

Perancangan *Cultural Event* dan Promosi Barikan Kubro sebagai Salah Satu Ikon Wisata Budaya Karimunjawa

Stefanus Andri Ilyas Liesan¹, Hendro Aryanto², Aniendya Christianna³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Siwalankerto 121-131, Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur, 60236

Email: holatoandro@gmail.com

Abstrak

Tradisi dapat menjadi atraksi yang dikemas menarik dalam suatu rangkaian *cultural event*. Hal tersebut dapat menjadi alat pemasaran sektor pariwisata suatu daerah, terlebih guna meningkatkan daya tarik wisata budayanya. Pengemasan tradisi dalam suatu rangkaian *cultural event* yang didukung dengan upaya promosi dan desain produksi yang menarik dapat menghasilkan pencapaian yang memuaskan.

Perancangan ini menjadi upaya mengangkat dan mengembangkan Barikan Kubro sebagai salah satu ikon wisata budaya Karimunjawa sehingga daya tarik wisata Karimunjawa meningkat. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif guna menganalisa Barikan Kubro itu sendiri serta khalayak sasarannya. Perancangan yang dilakukan menghasilkan *cultural event* yang di dalamnya meliputi konten, gaya visual dan paduan media promosi *online* maupun cetak yang digunakan berserta program mediana. Perancangan ini juga menghasilkan desain produksi yang mencakup tata *venue* serta materi produksi yang dibutuhkan, seperti *entrance gate*, *stage*, *booth*, dan lain-lain.

Kata kunci: Barikan Kubro, Karimunjawa, *cultural event*, daya tarik wisata, wisata budaya Indonesia.

Abstract

Title: *Cultural Event and Promotion Design of Barikan Kubro as One of the Cultural Tourism Icons in Karimunjawa*

Tradition can be presented in an appealing way through various attractions in cultural events. Those attractions can become a region's marketing tools for its tourism sector, especially to boost its cultural tourism's attractiveness. Presenting a tradition in a cultural event that is supported with interesting promotions and production design can achieve a satisfying outcome.

This design planning is to promote and develop Barikan Kubro to become one of cultural tourism icons in Karimunjawa to boost Karimunjawa's tourism attraction. Qualitative method is used to analyze Barikan Kubro itself and its target audiences. The outcome of this design planning is a cultural event that includes content, visual style, and promotion media mix which includes online and printed medias and also its program. The other outcomes are venue layouting and the material productions such as entrance gate, stage, booth and etc.

Keywords: Barikan Kubro, Karimunjawa, *cultural event*, tourism attraction, cultural tourism of Indonesia.

Pendahuluan

Indonesia memiliki kebudayaan yang beragam dan memiliki nilai serta keunikannya tersendiri. Kebudayaan tersebut merupakan sebuah potensi dan aset yang tak ternilai harganya dan patut dijaga serta dilestarikan. Dewasa ini, pemerintah dan masyarakat setempat bergotong-royong mengupayakan pelestarian setiap keberagaman budaya, seperti dengan membuka museum budaya, menjadikannya sebagai alternatif destinasi wisata budaya serta melakukan upaya promosi hingga mengemasnya

dalam sebuah rangkaian festival budaya nasional bertaraf internasional. Di samping itu, selain menjadi bentuk upaya pelestarian, hal ini berguna untuk meningkatkan daya tarik wisata yang berpengaruh terhadap peningkatan sektor ekonomi dan pariwisata wilayah tersebut. Namun, di tengah gencarnya upaya pelestarian yang dilakukan di berbagai wilayah Indonesia, nyatanya masih terdapat wilayah dengan potensi yang belum dikelola, dikembangkan serta dipromosikan dengan maksimal. Berikut beberapa contoh kebudayaan yang dikemas dalam sebuah rangkaian acara/festival (*cultural event*):



Sumber: beritatrans.com

Gambar 1. Masyarakat menyerbu gunung pada perayaan Grebeg Suro



Sumber: ngetripmulu.com

Gambar 2. Prosesi pemotongan rambut anak gimbal

Barikan Kubro adalah tradisi turun-temurun yang mewakili nilai dan filosofi keberagaman masyarakat Karimunjawa. Tradisi yang harus dilestarikan ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata, khususnya di sektor wisata budaya. Mengingat Karimunjawa hanya mengandalkan dan bertumpu pada potensi alam bahari yang mempesona sebagai daya tarik wisata. Kurangnya pengenalan dan publikasi mengakibatkan minimnya informasi bagi wisatawan mengenai Barikan Kubro.



