menyatakan “setuju”. Ironisnya, 4,30 % responden menyatakan “tidak setuju”, sedangkan 4,30 % lainnya “netral”. Hal ini menunjukkan panitia masih perlu meningkatkan pemetaan keinginan penonton dengan baik. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 4:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 4. Penilaian Persetujuan responden terkait Panitia Dinilai Melakukan Pemetaan Keinginan Penonton dengan Baik

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Noor (2009) yang menuliskan bahwa *event* ini berkaitan dengan kegiatan yang diselenggarakan dengan tujuan tertentu dengan melibatkan lingkungan masyarakat. Simangunsong (2020) menuliskan bahwa pelibatan potensi masyarakat dalam pembangunan di bidang pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan baru bagi masyarakat. Masyarakat diharapkan tidak lagi menjadi penonton atau objek di daerahnya sendiri, melainkan sebagai subjek dalam pembangunan. Lebih lanjut, hal ini dapat mendorong kesejahteraan masyarakat.

Oleh karena itu, tahap *research* dan pemetaan dalam manajemen *event* perlu dan penting dilakukan dalam penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo. Hal ini penting untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat sekitar dalam pembangunan pariwisata melalui penyelenggaraan pagelaran *event* kesenian reyog tersebut. Hal ini juga sejalan dengan Pudjiastuti (2010) yang menyebutkan bahwa tujuan *event* ialah mempromosikan suatu barang atau jasa agar dapat dikenal ke khalayak luas.

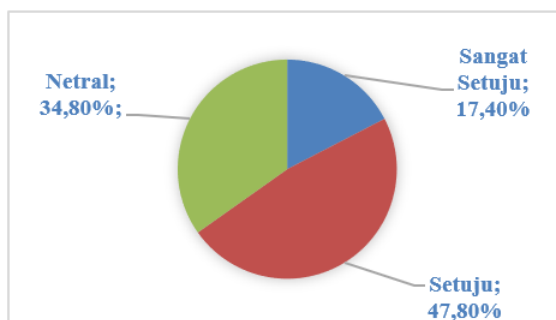
Design

Goldblatt (2014) menggambarkan *Design* yaitu pembahasan ide-ide yang meliputi keuangan, sosial, budaya, dan aspek-aspek penting lainnya dalam sebuah penyelenggaraan *event*. Tahapan ini dilakukan dengan menyerap ide-ide dan aspirasi dari seluruh anggota kepanitiaan *event* tersebut. Adapun *Design* ini sangat penting dalam memberikan merumuskan kesan terhadap pengunjung yang akan datang dalam pelaksanaan *event* nantinya. Tahapan *Design* yang dikemukakan Goldblatt (2014) ini diistilahkan dalam bahasa lainnya oleh Wibowo (2009) sebagai tahap Pra-Pelaksanaan. Adapun tahapan ini meliputi penemuan ide-ide.

Uhai & Sinaga (2022) menggambarkan bahwa dalam tahapan *design* ini ide-ide baru

diperlukan dalam merancang kegiatan yang sesuai dengan tujuan penyelenggaraan *event*. Adapun hal ini dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu: *brainstorming* (curah pendapat) dan *mind mapping* (pemetaan pikiran). Keduanya merupakan kegiatan dalam mengumpulkan ide-ide kemudian menghubungkan dan menyatukan dalam filosofi dan tujuan sebuah acara. Hal ini dilakukan dengan memperhitungkan berbagai aspek, seperti aspek keuangan, sosial, budaya dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini, tahapan *Design* dikaji peneliti dari seberapa jauh panitia pagelaran kesenian reyog melakukan penganggaran keuangan dengan baik (semisal melalui iuran atau sejenisnya). Lebih lanjut, tahapan ini juga dikaji dari sejauh mana panitia pagelaran kesenian reyog mendesain acara dengan baik. Hal ini digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden menyatakan bahwa panitia pagelaran kesenian reyog telah melakukan penganggaran keuangan dengan baik (semisal melalui iuran atau sejenisnya). Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 5:

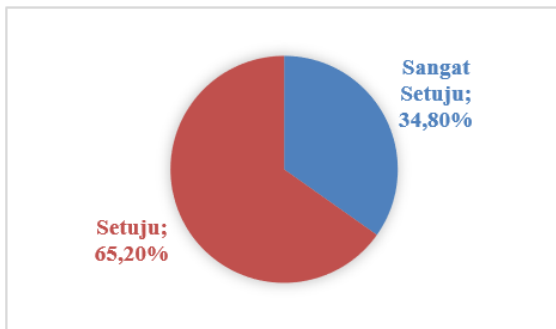


Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 5. Penilaian Responden terkait Panitia Dinilai Melakukan Penganggaran keuangan dengan Baik

