

Strategi Komunikasi Pariwisata Melalui Festival Reog Dalam Upaya Memperkuat *City Branding* Ponorogo Sebagai Kota Wisata Budaya

¹Firanda Yulicia Priyadi, ²Muchamad Rizqi, ³Fransisca Benedicta Avira Citra paramita

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

frindayulicia@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pariwisata yang diaplikasikan oleh Disbudparpora Kabupaten Ponorogo dalam upaya mempertahankan *city branding* melalui Festival Reog. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana festival budaya dapat memperkuat citra kota berbasis warisan budaya lokal di tengah tantangan modernisasi dan perubahan sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Informan utama adalah Tini Fifiyanti dan informan kedua yaitu Ganang Arya Mahendra dari Disbudparpora, serta pelaku komunitas dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penjenjangan festival Reog, pelibatan aktif masyarakat dan komunitas, serta penguatan identitas visual dan promosi multiplatform menjadi kunci keberhasilan pelestarian budaya dan *city branding* Ponorogo. Spirit kebersamaan, nilai gotong royong, dan inovasi digital memperkuat partisipasi lintas generasi dan memperluas jangkauan promosi. Festival Reog yang merupakan salah satu rangkaian acara dalam Grebeg Suro tidak hanya menjadi ajang pelestarian budaya, tetapi juga penggerak ekonomi lokal dan penguatan identitas kota. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa kolaborasi pemerintah, komunitas, dan generasi muda, didukung inovasi komunikasi, adalah fondasi utama keberlanjutan *city branding* berbasis budaya di Ponorogo.

Kata kunci: Komunikasi Pariwisata, *City Branding*, Budaya Lokal, Reog

Abstract

This study aims to analyze the tourism communication strategy applied by the Disbudparpora of Ponorogo Regency in an effort to maintain city branding through the Reog Festival. The problem raised is how cultural festivals can strengthen the image of a city based on local cultural heritage amidst the challenges of modernization and social change. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observations, and documentation studies. The main informants are Tini Fifiyanti and the second informant is Ganang Arya Mahendra from the Disbudparpora, as well as community and community actors. The results of the study show that the Reog festival tiering strategy, active involvement of the community and community, and strengthening visual identity and multiplatform promotion are the keys to the success of cultural preservation and city branding in Ponorogo. The spirit of togetherness, the value of mutual cooperation, and digital innovation strengthen cross-generational participation and expand the reach of promotion. The Reog Festival, which is one of the series of events in Grebeg Suro, is not only an event for cultural preservation, but also a driver of the local economy and strengthening the city's identity. The conclusion of this study confirms that collaboration between the government, community, and young generation, supported by communication innovation, is the main foundation for the sustainability of culture-based city branding in Ponorogo.

Keywords: Tourism Communication, *City Branding*, Local Culture, Reog

Pendahuluan

Identitas dalam sebuah merek mengacu pada bagaimana elemen-elemen khas seperti nama, logo, warna, tagline, dan nilai-nilai merek, membantu membangun persepsi yang kuat di benak masyarakat. Identitas merek mencerminkan esensi serta keunikan suatu produk, layanan, atau destinasi, sehingga membedakannya dari kompetitor serta menghasilkan daya tarik yang lebih besar bagi target audiens. Hal ini juga dijelaskan oleh (Permadi, 2022) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang ditujukan untuk mendeteksi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan membedakan produk atau jasa dari para kompetitor. Pada pariwisata, identitas merek sangat berguna karena dapat meningkatkan daya saing suatu destinasi, memperkuat citra positif, serta membantu menarik dan mempertahankan wisatawan. Misalnya, branding pariwisata seperti "Wonderful Indonesia" atau "Truly Asia" milik Malaysia, menunjukkan bagaimana identitas yang kuat mampu membangun daya tarik yang lebih luas di tingkat global.

Strategi untuk meningkatkan daya tarik wisatawan di wilayah manapun menuntut dinas pariwisata untuk berinovasi, berpikir kritis, dan menerapkan strategi yang tepat untuk menciptakan citra positif serta memperkenalkan wilayah tersebut kepada masyarakat luas. Upaya ini telah dilakukan oleh beberapa dinas pariwisata dengan mengembangkan kebijakan untuk membangun citra suatu daerah melalui *city branding* yang disampaikan kepada masyarakat umum. Menciptakan identitas dalam bentuk citra merupakan kualitas mendasar yang harus dimiliki suatu produk. Sebuah kota juga memerlukan identitas yang menciptakan citra berupa merek agar mudah dikenali. Hal ini menunjukkan bahwa brand memegang peranan yang sangat penting khususnya dalam *city branding* agar suatu kota dapat lebih mengenal daerahnya (Nugroho & Aji, 2021).

