

## **PERAN EVENT BUDAYA OGOH-OGOHO DALAM MEMPERKENALKAN BUDAYA ASLI BALI KEPADA WISATAWAN LOKAL**

**Eva Tabitha Aurelia Iskandar<sup>1</sup>, Dewanta Facrureza<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Hospitality & Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas  
Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia

Email: [evatabithaa@gmail.com](mailto:evatabithaa@gmail.com)<sup>1</sup>, [dfacrureza@bundamulia.ac.id](mailto:dfacrureza@bundamulia.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*Bali's cultural tourism continues to demonstrate significant growth, as reflected in the surge of domestic tourist visits, which reached 26,615,306 trips in 2025, representing a 17.53% increase compared to the previous year. This trend continued with a 42.10% growth in national tourism trips in March 2026. Amid this dynamic development, the ogoh-ogoh cultural event, organized as part of the Nyepi Day celebration, has emerged as one of the most strategic cultural attractions in Denpasar City. However, its potential as an educational medium for domestic tourists has not yet been systematically optimized. This study employed a descriptive qualitative approach using in-depth interviews, direct observation, and documentation involving six informants, namely the Traditional Village Head, Village Secretary, members of the Sekaa Taruna youth organization, a Pecalang officer, and two domestic tourists. Data were analyzed through triangulation techniques and a SWOT matrix. The findings reveal that domestic tourists experienced a meaningful enhancement of cultural understanding after attending the parade, particularly due to the multilingual explanations delivered by the master of ceremonies representing each banjar and the dissemination of cultural content through social media platforms. The ogoh-ogoh tradition embodies spiritual, cultural, and social values, serving as an authentic representation of Balinese culture. Nevertheless, educational gaps remain evident due to the absence of a structured cultural interpretation program, limited regional government budget allocations that resulted in the cancellation of the department-level festival in 2026, and the underutilized role of pecalang officers as cultural information providers. In addition, psychological barriers stemming from religious differences constrain the participation and engagement of non-Hindu domestic tourists. Cross-stakeholder collaboration among traditional villages, government institutions, and tourism industry actors is essential for transforming the ogoh-ogoh event into a cultural tourism platform that is not only visually attractive but also educationally impactful and sustainably transformative.*

**Keywords: Ogoh-Ogoh, Cultural Event, Domestic Tourists, Cultural Education, Balinese Cultural Tourism.**

### **ABSTRAK**

Pariwisata budaya Bali terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terlihat dari lonjakan kunjungan wisatawan nusantara yang mencapai 26.615.306 perjalanan pada tahun 2025, meningkat 17,53% dibandingkan tahun sebelumnya,

serta berlanjut dengan pertumbuhan perjalanan wisata nasional sebesar 42,10% pada Maret 2026. Di tengah dinamika ini, event budaya ogoh-ogoh yang diselenggarakan dalam rangkaian Hari Raya Nyepi menjadi salah satu atraksi budaya paling strategis di Kota Denpasar, namun potensinya sebagai media edukasi bagi wisatawan lokal belum dioptimalkan secara sistematis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap enam narasumber, yaitu Ketua Adat, Sekretaris Desa, anggota Sekaa Taruna, Pecalang, dan dua wisatawan lokal. Analisis dilakukan melalui triangulasi data dan matriks SWOT. Temuan menunjukkan bahwa wisatawan lokal mengalami peningkatan pemahaman budaya yang bermakna setelah menyaksikan pawai, terutama berkat penjelasan MC per banjar dalam tiga bahasa dan konten media sosial. Ogoh-ogoh terbukti memuat nilai spiritual, budaya, dan sosial sebagai representasi otentik budaya Bali. Namun, kesenjangan edukatif masih nyata akibat tidak adanya program interpretasi budaya yang terstruktur, keterbatasan dana APBD yang menyebabkan festival tingkat dinas tidak terlaksana pada 2026, serta peran pecalang yang belum dimanfaatkan sebagai penyampai informasi budaya. Hambatan psikologis berbasis perbedaan keagamaan juga membatasi keterlibatan wisatawan lokal non-Hindu. Kolaborasi lintas pemangku kepentingan antara desa adat, pemerintah, dan pelaku industri pariwisata merupakan kunci transformasi event ogoh-ogoh menjadi wahana wisata budaya yang tidak sekadar memikat secara visual, tetapi juga berdampak edukatif dan transformatif secara berkelanjutan.