Lebih lanjut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 34,80 % responden menyatakan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia pagelaran kesenian

reyog telah mendesain acara dengan baik. Angka ini jauh lebih kecil dibandingkan jumlah responden yang menyatakan “setuju” sebesar 65,20 %. Hal ini menunjukkan panitia perlu meningkatkan desain acara kedepannya dengan lebih baik. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 6:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 6. Penilaian Responden terkait Panitia Dinilai Mendesain Acara dengan Baik

Penelitian ini menggambarkan pentingnya tahapan *Design* dalam sebuah penyelenggaraan *event*. Pagelaran kesenian reyog perlu didesain dengan baik agar tujuan yang diharapkan dalam penyelenggaraan *event* ini berjalan dengan baik. Hasil riset ini sejalan dengan Putra & Smolek (2020) yang menuliskan bahwa keberhasilan sebuah penyelenggaraan *event* dalam mempromosikan barang atau jasa akan memberikan dampak yang positif terhadap pemasaran dan pengetahuan masyarakat terhadap barang atau jasa tersebut. Di sisi lain, O' Toole & Mikolaitis (2007) menyebutkan bahwa sebuah *event* merupakan bagian dari strategi komunikasi, sehingga diperlukan manajemen pengelolaan yang baik.

Planning

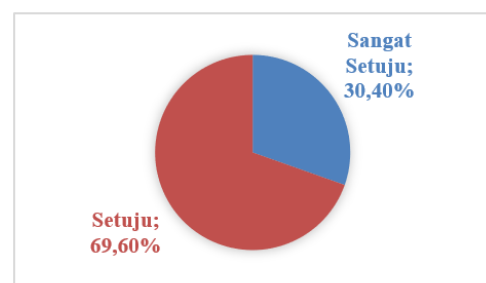
Goldblatt (2014) menyebutkan *Planning* sebagai kegiatan yang dilakukan dalam merencanakan penyelenggaraan *event*, mulai dari penganggaran, alokasi waktu, pertimbangan dalam pemilihan tempat atau lokasi (*venue*), dan lain sebagainya. Adapun tahapan *Planning* ini dilakukan setelah analisis

situasi. Di sisi lain, *Planning* dilakukan bersamaan dengan tahapan *design*. Wibowo (2009) menyebutkan tahapan *Planning* ini sebagai perencanaan yang ada dalam tahapan Pra-Pelaksanaan.

Uhai & Sinaga (2022) menuliskan bahwa tahapan *Planning* ini merupakan tahapan paling lama dalam proses manajemen *event*. Tahapan perencanaan ini didasari pada 3 (tiga) dasar, yaitu: waktu, lokasi dan kecepatan. Ketiga dasar ini akan menentukan dan mempengaruhi keberhasilan suatu penyelenggaraan acara.

Pada penelitian ini, tahapan *Planning* dikaji melalui seberapa jauh panitia pagelaran kesenian reyog melakukan perencanaan waktu dengan baik. Lebih lanjut, tahapan ini dikaji dari sejauh mana panitia pagelaran kesenian reyog melakukan pemilihan tempat atau lokasi penyelenggaraan kegiatan dengan baik. Hal ini penting dalam menggambarkan dan menganalisis manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo.

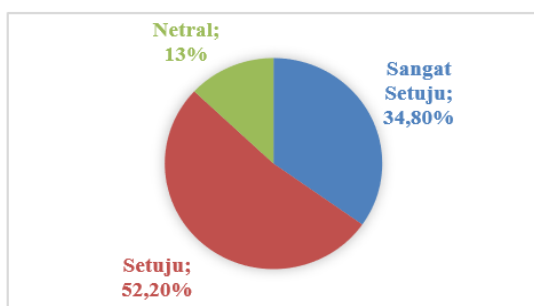
Hasil riset menunjukkan 30,40 % responden menyatakan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia pagelaran kesenian reyog telah melakukan perencanaan waktu dengan baik. Angka ini jauh lebih kecil dibandingkan dengan jumlah responden yang menyatakan “setuju” dengan pernyataan tersebut, yaitu sebesar 69,60 %. Hal ini menunjukkan kedepannya panitia perlu merancang waktu pelaksanaan *event* dengan lebih baik. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 7:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 7. Penilaian Responden, terkait Panitia Dinilai melakukan Perencanaan Waktu dengan Baik

