

REPRESENTASI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PARIWISATA BENGKULU MELALUI FESTIVAL TABUT 2025

Nadya Sukmawati Dewi, Dhanurseto Hadiprashada, Panji Suminar

Universitas Bengkulu. Bengkulu, Indonesia

nadyasukmawatidewi@gmail.com, hadiprashada@unib.ac.id,

psuminar@unib.ac.id

Abstract

Article History

Received: 20-05-2026

Revised : 01-06-2026

Accepted : 16-06-2026

Keywords:

Festival,

Tabut,

Government,

Event Organizer,

Representation,

This study aims to determine how tourism development messages are represented through the 2025 Bengkulu Tabut Festival. It employs Stuart Hall's theory of representation and utilizes a qualitative research method, with data collected through in-depth interviews with the Bengkulu Provincial Tourism Office and the event organizer, Areacorps Creative. Additionally, observations were conducted regarding the visual elements used within the festival grounds. The findings indicate that Areacorps Creative represents the Tabut Festival as a medium to convey messages regarding Bengkulu's tourism development; this is evidenced by the use of the "Bumi Merah Putih" (Red and White Land) visual element and the government program slogan "Bantu Rakyat" (Help the People). The study concludes that the Tabut tradition as a cultural identity was not the primary feature of the 2025 Bengkulu Tabut Festival.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan nasional karena berkontribusi besar terhadap perekonomian, pelestarian budaya, serta penguatan identitas daerah. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia menempatkan sektor pariwisata sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat lokal dan nilai-nilai budaya (Helmi Aliansyah, 2019). Dalam konteks ini, pariwisata dipahami sebagai ruang kolaboratif yang melibatkan pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam mendorong pembangunan daerah secara inklusif.

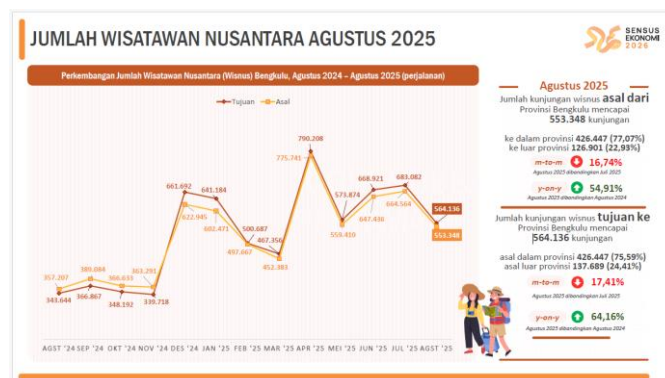
Komitmen pemerintah terhadap penguatan sektor pariwisata juga tercermin dalam berbagai kebijakan lintas sektor yang menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah, dunia usaha, dan pelaku ekonomi kreatif. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2025) menegaskan bahwa pembangunan pariwisata membutuhkan dukungan tidak hanya dari negara, tetapi juga dari aktor non-pemerintah yang berperan dalam mengemas, menyampaikan, dan mendistribusikan pesan-pesan pembangunan kepada masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan pembangunan pariwisata sangat ditentukan oleh

bagaimana pesan pembangunan tersebut dikomunikasikan dan diterjemahkan ke dalam praktik yang dapat dipahami serta dirasakan oleh publik.

Dalam praktiknya, penyampaian pesan pembangunan tidak selalu dilakukan langsung oleh pemerintah. Pemerintah daerah kerap bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti *event organizer* (EO), lembaga swasta, dan komunitas kreatif, untuk melaksanakan kegiatan komunikasi publik. Event organizer tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis acara, tetapi juga sebagai pihak yang mengemas pesan pembangunan ke dalam bentuk kegiatan yang komunikatif, atraktif, dan partisipatif. Melalui tahapan pra-event, pelaksanaan, dan pasca-event, EO berkontribusi dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu kegiatan pembangunan. (Rochman, 2025)

Dalam konteks pembangunan pariwisata, event organizer tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis kegiatan, tetapi juga sebagai agen komunikasi pembangunan yang mempresentasikan nilai, pesan, dan tujuan pemerintah daerah kepada masyarakat. Pada posisi ini, EO tidak bertindak sebagai pengambilkebijakan, melainkan sebagai pelaksana dan penerjemah pesan pembangunan ke dalam bentuk visual, simbolik, dan pengalaman sosial. Proses ini berkaitan erat dengan konsep representasi, sebagaimana dikemukakan oleh Stuart Hall (1997), bahwa makna sosial tidak hadir secara alamiah, tetapi dikonstruksi dan disampaikan melalui simbol, bahasa, dan praktik budaya.