**Kata Kunci: Ogoh-Ogoh, Event Budaya, Wisatawan Lokal, Edukasi Budaya, Pariwisata Budaya Bali**

## **A. PENDAHULUAN**

Pariwisata budaya telah muncul sebagai salah satu segmen pariwisata global yang berkembang paling pesat, menyumbang sekitar 20–30% dari PDB pariwisata dunia (Pracintya *et al.*, 2024). UNESCO menempatkan pariwisata budaya sebagai bentuk

perjalanan yang berfokus pada eksplorasi warisan budaya, seni, dan tradisi yang sekaligus memperkaya pengetahuan wisatawan sambil melestarikan warisan lokal (Rajagukguk *et al.*, 2024). Di Indonesia, Bali adalah destinasi utama yang memadukan keindahan

alam dengan tradisi Hindu yang hidup. Menurut Badan Pusat Statistik (2025), wisatawan lokal mencapai 26.615.306 perjalanan pada 2025, meningkat 17,53% dari tahun sebelumnya, menjadikan pengunjung lokal sebagai pasar terbesar dan kelompok paling strategis untuk pelestarian budaya Bali jangka panjang.

Di antara event budaya Bali yang paling khas adalah pawai Ogoh-Ogoh, yang diselenggarakan pada malam Pengrupukan, yaitu malam sebelum Nyepi (Tahun Baru Hindu Bali). Ogoh-Ogoh adalah patung raksasa yang merepresentasikan Bhuta Kala, kekuatan alam destruktif yang harus disucikan sebelum siklus tahun baru dimulai. Patung-patung ini diarak keliling jalan desa dan selanjutnya dibakar sebagai ritual pembersihan simbolis dalam kerangka filosofi Tri Hita Karana (Fauziah *et al.*, 2025). Secara historis, tradisi ini berasal dari 'lelakut' (bentuk mirip orang-orangan sawah) yang digunakan untuk mengusir roh jahat yang di mana evolusinya menjadi karya seni kompetitif terjadi pada awal 1980-an, ketika masuknya listrik ke desa-desa Bali membuat prosesi obor tradisional menjadi ditinggalkan (Wawancara Ketua Adat, 2026). Meski jumlah

wisatawan domestik terus bertambah, penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama berkunjung ke Bali masih didominasi oleh wisata pantai dan hiburan, sementara motivasi budaya menempati peringkat lebih rendah (Prianta & Sulistyawati, 2024). Hal ini diperparah oleh minimnya media edukasi yang terstruktur, sehingga Ogoh-Ogoh hanya di pandang hanya sebagai tontonan visual yang luar biasa tanpa apresiasi terhadap makna ritual dan filosofisnya (Dewantara, 2021; Jamnip *et al.*, 2025). Tanpa pendekatan edukatif, event ini berisiko menjadi komodifikasi visual yang menguntungkan secara ekonomi namun miskin budaya bagi wisatawan.

Adanya kesenjangan dalam penelitian ini karena terbatasnya perhatian akademis terhadap pemahaman budaya wisatawan domestik tentang Ogoh-Ogoh yang menjadi landasan penelitian ini. Sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada wisatawan mancanegara atau dimensi ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis peran *event* budaya ogoh-ogoh sebagai media edukasi budaya bagi wisatawan lokal dalam konteks

pariwisata budaya Bali, (2) Mencari tahu dan memahami pemaknaan wisatawan lokal terhadap *event* budaya ogoh-ogoh sebagai bagian dari budaya asli Bali, (3) Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman wisatawan lokal terhadap nilai budaya dan makna filosofis ogoh-ogoh.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pariwisata Budaya**

Pariwisata budaya di artikan sebagai bentuk perjalanan yang berfokus pada interaksi dengan manifestasi budaya suatu destinasi yang mencakup situs bersejarah, festival tradisional, seni pertunjukan, kuliner lokal, dan gaya hidup masyarakat, dengan tujuan memperkaya pengetahuan dan apresiasi wisatawan terhadap keragaman manusia (Choirunnisa & Karmilah, 2021). Menurut Richards (1996), dalam Anandagri *et al.*, (2025) memprediksi bahwa pariwisata budaya akan menjadi industri dengan pertumbuhan tercepat secara global, didorong oleh wisatawan modern, terutama pasca-pandemi yang mencari pengalaman autentik yang berlandaskan nilai-nilai budaya mendalam. Konsep *existential tourism*

menurut Cohen (1997) dalam Prianta & Sulistyawati (2024) menggolongkan pengalaman budaya yang mendalam sebagai pengalaman di mana autentisitas terbentuk melalui partisipasi aktif komunitas dalam ritual mereka sendiri, yang mewakili tingkat keterlibatan pariwisata budaya tertinggi.

### **Atraksi Budaya dan Event Budaya**

Atraksi budaya mencakup elemen berwujud (situs bersejarah, arsitektur tradisional, museum) dan elemen tidak berwujud (upacara tradisional, ritual keagamaan, musik, dan pengetahuan lokal) (Damayanti *et al.*, 2024). Menurut UNESCO (2024), atraksi budaya adalah inti dari pariwisata budaya: produk dan lokasi budaya yang memotivasi wisatawan untuk 'belajar, menemukan, mengalami, dan mengonsumsi' budaya suatu tempat. Event budaya didefinisikan sebagai kegiatan sementara yang terstruktur melibatkan partisipasi komunitas dalam mempresentasikan warisan budaya, adat istiadat, seni pertunjukan, atau festival daerah, yang terutama bertujuan melestarikan identitas komunitas sekaligus memberikan pengalaman bermakna

bagi peserta dan wisatawan (*Cultural Events And Festivals: A Comprehensive Overview*, 2024).

