

## **Festival Mangga sebagai Media Komunikasi dalam Mengoptimalkan Daya Tarik Wisata Desa Penggarit**

**Himawan Ardhi Ristanto<sup>1</sup>, Adhi Iman Sulaiman<sup>2</sup>, Shinta Prastyanti<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal  
Soedirman, Indonesia

himawan.ristanto@mhs.unsoed.ac.id<sup>1</sup>, adhi.sulaiman@unsoed.ac.id<sup>2</sup>, shinta.prastyanti@unsoed.ac.id<sup>3</sup>

### **Abstract**

*Various tourism potentials exist in Penggarit Village, such as agricultural, religious, cultural, and natural educational tours. Mango has become the identity of Penggarit Village. Because this village is a producer of mangoes with the branding "Mangga Istana." Mango farming is a tradition (local wisdom) in the Penggarit village community. Almost every resident's house and garden have a mango tree. Penggarit Village seeks to increase tourism by holding a mango festival. The purpose of this study is to consider the Mango Festival as a communication media in the tourist attraction Penggarit Village. The research method used in this study is a qualitative method using case studies. The data in this study were generated through observation and interviews with informants. Four informants participated in this survey. Penggarit village chief, BUMdes director, Penggarit community chief, and Puskapik journalist. According to research results, Mango Festival is a cultural festival, flagship product festival, tourism village festival. This makes the mango festival a communication medium for Penggarit's tourist attraction. The composition of cultural attractions, natural resource attractions, and man-made attractions is mixed in such a way as to attract public interest.*

**Keywords:** *Tourism village; mango festival; tourist attraction; communication*

### **Abstrak**

Beragam potensi wisata ada di Desa Penggarit, seperti wisata edukasi pertanian, religi, budaya dan alam. Mangga telah menjadi identitas Desa Penggarit. Sebab desa ini merupakan penghasil komoditas buah mangga unggul dengan branding "Mangga Istana". Pertanian mangga sudah menjadi tradisi (*Local Wisdom*) bagi masyarakat Desa Penggarit. Hampir setiap rumah dan kebun warga memiliki pohon mangga. Desa Penggarit berupaya mengangkat daya tarik wisata dengan menyelenggarakan festival mangga. Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji festival mangga sebagai media komunikasi dalam mengoptimalkan daya tarik wisata Desa Penggarit. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan informan. Informan pada penelitian ini berjumlah empat orang, yaitu Kepala desa Penggarit, Direktur BUMDes Wiguna Utama, Tokoh Masyarakat Desa Penggarit dan Jurnalis Portal Berita Puskapik. Hasil penelitian, festival mangga merupakan festival budaya, festival produk unggulan dan festival desa wisata. Hal ini menjadikan Mango Festival sebagai sarana komunikasi objek wisata Penggarit. Komposisi daya tarik budaya, daya tarik sumber daya alam dan daya tarik buatan dipadukan sedemikian rupa sehingga menarik minat atau animo masyarakat.

**Kata Kunci:** *Desa wisata; festival mangga; daya tarik wisata; komunikasi*

### **PENDAHULUAN**

Sekarang, arah minat kunjungan wisatawan telah berubah dari wisata massal menjadi wisata alternatif. Model pariwisata yang menekankan nilai dan penghargaan terhadap kelestarian alam dan budaya (*environmentally and culturally sensitive*) menarik perhatian wisatawan.