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga menunjukkan 34,80 % responden menyatakan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia pagelaran kesenian reyog telah melakukan pemilihan tempat atau lokasi penyelenggaraan kegiatan dengan baik. Angka ini lebih kecil dari jumlah responden yang menyatakan “setuju” yaitu sebesar 52,20 %. Hal ini menunjukkan panitia kedepannya perlu melakukan pemilihan lokasi penyelenggaraan *event* dengan lebih baik. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 8:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 8. Penilaian Responden terkait Panitia Dinilai melakukan Pemilihan Lokasi dengan Baik

Hasil penelitian menunjukkan tahap perencanaan atau *Planning* ini sangat diperlukan dalam manajemen *event*. Penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog sangat memerlukan perencanaan yang baik. Hal ini sejalan dengan Noor (2009) yang menuliskan bahwa perencanaan sebuah *event* diawali dengan penentuan tujuan yang jelas. Adapun tujuan ini ialah sebuah panduan awal dalam merencanakan suatu kegiatan, sehingga dalam perencanaan *event* ini diarahkan menuju pencapaian tujuan.

Coordination

Goldblatt (2014) menuliskan *Coordination* sebagai tahapan implementasi kegiatan dalam manajemen *event*. Tahapan ini disebut juga pelaksanaan dari *planning* yang telah dibuat. Seorang manajer *event* harus mampu mengkoordinir banyaknya pihak-pihak yang terlibat dalam sebuah penyelenggaraan *event*. Hal ini penting dalam menjaga agar

semua pihak ini dapat bekerja secara simultan untuk tujuan yang sama, yaitu menyelenggarakan *event* yang berjalan dengan baik.

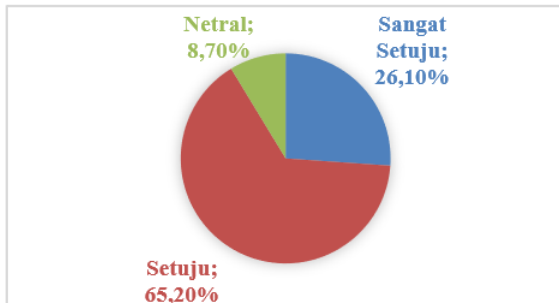
Di sisi lain, Wibowo (2009) mengkategorikan tahapan *Coordination* ini dalam Tahap Pelaksanaan. Tahap Pelaksanaan ini merupakan implementasi dari tahapan sebelumnya (Tahap Pra-Pelaksanaan). Adapun tahap *Coordinating* ini diperlukan mengingat dalam Tahap Pelaksanaan, seringkali kondisi di lapangan tidak sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Seringkali terdapat hal-hal yang tidak terduga yang mempengaruhi keberlangsungan sebuah *event*. Oleh karena itu, *Coordination* ini sangat diperlukan dalam sebuah penyelenggaraan manajemen *event*.

Uhai & Sinaga (2022) menuliskan bahwa koordinasi merupakan tahapan yang paling banyak dilakukan dalam manajemen *event*. Koordinasi ini diperlukan dalam mengeksekusi atau mengimplementasikan rencana yang telah dibuat sebelumnya. Pada tahapan ini peran pimpinan sangat diperlukan dalam proses pengambilan keputusan (*decision making process*) selama pelaksanaan kegiatan atau *event*. Simangunsong (2020) menuliskan bahwa para penyelenggara pelayanan publik harus terbiasa dengan koordinasi baik regional, nasional maupun global, dikarenakan perubahan yang terjadi berjalan sangat cepat dan seringkali tidak dapat terduga.

Pada penelitian ini, tahapan *Coordination* dikaji dari sejauh mana panitia pagelaran reyog berkoordinasi dengan semua anggota kepanitiaan lainnya dengan baik. Di sisi lain, tahapan ini dikaji peneliti dari seberapa jauh panitia pagelaran reyog melakukan koordinasi sosialisasi dan promosi dengan baik ke masyarakat (semisal melalui pamflet atau media sosial). Hal ini penting untuk menggambarkan dan menganalisis manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo.