### **Ogoh-Ogoh: Sejarah, Makna, dan Dimensi Budaya**

Ogoh-Ogoh adalah patung raksasa yang terbuat dari styrofoam, bambu, dan rangka besi, merepresentasikan Bhuta Kala yang memiliki kekuatan alam yang tidak terkendali dan berpotensi destruktif. Kata 'bhuta' berasal dari 'Anu Bhuta' yang berarti energi yang ada di alam semesta, sedangkan 'kala' berarti waktu. Prosesi Pengrupukan memiliki makna simbolik yang kaya: diiringi gamelan Balaganjur dan obor, pawai ini bertujuan mengumpulkan seluruh energi negatif yang terakumulasi sepanjang tahun ke dalam satu wujud fisik, yang kemudian dibakar sebagai simbol pemurnian kosmis dan pemulihan keseimbangan (Suasapha, 2024; Suniadewi, 2024). Keseluruhan rangkaian ini berlandaskan filosofi Tri Hita Karana yang merupakan keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan (Parahyangan), antar sesama manusia (Pawongan), serta antara manusia dan alam (Palemahan). Yang perlu ditekankan, sebagaimana dikatakan oleh Kepala

Desa Adat Bapak I Nyoman, komunitas Bali tidak menggelar Pengrupukan untuk menarik wisatawan; mereka melakukannya semata sebagai kewajiban keagamaan dan ekspresi lila cita (kegembiraan yang tulus) (*Wawancara Ketua Adat*, 2026). Kehadiran wisatawan adalah konsekuensi yang organis dan tidak direncanakan.

Proses pembuatan Ogoh-Ogoh sendiri mewujudkan tiga nilai positif penting bagi generasi muda Bali: pertama, mendorong eksplorasi filsafat dan sastra Hindu Bali (lontar); kedua, mengembangkan kepekaan estetika, imajinasi, dan keterampilan kerajinan teknis; ketiga, menumbuhkan kemampuan manajemen, kerja tim, dan solidaritas komunitas. Dana untuk pembuatan Ogoh-Ogoh berkisar antara Rp 40 juta hingga lebih dari Rp 100 juta, dengan produksi berlangsung 3–4 bulan ((*Wawancara Ketua Adat*, 2026; *Wawancara Sekaa Taruna*, 2026).

### **Pemahaman Budaya Wisatawan Domestik**

Pemahaman budaya wisatawan domestik mengacu pada sejauh mana wisatawan memahami makna filosofis,

nilai budaya, dan konteks ritual suatu tradisi, serta bagaimana pemahaman tersebut memengaruhi sikap dan perilaku mereka terhadap budaya yang dikunjungi (Latif & Amelia, 2022). Faturrachman *et al.*, (2024) menemukan bahwa ketersediaan materi edukasi budaya yang terstruktur penjelasan pemandu, papan informasi, media digital yang berhubungan langsung dengan peningkatan pemahaman wisatawan. Yanti *et al.*, (2025) mengidentifikasi tiga dimensi pemahaman budaya: (1) kognitif (pengetahuan tentang sejarah, simbol, dan nilai budaya); (2) afektif

(sikap apresiasi dan rasa hormat); serta (3) konatif (niat perilaku: niat berkunjung kembali, berbagi informasi, dukungan terhadap pelestarian budaya). Hambatan psikologis juga merupakan faktor signifikan: wisatawan domestik non-Hindu cenderung ragu dalam mengeksplorasi makna lebih dalam dari ritual berbasis Hindu karena kekhawatiran bertentangan dengan kepercayaan mereka sendiri, sehingga menciptakan kesenjangan antara potensi edukatif sebuah event budaya dan pemahaman aktual yang diperoleh.

### Penelitian Terdahulu

**Tabel 1. Rangkuman Penelitian Terdahulu**

| NO | Judul Penelitian dan Nama Peneliti (Tahun)                                                                             | Variabel                                                                     | Hasil Penelitian                                                                                                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | <i>Cultural Tourism: Between Authenticity and Globalisation</i> , Richards 1996 dalam (Anandagri <i>et al.</i> , 2025) | <i>Cultural Tourism</i> , motivasi wisatawan, konsumsi budaya, dan keaslian. | Pariwisata budaya diprediksi menjadi segmen dengan pertumbuhan tercepat secara global; wisatawan mencari keterlibatan aktif dengan identitas dan tradisi lokal. |
| 2. | Peran Pariwisata Budaya Sebagai Media Edukasi (Choirunnisa & Karmilah 2021)                                            | Pariwisata Budaya, Media Edukasi, Pelestarian Warisan                        | Pariwisata budaya berfungsi sebagai alat edukasi yang memperkenalkan identitas lokal; pengalaman berkesan adalah kunci kepuasan wisatawan.                      |