Pariwisata juga berkembang, menawarkan keindahan pemandangan alam, keragaman seni, budaya dan adat istiadat, yang dikelola dengan baik dengan menawarkan perjalanan wisata khusus, dibantu oleh kejenuhan atau kebosanan wisatawan dengan wisata massal buatan. (Ade Zaenal Mutaqin, 2017, Januari 1)

Wisata alternatif adalah konsep wisata ramah lingkungan dan ramah masyarakat yang tidak ditemukan di destinasi wisata biasa. Wisata alternatif dicirikan, sekelompok kecil orang atau individu melakukan perjalanan ke tempat-tempat yang bukan tujuan wisata populer. Biasanya objek yang diminati berupa budaya, alam dan keunikan daerah tertentu. Salah satu pilihannya adalah desa wisata. Sebaliknya pariwisata massal didefinisikan sebagai pergerakan terorganisir dari sejumlah besar orang ke tempat-tempat tertentu. Hal ini sejalan dengan UU No.10 Tahun 2009 yang secara garis besar, bahwa daya tarik wisata berasal dari segala sesuatu keunikan, keindahan, dan nilai baik itu kekayaan alam, budaya, dan buatan manusia yang menjadi maksud atau tujuan kunjungan wisatawan.

Desa Wisata Penggarit merupakan contoh destinasi wisata alternatif yang memiliki beragam potensi wisata, dari wisata edukasi pertanian, religi hingga keindahan alam. Mangga telah menjadi identitas Desa Penggarit. Sebab desa ini merupakan penghasil komoditas buah mangga unggul dengan *branding* “Mangga Istana”. Masyarakat Desa Penggarit memiliki tradisi (*local wisdom*) dalam pertanian mangga, hampir setiap rumah dan kebun warga memiliki pohon mangga. Desa Penggarit berupaya mengangkat daya tarik wisata dengan menyelenggarakan festival mangga.

Penyelenggaraan event pariwisata merupakan faktor yang memperkuat wisatawan untuk datang ke sebuah destinasi wisata. Media promosi makin berkembang mengikuti era kekinian, salahsatunya pemanfaatan media promosi digital melalui internet salahsatunya media sosial. Saat pengelola destinasi pariwisata mampu mengkolaborasikan dengan penyelenggaraan event pariwisata maka dapat memperkuat trigger kunjungan wisatawan (Yulianto & Putri, 2021: 54).

Menurut Adiyanto & Supriatna (2018), event festival dan kampanye efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Apalagi jika didukung, agen perjalanan independen dan blogger ikut berperan aktif mempromosikan pariwisata melalui internet dan media sosial, sehingga wisatawan menjadi terlibat sebagai agen promosi dari mulut ke mulut.

Desa penggarit memang terus berbenah dalam pengembangan sektor pariwisata. Pengembangan wisata hutan dengan pengelolaan Benowo Park, dalam objek wisata Benowo Park, Pengunjung dapat menikmati hidangan khas desa, menikmati kopi dan teh poci langsung di warung-warung tradisional. Wisata air di embung desa untuk pemancingan dan becak air. Adapula area lapangan tembak dan memanah. Dan eksplorasi hutan penggarit melalui event *offroad* dan terabas.

Benowo Park juga menyajikan wisata religi yaitu makam Pangeran Benowo dan makam Syeh Jamur Apu. Selain berziarah, pengunjung juga dapat melihat pohon langka di komplek makam yaitu Pohon Naga sari. Desa penggarit, juga memiliki *Penggarit Orchids* atau kebun anggrek, peternakan kambing komunal, Gunung Putih dan Bendung Silais.

Menurut Wilopo dan Hakim (2017), optimalisasi daya tarik wisata merupakan bentuk strategi pengembangan wisata, wujudnya dengan kampanye online dan offline, pengelolaan sumber daya manusia, lingkungan, paket wisata, citra, event, aksesibilitas, pelayanan dan fasilitas (Yulianto & Putri, 2021: 52).

Dari permasalahan di atas, penulis meneliti bagaimana festival mangga sebagai media komunikasi dalam mengoptimalkan daya tarik wisata Desa Penggarit.

## Festival dan Media Komunikasi

Festival (dari akar kata bahasa Latin: *Festa*, artinya pesta) biasanya berarti perayaan atau perayaan akbar yang diadakan untuk mengenang atau mengapresiasi sesuatu. Menurut KBBI, festival artinya hari atau pekan gembira dalam rangka peringatan peristiwa penting atau bersejarah.

