

STRATEGI PROMOSI TRADISI *MAGĒBĒG-GĒBĒGAN* SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI DESA TUKADMUNGGA KABUPATEN BULELENG

Komang Tirtayasa¹; I Gede Sutana²; Ida Bagus Gede Paramita³; Nyoman Dane⁴

Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja^{1;2;3;4}

Email: lepuDKoming@gmail.com¹; sutanagde@gmail.com²; ibgparamita@gmail.com³;
nyomandanne@gmail.com⁴

ABSTRAK

Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* di Desa Tukadmungga, Kabupaten Buleleng merupakan salah satu tradisi yang memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata. Meski demikian, tradisi ini belum dikenal luas karena promosi yang kurang optimal. Oleh karena itu, penelitian tentang strategi promosi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* penting dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Tukadmungga. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Selanjutnya data yang diperoleh di analisis dengan cara reduksi data, penyajian data, serta penarikan simpulan dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini antara lain: (1) Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* di Desa Tukadmungga memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata budaya di Kabupaten Buleleng karena keunikan dan keaslian budayanya. Meskipun fasilitas penunjang seperti toilet umum dan parkir perlu ditingkatkan, desa ini memiliki infrastruktur dasar yang cukup, aksesibilitas yang baik, serta layanan wisata yang memadai; (2) Produk, harga, dan lokasi bukan hambatan, tetapi promosi masih menjadi tantangan utama akibat minimnya sumber daya manusia, rendahnya kesadaran masyarakat, serta terbatasnya dana. Saat ini, promosi hanya dilakukan melalui baliho, poster, dan unggahan sederhana di media sosial tanpa strategi yang jelas, sehingga diperlukan peningkatan strategi promosi yang lebih terstruktur dan dukungan dari pemerintah daerah serta pihak swasta; (3) Untuk memaksimalkan promosi tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan*, beberapa strategi yang efektif dapat diterapkan, diantaranya: (a) meningkatkan kerjasama antara Desa Tukadmungga dengan pemerintah daerah; (b) meningkatkan kerjasama antara Desa Tukadmungga dengan pihak swasta; (c) meningkatkan sinergi Desa Adat dan Desa Dinas dalam pelaksanaan dan promosi Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan*; (d) meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam promosi dan pelestarian Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan*; dan (e) melaksanakan festival budaya secara berkala dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Promosi; Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan*; Daya Tarik Wisata

ABSTRACT

The MagĒbĒg-gĒbĒgan tradition in Tukadmungga Village, Buleleng Regency, is one of the traditions with great potential as a tourist attraction. However, this tradition is not widely known due to insufficient promotion. Therefore, research on the promotion strategy of MagĒbĒg-gĒbĒgan is important to increase tourist visits to Tukadmungga Village. The data collection methods in this study used observation, interviews, and literature study. Subsequently, the obtained data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The results of this study include: (1) The MagĒbĒg-gĒbĒgan tradition in Tukadmungga Village has great potential as a cultural tourism attraction in Buleleng Regency due to its uniqueness and cultural authenticity. Although supporting facilities such as public toilets and parking need to be improved, this village has sufficient basic infrastructure, good accessibility, and adequate tourist services; (2) Products, prices, and location are not obstacles, but promotion remains the main challenge due to a lack of human resources, low community awareness, and limited funds. Currently, promotion is only carried

out through billboards, posters, and simple social media posts without a clear strategy, so there is a need for an improvement in a more structured promotion strategy and support from the local government and private sectors; (3) To maximize the promotion of the Magébé-gébégan tradition, several effective strategies can be implemented, including: (a) enhancing cooperation between Tukadmungga Village and the local government; (b) enhancing cooperation between Tukadmungga Village and the private sector; (c) increasing the synergy between the Customary Village and the Administrative Village in the implementation and promotion of the Magébé-gébégan tradition; (d) increasing local community participation in the promotion and preservation of the Magébé-gébégan tradition; and (e) holding cultural festivals periodically and sustainably.

Keywords: Promotion Strategy; Magébé-gébégan Tradition; Tourist Attraction

I. PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu pulau di Indonesia, terkenal karena keanekaragaman budaya dan alamnya yang unik, menarik wisatawan dari berbagai negara. Namun, sejak pariwisata Bali muncul, banyak orang yang khawatir tentang pelestarian budaya Bali. Ini karena budaya telah menjadi sarana penting untuk menarik wisatawan dan meningkatkan kualitas hidup di Bali. Di sisi lain, mengeksploitasi budaya untuk menarik wisatawan jelas akan berdampak negatif pada keasliannya (Picard, 2006).

Bali memiliki peluang untuk meningkatkan daya tarik wisatanya karena menjadi salah satu tujuan wisata. Setiap daerah di Bali memiliki keunikan seni budaya yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, seperti: Tradisi *Omed-Omedan* di Banjar Kaja Sesetan Denpasar; Tradisi *Megoak-goakan* di Desa Panji Buleleng, Tradisi *Ulihan* di Kabupaten Tabanan, Tradisi *Megibung* di Kabupaten Karangasem, dan lain sebagainya. Selain itu, salah satu tradisi yang juga memiliki keunikan tersendiri adalah Tradisi *Magébé-gébégan* di Desa Tukadmungga, Kabupaten Buleleng. Tradisi ini telah dilakukan dari turun temurun hingga sampai sekarang (Ariani, 2017).