Sumber: foto.metronews.com

Gambar 3. Salah satu tumpeng besar di Barikan Kubro

Metode Penelitian

Penelitian dan perancangan konsep penyelenggaraan dan promosi Barikan Kubro menggunakan metode kualitatif. Metode ini dilakukan dengan cara menghimpun dan menganalisa data yang berkaitan dengan nilai dan keunikan serta realita penyelenggaraan Barikan Kubro di Karimunjawa. Adapun dalam melakukan penelitian dan perancangan ini dibutuhkan data primer dan data sekunder.

Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian atau hasil pengujian (benda) (Maulidi, Oktober 19, 2016). Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer adalah dengan melakukan wawancara kepada komunitas setempat yang berpartisipasi menyelenggarakan Barikan Kubro yang lalu, masyarakat lokal, pemerintah daerah, calon wisatawan dan masyarakat di luar wilayah Karimunjawa. Selain itu, data dapat diperoleh dengan melakukan observasi dan dokumentasi. Data primer yang dibutuhkan, antara lain:

- Data pengetahuan tentang nilai, filosofi, keunikan, rangkaian acara hingga detail teknis penyelenggaraan Barikan Kubro.
- Data evaluasi dan dokumentasi penyelenggaraan Barikan Kubro yang pernah dilakukan sebelumnya.
- Data pengetahuan masyarakat calon wisatawan tentang Karimunjawa khususnya tentang wisata budaya dan Barikan Kubro.

Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum (Maulidi, Oktober 19, 2016). Data ini berguna untuk melengkapi data primer. Data dapat diperoleh dari internet dan dokumen statistik resmi Pemerintah Daerah Karimunjawa. Data sekunder yang diperlukan, antara lain:

- Data lokasi Karimunjawa.
- Data komunitas, organisasi atau lembaga pariwisata, kesenian dan kebudayaan Karimunjawa.
- Data jumlah wisatawan lokal dan mancanegara setiap bulan.
- Data mata pencaharian dan pendapatan penduduk Karimunjawa.
- Rencana pengembangan di sektor pariwisata Karimunjawa oleh pemerintah daerah.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk melakukan analisa data adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Fred R. David (dalam Riadi, Maret 4, 2013) menjelaskan *SWOT* sebagai berikut:

- Strength* merupakan kekuatan yang dimiliki dan dapat dijadikan keunggulan kompetitif (internal).
- Weakness* merupakan kelemahan, kekurangan, keterbatasan yang menjadi hambatan/masalah (internal).
- Opportunity* merupakan sebuah situasi penting yang memberikan keuntungan. Kecenderungan positif dapat menjadi sumber peluang (eksternal).
- Threat* merupakan sebuah situasi penting yang tidak menguntungkan. Hal ini dapat menjadi pengganggu/penghambat (eksternal).

Konsep Perancangan

Perancangan ini akan menghasilkan sebuah *cultural event design* dan promosi Barikan Kubro Karimunjawa yang didasarkan pada hasil penelitian dan analisa data yang diperoleh. Hal lain yang dipertimbangkan dalam perancangan ini adalah rangkaian bentuk acara dan materi desain yang menyesuaikan *target audience* (wisatawan lokal maupun mancanegara). *Output* perancangan adalah sebuah *cultural event design* dan promosi Barikan Kubro termasuk di dalamnya detail rangkaian acara, *mock up* desain media promosi dan desain produksi hingga *budgeting*.

Pembahasan

Tujuan Kreatif

Adapun tujuan kreatif dari perancangan ini, antara lain:

- Untuk mengangkat Barikan Kubro menjadi salah satu ikon wisata budaya Karimunjawa.
- Menghasilkan desain promosi dan produksi yang mampu menyampaikan pesan secara efektif, efisien dan komunikatif untuk mengajak khalayak sasaran berpartisipasi dalam Barikan Kubro secara langsung.

Strategi Kreatif

Berdasarkan hasil studi literatur dan analisa data, bahwa dalam merumuskan strategi kreatif perancangan *cultural event* dan promosi Barikan Kubro sebagai salah satu ikon wisata budaya Karimunjawa diperlukannya analisa *targeting*, *unique selling point (USP)*, *positioning* yang telah dibahas di Bab 2. Pada bab ini dilanjutkan dengan rangkaian perancangan, antara lain:

- Merancang konsep *cultural event* dan media promosi, meliputi strategi kreatif dan pesan (*what to say*) dan strategi media (*how to say*).
- Merancang konsep desain produksi, meliputi penataan *venue* dan kebutuhan materi produksi beserta desainnya.