Gelaran festival bertujuan hiburan dan pendidikan, mempersatukan berbagai komunitas dalam masyarakat dan mempromosikan kegiatan bisnis (kabar harian, 2021, September 6). Menurut Moerdijati (2012), festival sebagai proses komunikasi, sejalan dengan model komunikasi dalam teori komunikasi Lasswell. Komponen komunikasi Laswell harus menjawab sekian pertanyaan seperti *Who Says What In What Channel To Whom With What Effect?* Siapa komunikator, apa yang dikatakannya, pesan apa yang ditampilkan, media mana yang digunakan, untuk siapa dan efek apa yang diharapkan? (Romadhan, 2019: 3).

Implementasinya adalah sebuah proses komunikasi selalu terdiri dari komunikator, media, pesan, komunikasi dan umpan balik. Dengan menggunakan teori tersebut, penulis mengkaji data lapangan tentang upaya Desa Penggarit dalam memanfaatkan festival sebagai media komunikasi.

## Daya Tarik Wisata

Daya Tarik wisata berasal dari (Hardiyanti, 2022: 22):

- a. Atraksi yang unik dan autentik  
Atraksi wisata sangat mendukung sebuah kawasan menjadi daerah tujuan wisata. Itulah modal atau sumber kepariwisataan. Potensi kepariwisataan bersumber dari apa wisatawan cari. Ada tiga modal kepariwisataan, yaitu 1) Alam (*Natural Resources*), 2) budaya, dan 3) buatan manusia.
- b. Fasilitas atau Amenitas  
Amenitas yakni segala macam sarana dan prasarana penunjang bagi wisatawan di daerah tujuan wisata. Meliputi akomodasi, restoran, akomodasi dan biro. Layanan perjalanan seperti hotel, destinasi, marina, teater, dll. Infrastruktur yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan jasa wisata adalah jalan, ventilasi, listrik, persampahan, bandara, pelabuhan, komunikasi dan lain-lain.
- c. Aksesibilitas  
Segala macam transportasi penting bagi akses menuju objek wisata. Akses ini adalah transferabilitas, yaitu kemudahan berpindah dari satu area ke area lain. Kawasan wisata harus mudah untuk dijangkau.

## Desa Wisata

Menurut Inti Krisnawati (2022), Desa wisata adalah sajian komposisi antara atraksi, akomodasi dan pelayanan pendukung dalam wujud praktik tradisi dan tatanan kehidupan masyarakat yang terintegrasi dan berlaku. Setiap desa wisata biasanya memiliki keunikan dan keistimewaan yang menjadi daya tarik tersendiri.

sekarang, arah minat kunjungan wisata telah berubah dari wisata massal menjadi kunjungan individu/kelompok kecil dengan fokus pada kehidupan sehari-hari. Dalam dua dasawarsa terakhir terdapat trend penting yaitu *special tourism* yang mempengaruhi perkembangan desa wisata, dimana wisatawan dengan berbagai motif berwisata ke desa, berpartisipasi dalam kegiatan dan belajar budaya setempat. (Prakoso, A.A, 2015 :1).

Menurut Utomo (2017), kriteria pengembangan desa wisata harus memenuhi sebagai berikut:

1. Potensi produk,
2. Dukungan sumber daya manusia,

3. Motivasi masyarakat,
4. Sarana dan prasarana yang memadai,
5. Fasilitas penunjang wisata,
6. Pengelola wisata, dan
7. Lahan tujuan wisata

Penelitian terdahulu oleh Mohammad Insan Romadhan berjudul Festival sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya di Sumenep. Hasil penelitiannya bahwa citra budaya Sumenep dibentuk melalui citra visual dan penyajian budaya, dari karapan sapi, sapi sonok, musik tong-tong dan Saronen. Sesuai harapan publik, festival menjadi saluran komunikasi yang sesuai dengan kepentingan masyarakat (Romadhan, 2019: 1).