Tradisi *Magébé-gébégan* digelar pada hari *Pengrupukan*, yakni pada *Sasih Kesanga*. Peserta tradisi *Magébé-gébégan* ini adalah remaja atau *sekehe truna* yang berasal dari empat *banjar* yang ada di Desa Tukadmungga. Tradisi ini diawali dengan ritual persembahyangan yang di gelar di perempatan jalan Desa Tukadmungga. Para *sekehe teruna* akan memperebutkan kepala *godel* (anak sapi) yang merupakan sarana dalam menggelar upacara persembahyangan sesajian saat prosesi atau ritual *mecaru* yang bertepatan saat hari *pengrupukan* atau sehari sebelum hari raya Nyepi. Tradisi ini digelar setiap tahun sekali sebagai bentuk upacara *bhuta yadnya* yang bertujuan untuk menyeimbangkan atau menetralkan *bhuana agung* dan *bhuana alit* agar selalu tetap harmonis (Sudipta, Divayana, & Sindu, 2023). Pelaksanaan tradisi *Magébé-gébégan* tidak hanya untuk upacara *bhuta yadnya* saja, tetapi juga untuk melestarikan tradisi yang diwariskan oleh leluhur di Desa Tukadmungga. Dalam tradisi ini ada kegembiraan, kebersamaan, dan kekompakan warga, terutama di kalangan *sekehe truna*. Tradisi *Magébé-gébégan* tak lepas dari kisah masa lalu yang tujuan menjaga persatuan dan kemakmuran Desa Tukadmungga. Tradisi ini dilaksanakan setiap tahun oleh masyarakat karena diyakini memberikan dampak yang positif bagi kehidupan masyarakat di Desa Tukadmungga termasuk kehidupan pariwisata di Desa Tukadmungga.

Terkait dengan kepariwisataan khususnya di Kabupaten Buleleng, tradisi *Magébé-gébégan* merupakan salah satu tradisi yang memiliki potensi sebagai salah satu daya tarik wisata di Desa Tukadmungga. Desa Tukadmungga juga sudah ditetapkan sebagai desa wisata di Kabupaten Buleleng, sesuai yang termuat dalam Keputusan Bupati Buleleng, Nomor: 430/239/HK/2022 tentang desa wisata di Kabupaten Buleleng. Namun dari *survey* pendahuluan yang penulis lakukan, tradisi *Magébé-gébégan* ini belum banyak diketahui oleh masyarakat

di luar Desa Tukadmungga ataupun wisatawan yang berkunjung ke Buleleng. Salah satu faktor yang mempengaruhi belum dikenalnya tradisi *Magébé-gébégan* oleh masyarakat di luar Desa Tukadmungga dan wisatawan yang berkunjung ke Buleleng adalah karena kurangnya dan belum optimalnya promosi terkait keberadaan dan pelaksanaan tradisi *Magébé-gébégan* ini, sehingga keberadaannya belum banyak diketahui oleh masyarakat luas.

Daya tarik wisata dapat mengalami peningkatan pengunjung bila ada informasi yang disebarkan sebagai bentuk promosi, serta partisipasi masyarakat untuk mempromosikan objek wisata tersebut juga perlu dilaksanakan. Tanpa promosi yang efektif maka daya tarik wisata tidak dapat dikenal oleh masyarakat maupun wisatawan. Saat ini promosi yang dilakukan hanya memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram*.

Berdasarkan pemaparan di atas, penting kiranya dilakukan sebuah penelitian guna mengembangkan tradisi *Magébé-gébégan* sehingga mampu menjadi salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Buleleng. Penelitian strategi promosi Tradisi *Magébé-gébégan* penting untuk dilakukan karena belum ada kajian mengenai promosi Tradisi *Magébé-gébégan* di Desa Tukadmungga, Kabupaten Buleleng. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat membantu mengidentifikasi promosi-promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Tukadmungga untuk menonton dan mengetahui Tradisi *Magébé-gébégan*. Dengan adanya strategi promosi yang tepat, diharapkan kunjungan wisatawan dapat meningkat, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada perekonomian masyarakat Desa Tukadmungga dan sekitarnya.

II. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini akan di deskripsikan secara menyeluruh mengenai strategi promosi tradisi *magébé-gébégan* di Desa Tukadmungga, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. Data primer yang digunakan merupakan hasil observasi di Desa Tukadmungga dan wawancara dengan penyelenggara tradisi, tokoh masyarakat di Desa Tukadmungga, pelaku pariwisata dan Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng. Sumber data sekunder diperoleh dari referensi seperti buku, karya ilmiah, artikel jurnal, dan lain sebagainya yang terkait dengan permasalahan penelitian. Metode observasi, wawancara, dan studi kepustakaan digunakan untuk pengumpulan data. Setelah data terkumpul, kemudian dianalisis dengan menggunakan model analisis data Miles dan Huberman, yakni: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan untuk mengupas permasalahan yakni Teori 4A dan Teori Marketing Mix (4P)

III. PEMBAHASAN

3.1 Potensi Tradisi *Mégébé-gébégan* Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Tukadmungga Kabupaten Buleleng.

Potensi yang dimiliki Desa Tukadmungga tidak hanya bersumber dari alamnya saja tetapi, juga dilihat dari sumber daya manusia yang mumpuni dan juga mempunyai tradisi budaya yang sudah ada sejak turun temurun. Adapun potensi tradisi *Mégébé-gébégan* di Desa Tukadmungga dianalisis menggunakan Teori 4A Cooper (*atracion, accesibility, amenity, dan ancilliary*). Potensi tradisi *Mégébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga adalah sebagai berikut :

3.1.1 *Attraction* (atraksi)

Atraksi dalam hal ini tradisi *Mégébé-gébégan* merupakan tradisi yang sudah dilaksanakan secara turun-temurun dan memiliki potensi sebagai daya tarik wisata, khususnya wisata budaya di Desa Tukadmungga Kabupaten Buleleng. Hal ini dilihat dari keunikan tradisi ini yang hanya ada satu di kawasan Buleleng dan prosesnya yang sakral, yang alur pelaksanaannya tidak bisa dipisahkan satu dengan lainnya karena merupakan satu kesatuan.