Branding kota di Kabupaten Ponorogo sangat berkaitan dengan identitas budaya yang unik, terutama melalui seni Reog Ponorogo yang merupakan salah satu rangkaian acara dari Festival Grebeg. Festival Reog juga menjadi magnet utama dalam mempromosikan pariwisata lokal, menyatukan elemen tradisi, spiritualitas, dan hiburan yang dapat menarik pengunjung setiap tahunnya. Di samping itu, beragam elemen budaya lainnya seperti makanan tradisional dan adat istiadat masyarakat juga memperkuat gambaran Ponorogo sebagai wilayah yang kaya akan kebijaksanaan lokal.

Grebeg Suro adalah kebiasaan yang dilakukan masyarakat Kabupaten Ponorogo setiap tahun untuk menyambut tahun baru Islam. Runtutan agenda kegiatan “Grebeg Suro” dimulai dari Penyelenggaraan Festival Reog Nasional, kemudian sehari sebelum satu suro akan diselenggarakan pawai Lintas Sejarah dan Kirab Pusaka dari kota lama ke kota tengah. Malam satu suro diadakan penutupan Festival Reog Nasional dan pengumuman lomba, dan tepat tanggal 1 suro diadakan larungan Risalah Doa di Telaga Ngebel (Kang et al., 2020). Grebeg Suro merupakan tradisi yang diyakini masyarakat sebagai simbol status, kemurnian, kesejahteraan, dan kebanggaan. Masyarakat juga percaya Grebeg Suro mendatangkan ketentraman, keselamatan, dan berkah.

Festival Reog merupakan salah satu rangkaian acara pesta rakyat Ponorogo yaitu Grebeg Suro yang telah berlangsung selama 30 tahun menjadikan kesenian reog makin dikenal di lingkup nasional maupun internasional. Melalui reog, Kabupaten Ponorogo ingin mengenalkan kesenian asli Ponorogo ini ke dunia, meskipun sejak 2006 ada klaim dari negara Malaysia mengenai kepemilikan asli kesenian reog (Megantari, 2018). Namun, kemudian UNESCO telah menetapkan Reog Ponorogo sebagai Warisan Budaya Takbenda Dunia pada 3 Desember 2024 dalam Sidang ke-19 Intergovernmental Committee for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage di Paraguay. Saat ini Reog Ponorogo sudah menjadi salah satu bagian dari pengakuan internasional atas kekayaan budaya Indonesia yang perlu dilestarikan.

City branding perlu diupayakan oleh pemerintah Kab. Ponorogo yang mengerucut pada bagaimana peran Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam merumuskan jenis pesan teknis komunikasi. Fasilitator komunikasi, memberikan fasilitas atau wadah bagi orang-orang yang memiliki kepentingan pada Festival Grebeg Suro dalam memberikan saran dan kritik. Fasilitator pemecahan masalah, memberikan solusi apabila selama berjalannya event terjadi permasalahan, dan penasehat ahli dalam memberikan saran, masukan, serta konsep kegiatan kepada bupati yang berperan sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dalam menyelenggarakan Grebeg Suro.

Dalam konteks Festival Reog di Kabupaten Ponorogo, tantangan dalam mempertahankan citra kota melalui nilai-nilai budaya dan kearifan lokal dalam tradisi Grebeg Suro muncul akibat modernisasi dan perubahan sosial. Nilai-nilai seperti religiusitas, solidaritas, dan tolak bala perlu dijaga agar tradisi ini tetap relevan dan bermakna bagi masyarakat. Persepsi masyarakat terhadap tradisi Grebeg Suro juga dapat mempengaruhi pelaksanaannya. Kurangnya partisipasi aktif atau pemahaman yang berbeda mengenai makna ritual dapat mengurangi esensi dan keberlanjutan tradisi ini.