Pada tingkat daerah, Provinsi Bengkulu memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan alam. Bengkulu menyimpan kekayaan destinasi seperti pantai, situs sejarah, tradisi budaya, hingga keanekaragaman komunitas lokal. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bengkulu menunjukkan bahwa pada Agustus 2025 jumlah perjalanan wisatawan nusantara tujuan ke Bengkulu mencapai 564.136 kunjungan, meningkat 64,16 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya (UKKBPS, 2025). Peningkatan ini menunjukkan bahwa pariwisata Bengkulu berada dalam fase pertumbuhan yang signifikan dan membuka peluang bagi penguatan pariwisata berbasis budaya.



Gambar 1. 1 Infografik BPS Provinsi Bengkulu mengenai Jumlah Wisnus Agustus 2025

Peningkatan aktivitas pariwisata di Bengkulu tidak terlepas dari peran event budaya unggulan daerah. Salah satu tradisi budaya yang menjadi identitas penting Bengkulu adalah Festival Tabut, yakni sebuah rangkaian upacara masyarakat yang dilaksanakan setiap tanggal 1-10 Muharram. Festival Tabut merupakan salah satu tradisi budaya paling penting di Provinsi Bengkulu yang memuat nilai historis,

simbolik, dan religius yang kuat bagi Masyarakat Bengkulu, khususnya bagi Kerukunan Keluarga Tabut. Secara historis, Tabut di Bengkulu merupakan tradisi mengenang wafatnya Husein bin Ali bin Abi Thalib, cucu Nabi Muhammad SAW yang syahid di Padang Karbela (Khairudin, 2023).

Seiring dengan meningkatnya skala dan kompleksitas penyelenggaraan Festival Tabut sebagai event pariwisata, peran event organizer menjadi sangat krusial. Event organizer tidak hanya bertanggung jawab pada aspek teknis penyelenggaraan acara, tetapi juga pada aspek komunikasi pembangunan. EO berperan dalam merancang narasi, memilih simbol budaya, serta menentukan bentuk visual dan aktivitas yang dianggap paling komunikatif bagi publik. Menurut Goldblatt (2005), event organizer merupakan *experience designer* yang mampu menciptakan pengalaman sosial sekaligus menyampaikan nilai dan pesan tertentu kepada audiens.

Pada Festival Tabut 2025, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu menunjuk Areacorps Creative sebagai event organizer yang bertanggung jawab dalam pengelolaan dan pengemasan acara. Dalam posisi ini, Areacorps Creative berperan sebagai pelaksana kegiatan sekaligus perantara komunikasi pembangunan. Pesan-pesan pembangunan seperti pelestarian budaya, pemberdayaan ekonomi lokal, dan penguatan citra pariwisata Bengkulu diterjemahkan ke dalam bentuk pertunjukan, desain acara, publikasi media, serta aktivitas partisipatif yang melibatkan masyarakat.

Namun demikian, sebagai pelaksana teknis yang bekerja dalam sistem pembangunan pariwisata, ruang gerak event organizer tidak sepenuhnya bebas. EO harus berhadapan dengan kepentingan pemerintah daerah, kontrak kerja, target kunjungan wisata, sponsor, serta selera pasar dan media. Kondisi ini menuntut event organizer untuk melakukan seleksi dan penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu dari Festival Tabut yang dianggap paling komunikatif dan memiliki daya tarik publik. Akibatnya, terdapat potensi pergeseran representasi, di mana aspek visual, hiburan, dan atraksi budaya cenderung lebih dominan dibandingkan makna ritual yang bersifat sakral. (Pra Penelitian, Ricko, Oktober 2025).

Penelitian ini memfokuskan perhatian pada representasi makna Festival Tabut Bengkulu yang dioperasionalkan oleh event organizer sebagai pelaksana teknis dalam konteks komunikasi pembangunan pariwisata. penelitian ini tidak bertujuan untuk menilai benar atau salahnya representasi budaya, melainkan untuk memahami proses produksi, pertukaran, dan pembingkai makna Festival Tabut melalui bahasa dan simbol budaya.