Selain itu, pelaksanaan tradisi *Magébé-gébé* yang dirangkai dengan pengarakan *ogoh-ogoh* membuat tradisi ini semakin menarik.

3.1.2 Amenities (Fasilitas)

Fasilitas dalam konteks objek wisata mencakup berbagai sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan pelaku wisata selama berada di lokasi tersebut. Fasilitas tersebut termasuk akomodasi, makanan dan minuman, areal hiburan, dan tempat belanja. Prasarana yang diperlukan meliputi akses air bersih, listrik, tempat pembuangan sampah, transportasi umum serta fasilitas komunikasi dan transportasi lainnya. Tradisi *Magébé-gébé* dilaksanakan di *Pempatan Agung* atau *Catus Pata* di Desa Tukadmungga.

Fasilitas lainnya seperti akomodasi hotel, penginapan, villa dan *homestay* dengan pelayanan yang sangat baik juga sudah tersedia di Desa Tukadmungga dan sekitarnya, antara lain: Hotel Bali Taman, Hotel Kubu Beach Lovina, Villandra, Villa Coco Beach, dan Penginaoan Bungalow Heppy Disamping terdapat akomodasi yang memadai di Desa Tukadmungga, juga terdapat warung-warung yang dimana dikelola oleh Desa Dinas Tukadmungga.

Dalam pelaksanaan tradisi *Magébé-gébé* sudah disediakan tempat sampah sebagai sarana kebersihan, hal ini untuk menjaga kebersihan lingkungan dan memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang menonton tradisi *Magébé-gébé*. Tempat parkir juga sudah disediakan oleh Desa Tukadmungga, yang dimana wisatawan yang berkunjung menonton tradisi *magebeg-gebegan* dapat mengaksesnya secara gratis. Kendaraan penonton yang parkir dengan rapi secara otomatis juga menambah kenyamanan saat pelaksanaan tradisi *Magébé-gébé*.

3.1.3 Accessibility (Aksesibilitas)

Akses yang baik, seperti infrastruktur transportasi yang memadai, fasilitas untuk penyandang disabilitas, dan kemudahan menggunakan transportasi umum, dapat memperluas jangkauan pasar wisata, meningkatkan jumlah kunjungan, serta memperpanjang lama tinggal wisatawan. Aspek-aspek aksesibilitas seperti petunjuk arah, lokasi bandara, terminal, hitungan waktu, biaya perjalanan, akomodasi yang lainnya, serta informasi transportasi ke lokasi wisata yang juga harus memiliki signifikansi yang tidak kalah penting.

Akses jalan menuju dan disekitar lokasi pelaksanaan tradisi *Mégébé-gébé* di Desa Tukadmungga sudah baik dan layak dilalui kendaraan apapun. Jalannya sudah diaspal dan dipaving, untuk menemukannya juga mudah dengan menggunakan *google maps* atau aplikasi penunjuk arah lainnya. Untuk waktu yang dibutuhkan dari pusat Kota Singaraja tidak lebih dari 30 menit, dan dari Bandara I Gusti Ngurah Rai sekitar 3-4 jam tergantung dari kendaraan yang digunakan dan situasi di jalan. Aksesibilitas menuju daya tarik wisata tradisi *Mégébé-gébé* merupakan faktor penting dalam promosi tradisi *Mégébé-gébé* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga. Aksesibilitas merupakan faktor krusial dalam promosi daya tarik wisata karena memengaruhi kenyamanan, kepuasan, dan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

3.1.4 Ancillary Services (Kelembagaan)

Ancillary services atau layanan pendukung memainkan peran penting dalam promosi daya tarik wisata karena mereka memberikan nilai tambah bagi pengalaman wisatawan, meningkatkan kepuasan, dan memperpanjang waktu tinggal. Layanan ini mencakup fasilitas seperti transportasi lokal, pemandu wisata, penyewaan peralatan, pusat informasi, akomodasi, dan fasilitas makan. Dengan menyediakan layanan tambahan yang memadai, destinasi wisata dapat menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan terpadu, sehingga wisatawan merasa terbantu dan lebih mungkin untuk merekomendasikan tempat tersebut.

Ancillary service sangat penting dalam daya tarik wisata karena layanan ini melengkapi atraksi utama dan meningkatkan kenyamanan serta kemudahan bagi wisatawan selama berkunjung. Fasilitas seperti transportasi, akomodasi, restoran, pemandu wisata, dan pusat

informasi tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan tetapi juga memperpanjang lama tinggal mereka, mendorong pengeluaran lebih banyak, dan menarik berbagai segmen pasar.

Ancillary services di Desa Tukadmungga sudah cukup lengkap. Keberadaan *tourist information*, ATM, pertamina, auto 2000, JNT, JNE, minimarket serta jasa transportasi darat dan laut berperan penting dalam kepuasan wisatawan. Dengan demikian, destinasi yang menawarkan layanan pendukung berkualitas lebih cenderung diminati dan direkomendasikan, sehingga memperkuat daya saing dalam promosi wisata.