Menghadapi kondisi tersebut maka diperlukan strategi komunikasi pariwisata yang tepat agar Festival Reog ini dapat meningkatkan dan mempertahankan eksistensinya di Kabupaten Ponorogo. Menurut teori *city branding*, sebuah proses strategis yang digunakan untuk membangun, mengatur, dan menyampaikan identitas suatu kota demi menciptakan citra baik di benak publik, baik bagi penduduk lokal maupun eksternal seperti wisatawan, investor, dan pelaku ekonomi lainnya.

Dalam penelitian ini, teori *city branding* digunakan untuk menjelaskan bagaimana sebuah kota menciptakan citra (brand image) melalui interaksi dan pengalaman warga terhadap kota tersebut. Dalam konteks ini, merek kota bukan sekadar logo atau slogan, melainkan juga identitas budaya, infrastruktur, kegiatan masyarakat, serta pandangan publik yang semuanya dikomunikasikan melalui berbagai cara. Menurut Mihalits Kavaratzis, *city branding* terbagi dalam tiga jenis komunikasi. Pertama *primary communication* (komunikasi primer) komunikasi yang tidak langsung berupa pesan lisan, namun tergambar dari tindakan nyata kota, seperti desain kota, infrastruktur, layanan publik, dan suasana kota secara umum. Kedua *secondary communication* (komunikasi sekunder) komunikasi yang diatur dengan tujuan tertentu dan memiliki sifat promosi. Ini meliputi seluruh jenis komunikasi resmi dan formal dari pemerintah atau pengelola kota untuk menyampaikan pesan merek kota. Ketiga *tertiary communication* (komunikasi tersier) komunikasi yang datang dari pihak ketiga, atau tidak dikendalikan secara langsung oleh pihak pengelola kota. Ini menggambarkan tanggapan dan pandangan masyarakat, wisatawan, serta media.

Peneliti memilih untuk menggunakan strategi komunikasi oleh Mihalits Kavaratzis karena memberikan pendekatan yang komprehensif dalam menganalisis strategi komunikasi kota. Melalui pembagian komunikasi menjadi tiga jenis primer, sekunder, dan tersier, peneliti dapat menggali secara mendalam bagaimana Disbudparpora menggunakan Festival Reog sebagai sarana komunikasi strategis dalam memperkuat *city branding* Kabupaten Ponorogo sebagai kota budaya. Berdasarkan penjelasan di atas peneliti mendapatkan rumusan masalah Bagaimana strategi komunikasi pariwisata melalui festival reog dalam upaya memperkuat *city branding* Ponorogo sebagai kota wisata budaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami keterkaitan antara festival budaya dengan strategi komunikasi pariwisata Disbudparpora Kab. Ponorogo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena secara mendalam, yaitu bagaimana instansi pemerintah merancang, menyampaikan, dan mempertahankan identitas kota melalui ranah komunikasi pariwisata.

Pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini dilakukan dengan wawancara. Oleh karena itu, sumber data berasal dari data primer yang didapat melalui wawancara dan observasi. Dan data sekunder yang diperoleh dari data dokumen pendukung. Informan yang dipilih pada penelitian ini yaitu Tini Fifiyanti selaku Kepala Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif serta Ganang Arya Mahendra selaku staf dari Bidang Pemasaran dan Ekonomi Kreatif Disbudparpora Kab. Ponorogo. Informan ini dipilih karena dianggap ikut merancang dan mengelola Festival Reog.

Keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber, untuk menjamin kredibilitas data yang ada dengan mengumpulkan serta membandingkan data yang sudah didapat dari beberapa sumber. Untuk analisis data menggunakan tiga tahap yang dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Tini Fifiyanti, Grebeg Suro bukan sekadar perayaan tahunan, tetapi telah menjadi bagian dari identitas budaya yang memiliki struktur dan aturan yang jelas. Dalam hal ini, kehadiran FNRP (Festival Nasional Reog Ponorogo) dan FRR (Festival Reog Remaja) sebagai bagian dari rangkaian acara mencerminkan komitmen pemerintah daerah dalam melestarikan seni Reog melalui mekanisme yang terorganisir dan berkelanjutan. Ganang Arya Mahendra menambahkan, Disbudparpora Ponorogo menempatkan regenerasi pelaku seni sebagai prioritas utama dalam pelestarian budaya Reyog. Penjenjangan festival Reyog menjadi strategi kunci, dengan membagi festival menjadi tiga kategori: Festival Reyog Anak (SD), Festival Reyog Remaja (SMP), dan Festival Nasional Reyog Ponorogo (umum dan mahasiswa). Penjenjangan ini diharapkan mampu menjaga kesinambungan keterlibatan pelaku seni dari berbagai usia dan membangun proses kaderisasi yang berkelanjutan. Staf bidang pemasaran dan ekonomi kreatif Disbudparpora, menegaskan bahwa proses regenerasi menjadi fokus utama dalam setiap perencanaan dan pelaksanaan festival. Sebelum pandemi COVID-19, festival reyog mini mengakomodasi peserta SD dan SMP secara bersamaan, namun sejak pandemi, sistem penjenjangan diperjelas dan diperluas. Dengan demikian, anak-anak tidak harus bersaing dengan kelompok dewasa yang sudah lebih matang secara teknis dan pengalaman. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri peserta muda, tetapi juga memotivasi mereka untuk terus mengembangkan kemampuan seni Reyog secara bertahap. Strategi ini sejalan dengan temuan (Pudianingsi et al., 2022) rasa cinta terhadap budaya harus diajarkan sejak dini. Jangan sampai karena masuknya era digital yang modern, anak muda lupa akan prinsip dan kebudayaannya. Penjenjangan juga mencegah kekosongan generasi dalam pelestarian seni tradisi. Nanda, sebagai pelaku komunitas Reyog, menambahkan bahwa penjenjangan membuat anak-anak dan remaja lebih percaya diri tampil dan merasa dihargai, karena tidak harus bersaing langsung dengan kelompok dewasa.

Festival Grebeg Suro di Ponorogo telah berkembang menjadi lebih dari sekadar agenda pemerintah daerah tetapi telah menjadi tradisi turun-temurun yang melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Ganang Arya Mahendra menegaskan bahwa keterlibatan masyarakat umum sangat kuat, bahkan berbagai side event atau acara pendukung Grebeg Suro justru digagas dan dijalankan oleh komunitas-komunitas lokal. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga aktor utama dalam pelestarian budaya. Ganang menegaskan: *"Grebeg Suro ini istilahnya bukan hanya event dinas semata, tetapi juga bisa membawa multiplayer effect kepada seluruh masyarakat untuk terlibat secara langsung di event ini sendiri."* Keterlibatan ini memperkuat *sense of belonging* masyarakat terhadap festival, di mana setiap individu merasa memiliki tanggung jawab dan kebanggaan atas berlangsungnya Grebeg Suro. Tidak hanya kelompok Reyog, tetapi juga komunitas offroad, sepeda tua, bonsai, pecinta keris, hingga pelukis, semuanya aktif mengadakan event tahunan yang selalu diintegrasikan ke dalam rangkaian Grebeg Suro. Wawancara juga mengungkapkan bahwa komunitas-komunitas lokal di Ponorogo tidak hanya menjadi pelaksana side event, tetapi juga motor inovasi dalam pengembangan acara. Mereka menginisiasi berbagai kegiatan unik, seperti parade sepeda tua, pameran bonsai, hingga lomba keris dan lukisan. Pemerintah mendukung inisiatif ini melalui bantuan dana dan fasilitasi proposal. Komunitas dapat mengajukan proposal kegiatan ke dinas, yang kemudian akan dipertimbangkan untuk mendapatkan bantuan, meskipun tidak sepenuhnya membiayai seluruh kebutuhan acara. Pemerintah memfasilitasi dengan bantuan dana dan membuka peluang pengajuan proposal kegiatan. Nanda mengungkapkan bahwa adanya dukungan proposal dan dana dari dinas membuat komunitas merasa dihargai dan termotivasi untuk terus berinovasi dalam mengisi Grebeg Suro. Hal ini memperkuat *sense of belonging* masyarakat terhadap festival dan budaya Reyog. Kolaborasi antara komunitas, pemerintah, dan sektor swasta juga diperlukan untuk

mengimplementasikan strategi yang efektif dalam melestarikan budaya dan tradisi lokal agar dapat bertahan dan terus diperkaya di tengah era globalisasi (Sari et al., 2022).