Penelitian terdahulu oleh Gayatri Dyah Suprobawati dengan judul Dieng Culture Festival: Media Komunikasi Budaya Mendongkrak Pariwisata Daerah. Hasil penelitian ini, bahwa rangkaian acara Dieng Culture Festival secara umum menunjukkan kebudayaan Jawa dengan sentuhan kearifan lokal khas masyarakat Dieng dan pengaruh kepercayaan lokal (Suprobawati G, 2021: 1).

Penelitian terdahulu Mohammad Insan Romadhan berjudul Membangun Citra Budaya Masyarakat Sumenep melalui Festival Musik Tong-Tong. Dengan hasil penelitian strategi *ingratiation* (menyenangkan orang lain) dan strategi *self-promotion* (promosi diri) mampu membangun citra budaya masyarakat Sumenep. Kedua strategi tersebut mampu menunjukkan karakteristik Sumenep dengan wujud atribut budaya masyarakat Sumenep. Selain itu, festival musik tong-tong memiliki unsur hiburan (Romadhan, 2020: 1).

Penelitian terdahulu Hardyanti dan Nuzulul Faidatun dengan judul Makanan Tradisional Mangut Beong sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi di Kabupaten Magelang Jawa Tengah. Hasil kajian ini bahwa warisan gastronomi seperti Mangut Beong potensial sebagai aset budaya, khususnya berkaitan dengan proses pengolahan (Hardyanti & Faizatun N, 2022: 20).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian berbasis post-positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif merupakan payung bagi semua jenis pendekatan penelitian untuk mempelajari kehidupan sosial yang natural dan alamiah. Analisis data penelitian secara kualitatif. Data tersebut dapat berupa transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen atau gambar seperti foto, video, materi dari internet dan dokumen lain yang berkaitan dengan kehidupan manusia, baik individu maupun kelompok (Sugiyono & Lestari, 2021: 51).

Untuk mendapatkan fakta dan data yang akurat selama proses penelitian, peneliti melakukan observasi, analisis dokumen, serta mewawancarai para narasumber yang dipilih secara purposive sampling yaitu narasumber dipilih karena memiliki pengetahuan dan kompetensi mengenai penelitian yang sedang diteliti. Narasumber pada penelitian ini Kepala Desa Penggarit, Direktur Bumdes Wiguna Utama sekaligus Panitia festival Mangga Desa Penggarit 2022, Tokoh Masyarakat Desa Penggarit dan Jurnalis Portal Berita Puskapik. Dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih menitikberatkan pada proses penelitian di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data (Sugiyono, 2017).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Potensi Produk dan Daya Tarik Desa Penggarit

Upaya intens Desa Penggarit dalam membangun daya tarik Desa Wisata Penggarit dilakukan dengan beragam cara. Salah-satunya dengan memanfaatkan *branding* “Mangga Istana” sebagai produk unggulan desa. Mengapa festival mangga yang menjadi pilihan dalam membangun daya tarik Desa Wisata Penggarit. Direktur Bumdes Wiguna Utama Desa Penggarit, Dwi Junaedi, menyatakan hal ini dilandasi karena kebanyakan warga Desa Penggarit adalah petani mangga. Hampir setiap rumah warga ada pohon mangga. Tidak hanya pekarangan rumah, beberapa warga juga menanam mangga diperkebunan sekitar Desa Penggarit. Faktor kedua, karena mangga penggarit sudah tembus dikancah nasional setelah menjadi juara dalam Lomba Hasil Bumi. Kala itu sebagai wakil Kabupaten Pemalang, Desa Penggarit, membawa buah mangga persilangan varietas Wirasangka dan Arummanis.