3.2 Faktor Penghambat Dalam Promosi Tradisi *Magébé-gébégan* Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Tukadmungga Kabupaten Buleleng

Faktor penghambat dalam promosi daya tarik wisata secara umum meliputi beberapa aspek seperti kurangnya infrastruktur penunjang, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), dan rendahnya kerjasama antara pemangku kepentingan (Suharyanto, 2017). Dalam penelitian ini, faktor penghambat dalam promosi Tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga Kabupaten Buleleng dianalisis menggunakan teori 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

3.2.1 Product (produk)

Produk dalam konteks pariwisata mencakup semua elemen yang dapat menarik perhatian pengunjung, seperti atraksi wisata, layanan, akomodasi, dan aktivitas yang tersedia. Kualitas produk yang baik, seperti keindahan alam, keunikan budaya, atau pengalaman yang mendebarkan, dapat menciptakan daya tarik yang kuat dan membedakan suatu destinasi dari yang lain. Produk yang dirancang dengan baik tidak hanya mampu menarik wisatawan, tetapi juga menciptakan kesan positif dan mendorong kunjungan ulang serta rekomendasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, pengembangan produk wisata yang unggul merupakan fondasi utama dalam keberhasilan promosi Tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga, Kabupaten Buleleng.

Dalam penelitian ini, Tradisi *Magébé-gébégan* di Desa Tukadmungga merupakan produk wisata yang menarik karena keunikan dan kekayaan budayanya yang otentik. Tradisi ini memberikan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan, menampilkan nilai-nilai budaya lokal yang masih terjaga dengan baik. Namun, untuk menjadikan Tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata yang lebih kuat dan siap dipromosikan secara luas, perlu adanya peningkatan dalam beberapa aspek, seperti lebih banyak informasi tentang sejarah, makna, dan proses pelaksanaan tradisi ini agar pengalaman wisatawan lebih mendalam dan edukatif. Selain itu, melibatkan wisatawan secara lebih interaktif, seperti dengan memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam bagian tertentu dari tradisi, akan memperkaya pengalaman mereka dan meningkatkan daya tarik tradisi ini sebagai produk wisata. Dengan perbaikan ini, Tradisi *Magébé-gébégan* memiliki potensi besar untuk dipromosikan sebagai salah satu daya tarik utama di Desa Tukadmungga dan meningkatkan kunjungan wisata ke daerah tersebut.

3.2.2 Price (Harga)

Harga yang kompetitif dan sebanding dengan nilai yang ditawarkan cenderung lebih menarik wisatawan, sementara harga yang terlalu tinggi tanpa dukungan kualitas yang memadai dapat menghambat minat kunjungan. Penentuan harga dalam pariwisata tidak hanya bergantung pada biaya produksi dan operasional, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain. Dalam pariwisata, ada berbagai pendekatan dalam penetapan harga, termasuk harga dinamis yang disesuaikan dengan musim, permintaan, atau jenis pengalaman yang ditawarkan (Nurhayati (2019).

Terkait harga (*price*), dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Tradisi *Magébé-gébégan* merupakan sebuah pertunjukan budaya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sangat terjangkau bagi masyarakat luas. Biaya yang murah membuatnya dapat diakses

oleh berbagai kalangan, menjadikannya salah satu daya tarik wisata yang inklusif. Namun, untuk meningkatkan daya saingnya sebagai atraksi wisata yang lebih menarik, penting untuk mengimbangnya dengan penyediaan fasilitas yang layak, seperti infrastruktur yang memadai, tempat duduk yang nyaman, dan sarana penunjang lainnya. Dengan demikian, tradisi ini tidak hanya akan semakin diminati, tetapi juga layak untuk dipromosikan sebagai bagian dari destinasi wisata unggulan.

3.2.3 Place (Tempat)

Dalam promosi pariwisata, *place* (tempat) merujuk pada lokasi atau destinasi yang menawarkan pengalaman wisata kepada pengunjung. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau, dilengkapi dengan fasilitas yang memadai seperti akomodasi, transportasi, dan layanan pendukung, dapat meningkatkan daya tarik wisata. Jika sebuah lokasi tidak memiliki infrastruktur yang baik, meskipun memiliki potensi wisata yang tinggi, hal ini dapat menjadi faktor penghambat dalam menarik pengunjung.

Secara positif, penggunaan *Catus Pata* sebagai lokasi pertunjukan Tradisi *Magébé-gébégan* memiliki makna simbolis yang kuat sebagai pusat kosmologis dalam budaya Bali, sehingga penggunaan tempat ini untuk ritual menambah keagungan dan keintiman acara bagi masyarakat setempat (Sugiana, 2019). Namun, di sisi lain, juga menguraikan dampak negatif yang muncul, khususnya terkait dengan kelancaran lalu lintas. Selain itu Kekurangan fasilitas umum, terutama toilet, sering kali menjadi penyebab utama ketidaknyamanan bagi pengunjung, terutama dalam situasi di mana destinasi wisata atau acara budaya dihadiri oleh banyak orang.

Dalam penelitian ini, lokasi pelaksanaan Tradisi *Magébé-gébégan* dinilai sudah representatif dan mampu menampung jumlah penonton yang cukup banyak. Tempat ini juga memberikan suasana yang cocok untuk tradisi tersebut karena dilangsungkan di *Catus Pata* yang dalam budaya Hindu Bali merupakan tempat yang sakral. Selain itu, akses jalan menuju lokasi pelaksanaan Tradisi *Magébé-gébégan* sudah sangat baik. Jalanan sudah beraspal dan dipaving, sehingga nyaman dilalui, baik oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Petunjuk arah menuju lokasi pun sangat jelas dan mudah diakses dengan bantuan aplikasi seperti *google maps*, sehingga wisatawan tidak kesulitan untuk mencapai tempat pelaksanaan Tradisi *Magébé-gébégan* ini.