| NO | Judul Penelitian dan Nama Peneliti (Tahun)                                                                                                        | Variabel                                                      | Hasil Penelitian                                                                                                                                              |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | Motivasi Wisatawan dan <i>Existential Tourism</i> di Bali (Prianta & Sulistyawati, 2024)                                                          | Motivasi wisatawan, Wisata Budaya, <i>Existential Tourism</i> | Motivasi utama wisatawan domestik masih wisata pantai; pengalaman Ogoh-Ogoh dikategorikan sebagai <i>existential tourism</i> yang memperkuat identitas lokal. |
| 4. | Dinamika Sosial Budaya Dalam Tradisi Pawai Ogoh-Ogoh Di Desa Adat Kuta Bali (Fauziah <i>et al.</i> , 2025)                                        | <i>Event</i> Budaya Ogoh-ogoh, Pariwisata Budaya              | Pawai ogoh-ogoh menarik ribuan wisatawan lokal dan berpotensi sebagai media edukasi serta pelestarian budaya, meski beresiko komodifikasi.                    |
| 5. | Motivasi Wisatawan Domestik Dalam Menikmati Pertunjukan Adat Di Bali (Dewantara, 2021)                                                            | Ogoh-ogoh, komodifikasi budaya, pemahaman wisatawan           | Ogoh-ogoh sering dipersepsikan hanya sebagai tontonan visual yang spektakuler karena minimnya media interpretasi dan promosi edukatif.                        |
| 6. | Aesthetic Transformations of Ogoh-Ogoh: From Conventional Giant Figures to Hybrid Myth–Popular Culture Characters (Suardana <i>et al.</i> , 2025) | Pariwisata budaya, keberlanjutan, edukasi wisatawan           | Ogoh-Ogoh mengalami transformasi dari karakter mitos konvensional ke hibrida budaya populer; pariwisata berkelanjutan harus mengutamakan edukasi wisatawan.   |
| 7. | Pengaruh Motivasi Wisatawan                                                                                                                       | <i>Event</i> budaya, interpretasi                             | Materi interpretasi budaya yang terstruktur berkorelasi                                                                                                       |

| NO  | Judul Penelitian dan Nama Peneliti (Tahun)                                                                                                                               | Variabel                                                         | Hasil Penelitian                                                                                                                 |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Nusantara Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Pantai Pandawa, Bali (Faturrachman <i>et al.</i> , 2024)                                                                   | budaya, pemahaman wisatawan lokal                                | dengan peningkatan pemahaman wisatawan terhadap tradisi lokal.                                                                   |
| 8.  | Touristification Of The Pura Agung Besakih Area As A <i>Cultural Tourism Destination</i> (Anandagri <i>et al.</i> , 2025)                                                | <i>Cultural tourism</i> , keaslian budaya, pengalaman wisatawan. | Autentisitas budaya dan keterlibatan komunitas lokal menentukan kedalaman pengalaman budaya yang diperoleh wisatawan.            |
| 9.  | Analisis Pengembangan Tradisi Sesiitan Sebagai Potensi Wisata Budaya Di Desa Ulak Pandan Kecamatan Nasal Kabupaten Kaur Provinsi Bengkulu (Fitriyanti & Wijayanti, 2025) | Pariwisata budaya motivasi wisatawan, tingkat keterlibatan       | Sejauh mana wisatawan terlibat dalam aktivitas budaya menentukan sejauh mana mereka memahami dan belajar tentang acara tersebut. |
| 10. | Komunikasi Budaya dalam Seni Pertunjukan Ogoh-Ogoh Hindu Bali di Tengah Transformasi                                                                                     | Komunikasi budaya, seni pertunjukkan ogoh-ogoh,                  | Media sosial secara signifikan memperluas jangkauan budaya Ogoh-Ogoh tetapi berisiko mereduksi makna                             |

| NO | Judul Penelitian dan Nama Peneliti (Tahun) | Variabel           | Hasil Penelitian                |
|----|--------------------------------------------|--------------------|---------------------------------|
|    | Media (Juniati & Astraguna, 2025)          | transformasi media | mendalam menjadi konten visual. |

Tinjauan penelitian terdahulu mengungkapkan kesenjangan penelitian yang jelas, yaitu belum adanya penelitian yang secara khusus mengkaji pemahaman wisatawan domestik terhadap makna dan filosofi Ogoh-Ogoh sebagai representasi budaya Bali yang autentik, maupun yang mengusulkan strategi pengembangan analisis SWOT. Penelitian yang ada hanya berfokus pada wisatawan mancanegara, dimensi ekonomi, atau aspek estetika secara tersendiri.