Hasil penelitian menunjukkan 26,10 % responden menyatakan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia pagelaran reyog

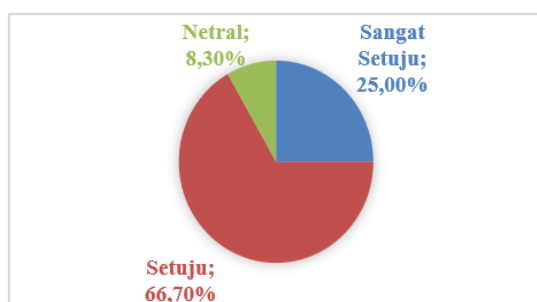
telah berkoordinasi dengan semua anggota kepanitiaannya dengan baik. Angka ini setara dengan jumlah responden yang menyatakan “setuju” dengan pernyataan tersebut, yaitu sebesar 65,20 %. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 9:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 9. Penilaian Responden terkait Panitia Dinilai Berkoordinasi dengan Baik

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sebanyak 25 % responden menyebutkan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia pagelaran reyog tersebut telah melakukan koordinasi sosialisasi dan promosi dengan baik ke masyarakat sekitarnya. Angka ini lebih kecil daripada responden yang menyatakan “setuju”, yakni sebanyak 66,7 %. Hal ini menunjukkan promosi dan sosialisasi *event* kesenian reyog ini masih perlu diperkuat kedepannya. Berikut ini hasil penelitian dapat dilihat dalam Gambar 10:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 10. Penilaian Responden terkait Panitia Dinilai Melakukan Sosialisasi & Promosi dengan Baik

Hasil penelitian menunjukkan panitia pagelaran kesenian reyog perlu mengoptimalkan koordinasi dalam sosialisasi dan promosi. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi pemasaran seperti pamflet, poster, maupun media sosial (*facebook, whats app, instagram, twitter*, dan lain sebagainya). Komunikasi pemasaran dalam *event* pagelaran reyog di Kabupaten Ponorogo dirasa masih perlu dikuatkan. Hal ini sejalan dengan Prisgunanto (2006) yang menuliskan bahwa gambaran *mix marketing* dalam komunikasi pemasaran perlu diperkuat dengan melibatkan berbagai arus komunikasi antar organisasi. Lebih lanjut, hal ini diperkuat dengan analisis terhadap target *audience* untuk meningkatkan *performance marketing*. Senada dengan ini, Cutlip, *et.al* (2009) menuliskan bahwa *public relations* dalam *special event* berfungsi memberikan informasi langsung dan mendapatkan hubungan timbal balik yang positif dengan publik.

Promosi berkaitan tahapan *Coordination* dalam manajemen *event* pagelaran kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo ini dirasa penting, mengingat promosi merupakan perwujudan bentuk dari komunikasi pemasaran itu sendiri. Hal ini seperti yang dituliskan Tjiptono (2001) bahwa promosi merupakan bentuk suatu komunikasi pemasaran dimana didalamnya berkaitan dengan aktifitas menyebarkan informasi, memberikan pengaruh atau membujuk pelanggan agar mereka membeli serta loyal terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan.

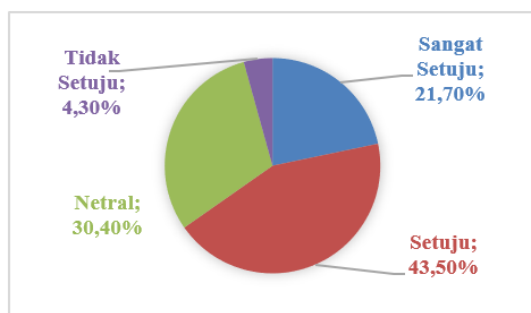
Evaluation

Goldblatt (2014) menggambarkan *Evaluation* yaitu kegiatan mengevaluasi semua proses atau tahapan yang dilakukan. Lebih lanjut, kegiatan ini mengevaluasi serangkaian tahapan mulai dari awal sampai dengan akhir sebuah penyelenggaraan *event*. Evaluasi ini sangat penting dalam menghasilkan data dan fakta yang berharga dalam mendukung penyelenggaraan *event-event* berikutnya. Senada dengan ini, Uhai & Sinaga (2022)

menyebutkan bahwa dalam tahapan evaluasi ini dilakukan penilaian pada proses tahapan kegiatan *event*, mulai dari awal hingga akhir terlaksananya kegiatan. Evaluasi ini sangat penting untuk dijadikan panduan atau referensi dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan-kegiatan kedepannya.

Pada penelitian ini, penulis mengkaji tahapan *Evaluation* dari sejauh mana panitia pagelaran reyog membuka peluang bagi masyarakat/penonton untuk memberikan kritik dan saran terkait pagelaran yang telah dilakukan. Lebih lanjut, tahapan ini penulis kaji dari seberapa jauh panitia pagelaran reyog melakukan evaluasi dalam setiap pagelaran yang dilakukan. Hal ini penting dalam menggambarkan dan menganalisis manajemen *event* pagelaran kesenian reyog dalam mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo.