Namun, ada beberapa kendala yang dirasakan oleh wisatawan. Posisi pelaksanaan tradisi di perempatan jalan desa (*Catus Pata*) sering kali menyebabkan kemacetan, terutama saat acara sedang berlangsung, sehingga mengurangi kenyamanan bagi penonton. Hal ini juga memengaruhi lalu lintas di sekitar lokasi, yang bisa menjadi masalah terutama saat tradisi dihadiri oleh banyak orang. Selain itu, fasilitas umum seperti toilet belum tersedia di area tersebut, sehingga wisatawan harus mencari rumah warga untuk keperluan BAB/BAK, yang tentunya membuat pengalaman menonton menjadi kurang nyaman. Untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan, perlu adanya perbaikan, terutama penambahan fasilitas seperti toilet umum dan pengelolaan lalu lintas yang lebih baik.

3.2.4 Promotion (Promosi)

Promosi juga sering dilakukan melalui kampanye iklan, penyelenggaraan pameran pariwisata, dan kolaborasi dengan agen perjalanan untuk memperkenalkan keunikan serta daya tarik destinasi wisata. Selain itu, *digital marketing*, terutama melalui platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube*, telah menjadi alat yang sangat efektif untuk mempromosikan pariwisata di era modern, memungkinkan destinasi untuk diakses secara visual oleh jutaan orang dalam waktu singkat (Sudiarta, I. W., & Widiartini, N. K. A., 2020). Promosi daya tarik wisata sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti Sumber Daya Manusia (SDM), pendanaan, media sosial, *influencer*, serta kolaborasi dengan media dan pemerintah.

Dalam penelitian ini, upaya promosi tradisi *Magébé-gébégan* di Desa Tukadmungga yang telah dilakukan oleh penyelenggara, pihak desa, dan masyarakat masih jauh dari kata optimal. Promosi sejauh ini hanya terbatas pada pemasangan baliho, poster, serta pembuatan *story* di media sosial, yang menunjukkan keterbatasan dalam hal strategi promosi yang lebih luas dan kreatif. Penyebab utama dari kurang optimalnya promosi ini adalah sumber daya manusia (SDM) yang belum mumpuni, rendahnya kesadaran masyarakat dalam mempromosikan tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata, serta ketiadaan dana yang cukup untuk mendukung promosi yang lebih komprehensif.

Faktor utama yang menghambat promosi tradisi Magebegan adalah aspek promosi yang belum maksimal. SDM yang belum mumpuni dan kurangnya kesadaran masyarakat setempat untuk aktif mempromosikan tradisi ini sebagai daya tarik wisata menjadi kendala utama. Selain itu, ketiadaan dana promosi yang memadai serta tidak adanya strategi promosi yang tepat semakin memperburuk upaya mengenalkan tradisi ini kepada masyarakat luas. Hingga saat ini, promosi yang dilakukan hanya sebatas pemasangan baliho, poster, dan unggahan di media sosial tanpa pendekatan yang lebih strategis.

Untuk memperbaiki keadaan ini, diperlukan partisipasi aktif masyarakat desa dalam mempromosikan tradisi ini. Selain itu, pemanfaatan media sosial harus lebih maksimal dengan strategi yang terarah dan terencana. Kerja sama dengan *influencer*, media, dan dinas terkait seperti Dinas Pariwisata dan Dinas Kebudayaan sangat diperlukan untuk mendapatkan dukungan pendanaan yang dapat membantu penyusunan program promosi yang lebih terstruktur dan profesional. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan tradisi *Magébé-gébégan* akan lebih dikenal oleh masyarakat luas, serta meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Tukadmungga, dan menjadikan tradisi ini sebagai daya tarik wisata baik di Desa Tukadmungga maupun di Kabupaten Buleleng secara umum.

3.3 Strategi Promosi Tradisi *Magébé-gébégan* Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Tukadmungga Kabupaten Buleleng

Strategi promosi memainkan peran yang sangat penting dalam memperkenalkan daya tarik wisata kepada wisatawan. Promosi yang efektif tidak hanya mampu menarik perhatian tetapi juga membangun citra positif dari destinasi wisata. Strategi pemasaran yang terintegrasi, termasuk pemanfaatan media sosial dan *influencer*, dapat meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi lokasi tertentu. Penggunaan media sosial tidak hanya meningkatkan eksposur terhadap destinasi wisata tetapi juga memungkinkan interaksi langsung antara pengelola dan calon pengunjung.

Dalam merancang strategi promosi tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga digunakan pendekatan *pentahelix* pariwisata, melibatkan lima elemen utama: pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Strategi ini memastikan kolaborasi antar-sektor dalam mempromosikan tradisi lokal sebagai daya tarik wisata yang berkelanjutan dan menarik bagi wisatawan.

1. Pemerintah berperan penting dalam memberikan regulasi dan dukungan anggaran untuk promosi pariwisata, termasuk memberikan fasilitas dasar seperti infrastruktur yang memadai. Kerja sama dengan Dinas Pariwisata Buleleng sangat diperlukan untuk mengamankan dukungan dana dan promosi resmi, baik melalui program-program lokal maupun nasional. Pemerintah juga bisa menginisiasi kampanye promosi melalui *platform* resmi dan mendorong partisipasi pelaku lokal.
2. Akademisi berkontribusi dalam memberikan analisis mendalam terkait potensi tradisi *Magébé-gébégan* serta penyusunan strategi berbasis data dan riset. Melalui penelitian, akademisi dapat memberikan solusi inovatif tentang bagaimana meningkatkan daya tarik tradisi ini serta cara terbaik memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan promosi.