Nilai utama yang ingin disampaikan melalui Festival Reog adalah spirit kebersamaan dan gotong royong. Selain kebersamaan, nilai budaya yang diusung Festival Reog sangat kental dengan semangat pelestarian tradisi dan penguatan identitas lokal Ponorogo. Tini menekankan bahwa masyarakat Ponorogo masih sangat kental dengan budaya dan memiliki semangat tinggi untuk menjaga warisan leluhur. Lebih jauh, nilai budaya juga diinternalisasikan melalui simbol visual seperti logo, slogan, dan merchandise festival. Logo Grebeg Suro, misalnya, mengandung filosofi tentang kebersamaan (relief orang bergandeng tangan) dan semangat (motif api), yang diambil dari makna Grebeg Suro bagi masyarakat Ponorogo. Ganang menekankan bahwa festival ini bukan hanya milik pemerintah, tetapi milik seluruh masyarakat. Selain event utama, masyarakat Ponorogo juga secara swadaya melaksanakan berbagai kegiatan budaya secara mandiri di lingkungan masing-masing, baik di tingkat desa, RT, maupun komunitas. Nanda menambahkan bahwa gotong royong dan solidaritas antar komunitas sangat terasa selama festival, baik dalam persiapan maupun pelaksanaan. Hal ini memperkuat kohesi sosial dan identitas lokal. Pemerintah juga menggerakkan seluruh desa untuk berpartisipasi aktif dalam menyemarakkan Grebeg Suro. Setiap desa diminta untuk membuat ornamen, memasang baliho dan spanduk, serta mengedukasi warganya tentang makna dan pentingnya festival ini. Surat perintah dari bupati menjadi dasar legalitas dan motivasi bagi seluruh lapisan masyarakat untuk ikut serta.

Disbudparpora memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan live streaming YouTube untuk promosi. Media sosial dipilih karena jangkauannya luas dan percepatan informasinya tinggi. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui media konvensional seperti baliho, spanduk, dan pelibatan masyarakat desa dalam ornamen festival. Strategi ini didukung oleh (Saragih et al., 2024) yang menyimpulkan bahwa media sosial sangat efektif dalam membangun awareness dan partisipasi masyarakat pada event budaya, khususnya generasi muda. Kerja sama dengan media partner, influencer, dan wartawan juga memperluas jangkauan promosi dan memperkuat engagement audiens. Nanda menyoroti bahwa kolaborasi dengan influencer dan pelaku seni membuat pesan budaya lebih otentik dan mudah diterima generasi muda. Penguatan identitas visual dilakukan melalui logo, slogan, dan merchandise tematik tahunan. Logo festival mengandung filosofi budaya lokal, seperti motif api dan relief orang bergandeng tangan yang melambangkan semangat kebersamaan. Festival Grebeg Suro telah menjadi ikon utama yang memperkuat identitas Ponorogo sebagai kota budaya. Logo, slogan, dan merchandise tematik setiap tahun tidak hanya menjadi simbol visual, tetapi juga sarana edukasi nilai-nilai lokal kepada masyarakat luas. (Saragih et al., 2024) menegaskan bahwa visualisasi budaya lokal dalam event publik berperan penting dalam membangun citra daerah dan daya tarik wisata budaya.

Pembuatan konten promosi dilakukan oleh tim internal dinas, lalu didistribusikan ke media partner dan influencer, khususnya dari kalangan pelaku seni Reyog Ponorogo. Kolaborasi ini memastikan pesan budaya tetap otentik dan diterima target audiens. Strategi ini efektif untuk menjangkau generasi muda dan komunitas budaya. Selain promosi digital, Disbudparpora juga tetap memanfaatkan media konvensional dan surat edaran ke desa-desa untuk memastikan seluruh lapisan masyarakat terlibat. Evaluasi keberhasilan strategi komunikasi dilakukan dengan memantau tren penonton dan insight di media sosial. Umpan balik diperoleh melalui review dan komentar di media sosial, meskipun sistem survei formal atau kotak saran belum diterapkan. Selain itu, hasil evaluasi digunakan untuk perbaikan teknis, seperti penyesuaian sistem penjualan tiket agar lebih efektif. Evaluasi berbasis media sosial merupakan bentuk adaptasi terhadap pola komunikasi masyarakat modern, namun tetap perlu dilengkapi dengan survei formal untuk data yang lebih komprehensif. Tini mengakui perlunya sistem survei formal dan forum dialog yang lebih terstruktur agar masukan masyarakat dan komunitas dapat terakomodasi secara optimal. Nanda berharap ke depan ada forum khusus atau survei digital yang dapat menampung aspirasi dan evaluasi masyarakat secara lebih luas. Hal ini penting untuk memastikan festival terus berkembang sesuai kebutuhan dan harapan masyarakat.