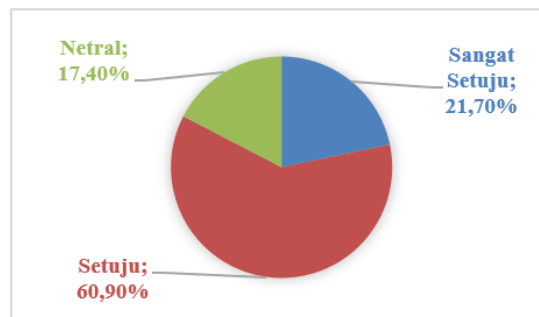
Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 21,7 % responden menyatakan “sangat setuju” dengan pernyataan bahwa panitia pagelaran kesenian reyog telah membuka peluang bagi masyarakat/penonton untuk dapat memberikan kritik dan saran terkait pagelaran atau *event* yang telah dilakukan. Angka ini lebih kecil dibandingkan responden yang menyatakan “setuju”, yaitu sebanyak 43,5 %. Ironisnya, terdapat 4,3 % responden yang menyatakan “tidak setuju”. Hal ini menunjukkan bahwa peluang penonton dalam memberikan kritik dan saran masih perlu ditingkatkan oleh panitia penyelenggara *event* kesenian reyog ini kedepannya. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 11:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 11. Penilaian Responden terkait Dinilai Panitia Membuka Peluang Penonton Memberikan Kritik dan Saran dengan Baik

Lebih lanjut, hasil penelitian menyebutkan sebanyak 21,7 % responden menyatakan “sangat setuju” bahwa panitia pagelaran reyog melakukan evaluasi dalam setiap pagelaran yang dilakukan. Angka ini lebih kecil dibandingkan responden yang menyatakan “setuju” sebanyak 60,9 %. Hal ini menunjukkan masih perlu ditingkatkan evaluasi terkait *event* pagelaran kesenian reyog tersebut. Berikut ini dapat dilihat dalam Gambar 12:



Sumber: hasil penelitian, 2022

Gambar 12. Penilaian Responden terkait Panitia Dinilai Melakukan Evaluasi dari Event Pagelaran dengan Baik

Hasil riset ini sejalan dengan Putra & Smolek (2020) yang menuliskan bahwa evaluasi sangat diperlukan dalam memberikan data dan fakta untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan lain kedepannya. Berangkat dari pemikiran ini, maka evaluasi ini dirasa penting dalam pagelaran kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo. Evaluasi sangat penting dalam menganalisis tahap-tahap mana yang perlu diperbaiki, sehingga kedepannya akan dapat menyelenggarakan sebuah *event* yang lebih baik. Wilcox (Pudjiastuti, 2010) menuliskan bahwa evaluasi merupakan tahapan yang dilakukan dalam mengukur hasil sebuah program. Lebih lanjut, pada evaluasi ini dilakukan konfrontasi dengan tujuan dan sasaran program yang telah ditentukan sebelumnya.

Tabel 2. Matriks Hasil Penelitian

No.	Tahapan	Hasil Penelitian
1.	Research	Panitia <i>event</i> perlu lebih mengakomodir keinginan, kebutuhan, dan harapan

	penonton, serta meningkatkan pemetaan keinginan penonton.
2. <i>Design</i>	Panitia telah melakukan penganggaran keuangan dengan baik, namun perlu meningkatkan desain acara dengan lebih baik.
3. <i>Planning</i>	Panitia perlu merancang waktu pelaksanaan dan pemilihan lokasi <i>event</i> dengan lebih baik.
4. <i>Coordination</i>	Panitia telah berkoordinasi dengan semua anggota kepanitiaan dengan baik. Namun, promosi <i>event</i> masih perlu diperkuat.
5. <i>Evaluation</i>	Peluang penonton dalam memberikan kritik dan saran perlu ditingkatkan. Selain itu, perlu ditingkatkan evaluasi terkait pelaksanaan <i>event</i> .

Sumber: diolah dari hasil penelitian, 2022.