3. Pelaku bisnis, termasuk sektor swasta dan UMKM lokal, dapat terlibat dalam menyediakan jasa atau produk terkait wisata, seperti kerajinan, kuliner khas, atau akomodasi yang bisa dikaitkan dengan kegiatan wisata budaya. Mereka juga bisa mendukung melalui *sponsorship* dan pemasaran bersama.
4. Komunitas atau masyarakat lokal berperan sebagai ujung tombak dalam pelaksanaan tradisi ini. Partisipasi aktif masyarakat dalam promosi dan penyelenggaraan tradisi akan meningkatkan rasa memiliki serta memperkuat upaya kolaboratif. Masyarakat bisa memanfaatkan media sosial secara lebih optimal, misalnya dengan membuat konten kreatif tentang tradisi ini.
5. Media dan *influencer* merupakan kunci untuk memperluas promosi secara digital. Penggunaan media massa, media sosial, dan kerja sama dengan influencer lokal atau nasional dapat meningkatkan eksposur tradisi Magébé-gébé-gébé. Kolaborasi ini memungkinkan tradisi tersebut dikenal lebih luas, baik oleh wisatawan domestik maupun internasional.

Dengan menggabungkan kelima elemen *pentahelix* ini, promosi tradisi Magébé-gébé-gébé akan lebih terstruktur dan berdaya guna, menciptakan sinergi antar-sektor yang mendorong keberlanjutan tradisi ini sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga dan Kabupaten Buleleng secara keseluruhan

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat dirumuskan strategi promosi tradisi Magébé-gébé-gébé sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga Kabupaten Buleleng sebagai berikut:

3.3.1 Meningkatkan Kerjasama Antara Desa Tukadmungga dengan Pemerintah Daerah

Peningkatan kerja sama antara Desa Tukadmungga dengan Pemerintah Kabupaten Buleleng, seperti Dinas Pariwisata, Dinas Kebudayaan, maupun dinas terkait sangat penting dalam mendukung promosi tradisi Magébé-gébé-gébé sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga. Sugiarti, E., & Triyanto, P. (2020) menjelaskan ada beberapa langkah penting yang dapat diambil untuk meningkatkan kerja sama antara desa dan pemerintah dalam merancang strategi dan meningkatkan promosi daya tarik wisata.

a) Pendanaan dan Infrastruktur

Pemerintah dapat memberikan dukungan berupa pendanaan yang lebih terarah untuk promosi pariwisata, termasuk tradisi lokal seperti Magébé-gébé-gébé. Selain itu, pengembangan infrastruktur seperti akses jalan, fasilitas umum, serta sarana pendukung lainnya dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dan memperkuat daya tarik Desa Tukadmungga sebagai destinasi wisata budaya

b) Pelatihan dan Edukasi Masyarakat

Pemerintah melalui dinas pariwisata dapat mengadakan program pelatihan bagi masyarakat desa dalam bidang promosi digital dan pengelolaan pariwisata budaya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi dalam memperluas jangkauan promosi

c) Promosi melalui Media Sosial dan *Influencer*

Kerja sama dengan pemerintah dalam pengadaan dana dan sumber daya juga bisa diarahkan untuk menggandeng *influencer* dan memanfaatkan media sosial untuk promosi yang lebih luas. Pendekatan ini dapat menarik lebih banyak wisatawan domestik dan internasional, mengingat efektivitas media sosial sebagai alat promosi pariwisata di era digital

Melalui kerja sama yang baik antara Desa Tukadmungga dan Pemerintah Kabupaten Buleleng diharapkan tradisi Magébé-gébé-gébé dapat berkembang menjadi salah satu daya tarik wisata yang lebih dikenal dan memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

3.3.2 Meningkatkan Kerjasama Antara Desa Tukadmungga dengan Pemerintah Daerah

Peningkatan kerja sama antara Desa Tukadmungga dengan Pemerintah Kabupaten

Buleleng, seperti Dinas Pariwisata, Dinas Kebudayaan, maupun dinas terkait sangat penting dalam mendukung promosi tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga. Kerja sama ini melibatkan sinergi antara pemerintah daerah, dinas terkait, dan masyarakat setempat untuk meningkatkan infrastruktur, promosi, dan partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola pariwisata budaya.

Sugiarti, E., & Triyanto, P. (2020) menjelaskan ada beberapa langkah penting yang dapat diambil untuk meningkatkan kerja sama antara desa dan pemerintah dalam merancang strategi dan meningkatkan promosi daya tarik wisata.

a) Pendanaan dan Infrastruktur

Pemerintah dapat memberikan dukungan berupa pendanaan yang lebih terarah untuk promosi pariwisata, termasuk tradisi lokal seperti *Magébé-gébégan*. Disamping untuk promosi, pendanaan juga bisa digunakan untuk membuat festival yang memperkenalkan budaya tradisional yang belumbegitu dikenal masyarakat. Selain itu, pengembangan infrastruktur seperti akses jalan, fasilitas umum, serta sarana pendukung lainnya dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dan memperkuat daya tarik Desa Tukadmungga sebagai destinasi wisata budaya

a) Pelatihan dan Edukasi Masyarakat

Pemerintah melalui dinas pariwisata dapat mengadakan program pelatihan bagi masyarakat desa dalam bidang promosi digital dan pengelolaan pariwisata budaya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial dan teknologi dalam memperluas jangkauan promosi

b) Promosi melalui Media Sosial dan *Influencer*

Kerja sama dengan pemerintah dalam pengadaan dana dan sumber daya juga bisa diarahkan untuk menggandeng *influencer* dan memanfaatkan media sosial untuk promosi yang lebih luas. Pendekatan ini dapat menarik lebih banyak wisatawan domestik dan internasional, mengingat efektivitas media sosial sebagai alat promosi pariwisata di era digital