*“Pada masa presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) diadakanlah perlombaan-perlombaan tentang hasil-hasil bumi. Waktu itu Pemalang diwakili Desa Penggarit. Penggarit membawa mangga, dan mendapat juara. Dari situ pulang acara menjadi sebuah ide branding, Mangga Istana” (Wawancara Dwi Junaedi 9 Desember 2022).*

Dari pernyataan tersebut jelas bahwa Desa Penggarit mengembangkan “Mangga Istana” sebagai modal atau daya tarik wisata dan sumber kepariwisataan. Desa Penggarit menemukan potensi wisata berdasarkan apa yang dicari wisatawan, yakni komoditas hasil bumi, khususnya buah mangga. Hal ini seperti yang disampaikan Cooper *et al* (1997), bahwa daya tarik wisata itu tercipta dari daya tarik yang unik dan autentik berupa sumber daya alam.

Atraksi yang unik dan autentik juga diwujudkan, atraksi wisata budaya, yakni setiap perhelatan festival mangga, diperagakan bagaimana cara unik menyantap mangga Istana, yakni dengan tanpa mengupas kulit, tetapi dengan cara diputar, selanjutnya wisatawan dapat langsung menyendok daging buahnya.

Komoditi 1 (Mangga):	Komoditi 2 (Kambing):
Nama Komoditi: MANGGA ISTANA Jenis / Varietas: Arumanis & Wirasangka Luas Lahan (Ha): 70 Produksi (Ton): 24.000 Jumlah Pohon / tanaman: 1.200 Frekuensi panen dalam 1 tahun: 2 X Panen dalam setahun Jenis lahan: Pemukiman & Tanah Tegalan Lokasi lahan: Desa Penggarit Kec. Taman Kab. Pemalang	Nama Komoditi: KAMBING JAWA RANDU Jenis / Varietas: PEDAGING Luas Lahan / Peternakan (Ha): 2 Ha Produksi (Ton): 500 Ekor Pertahun Jumlah Hewan Ternak: 1.200 Ekor Lokasi lahan / Peternakan: Desa Penggarit Kec. Taman Kab. Pemalang
Komoditi 3 (Anggrek):	
Nama Komoditi: ANGGREK Jenis/ Varietas: 1. Dendrodium 2. Bulan 3. Vanda 4. Cattlya	

Luas Lahan: 1 Ha Produksi: 7.000 Pot Perbulan Kapasitas / Daya Tampung: 70.000 Pot Lokasi lahan / Peternakan: Desa Penggarit Kec. Taman Kab. Pemalang
Sumber: Pemerintah Desa Penggarit

Festival mangga ini juga menjadi pesan (*message*) atau penanda bahwa setiap dua tahun sekali panen raya di Desa Penggarit. Setiap panen raya, buah Mangga melimpah namun harga anjlok. Sehingga dengan penyelenggaraan festival mangga, menjadi solusi untuk menyelamatkan harga.

*“Memang setelah ada festival ini banyak masyarakat yang merasakan (manfaatnya). Festival mangga Istana memudahkan mereka untuk transaksi. Tidak hanya tengkulak dan pengepul. Petani pun merasakan betapa mudahnya mereka transaksi”.* (Wawancara, Dwi Junaedi, 9 Desember 2022)

Perputaran uang dalam festival mangga cukup besar, sehingga berimbas langsung kepada petani mangga. Estimasi transaksi mencapai 1-1,5 milyar selama dua hari kegiatan. Pernyataan tersebut disampaikan Kepala Desa Penggarit, Imam Wibowo dan Direktur Bumdes Wiguna utama, Dwi Junaedi.

*“Kalau stand total kemarin ada 80 stand umkm, itu dipakai 76 stand. Untuk estimasi 26 stand mangga saja kurang lebih Rp600.000.000an. Notabene hanya berjualan mangga dan bibit mangga saja. Dengan ditambah stand umkm lain omzet sampai Rp800.000.000an. Belum lagi yang berdagang di luar sekitar uang berputar bisa mencapai 1 milyar lebih.”* (Wawancara, Dwi Junaedi, 9 Desember 2022)