Festival Grebeg Suro berdampak signifikan pada peningkatan kunjungan wisatawan dan perputaran ekonomi lokal, terutama bagi UMKM, pelaku pariwisata, hotel, dan masyarakat sekitar. Nanda mengamati peningkatan omzet UMKM dan kunjungan wisatawan selama festival berlangsung. Festival Grebeg Suro terbukti menjadi penggerak ekonomi lokal, meningkatkan omzet UMKM, serta memperluas peluang kerja di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Selain itu, festival ini memperkuat kohesi sosial dan menjadi ruang transformasi identitas kolektif masyarakat Ponorogo. Event budaya dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) dan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Grebeg Suro juga memperkuat citra Ponorogo sebagai kota budaya di tingkat nasional. Generasi muda dilibatkan sebagai volunteer, sehingga mereka merasa memiliki dan bangga terhadap event budaya di kotanya. Tidak hanya dilibatkan sebagai volunteer, tetapi juga sebagai kreator konten, peserta lomba, dan agen promosi digital. Ganang menekankan bahwa pelibatan generasi muda menjadi strategi utama agar pelestarian budaya tetap relevan dan berkelanjutan. Nanda menegaskan bahwa banyak anak muda kini bangga menjadi bagian dari Grebeg Suro, baik sebagai panitia, peserta, maupun kreator konten di media sosial. Pemanfaatan teknologi seperti live streaming memungkinkan masyarakat luas, termasuk diaspora Ponorogo, untuk mengikuti festival secara real time. (Made et al., 2025) menegaskan bahwa keterlibatan generasi muda dan pemanfaatan teknologi adalah kunci keberlanjutan pelestarian tradisi di era

digital. Keberhasilan Grebeg Suro juga didukung oleh sinergi antara pemerintah, komunitas budaya, pelaku seni, pelaku ekonomi kreatif, dan media massa. Pemerintah daerah, melalui Disbudparpora, berperan sebagai fasilitator dan koordinator utama, namun keberlanjutan festival sangat bergantung pada kolaborasi lintas sektor.

Festival Reog tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi dan pariwisata, tetapi juga berperan sebagai ruang transformasi identitas kolektif masyarakat Ponorogo. Melalui festival ini, masyarakat dapat mengekspresikan kebanggaan akan warisan budaya lokal, memperkuat rasa kebersamaan lintas generasi, serta memperluas jejaring sosial antar komunitas. Menurut (Saputra & Suparta, 2023) festival budaya berfungsi sebagai arena negosiasi identitas, di mana nilai-nilai tradisi, modernitas, dan inovasi dapat saling berinteraksi dan membentuk karakter masyarakat yang adaptif. Partisipasi generasi muda sebagai volunteer, kreator konten, maupun pelaku seni membuktikan bahwa pelestarian budaya tidak lagi bersifat top-down, melainkan menjadi gerakan bersama yang partisipatif.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa Disbudparpora Ponorogo sangat memperhatikan dinamika peserta dari luar daerah yang terus meningkat setiap tahun. Banyaknya peserta dari luar daerah menjadi tantangan tersendiri dalam perancangan program Grebeg Suro. Hal ini menuntut adanya fleksibilitas dalam penjadwalan, penyesuaian kapasitas venue, serta peningkatan kualitas pelayanan bagi peserta dan wisatawan. Fleksibilitas dan adaptasi program menjadi indikator penting keberhasilan festival budaya di era globalisasi. Penyesuaian ini juga merupakan bentuk responsif terhadap kebutuhan pasar wisata dan pelaku seni, sehingga Grebeg Suro tetap relevan dan kompetitif.