Konsep *Cultural Event* dan Media Promosi

Khalayak Sasaran

Berdasarkan hasil analisa *targeting* khalayak sasaran didapati bahwa yang menjadi khalayak sasaran adalah wisatawan domestik atau internasional yang melakukan kegiatan wisata lebih dari satu hari dengan tujuan untuk *leisure and pleasure*; menikmati keindahan alam Karimunjawa, khususnya wisatawan dengan ketertarikan budaya yang lebih tinggi; mengetahui, menyaksikan, menikmati, mengalami, dan mempelajari kebudayaan lokal, baik itu dilakukan secara mandiri maupun mengikuti paket-paket wisata yang ditawarkan oleh *travel agent*.

Unique Selling Point (USP)

Barikan Kubro merupakan tradisi turun termurun masyarakat Karimunjawa yang terdiri dari beragam suku dan agama. Dalam penyelenggaraannya, terkandung nilai luhur masyarakat Karimunjawa tentang multikulturalisme; menjunjung tinggi toleransi, kerukunan dan kebersamaan untuk hidup berdampingan dan membangun Karimunjawa menjadi lebih baik.

Positioning

Harmonisasi masyarakat Karimunjawa yang majemuk.

Konten Kreatif

- Merancang tema *event* yang mewakili dan menggambarkan toleransi, kerukunan dan kebersamaan masyarakat Karimunjawa. Maka, tema yang diangkat adalah “The Harmonious of Pluralism in Karimunjawa”.
- Menggunakan pemilihan kata yang ramah, lugas dan bersifat mengajak khalayak sasaran.
- Menggunakan 2 bahasa; Indonesia dan Inggris, yang disesuaikan dengan media dan khalayak sasaran yang dituju.

Konsep Visual

Dalam merancang konsep visual, mempertimbangkan kriteria ideal dalam sebuah *brand building* (*memorable, meaningful* dan *linkable*) karena Barikan Kubro masih tergolong baru. Hasil tinjauan literatur terkait makna dan kesan berbagai elemen visual serta hasil analisa khalayak sasaran, *unique selling point (USP)* dan *positioning* Barikan Kubro akan memperkuat identitas, *personality* dan *image* yang dibangun secara visual. Konsep visual ini juga berperan untuk menjaga konsistensi komunikasi yang diterapkan ke berbagai media nantinya.

Logo Barikan Kubro

Logo Barikan Kubro terdiri dari *logogram* dan *logotype*. Inspirasi logo dapat diambil dari elemen penting dalam penyelenggaraan tradisi ini, seperti Tumpeng. Penyederhanaan bentuk tumpeng menghasilkan bentuk segitiga yang dapat digunakan sebagai dasar bentuk *logogram*. Bentuk tersebut memiliki karakteristik kokoh, megah, teguh, kekuatan, gunung, harapan, terarah, bernilai, dan sejahtera yang selaras dengan nilai dan filosofi Barikan Kubro. Dengan penambahan berbagai macam bentuk diharapkan dapat memberikan kesan yang lebih dinamis dan menyimbolkan keharmonisan masyarakat Karimunjawa yang beragam serta memberikan kesan perayaan yang meriah, gembira dan sukacita. *Logotype* Barikan Kubro menggunakan *typeface* berjenis sans-serif dan semi dekoratif yang jelas terbaca dan lugas.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 4. Logo Barikan Kubro

Logo Tematik

“The Harmonious of Pluralism in Karimunjawa” adalah tema yang diangkat dengan penyesuaian terhadap nilai dan filosofi masyarakat Karimunjawa yang ada. Pengolahan tema tersebut menghasilkan sebuah *logotype* tematik untuk Barikan Kubro. Logo tersebut menggunakan kombinasi *typeface* yang berkarakteristik jelas seperti Bebas Neue dan jenis *script* yang dapat mempermanis dan mendinamiskan tampilan visual logo sesuai makna keberagaman terutama pada kata “Pluralism”.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 5. Logo tematik “The Harmonious of Pluralism in Karimunjawa”