### **Dukungan dan Motivasi dari Masyarakat**

Kepala Desa Penggarit, Imam Wibowo, menyatakan 10 persen produk mangga yang beredar di Kabupaten Pemalang merupakan hasil bumi Desa Penggarit. Bagi Imam, Faktor keberhasilan festival mangga karena keunikan dari event (tidak ada ditempat lain) juga dukungan dari masyarakat. festival mangga memadukan antara produk unggulan dan upaya pelestarian budaya sebagai atraksi wisata. Sebagaimana hasil wawancara berikut:

*“Desa Penggarit telah dicanangkan sebagai desa Pemajuan Kebudayaan oleh Kemendikbud. Dari 359 desa, Penggarit satu diantaranya. Jadi budaya yang diuri-uri di Penggarit menjadi pertunjukan dalam atraksi parade budaya desa. Salah satunya melalui festival mangga”.* (Wawancara, Imam Wibowo, 13 Desember 2022)



Sumber: foto penulis & leaflet Audisi Pengantin Mangga

Upaya menjaga budaya tersebut diwujudkan dengan adanya ritual adat, parade budaya, grebeg mangga dan pengantin mangga. Ritual adat diwujudkan dengan doa bersama di areal makam Pangeran Benowo sebagai sesepuh desa. Jika berkaca kepada ritual adat masyarakat Dieng dengan adanya tradisi cukur rambut gimplal sebagai rangkaian Dieng Culture Festival (DCF). Maka ritual adat dalam rangkaian acara festival mangga Penggarit ini menunjukkan bahwa masyarakat desa Penggarit juga masih memegang religiusitas seperti halnya masyarakat Dieng. Menurut Suprobawati (2021) masyarakat bertindak religius didasarkan kepada taat dan patuh kepada ajaran agama serta kepercayaannya sebagai pedoman hidup atau pegangan hidup. (Suprobawati G, 2021: 17)

Pasca ritual adat, rangkaian acara dilanjutkan dengan parade budaya berupa kirab pengantin mangga dari kompleks Benowo Park menuju lapangan desa. Di area lapangan desa, telah disiapkan gunung mangga dengan ketinggian 4 meter berisi 3-3,5 ton buah mangga untuk diperebutkan wisatawan. Sosok pengantin mangga ini merupakan sebuah kreasi atau *storytelling* sebagai perwujudan persilangan mangga Wirasangka dan Arummanis. Wirasangka sebagai Pangeran dan Arummanis sebagai Dewi. Desa penggarit juga memunculkan tari kreasi “Reksa Wenara” yakni tarian yang terinspirasi dari gerakan kera yang menghuni hutan penggarit.

*“Kesuksesan event berasal dukungan masyarakat, kita di penggarit ada 1.200 pohon Mangga. Dari swadaya masyarakat satu pohon satu buah untuk gunung mangga. Property acara semuanya dari gotongroyong warga. Kita tidak pakai EO (event organizer), agar lebih melibatkan warga. Saat warga terlibat semuanya antusias”.* (Wawancara, Imam Wibowo, 13 Desember 2022)

Keberhasilan festival mangga ini tidak lepas dari totalitas warga Desa Penggarit dalam memberikan dukungan. Baik unsur pemuda, warga biasa dan petani mangga.

*“Festival mangga ini, susah tiga kali kegiatan. Bisa dikatakan rezekine wong Penggarit mas. Rezeki bagi yang jualan di dalam lapangan (festival mangga) ataupun masyarakat yang*

*jualan di luar. Bahkan warga yang memiliki toko-toko dipedalaman (lingkungan dalam desa) juga laku". (Wawancara, Dwi Junaedi, 9 Desember 2022)*

Senada dengan Kepala Desa dan Direktur Bumdes Wiguna Utama, Tokoh Masyarakat Penggarit, Solichin, menyatakan bahwa warga Desa Penggarit totalitas mendukung festival mangga sebagai event dua tahunan. Mayoritas warga penggarit notabenehnya petani mangga. Bahkan kini anak muda Penggarit usia 20 s/d 40 tahun berprofesi sebagai petani mangga