### C. METODE

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah paradigma penelitian yang bertujuan untuk mengungkap fakta, fenomena, keadaan yang terjadi secara alami di lapangan dengan menyajikan deksripsi mendalam tanpa melakukan pengujian asumsi statistik (Sugiyono

& Lestari, 2021). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menangkap arti di balik perilaku wisatawan secara proses interaksi budaya yang terjadi selama *event* berlangsung. Melalui wawancara mendalam dan observasi, peneliti dapat menggali perspektif wisatawan, ketua adat, dan sekaa taruna tentang pengalaman mereka, serta apa saja yang mereka hadapi.

Berdasarkan pendekatan tersebut, jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menyajikan gambaran yang terstruktur, faktual, dan tepat mengenai fakta serta interaksi fenomena yang diteliti tanpa melakukan pengujian hipotesis maupun mengukur hubungan sebab-akibat secara statistik (Syafrini *et al.*, 2023). Jenis ini dipilih karena rumusan masalah penelitian memiliki pertanyaan “bagaimana”, yang di mana menggambarkan peran,

pengalaman, dan pemaknaan wisatawan lokal terhadap *event* ogoh-ogoh. Selain itu, data dikumpulkan dari berbagai perspektif narasumber yang berbeda sehingga tidak cukup hanya dengan satu pendekatan kasus tunggal seperti studi kasus, dan keterlibatan di lapangan terbatas pada wawancara dan observasi sehingga tidak memenuhi syarat etnografi maupun fenomenologi yang membutuhkan penelitian lebih intensif. Hal ini sangat penting dalam kajian pariwisata budaya, karena keberhasilan suatu acara dalam memperkenalkan budaya asli sangat bergantung pada bagaimana pengunjung dapat

menginterpretasikan secara kognitif dan emosional (Syafriani *et al.*, 2023).

### **Subjek dan Objek Penelitian**

Enam informan dipilih melalui purposive sampling berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam event pawai Ogoh-Ogoh. Subjek penelitian adalah 'Peran Event Budaya Ogoh-Ogoh' sebagai media edukasi dan pengenalan nilai budaya Bali yang autentik kepada wisatawan domestik. Penelitian dilaksanakan di Banjar Yang Batu Kangin, Kota Denpasar, Bali, dengan observasi dan wawancara dilakukan pada Maret 2026.

**Tabel 2. Karakteristik Informan**

| No | Nama              | Umur     | Pekerjaan                       |
|----|-------------------|----------|---------------------------------|
| 1  | I Nyoman Supatra  | 57 tahun | Bendesa Adat (Kepala Desa Adat) |
| 2  | Ari Kusuma Wijaya | 40 tahun | Sekretaris Desa                 |
| 3  | Karen Louisa      | 21 tahun | Wisatawan lokal                 |
| 4  | Gusti Made Juna   | 28 tahun | Sekaa Taruna                    |
| 5  | David Fu          | 48 tahun | Wisatawan lokal                 |
| 6  | Yuda              | 27 tahun | Pecalang                        |

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data termasuk salah satu tahapan penting dalam proses penelitian, karena data yang diperoleh menjadi dasar dalam menjawab rumusan masalah yang

ditetapkan. Berdasarkan sumber data yang dapat dikumpulkan melalui dua jenis sumber, yaitu primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono & Lestari (2021), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi

(pengamatan), *interview* (wawancara), dokumentasi dan gabungan dari ketiganya. Pengumpulan data menggunakan tiga teknik yang saling melengkapi: (1) observasi langsung di lokasi penelitian pada empat kesempatan (5, 8, 9, dan 18 Maret 2026), meliputi observasi proses produksi Ogoh-Ogoh, festival kompetitif, dan pawai malam Pengrupukan; (2) wawancara terstruktur yang dipandu protokol pertanyaan yang telah disiapkan untuk memastikan konsistensi data, dilengkapi perekaman audio dan dokumentasi fotografi; serta (3) dokumentasi visual, catatan lapangan, dan tinjauan pustaka dari sumber akademis relevan untuk mendukung analisis dan interpretasi temuan.

### **Analisis Data**

Analisis data menggunakan dua metode yang saling melengkapi. Pertama, triangulasi: menggabungkan triangulasi sumber (membandingkan data dari beberapa informan) dan triangulasi teori (membandingkan temuan lapangan dengan teori-teori relevan) untuk memastikan validitas dan konsistensi data. Kedua, analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi peran edukatif event Ogoh-Ogoh, yang dirumuskan dalam matriks SWOT untuk pengembangan strategi.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Pemaknaan Wisatawan Lokal Event Budaya Ogoh-Ogoh sebagai Reperesentasi Budaya Asli Bali**