SIMPULAN

Beranjak dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa secara umum penyelenggaraan pagelaran kesenian reyog di Kabupaten Ponorogo telah memenuhi kelima tahapan dalam manajemen *event* seperti yang dikemukakan Goldblatt (2014), yaitu *Research, Design, Planning, Coordination*, dan *Evaluation*. Berikut ini simpulan dari masing-masing analisis dari tahapan tersebut:

1. Pada tahap *research*, panitia perlu lebih mengakomodir keinginan, kebutuhan, dan harapan penonton. Selain itu, panitia juga perlu meningkatkan pemetaan keinginan penonton dengan baik.
2. Lebih lanjut, pada tahap *design*, panitia telah melakukan penganggaran keuangan dengan baik. Namun, panitia perlu meningkatkan desain acara dengan lebih baik.

3. Pada tahap *planning*, panitia perlu merancang waktu dan lokasi pelaksanaan *event* dengan lebih baik.
4. Pada tahap *coordination*, panitia telah berkoordinasi dengan baik. Namun, promosi dan sosialisasi *event* pagelaran masih perlu diperkuat.
5. Pada tahap *evaluation*, peluang penonton dalam memberikan kritik dan saran masih perlu ditingkatkan oleh panitia. Selain itu, masih perlu ditingkatkan evaluasi terkait *event* ini kedepannya. Hal ini penting untuk mewujudkan *Tourism Supply Chain* di Kabupaten Ponorogo yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pelaku budaya di Paguyuban Reyog Singo Taruno Joyo dan paguyuban-paguyuban kesenian reyog lainnya di Kabupaten Ponorogo yang telah mendukung terselesainya penelitian ini. Lebih lanjut, penulis mengucapkan terima kasih kepada Beasiswa Pendidikan Indonesia (BPI) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset & Teknologi Republik Indonesia (Kemendikbudristek RI) dan Lembaga Pengelola Dana Pendidikan Republik Indonesia (LPDP RI) yang telah mendukung pelaksanaan riset ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Ayub Dwi; Happy Susanto; Rizal Arifin; Oki Cahyo Nugroho; Eli Purwati; dan Irvan Nur Ridho. (2023). Manajemen Event Budaya sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)*. Volume 7 Nomor 1, Januari 2023.
- Ardianto, E. (2011). *Handbook of public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Barliansah, Beni. (2020). Analisis Rantai Pasok Pariwisata (Tourism Supply Chain) dengan Pendekatan Fuzzy Logic di Kota Bandung. *INDEPT*, Volume 8, Nomor 3, Oktober 2019 – Januari 2020.

- Cutlip, Scot M.; Allen Center; & Glen M. Broom. (2009). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall.
- Fernandez, José A. Folgado; Paulo Duarte; and José Manuel Hernandez-Mogollon. (2021). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 33 No. 7, 2021, pp. 2371-2390 Emerald Publishing Limited 0959-6119.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research, and Policy for Planned Events*. Elsevier.
- Goldblatt. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Jawahar, Deepa; Vinney Zephaniah Vincent; and Anju Varghese Philip. (2020). *International Tourism Studies Association*. Volume 6, Nomor. 3, 2020, pp. 491-509, Emerald Publishing Limited, ISSN 2056-5607.
- McCartney, Glenn. (2010). *Event Management: An Asian Perspective*. Ninth Edition. USA
- Noor, Any. (2009). *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta.
- O' Toole, William & Phyllis Mikolaitis. (2007). *Corporate Event Management*. Jakarta: PPM.
- Prisgunanto, I. (2006). *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pudjiastuti, W. (2010). *Special Event*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Putra, F. D., & S. Smolek. (2020). Peace Language and Conflict Resolution in Harmony Communication. *International Journal of Communication and Society*, 2(2), 86-93.
- Rismayanti, Fransisca Ayu; Marjono, dan Nurul Umamah. (2017). *Jurnal Historica*, Volume. 1, Issue. 2, 2017, pp 213-2226.
- Ruslan, R. (1998). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Simangunsong, Fernandes. (2017). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. Bandung: Alfabeta.
- (2020). Orasi Ilmiah Guru Besar Fernandes Simangunsong 2020-2021. Jatinangor Institute Pendidikan Dalam Negeri (IPDN). Available at: https://www.researchgate.net/publication/345834085_isi_Orasi_Ilমiah_Guru_Besar_Fernandes_Simangunsong_2020-2021, tanggal akses 30 Januari 2023, pukul 11.17 WIB.
- Sitorus, Budi & Christina Natalia Sitorus. (2017). Peran Transportasi dalam Mendukung Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Danau Toba. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, Volume 04 Nomor 01, Maret 2017.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Uhai, Sabalius & Firman Sinaga. (2022). *Manajemen Event di Desa Wisata*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Wibowo. (2009). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license