*"Kita merasakan langsung dampaknya, semua merasakan. Apalagi model wisata "petik, timbang, bayar" langsung dipohon menarik. Di Dusun Karang suci, wisata petik "Masak pohon" mangga bahkan tidak hanya disaat festival saja". (Wawancara, Solichin, 13 Desember 2022)*

### **Implementasi Festival sebagai Media Komunikasi**

Festival mangga telah mampu menarik perhatian masyarakat, sesuai dengan respon yang diinginkan/diharapkan *stakeholder* pengelola wisata di Desa Penggarit. Dalam proses komunikasi Lasswell mengenai "With What Effect?" Efek apa yang diharapkan? yakni pengelola festival mengharapkan festival mampu menarik pengunjung ke destinasi wisata. Ditegaskan dengan pernyataan berikut:

*"Estimasi lebih kurang 10.000-12.000 wisatawan yang berada di lokasi festival. Kalau digabung dengan yang di Benowo Park bisa sampai 15.000 wisatawan. itu tidak hanya lokal saja untuk masyarakat Kabupaten Pemalang dari selatan dan timur pada datang. Ada juga yang dari Semarang yang berkunjung, dari Jakarta dan juga banyak dari teman-teman pariwisata Jawa Tengah juga ada. (Wawancara, Dwi Junaedi, 9 Desember 2022)*

Dilihat dari proses komunikasi Laswell mengenai "in what channel?," pengelola desa wisata memilih festival sebagai media penyampaian pesan adalah karena dianggap pesannya akan lebih mudah untuk ditransmisikan. Pengelola Desa wisata membangun kredibilitas dengan menggunakan kolaborasi desa dan pegiat sosial media yang menyampaikan pesan event festival ini. Langkah kolaborasi yang berjalan dengan menggandeng pegiat sosial media, membuat pesan yang disebarakan sampai kepada komunikan, yakni masyarakat, agar lebih mencurahkan perhatian kepada acara tersebut.

Ditambah dengan paket wisata yang ditawarkan oleh Bumdes Wiguna Utama sebagai pengelola Desa Wisata dengan paket wisata seperti petik buah "masak pohon" mangga dan kelengkeng. Paket wisata *offroad* dan trabas menjajal rute hutan penggarit. Pasar Kemis Wage di Benowo Park dan lain sebagainya. Capaian Desa Wisata Penggarit tidak lepas dari dukungan *stakeholder* baik pemerintah dan masyarakat untuk mengenalkan destinasi ini dengan peluang kerjasama paket wisatanya.



Sumber: Pengelola Desa Wisata Penggarit

## Menjalin Hubungan dengan Media

Untuk mendukung gelaran festival mangga, pengelola menggandeng media dan pegiat sosial media sebagai pendukung pra maupun pasca acara. Melalui Media, Desa Penggarit, menginformasikan paket wisata bagi mereka yang penasaran dengan rasa dan cara unik menyantap mangga istana.

*“Media itu punya peran yang luar biasa. Youtuber, pegiat social media berkontribusi banyak terhadap promosi desa dan citra Desa penggarit. Saya lihat tayangan dari youtuber lokal sudah tembus 1,3 juta view,”* (Wawancara, Imam Wibowo, 13 Desember 2022)

Sementara menurut Eriko Garda D, wartawan Portal Berita Puskapik, menyatakan saat meliput event wisata di Desa Penggarit menangkap sisi kekompakan dari warga Penggarit dalam mendukung event festival mangga, Desa Wisata Penggarit berhasil mempertahankan eksistensinya. Ramainya pengunjung dalam acara ini menjadi tolak ukur.

*“Saya katakan Desa Wisata Penggarit tak main-main menggagas acara ini. Selalu ada improvisasi yang menarik dalam setiap gelaran festival mangga. Ini menjadikan pengunjung tak bosan”.* (Wawancara, Eriko Garda D, 13 Desember 2022)

Ditanya apa sisi menarik dari festival mangga, Eriko menjawab pengelolaan wisata di Desa Penggarit patut diapresiasi, khususnya dalam pelibatan anak-anak muda salah-satunya dengan membentuk kelompok karawitan "gistara laras" yang tampil dalam festival mangga. Selain itu, sebagai jurnalis menemukan banyak *angle* menarik untuk diliput sebagai asset budaya di Kabupaten Pemalang. Bahkan festival mangga memberinya motivasi untuk kembali berkunjung.