Dalam kajian komunikasi dan budaya, teori representasi memiliki peranan penting karena membantu menjelaskan bagaimana makna sosial dibentuk, disebarkan, serta dipertahankan melalui berbagai simbol, bahasa, serta praktik budaya. Stuart Hall (1997) menyatakan bahwa representasi merupakan proses penciptaan makna yang berlangsung melalui bahasa, baik dalam bentuk visual, verbal, maupun simbolik, yang berfungsi untuk menggambarkan atau menghadirkan realitas sosial. Menurut Hall, makna tidak pernah muncul secara alami, tetapi berkembang melalui proses konstruksi yang berlangsung di dalam sistem representasi suatu kebudayaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi pembangunan pariwisata yang direpresentasikan melalui penyelenggaraan Festival Tabut Bengkulu 2025 oleh Areacorps Creative. Representasi tersebut mencakup berbagai dimensi komunikasi, mulai dari perencanaan strategi, pengemasan pesan, dan penguatan citra pariwisata daerah.

Selain itu, penelitian ini juga menelaah berbagai dokumen kegiatan penyelenggaraan Festival Tabut 2025 oleh EO Arecorps Creative. Dokumen-dokumen tersebut dijadikan sumber data untuk mengkaji bagaimana bentuk representasi komunikasi pembangunan diwujudkan dalam praktik. Pada penelitian ini, informan penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2022).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup beberapa metode, yaitu wawancara mendalam dengan Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu dan Event Organizer Areacorps Creative. Selain itu, dilakukan juga observasi terhadap elemen-elemen visual yang digunakan pada kawasan Festival Tabut Bengkulu 2025.

Pada penelitian ini, data yang terkumpul dianalisis dengan metode Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman dalam (Sugiyono, 2022), analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses yang berlangsung secara interaktif dan berkesinambungan hingga data yang diperoleh dianggap jenuh, yaitu ketika tidak ada lagi informasi baru yang muncul. Proses ini tidak dilakukan secara linier, melainkan terjadi secara terus menerus sepanjang penelitian berlangsung.

Dalam penelitian ini, data yang bersumber dari wawancara dan observasi dikaji kembali, kemudian dipilih dan diarahkan pada informasi-informasi yang sesuai dengan tema komunikasi pembangunan, strategi representasi, serta penafsiran makna oleh event organizer. Setelah melalui proses reduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data (*data display*) dalam bentuk deskripsi naratif untuk memudahkan proses interpretasi. Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*). Pada tahap ini peneliti mulai menafsirkan makna dari data yang telah direduksi dan disajikan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada subbab sebelumnya, penyelenggaraan Festival Tabut Bengkulu 2025 tidak hanya melibatkan pemerintah daerah sebagai penggagas kebijakan, tetapi juga melibatkan berbagai aktor lain yang berperan dalam mengimplementasikan konsep festival di lapangan. Salah satu aktor penting dalam proses tersebut adalah event organizer, yaitu Areacorps Creative, yang berperan sebagai pelaksana teknis dalam penyelenggaraan Festival Tabut Bengkulu 2025. Dalam konteks ini, event organizer tidak hanya berfungsi sebagai penyelenggara kegiatan secara teknis, tetapi juga memiliki peran strategis dalam menerjemahkan pesan pemerintah mengenai pembangunan pariwisata ke dalam bentuk konsep festival yang dapat dipahami dan dirasakan oleh masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan Areacorps Creative dalam penyelenggaraan Festival Tabut Bengkulu 2025 mencerminkan peran event organizer sebagai mediator antara kebijakan pemerintah dan pengalaman festival yang dihadirkan kepada publik. Pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu memiliki visi untuk menjadikan Festival Tabut sebagai bagian dari strategi pembangunan pariwisata daerah. Namun, visi tersebut tidak dapat secara langsung diterjemahkan menjadi pengalaman publik tanpa adanya proses pengemasan kegiatan yang sistematis. Di sinilah peran event organizer menjadi penting, yaitu menerjemahkan pesan pembangunan pariwisata ke dalam bentuk rangkaian acara festival yang menarik, terstruktur, dan mampu menghadirkan pengalaman budaya bagi masyarakat.

Dalam praktiknya, Areacorps Creative bertanggung jawab dalam mengelola berbagai aspek penyelenggaraan festival, mulai dari perencanaan konsep acara, penyusunan rangkaian kegiatan, hingga pengelolaan ruang festival yang melibatkan berbagai pihak. Event organizer harus mampu mengintegrasikan berbagai unsur kegiatan, seperti pertunjukan seni budaya, hiburan masyarakat, serta kegiatan ekonomi kreatif dalam satu rangkaian acara yang utuh. Proses tersebut menunjukkan bahwa event organizer tidak hanya berperan sebagai pelaksana kegiatan, tetapi juga sebagai pihak yang membangun pengalaman festival yang dapat dirasakan oleh pengunjung.