Melalui kerja sama yang baik antara Desa Tukadmungga dan Pemerintah Kabupaten Buleleng diharapkan tradisi *Magébé-gébégan* dapat berkembang menjadi salah satu daya tarik wisata yang lebih dikenal dan memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

3.3.3 Meningkatkan Kerjasama Antara Desa Tukadmungga dengan Pihak Swasta

Meningkatkan kerjasama antara Desa Tukadmungga dengan pihak swasta sangat penting untuk memajukan tradisi *Magébé-gébégan* sebagai daya tarik wisata. Pihak swasta, seperti hotel, restoran, agen perjalanan, dan perusahaan media, memiliki sumber daya yang bisa membantu promosi dan pengelolaan acara tradisi ini secara lebih profesional dan terarah. Melalui kerjasama dengan pelaku usaha di sektor pariwisata, Desa Tukadmungga bisa mendapatkan dukungan dalam hal pendanaan, promosi digital, serta akses ke jaringan wisatawan, baik domestik maupun Internasional (Raharjo, S., & Anjarwati, M., 2019).

Selain itu, pihak swasta dapat terlibat dalam promosi melalui media sosial, *sponsorship* acara, dan kemitraan strategis dalam berbagai bentuk, seperti menyediakan fasilitas penginapan bagi wisatawan atau mempromosikan tradisi *Magébé-gébégan* dalam paket wisata mereka. Dengan sinergi ini, tradisi ini dapat dikenal lebih luas dan menarik minat wisatawan yang berpotensi memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat setempat. Pihak swasta juga dapat memberikan pelatihan kepada masyarakat mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan pariwisata berbasis budaya, sehingga meningkatkan kapasitas lokal dalam mengelola tradisi ini

3.3.4 Meningkatkan Sinergi Desa Adat dan Desa Dinas Dalam Pelaksanaan dan Promosi Tradisi *Magébé-gébégan*

Meningkatkan sinergi antara Desa Adat dan Desa Dinas dalam pelaksanaan dan promosi tradisi *Magébé-gébégan* di Desa Tukadmungga dapat memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan tradisi ini sebagai daya tarik wisata. Kolaborasi ini penting

karena Desa Adat memiliki kewenangan untuk melestarikan nilai-nilai budaya, sementara Desa Dinas bertanggung jawab dalam hal administratif dan infrastruktur. Dengan bekerja bersama, keduanya dapat memastikan bahwa tradisi *Magébé-gébé-gébé* tetap terlaksana sesuai adat, namun juga dikelola secara profesional untuk menarik wisatawan. Salah satu bentuk sinergi yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk komite bersama yang melibatkan perwakilan dari kedua pihak untuk merancang strategi pelaksanaan, pendanaan, dan promosi (Raharjo, S., & Anjarwati, M., 2019).

Sinergi ini juga penting dalam hal pengelolaan sumber daya dan fasilitas, seperti perbaikan infrastruktur pendukung wisata, pengadaan fasilitas umum, serta promosi melalui media sosial dan acara-acara budaya. Desa Dinas dapat memanfaatkan anggaran yang ada untuk memperbaiki jalan, toilet umum, dan area parkir, yang semuanya dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan yang datang untuk menyaksikan tradisi *Magébé-gébé-gébé*. Sementara itu, Desa Adat dapat memastikan bahwa esensi budaya dalam tradisi tersebut tetap terjaga dan tidak tergerus oleh komersialisasi. Sinergi yang kuat antara kedua pihak ini akan memaksimalkan potensi tradisi sebagai daya tarik wisata dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

3.3.5 Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Promosi dan Pelestarian Tradisi *Magébé-gébé-gébé*

Peningkatan partisipasi masyarakat lokal dalam promosi tradisi *Magébé-gébé-gébé* sebagai daya tarik wisata di Desa Tukadmungga sangat penting untuk keberlanjutan pariwisata budaya desa tersebut. Masyarakat berperan sebagai garda depan dalam menjaga dan mempromosikan tradisi ini melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan acara promosi lokal. Salah satu langkah strategis adalah memberikan pelatihan dan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya memanfaatkan teknologi digital dan media sosial sebagai alat promosi. Edukasi ini mencakup keterampilan dalam membuat konten kreatif, seperti video atau cerita mengenai tradisi *Magébé-gébé-gébé*, yang kemudian dapat dibagikan di platform populer seperti Instagram, TikTok dan lain sebagainya.

Selain keterlibatan digital, masyarakat lokal juga perlu menyadari bahwa tradisi mereka memiliki potensi ekonomi yang besar bagi desa. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai keuntungan ekonomi dari pariwisata budaya, masyarakat akan lebih aktif mempromosikan dan menjaga tradisi ini. Kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan juga harus diperkuat melalui partisipasi dalam kegiatan promosi dan festival lokal. Kerja sama dengan pemerintah dan sektor swasta dapat membantu masyarakat dalam mengakses sumber daya yang diperlukan, baik untuk pelatihan, promosi, maupun infrastruktur yang mendukung keberlangsungan tradisi sebagai daya tarik wisata (Wahyudi, A., & Sutopo, P., 2022).