*“Belum lama saya berkunjung ke Penggarit Orchids atau Kebun Angrek Penggarit yang merupakan agrowisata yang menyuguhkan wisata edukasi. Disana saya belajar cara budidaya tanaman angrek.”* (Wawancara, Eriko Garda D, 13 Desember 2022)

## KESIMPULAN

Festival mangga merupakan festival budaya, festival produk unggulan dan sekaligus festival desa wisata. Hal ini menjadikan festival mangga sebagai media komunikasi daya tarik wisata Penggarit. Komposisi daya tarik budaya, daya tarik sumber daya alam dan atraksi buatan manusia diramu sedemikian rupa sehingga dapat menarik animo masyarakat. Dengan festival mangga dapat makin mengenalkan paket wisata yang unik di Desa Wisata Penggarit.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2018). Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 4 (2), 83-93. <https://doi.org/10.30656/sm.v4i2.979>
- Hardyanti, H., & Faidatun, N. (2022). Makanan Tradisional Mangut Beong sebagai Daya Tarik Wisata Gastronomi di Magelang. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 4 (1), 20–32. <https://doi.org/10.31334/jd.v4i1.2551>
- Krisnawati, I. (2022). Eksplorasi Wisata Budaya Berbasis Kearifan Lokal di Desa Wisata Wates Jaya, Bogor. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 4 (1), 49–55. <https://doi.org/10.31334/jd.v4i1.2591.g1182>
- Kusumastuti, R. D., & Priliantini, A. (2017). Dieng Culture festival: Media Komunikasi Budaya Mendongkrak Pariwisata Daerah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 1(2), 163-185. <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i2.182>
- Prakoso, A. A. (2015). Pengembangan Wisata Pedesaan Berbasis Budaya Yang Berkelanjutan Di Desa Wisata Srowolan Sleman. *Jurnal Kepariwisata*, 9(2), 61-76.
- Romadhan, M. I. (2019). Festival sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Citra Destinasi Wisata Budaya di Sumenep. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.549.g350>
- Romadhan, M. I. (2020). Membangun citra budaya masyarakat sumenep melalui festival musik tong-tong. *Metacommunication; Journal of Communication Studies*, 5(1), 77-92. <http://dx.doi.org/10.20527/mc.v5i1.6993>
- Yulianto, A., & Putri, E. D. H. (2021). Strategi Pengembangan Daya Tarik Untuk Mendukung Promosi Desa Wisata Puspoardi Yogyakarta. *Pariwisata*, 8(1), 51-62. <https://doi.org/10.31294/PAR.V8I1.10125>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media*. Kencana.
- Moerdijati, S. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Revka Petra Media
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional).
- Ade Zaenal Mutaqin. (2017, Januari 1). Pariwisata Di Tahun 2017, Wisata Minat Khusus Vs Wisata Massal [Halaman web]. Diakses dari <https://wisatahalimun.co.id/wisata-minat-khusus-vs-pariwisata-massal>
- Kabar Harian. (2021, September 6). Apa Manfaat Diadakannya Acara festival Budaya? Berikut Jawaban Selengkapnya [Halaman web]. Diakses dari <https://kumparan.com/kabar-harian/apa-manfaat-diadakannya-acara-festival-budaya-berikut-jawaban-selengkapnya-1wTch6W0JIN/full>
- Orang. (2022). Perbedaan Antara Pariwisata Massa dan Wisata Alternatif [Halaman Web]. Diakses dari <https://id.differkinome.com/articles/people/difference-between-mass-tourism-and-alternative-tourism-2.html>