Cara pandang wisatawan domestik terhadap Ogoh-Ogoh berlangsung dalam dua tahap yang berbeda: sebelum dan sesudah menyaksikan pawai secara langsung. Pada tahap awal, pemahaman sebagian besar wisatawan masih sangat terbatas. David Fu hanya mengetahui bahwa Ogoh-Ogoh adalah patung besar yang diarak tanpa memahami makna ritualnya, sementara Karen Louisa sekadar mengetahui bahwa Ogoh-Ogoh melambangkan energi negatif yang dibakar, tanpa memahami dimensi spiritualnya. Kondisi ini mencerminkan minimnya media edukasi budaya yang dapat diakses oleh wisatawan selama acara berlangsung. Setelah menyaksikan pawai secara langsung, kedua wisatawan mengalami transformasi pemahaman yang signifikan. Karen mulai mengenali nilai

spiritual, budaya, dan sosial yang terkandung dalam Ogoh-Ogoh, sedangkan David memahami bahwa Ogoh-Ogoh melambangkan sifat buruk manusia yang dihilangkan sebelum Nyepi. Meski demikian, pemahaman mereka masih cenderung berhenti pada aspek yang tampak secara visual. Filosofi Bhuta Kala, konsep Tri Hita Karana, dan kedudukan Ogoh-Ogoh dalam kosmologi Hindu Bali belum sepenuhnya dipahami, menunjukkan bahwa potensi edukatif acara ini belum terwujud secara optimal.

Hambatan psikologis dan latar belakang agama menjadi faktor penghambat utama dalam pendalaman pemahaman wisatawan non-Hindu. Mereka cenderung enggan mengeksplorasi makna ritual yang lebih dalam karena khawatir bertentangan dengan keyakinan sendiri, berbeda dengan wisatawan mancanegara yang lebih aktif bertanya dan mengikuti prosesi. Oleh karena itu, strategi komunikasi budaya perlu dirancang secara kontekstual dan inklusif dengan mengutamakan nilai-nilai universal seperti solidaritas, gotong royong, dan kebersamaan sebagai jembatan awal sebelum memperkenalkan aspek spiritual yang

lebih dalam. Estetika dan kreativitas Ogoh-Ogoh turut berperan dalam membentuk pemahaman wisatawan. Tema 'BanyuPinaruh' yang menampilkan sosok Dewi yang lembut—berbeda dari wujud Ogoh-Ogoh yang umumnya menakutkan—terbukti menjadi pintu masuk yang lebih mudah diterima oleh wisatawan non-Hindu untuk mulai mengapresiasi nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Media sosial seperti TikTok dan Instagram juga memainkan peran penting dalam membentuk pemahaman awal wisatawan bahkan sebelum mereka tiba di lokasi, meski pengelolaan konten digital perlu diperhatikan agar tidak hanya menyajikan aspek visual semata tanpa konteks budaya yang memadai.

Pemahaman wisatawan domestik terhadap Ogoh-Ogoh sebagai simbol budaya autentik Bali merupakan proses yang kompleks dan berlapis. Penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan sebenarnya memiliki kemampuan dan keinginan untuk mengeksplorasi Ogoh-Ogoh lebih dalam, terbukti dari antusiasme mereka dalam mencari informasi selama pawai serta keinginan untuk berbagi pengalaman kepada orang lain. Namun potensi

tersebut hanya dapat terwujud sepenuhnya jika didukung oleh sistem pendidikan budaya yang terencana, mudah diakses, dan peka terhadap keragaman latar belakang pengunjung. Edukasi budaya dalam pawai Ogoh-Ogoh seharusnya tidak sekadar menyampaikan informasi, melainkan membangun kedekatan emosional agar setiap pengunjung dapat menemukan makna yang berkesan dari kekayaan tradisi Bali.

### **Pengalaman Wisatawan Lokal Selama Menyaksikan *Event* Ogoh-Ogoh di Denpasar**

Pengalaman wisatawan domestik saat menyaksikan pawai Ogoh-Ogoh di Kota Denpasar secara umum bersifat positif dan menginspirasi. Karen Louisa sangat terkesan dengan Ogoh-Ogoh bertema "BanyuPinaruh" yang memadukan estetika modern dengan ornamen tradisional Bali, sementara David Fu paling terkesan saat Ogoh-Ogoh diputar seolah bernyawa selama prosesi berlangsung. Daya tarik visual yang kuat ini terbukti mampu membangkitkan antusiasme wisatawan dan menjadi titik awal keterlibatan mereka terhadap budaya yang ditampilkan. Penjelasan dari

pembawa acara (MC) di setiap banjar menjadi sumber informasi yang paling berpengaruh dalam membentuk pemahaman wisatawan selama acara. David Fu secara tegas menyatakan bahwa tanpa penjelasan MC dan papan informasi, ia tidak akan memahami makna Ogoh-Ogoh secara lebih dalam. Karen Louisa memanfaatkan berbagai sumber secara bersamaan, mulai dari penjelasan MC, papan informasi, hingga konten TikTok dan Instagram. Meski media sosial membantu memperluas jangkauan informasi budaya, pengelolaan konten digital perlu diperhatikan agar makna budaya yang mendalam tidak tereduksi menjadi konsumsi visual semata.