Selain melalui penyusunan program kegiatan, peran event organizer juga terlibat dalam bagaimana mereka merancang tampilan visual kawasan festival. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan pembangunan pariwisata tidak hanya disampaikan melalui aktivitas acara, tetapi juga melalui desain ruang dan elemen visual yang ditampilkan dalam kawasan festival. Penataan gerbang utama, panggung pertunjukan, serta berbagai elemen dekoratif yang ditempatkan di area festival menjadi bagian dari strategi untuk membangun suasana sekaligus menyampaikan identitas tertentu kepada pengunjung.

Salah satu temuan penelitian yang menunjukkan bahwa desain visual festival memperlihatkan dominasi warna merah dan putih yang cukup menonjol pada berbagai elemen Festival Tabut Bengkulu 2025. Penggunaan warna merah dan putih tersebut tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga memiliki makna simbolik yang berkaitan dengan identitas Bengkulu yang dipromosikan melalui narasi “Bumi Merah Putih”. Melalui penggunaan warna tersebut, ruang festival secara simbolik membangun citra Bengkulu sebagai daerah yang memiliki identitas kuat yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat luas maupun wisatawan yang datang berkunjung.

Selain penggunaan warna merah dan putih, dalam beberapa elemen visual festival juga terlihat kehadiran slogan seperti “Bantu Rakyat”, yang merupakan bagian dari program pembangunan pemerintah daerah. Kehadiran slogan tersebut menunjukkan bahwa ruang festival tidak hanya dimanfaatkan sebagai ruang perayaan budaya, tetapi juga menjadi media komunikasi publik yang menyampaikan pesan pembangunan kepada masyarakat. Dengan menempatkan slogan tersebut dalam berbagai elemen visual festival, pesan mengenai program pembangunan pemerintah dapat hadir secara simbolik dalam pengalaman festival yang dirasakan oleh pengunjung.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun elemen Tabut tetap dihadirkan sebagai simbol budaya utama dalam festival, secara visual unsur

tersebut tidak selalu menjadi elemen yang paling dominan dalam desain kawasan festival. Sebaliknya, pesan visual yang lebih menonjol justru berkaitan langsung dengan branding identitas pembangunan daerah melalui penggunaan warna merah putih serta slogan program pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa desain visual festival tidak hanya bertujuan menampilkan simbol budaya, tetapi juga membangun citra tertentu mengenai identitas daerah dan arah pembangunan yang ingin disampaikan kepada publik.

Jika dilihat dari perspektif teori representasi yang dikemukakan oleh Stuart Hall, berbagai elemen visual yang ditampilkan dalam Festival Tabut Bengkulu 2025 dapat dipahami sebagai simbol yang membawa makna tertentu. Menurut Hall (2013), representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa, simbol, dan berbagai bentuk tanda yang digunakan dalam suatu praktik budaya. Dalam konteks Festival Tabut Bengkulu 2025, warna, slogan, serta berbagai elemen visual yang ditampilkan dalam kawasan festival berfungsi sebagai tanda yang merepresentasikan identitas daerah sekaligus pesan pembangunan yang ingin disampaikan kepada masyarakat.

Dengan demikian, peran event organizer dalam penyelenggaraan Festival Tabut Bengkulu 2025 tidak hanya terbatas pada aspek teknis penyelenggaraan acara, tetapi juga berkaitan dengan proses produksi makna dalam festival tersebut. Melalui berbagai keputusan kreatif yang diambil, seperti pemilihan konsep acara, pengaturan tata ruang festival, hingga penggunaan simbol visual tertentu, event organizer secara tidak langsung ikut membentuk bagaimana festival tersebut dipahami oleh masyarakat. Dalam konteks ini, Festival Tabut tidak hanya dimaknai sebagai perayaan budaya tradisional, tetapi juga sebagai ruang representasi yang memperlihatkan identitas daerah serta arah pembangunan pariwisata yang ingin ditampilkan kepada publik.