3.3.6 Melaksanakan Festival Budaya Secara Berkala dan Berkelanjutan

Festival budaya yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah memiliki peran penting dalam upaya melestarikan dan mempromosikan warisan budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Festival semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan kekayaan budaya suatu daerah kepada wisatawan domestik dan internasional, tetapi juga sebagai upaya meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam menjaga tradisi mereka. Dalam konteks promosi pariwisata, festival budaya dapat menjadi daya tarik tersendiri, menghadirkan pengalaman unik yang mendalam bagi wisatawan. Selain itu, festival budaya juga mendorong perekonomian lokal melalui keterlibatan para pengrajin, pelaku seni, hingga penyedia jasa pariwisata, sehingga memberikan dampak ekonomi langsung bagi masyarakat (Wahyudi, A., & Sutopo, P., 2022).

Selain itu, festival budaya dapat menjadi *platform* yang efektif bagi kolaborasi antar-stakeholder, seperti pemerintah, komunitas, sektor swasta, dan akademisi, dalam pengembangan strategi promosi yang lebih luas. Pendekatan *pentahelix*, yang melibatkan lima elemen (pemerintah, bisnis, akademisi, media, dan masyarakat), sering kali diterapkan untuk

memastikan bahwa promosi pariwisata melalui festival budaya berjalan secara berkelanjutan dan berdampak luas. Dengan festival, tradisi-tradisi yang mungkin kurang dikenal, seperti tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* di Desa Tukadmungga, dapat dipromosikan ke skala yang lebih besar, sehingga berpotensi menarik wisatawan dari berbagai kalangan dan memperkuat posisi daerah tersebut sebagai destinasi wisata budaya.

IV. SIMPULAN

Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* di Desa Tukadmungga memiliki potensi yang sangat besar untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata budaya di Kabupaten Buleleng. Hal tersebut didasarkan pada: (1) *Attractions*: Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* memiliki keunikan budaya yang tinggi, menjadikannya sebagai aset berharga yang mampu menarik wisatawan, terutama yang tertarik pada pengalaman wisata budaya otentik. Keaslian tradisi ini menjadikannya sebagai salah satu daya tarik utama; (2) *Amenities*: Meskipun fasilitas penunjang seperti toilet umum dan akses parkir masih perlu peningkatan, desa sudah memiliki infrastruktur dasar yang cukup untuk menerima wisatawan. Dukungan fasilitas ini dapat terus dikembangkan bersama pihak swasta dan pemerintah; (3) *Accessibility*: Lokasi Desa Tukadmungga terbilang mudah dijangkau oleh wisatawan; dan (4) *Ancillary Services*: Desa Tukadmungga memiliki layanan tambahan mumpuni yang dibutuhkan oleh wisatawan saat berwisata.

Dalam promosi tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* di Desa Tukadmungga, elemen produk (*product*), harga (*price*), dan tempat (*place*) tidak menjadi hambatan utama dalam promosi.. Tradisi ini memiliki keunikan yang tinggi, harga yang terjangkau, dan lokasi yang representatif meskipun ada sedikit kendala infrastruktur. Namun, hambatan terbesar terletak pada aspek promosi. Minimnya SDM, kurangnya kesadaran masyarakat, dan terbatasnya dana promosi menyebabkan upaya promosi belum maksimal. Promosi yang dilakukan hanya berupa baliho, poster, dan unggahan sederhana di media sosial, tanpa strategi yang terstruktur. Oleh karena itu, peningkatan strategi promosi, pemanfaatan media sosial, serta dukungan dari pemerintah dan pihak terkait sangat diperlukan untuk meningkatkan daya tarik wisata budaya ini.

Guna memaksimalkan promosi tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan* di Desa Tukadmungga sebagai daya tarik wisata, beberapa strategi yang efektif dapat diterapkan, diantaranya: (1) meningkatkan kerjasama antara Desa Tukadmungga dengan pemerintah daerah; (2) meningkatkan kerjasama antara Desa Tukadmungga dengan pihak swasta; (3) meningkatkan sinergi Desa Adat dan Desa Dinas dalam pelaksanaan dan promosi Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan*; (4) meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam promosi dan pelestarian Tradisi *MagĒbĒg-gĒbĒgan*; dan (5) melaksanakan festival budaya secara berkala dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, K. (2017). Tradisi Magebeg-Gebegan Godel Serangkaian Hari Raya Nyepi di Desa Pakraman Dharmajati Tukadmungga Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng (Persepektif Pendidikan Teo-Etika). *Purwadita: Jurnal Agama dan Budaya, Volume 1 No.2*, 44-58.
- Picard, M. (2006). *Bali: Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Raharjo, S., & Anjarwati, M. (2019). Pendekatan pentahelix dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 8(2), 23-31.
- Sudipta, M., Divayana, D., & Sindu, I. (2023). Pengembangan Film Animasi 3 Dimensi Sejarah Tradisi Megebeg-Gebegan di Desa Tukadmungga. *KARMAPATI (Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika)*, Volume 12 No.2, 107-117.
- Sugiana, I. N. (2019). Dampak Positif dan Negatif Perempatan Jalan (Catus Pata) Sebagai Tempat Pelaksanaan Ritual di Bali. *Jurnal Sosial Budaya*, 8(4), 233-245.

- Sugiarti, E., & Triyanto, P. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam promosi pariwisata budaya. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 12(3), 45-60.
- Suharyanto, H. (2017). Kapasitas SDM Pariwisata dalam Meningkatkan Daya Saing Destinasi Wisata di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pariwisata, Volume 12 No.3*, 89-97.
- Wahyudi, A., & Sutopo, P. (2022). Pengaruh partisipasi masyarakat dalam promosi budaya terhadap kunjungan wisatawan. *Jurnal Pengelolaan Pariwisata*, 10(4), 123-137.