Keterlibatan emosional wisatawan menjadi salah satu capaian terpenting dari event ini. Karen mengungkapkan rasa bangga yang tinggi terhadap kreativitas masyarakat Bali, sementara David merasa terdorong untuk mengajak orang-orang di sekitarnya menyaksikan pawai serupa. Respons emosional ini menunjukkan bahwa Ogoh-Ogoh berhasil melampaui fungsinya sebagai hiburan visual dan mendorong wisatawan untuk secara aktif menjadi penyebar budaya melalui

rekomendasi pribadi maupun unggahan media sosial. Namun demikian, terdapat sejumlah keterbatasan yang memengaruhi kualitas pengalaman budaya secara keseluruhan. Kepadatan penonton yang ekstrem, keberadaan pedagang kaki lima yang tidak teratur, serta kecenderungan wisatawan domestik untuk hanya menyaksikan pawai tanpa mengikuti seluruh rangkaian upacara menyebabkan pemahaman budaya yang diperoleh masih dangkal. Berbeda dengan wisatawan mancanegara yang lebih aktif bertanya dan mengikuti seluruh prosesi, wisatawan domestik umumnya berperan sebagai penonton pasif, sehingga kedalaman pengalaman budaya yang didapat pun lebih terbatas.

Secara keseluruhan, event Ogoh-Ogoh sekaligus berhasil dan belum sepenuhnya efektif sebagai media pengenalan budaya. Kedalaman pemahaman yang diperoleh wisatawan masih sangat bergantung pada inisiatif pribadi dan keberuntungan mendapat penjelasan yang memadai, bukan hasil dari sistem edukasi budaya yang dirancang secara sistematis. Kondisi ini memperlihatkan bahwa event

Ogoh-Ogoh sesungguhnya telah memiliki fondasi yang kuat untuk berkembang menjadi media edukasi budaya yang optimal, namun masih memerlukan strategi terencana dan inklusif agar pengalaman budaya yang transformatif dapat dirasakan secara konsisten oleh seluruh wisatawan domestik yang hadir.

### **Peran *Event* Budaya Ogoh-Ogoh sebagai Media Edukasi Budaya bagi Wisatawan Lokal**

Event budaya Ogoh-Ogoh terbukti berfungsi sebagai sarana edukasi budaya bagi wisatawan domestik, meskipun perannya masih bersifat insidental dan belum terorganisasi secara sistematis. Indikator keberhasilan edukatif terlihat dari penjelasan MC setiap banjar yang menjadi alat pendidikan paling efektif, penyampaian informasi dalam tiga bahasa, serta peran media sosial yang memperluas akses informasi budaya. Ketua adat pun menekankan bahwa tujuan utama kehadiran wisatawan bukan sekadar menikmati kemeriahan, melainkan memahami bahwa Ogoh-Ogoh merupakan bagian dari upacara suci umat Hindu Bali. Namun demikian, terdapat kesenjangan yang cukup signifikan

dalam fungsi edukatif event ini. Sekretaris Desa mengakui bahwa program sosialisasi terstruktur yang dirancang khusus untuk menjelaskan makna filosofis dan spiritual Ogoh-Ogoh kepada wisatawan domestik belum tersedia. Informasi pada baliho dan spanduk lebih bersifat promosi daripada edukatif, sementara Pecalang yang berposisi strategis di sepanjang rute pawai belum dimanfaatkan sebagai penyebar informasi budaya karena masih berfokus sepenuhnya pada tugas keamanan.

Keterbatasan partisipasi wisatawan domestik juga menjadi faktor penghambat yang nyata. Wisatawan domestik umumnya hanya mengikuti pawai tanpa terlibat dalam seluruh rangkaian upacara Nyepi, sehingga konteks budaya yang mereka peroleh tidak lengkap. Berbeda dengan wisatawan mancanegara yang lebih aktif bertanya dan mengikuti seluruh prosesi, wisatawan domestik cenderung bersikap pasif. Kondisi ini diperparah oleh tidak adanya mekanisme yang mendorong keterlibatan lebih jauh, seperti sesi interaktif dengan pelaku budaya atau program kunjungan ke lokasi

pembuatan Ogoh-Ogoh. Di sisi lain, penelitian ini mengidentifikasi fenomena 'efek pengganda pendidikan budaya' yang menjanjikan. Wisatawan yang memperoleh pemahaman bermakna dari event ini secara sukarela menjadi penyebar pengetahuan budaya kepada jaringan sosial mereka. Karen Louisa menyatakan keinginannya berbagi pengalaman melalui media sosial sebagai bentuk kontribusi dalam melestarikan tradisi Ogoh-Ogoh. Rekomendasi dari sesama wisatawan domestik ini terbukti lebih mudah dipercaya dan diterima dibandingkan informasi dari penyelenggara resmi, sehingga memiliki potensi besar dalam memperluas pengenalan budaya Bali.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama event ini terletak pada tingginya partisipasi komunitas lokal dan kekayaan narasi budaya yang telah mulai dikembangkan. Peluang terbuka lebar seiring pertumbuhan wisatawan domestik yang mencapai 26.615.306 perjalanan pada 2025, meningkat 17,53% dibanding tahun sebelumnya. Namun ancaman berupa tekanan modernisasi, penggantian gamelan dengan musik modern, dan potensi

hilangnya makna spiritual perlu diantisipasi. Untuk mengoptimalkan fungsi edukatif event ini, diperlukan program interpretasi budaya yang sistematis, pelatihan Pecalang sebagai penyebar informasi, integrasi