Selain itu, pengemasan Festival Tabut yang dilakukan oleh event organizer juga mempengaruhi bagaimana pengunjung mengalami dan memaknai Festival Tabut Bengkulu 2025. Penataan ruang festival, keberagaman kegiatan yang disajikan, serta elemen visual yang ditampilkan menciptakan pengalaman festival yang tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memperkenalkan identitas budaya Bengkulu kepada masyarakat dan wisatawan. Dalam konteks ini, pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung menjadi bagian dari proses komunikasi pembangunan pariwisata, di mana festival berfungsi sebagai media yang mempertemukan pesan pemerintah dengan pengalaman budaya yang dialami langsung oleh masyarakat.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat dipahami bahwa event organizer memiliki peran penting dalam merepresentasikan pesan pembangunan pariwisata melalui penyelenggaraan Festival Tabut Bengkulu 2025. Melalui pengemasan konsep acara, pengelolaan ruang festival, serta penggunaan berbagai simbol visual yang merefleksikan identitas daerah dan program pemerintah, event organizer berperan sebagai pihak yang menerjemahkan visi pembangunan ke dalam Festival Tabut yang dapat dilihat, dirasakan, dan dimaknai oleh masyarakat. Dengan demikian, Festival Tabut Bengkulu 2025 tidak hanya berfungsi sebagai perayaan budaya tahunan, tetapi juga menjadi media komunikasi pembangunan yang merepresentasikan identitas dan arah pembangunan pariwisata Bengkulu kepada publik.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap proses perencanaan, produksi, hingga pelaksanaan Festival Tabut Bengkulu 2025, penelitian ini menunjukkan bahwa festival tersebut telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam fungsi dan maknanya. Festival Tabut tidak lagi hanya dipahami sebagai ritual budaya yang bersifat tradisional dan seremonial, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang komunikasi publik yang mempertemukan berbagai kepentingan, mulai dari pelestarian budaya, promosi pariwisata, hingga agenda pembangunan daerah.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa ruang festival dimanfaatkan sebagai media komunikasi visual yang memiliki makna simbolik yang cukup kuat. Berbagai elemen visual yang ditampilkan selama festival, seperti identitas visual daerah, desain panggung, tata ruang kawasan festival, serta penggunaan slogan pembangunan daerah, secara tidak langsung membentuk narasi mengenai identitas Bengkulu dan arah pembangunan yang ingin ditampilkan kepada publik.

Penggunaan simbol-simbol seperti identitas “Bumi Merah Putih” serta slogan “Bantu Rakyat” menunjukkan bahwa Festival Tabut tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai media representasi yang memperlihatkan citra pemerintah daerah. Dalam hal ini, Festival Tabut menjadi semacam panggung besar di mana identitas budaya dan citra pembangunan daerah ditampilkan secara bersamaan kepada masyarakat. Dengan demikian, setiap elemen visual dalam Festival Tabut tidak hanya memiliki fungsi estetika, tetapi juga membawa pesan mengenai bagaimana Bengkulu ingin dilihat sebagai daerah yang memiliki kekayaan budaya sekaligus potensi pariwisata yang berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhrianti, L. (2017). Digitalisasi Public Relations Bagi Penguatan Citra Pemerintah Daerah (Analisis Deskriptif Reaktualisasi Peran Humas Pemerintah Kota Bengkulu Dalam Penyampaian Informasi Daerah Melalui Media Sosial). *Prosiding Komunikasi*, 1(2).
- Alfarabi, Utami, a. V., & Sri Murwani, A. E. (2025). Peran Komunikasi Antarbudaya dalam Mengatasi Konflik Sosial Di Masyarakat Multikultural (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sukakarya Kabupaten Musi Rawas). *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 235–245. <https://doi.org/10.37092/khabar.v7i1.1152>
- Goldblatt, D. J. (2005). *Special Events: Event Leadership for a New World (4th ed)* (J. Wiley & Son (eds.); 4th ed.). New Jersey.
- Hall, S. (1997). Representation (Cultural Representations and Signifying Practices). In *Sage*. Sage.
- Hall, S. (2013). *representation-cultural-representations-and-signifying-practices* (2nd ed.). SAGE.
- Helmi Aliansyah, W. H. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39.
- Indriani, R., & Firmansyah, M. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui BTS Meal oleh Restoran Mc. Donalds dan Persepsi Konsumen (Studi Gerai Mc. Donald's Kota Bengkulu). *JOISCOM (Journal Of Islamic Communications)*, 3(1), 1-12.
- Khairudin. (2023). Adat Tabut dan Konstruksi Tradisi Keagamaan Akulturatif Masyarakat Bengkulu. In *Litnus* (1st ed.). Litnus.
- Rochman, P. (2025). The Role of Client Service in Event Handling at Splash. *Melancong*, 12(April 2025), 1–9.
- Sopiyan, W., solimin, S., Qomarullah, M., Ulfinuwa, N., & Nurjanah, I. (2023). Analisis Teori Hypodermic Needle Pada Iklan Sirup Marjan Di Bulan Ramadhan Tahun 2023. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(1), 29–40. <https://doi.org/10.37092/khabar.v5i1.556>
- Sugiyono, P. D. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. In *Alfabeta*.