Ide Visual

Warna yang digunakan adalah warna yang memiliki karakteristik dekat dengan penyelenggaraan Barikan Kubro. Hijau merupakan warna yang diadaptasi dari daun pisang yang ada pada tumpeng. Warna ini mewakili pulau-pulau di wilayah Karimunjawa. Warna hijau juga melambangkan kealamian dan keberuntungan. Selanjutnya adalah warna kuning yang diadaptasi dari warna nasi kuning yang khas pada sebuah tumpeng. Warna kuning melambangkan keoptimisan, harapan, filosofi, bahagia dan persahabatan. Biru merupakan warna yang diadaptasi dari wilayah perairan yang menjadi ciri khas dan daya tarik wisata Karimunjawa. Warna biru melambangkan kepercayaan, konservatif, kebersihan, laut, udara, bumi, alam dan kesatuan. Sedangkan krem muda adalah warna pendukung yang menjadi dasar keharmonisan warna yang digunakan.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 6. Palet warna

Strategi Media

Konsep Kreatif *Cultural Event*

Barikan Kubro akan dikemas dalam rangkaian kegiatan dengan melihat rangkaian kegiatan terdahulu, analisa khalayak sasaran serta data wilayah Karimunjawa khususnya atraksi pendukung yang dapat dimaksimalkan. Rentan waktu yang dibutuhkan untuk penyelenggaraannya adalah 5 hari agar *euphoria* terasa padat dan cukup ideal jika diikuti dari awal-akhir oleh khalayak sasaran. Berikut beberapa bentuk rangkaian kegiatan yang dikembangkan menurut hasil analisa, meliputi dekorasi tumpeng, permainan tradisional, *island race* dan festival kuliner.



Sumber: dokumen pribadi
Gambar 7. Rundown acara

Konsep Kreatif Media Promosi

Dari hasil analisa yang dilakukan, maka dirancanglah sebuah konsep paduan media yang menjadi media untuk mempromosikan Barikan Kubro, meliputi *online media (Instagram Official Account, Sponsored Ad Instagram, Banner Ad Youtube)* dan *printed media (t/v banner, roll banner, poster, flyer, brochure, merchandises)*.



Sumber: dokumen pribadi
Gambar 8. Media promosi (online dan printed media)

Program Media Promosi

Setelah menetapkan media-media yang akan digunakan, melalui program media akan ditampilkan perancangan lebih detail tentang *timeline* penayangannya:



Sumber: dokumen pribadi
Gambar 9. Timeline media promosi (online dan printed media)



Sumber: dokumen pribadi
Gambar 10. Strategi online media

Konsep Desain Produksi

Penataan Venue

Penyelenggaraan Barikan Kubro tidak hanya menggunakan 1 venue saja. Oleh karena itu, penataan

venue perlu dilakukan agar memudahkan perancangan dan pengembangan konsep kreatif desain produksi.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 11. Area penyelenggaraan Barikan Kubro



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 12. Layout Alun-Alun Karimunjawa

Desain Produksi

Materi produksi yang dibutuhkan untuk melengkapi penyelenggaraan Barikan Kubro akan disajikan dalam gambar-gambar *3D visual*. Secara keseluruhan, konsep desain utama materi produksi menyesuaikan visual tematik “The Harmonious of Pluralism in Karimunjawa” yang ada serta lebih menonjolkan nuansa pesta rakyat yang meriah. Pada dasarnya, bentuk segitiga terinspirasi dari bentuk tumpeng yang menjadi salah satu elemen penting dalam perayaan Barikan Kubro. Lebih lanjutnya, inspirasi bentuk yang digunakan adalah penyusunan papan kayu (digunakan sebagai bahan membuat kapal) yang menyerupai bentuk segitiga.



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 13. Entrance Gate



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 14. Stage



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 15. Vendor Booth



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 16. Sponsor Booth



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 17. Tenda VIP



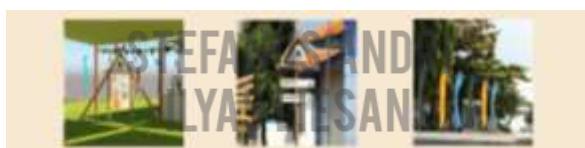
Sumber: dokumen pribadi

Gambar 18. Area stage



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 19. Area tempat duduk pengunjung



Sumber: dokumen pribadi

Gambar 20. Information board, sign system dan umbul-umbul

Kesimpulan

Karimunjawa adalah sebuah wilayah kepulauan di Laut Jawa yang memiliki keindahan alam dan bahari yang mempesona. Berkaitan dengan potensi yang ada, nyatanya, tidak hanya keindahan alam dan bahari yang tersimpan di wilayah kepulauan Karimunjawa, tetapi ada juga adat istiadat dan tradisi penduduk yang beragam dan merupakan aset yang tak ternilai harganya. Namun hingga kini, konten promosi biro wisata, perbincangan maupun cuplikan perjalanan wisatawan yang menampilkan sektor ini cukup minim. Sektor pariwisata Karimunjawa masih bertumpu pada keindahan alam dan bahari.