Salah satu tantangan yang dihadapi Disbudparpora Ponorogo adalah meningkatnya jumlah peserta dari luar daerah setiap tahun. Ganang Arya Mahendra menekankan pentingnya adaptasi dalam perancangan program Grebeg Suro, baik dari sisi teknis, penjadwalan, maupun pelayanan. Penyesuaian ini tidak hanya bertujuan untuk memastikan kenyamanan peserta, tetapi juga menjaga kualitas pertunjukan dan kelancaran rangkaian acara. Tantangan utama adalah menjaga partisipasi lintas generasi dan menyesuaikan program dengan dinamika peserta yang terus berkembang. Harapan Disbudparpora adalah agar pelestarian Reyog berjalan berkelanjutan dan Grebeg Suro tetap menjadi motor penggerak ekonomi dan kebanggaan masyarakat Ponorogo. Tantangan ke depan meliputi menjaga relevansi festival di tengah perubahan zaman, memastikan partisipasi lintas generasi, dan mengintegrasikan inovasi tanpa kehilangan akar budaya. Ganang dan Nanda sepakat bahwa kolaborasi, inovasi, dan evaluasi berkelanjutan menjadi kunci keberhasilan Grebeg Suro sebagai festival budaya unggulan.

Penutup

Festival Reog Ponorogo membuktikan bahwa pelestarian budaya dapat berjalan seiring dengan inovasi, partisipasi masyarakat, dan penguatan ekonomi lokal. Sinergi antara pemerintah, komunitas, pelaku seni, dan generasi muda menjadi kunci utama keberhasilan festival ini. Ke depan, penguatan kolaborasi, inovasi digital, dan pemberdayaan masyarakat akan menjadi fondasi penting agar Festival Reog tetap relevan, berkelanjutan, dan menjadi inspirasi bagi daerah lain dalam mengelola warisan budaya.

Daftar Pustaka

- Kang, S., Lee, J. R., Lee, J. R., It, I., Acquisition, C., Support, L., MUHAMMAD YOGI, 巴曙松, Vague, R., 高平, 陈嘉禾, Disclosure, T. F. S., Certification, D. B. E. C., Form, U., Contractor, P., Application, P., Express, B., Digital, E., Title, C. P., ... Aéêð, Å. Í. È. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. 第一财经日报, 53(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577>
- Made, N., Miori, R., Kadek, N., Ari, D., & Widiastuti, N. K. (2025). Peran Strategis Generasi Muda dalam Teknologi , Pelestarian Seni , dan Pembanguna Sosial Budaya Menuju Indonesia Emas 2045. *Pilar Pemuda, Universitas Mahasaraswati Denpasar*.
- Megantari, K. (2018). Penerapan Strategi City Branding Kabupaten Ponorogo “Ethnic Art of Java.” *Aristo*, 7(1), 130. <https://doi.org/10.24269/ars.v7i1.1385>
- Nugroho, R. S., & Aji, G. G. (2021). Implementasi Pembentukan Brand Identity Berbasis Kebudayaan Reyog Ponorogo Dalam City Branding Kabupaten Ponorogo. *Commerciums*, 4, 61–74. www.tribunnews.com,
- Permadi, F. A. (2022). Menciptakan Branding Dan Membangun Saluran Distribusi Berdasarkan Persepsi Pengusaha (Study Pada Distributor Pt Sinergi *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi ...*, 2009, 925–928. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2303><https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/2303/1802>
- Pudianingsi, A. R., Imaduddin, W., Mufidah, E., & Ardiyanti, E. P. (2022). 4 1234. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Teknologi Informasi Akuntansi*, 3(1), 458–470.
- Saputra, P. W., & Suparta, I. K. (2023). Festival Budaya Isen Mulang Sebagai Upaya Promosi Pariwisata Budaya Di Provinsi Kalimantan Tengah. *Paryatka Jurnal Pariwisata Budaya Dan Keagamaan*, 1(2),

- 100–107. <https://doi.org/10.53977/pyt.v1i2.735>
- Saragih, R. B. R., Aditia, R., Hafizah, E., & ... (2024). Persepsi Pengguna Media Sosial terhadap Efektivitas Kampanye Digital# museumbkl dalam Meningkatkan Kesadaran Budaya Lokal. ... *Nasional Ilmu Ilmu* ..., 1025–1038.
<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/3846%0Ahttps://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/3846/1172>
- Sari, T. Y., Kurnia, H., Khasanah, I. L., & Ningtyas, D. N. (2022). Membangun Identitas Lokal Dalam Era Globalisasi Untuk Melestarikan Budaya dan Tradisi Yang Terancam Punah. *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal*, 2(2), 76–84. <https://doi.org/10.47200/aossagcj.v2i2.1842>