Barikan Kubro sebagai salah satu tradisi turun-temurun memiliki potensi besar untuk menjadi terobosan wisata, khususnya wisata budaya di Karimunjawa. Diharapkan perancangan ini dapat mengangkat, mempublikasikan dan menyajikan Barikan Kubro sebagai salah satu ikon wisata budaya

Karimunjawa dengan lebih baik. Hasil analisa Barikan Kubro dan khalayak sasaran yang dilakukan menentukan konten, gaya visual program media serta media promosi yang digunakan, yakni media *online* (Instagram dan Youtube) serta cetak (*t/v banner, roll banner, poster, flyer, brochure, dan merchandises*). Perancangan juga meliputi desain produksi yang mencakup tata *venue* serta materi produksi yang dibutuhkan, seperti *enterance gate, stage, booth, tenda VIP, information board, sign system, dan umbul-umbul*.

Daftar Pustaka

Buku

Allen, J., O'toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2002). *Festival and Special Event Management* (2nd ed.). Queensland: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Getz, Donald. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Gillet, Cary, & Sheehan, Jay. (2017). *The Production Manager's Toolkit: Successful Production Management in Theatres and The Performing Arts*. New York: Routledge.

Goeldner, Charles R. & Ritchie, J. R. Brent. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (9th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Judisseno, Rimsky K. (2017). *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Keller, Kevin L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England: Pearson Education Limited.

Matthews, Doug. (2008). *Special Event Production: The Process* (1st ed.). United Kingdom: Butterworth-Heinemann.

McCabe, Scott. (2009). *Marketing Communications in Tourism & Hospitality: Concepts, Strategies and Cases* (1st ed.). United Kingdom: Butterworth-Heinemann.

Preston, C. A. (2012). *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions* (2nd ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Rustan, Suriyanto. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Shimp, Terence A. (2010). *Integrated Marketing Communications in Advertising and Promotion* (8th ed.). South-Western: Cengage Learning.

Sztompka, P. (2010). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Ulung, Gagas. (2013). *Wisata Ziarah: 90 Destinasi Wisata Ziarah dan Sejarah di Jogja, Solo, Magelang, Semarang, Cirebon*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wheeler, Alina. (2006). *Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building, and Maintaining Strong Brands*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Yulianingsih, T. M. (2010). *Jelajah Wisata Nusantara: Berbagai Pilihan Tujuan Wisata di 33 Propinsi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Dokumen Negara

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2016). *Ranking Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar, Tahun 2011 - 2015*. Jakarta: Author.

Undang-Undang

Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No. 11. Sekretariat Negara. Jakarta.

Video

Johnson. M. (2017, Oktober 14). *Watching Karimunjawa Island's Barikan Festival 2017* [Video file]. Retrieved from http://youtu.be/J1y8HzE_YOW

Website

16 Kecamatan di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. (2017, Agustus 12). Retrieved Maret 27, 2018, from Sejarah Negara Com: <https://www.sejarah-negara.com/2017/08/16-kecamatan-di-kabupaten-jepara-jawa-tengah.html?m=1#>

35 Tempat Wisata di Jepara Terbaru yang Lagi Hits. (n.d.). Retrieved Maret 27, 2018, from Wisata Lengkap: <https://wisatalengkap.com/tempat-wisata-di-jepara/2/?amp>

6 Festival Budaya Indonesia Terbaik. Catat! Wajib Kunjungi. (2016, April 22). Retrieved Februari 27, 2018, from Tiket2 Indonesia: <https://www.tiket2.com/blog/6-festival-budaya-indonesia-terbaik-catat-wajib-dikunjungi/>

Budaya dan Tradisi Khas Jepara. (n.d.). Retrieved Maret 27, 2018, from Seputar Jawa Tengah: <http://www.seputar-jateng.com/2018/01/budaya-dan-tradisi-khas-jepara.html?m=1#>

Budaya Karimunjawa. (2017, April 27). Retrieved Februari 9, 2018, from Tourism Information Center Jepara: <https://ticjepara.com/index.php/kumpulan-berita/item/344-budaya-karimunjawa>

Data Kawasan Konservasi. (n.d.). Retrieved Maret 5, 2018, from Konservasi dan Keanekaragaman Hayati Laut: <http://www.kkji.kp3k.kkp.go.id/index.php/basisdata-kawasan-konservasi/details/1/13>

Kelompok Sadar Wisata Dieng. (2017, Juni 1). *Dieng Culture Festival: Sebuah Komodifikasi Budaya Untuk Pariwisata*. Retrieved April 11, 2018, from Dieng Pandawa: <http://diengpandawa.com/dieng-culture-festival-sebuah-komodifikasi-budaya-untuk-pariwisata.html>

Kondisi Geografis. (n.d.). Retrieved Maret 27, 2018, from Portal Resmi Kabupaten Jepara: <https://jepara.go.id/profil/kondisi-geografis/>

Kusuma, Wijaya. (2017, Juni 26). *Keraton Yogyakarta Gelar Tradisi Grebeg Syawal: 7 Gunung Diserbu*. Retrieved April 12, 2018, from Kompas: <https://regional.kompas.com/read/2017/06/26/15031661/keraton.yogyakarta.gelar.tradisi.grebeg-syawal.7.gunungan.diserbu>

Maulidi, Achmad. (2016, Oktober 19). *Pengertian Data Primer dan Data Sekunder*. Retrieved Desember 19, 2017, from Kanal Informasi: <https://www.kanalinfo.web.id/2016/10/pengertian-data-primer-dan-data-sekunder.html>

Pengertian dan Contoh Wisata Religi. (2015, Februari 13). Retrieved April 13, 2018, from Wisatamu: <http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html>

Pengertian Tradisi Menurut Para Ahli. (2014, Agustus 17). Retrieved April 11, 2018, from DuniaPelajar.com: <http://www.duniapelajar.com/2014/08/17/pengertian-tradisi-menurut-para-ahli/>

Pengertian Wisata. (2016, September 24). Retrieved Desember 19, 2017, from Definisi Menurut Para Ahli: <http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-wisata/> (Disarikan dari berbagai sumber).

Prastika, E. (2015, November 3). *Tradisi Abnormal Masyarakat Indonesia*. Retrieved April 11, 2018, from You Are Bigger Than What You Think You Are: <https://erlianaprastika.blogs.uny.ac.id/2015/11/03/tradisi-abnormal-masyarakat-indonesia/>

Riadi, Muchlisin. (2013, Maret 4). *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT)*. Retrieved Maret 1, 2018, from Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2013/03/strengths-weakness-opportunities.html>

Rundown Dieng Culture Festival VIII Tahun 2017. (2017, Juli 31). Retrieved April 11, 2018, from Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banjarnegara: <http://budparbanjarnegara.com/2017/07/31/rundown-dieng-festival-viii-tahun-2017/>

Sastri, Diah. (2017, September 8). *Yuk Kenalan dengan Pariwisata Minat Khusus (Special Interest Tourism)*. Retrieved Maret 13, 2018, from Diah Sastri: <https://diahsastri.com/2017/08/09/yuk-kenalan-dengan-pariwisata-minat-khusus-special-interest-tourism/>

Sora. (2017, April 15). *Pengertian Pariwisata dan Jenis-Jenisnya Rangkuman Lengkap*. Retrieved April 12, 2018, from Pengertianku: <https://www.pengertianku.net/2017/04/pengertian-pariwisata-dan-jenis-jenisnya.html>

Sedekah Bumi – Barikan Kubro. (2017, Januari 28). Retrieved Februari 27, 2018, from Tourism Information Center Jepara: <https://ticjepara.com/index.php/kumpulan-berita/item/226-festival-barikan-kubro>

Statistik 2017. (2018, Januari 16). Retrieved April 7, 2018, from Tourism Information Center Jepara: <https://ticjepara.com/index.php/component/k2/item/454-statistik-2017>

Taman Nasional Karimunjawa. (2017, April 21). Retrieved Maret 9, 2018, from Tourism Information Center Jepara: <https://ticjepara.com/index.php/component/k2/item/342-taman-nasional-karimunjawa>

Visi-Misi. (n.d.). Retrieved Maret 5, 2018, from Portal Resmi Kabupaten Jepara: <https://jeparakab.go.id/profil/visi-misi/>

Visi, Misi, dan Tujuan (2017, Februari 8). Retrieved Maret 6, 2018, from Tourism Information Center Jepara: <https://ticjepara.com/index.php/kumpulan-berita/item/288-visi-misi-dan-tujuan>

Wisata Karimunjawa. (n.d.). Retrieved Maret 13, 2018, from Tourism Information Center Jepara: <http://ticjepara.com/index.php/daftarwisata/wisatakari-munjawa>