Ogoh-Ogoh dalam paket wisata budaya, serta pendekatan komunikasi yang inklusif dan responsif terhadap keberagaman latar belakang wisatawan domestik.

## Analisis SWOT

**Tabel 3. Matriks SWOT : Event Budaya Ogoh-Ogoh sebagai Media Edukasi**

| Kekuatan (Internal)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Kelemahan (Internal)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya partisipasi sekaa taruna; proses produksi 3–4 bulan yang melibatkan semua generasi.</li> <li>2. Nilai filosofis yang kaya: Bhuta Kala, Tri Hita Karana, pesan moral dan kritik sosial melalui tema tahunan.</li> <li>3. Narasi MC dan papan informasi tiga bahasa (Bali, Indonesia, Inggris) per banjar.</li> <li>4. Dukungan institusional dari desa adat dan pemerintah desa.</li> <li>5. Daya tarik visual Ogoh-Ogoh yang terbukti merangsang rasa ingin tahu wisatawan domestik.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada program edukasi terstruktur yang dirancang khusus untuk wisatawan domestik.</li> <li>2. Keterbatasan APBD; festival tingkat kecamatan tidak dilaksanakan pada 2026.</li> <li>3. Peran Pecalang sebagai penyebar informasi budaya belum optimal.</li> <li>4. Infrastruktur manajemen kerumunan tidak memadai untuk skala penonton.</li> <li>5. Wisatawan domestik cenderung hanya menghadiri pawai, bukan seluruh rangkaian upacara Nyepi.</li> <li>6. Penggantian gamelan Balaganjur dengan musik modern oleh sebagian sekaa taruna.</li> </ol> |
| Peluang (Eksternal)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Ancaman (Eksternal)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pertumbuhan pariwisata domestik Bali: 26.615.306 perjalanan (2025), +17,53% YoY (BPS, 2025).</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya tekanan komodifikasi seiring komersialisasi pariwisata Bali.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                                                                   |                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Meningkatnya minat terhadap pengalaman budaya autentik pasca-pandemi.                          | 2. Modernisasi dan budaya populer yang mengancam autentisitas elemen ritual Ogoh-Ogoh                 |
| 3. Perkembangan TikTok & Instagram sebagai saluran pendidikan budaya yang efektif dan terjangkau. | 3. Hambatan psikologis wisatawan domestik non-Hindu dalam mengeksplorasi makna ritual berbasis Hindu. |
| 4. Peluang kolaborasi antar desa adat, pemerintah daerah, dan industri pariwisata.                | 4. Persaingan dari atraksi modern (beach club, hiburan kontemporer).                                  |
| 5. Kebijakan pemerintah yang mendukung pariwisata budaya sebagai sektor prioritas nasional.       | 5. Transmisi nilai budaya yang tidak merata di kalangan generasi muda Bali.                           |
| 6. Terbuktinya permintaan wisatawan terhadap konten edukatif berkualitas.                         |                                                                                                       |

Berdasarkan analisis SWOT, berikut Matriks strategi SWOT:

**Tabel 4. Matriks Strategi SWOT untuk pengembangan Edukasi Event Ogoh-Ogoh**

| Internal | <b>STRENGTH</b>                                                                                                                                                                                                                                | <b>WEAKNESS</b>                                                                                                                                                         |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | (kekuatan internal)                                                                                                                                                                                                                            | (kelemahan internal)                                                                                                                                                    |
|          | 1. Tingginya partisipasi komunitas lokal melalui sekaa taruna.<br>2. Kekayaan nilai filosofis dan spiritual ogoh-ogoh.<br>3. Upaya dalam menjelaskan budaya melalui pembawa acara, platform media sosial, dan informasi dalam berbagai bahasa. | 1. Tidak adanya program edukasi yang terstruktur untuk wisatawan lokal.<br>2. Keterbatasan dana APBD.<br>3. Belum optimalnya peran pecalang sebagai penyebar informasi. |

|                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Eksternal                                                                                                                                                                                                       | <p>4. Dukungan kelembagaan desa adat dan pemerintah desa.</p> <p>5. Daya tarik visual yang kuat dan terbukti memotivasi wisatawan.</p>                                                                                                                                                                                                                                     | <p>4. Keterbatasan infrastruktur pengelolaan kerumunan.</p> <p>5. Wisatawan lokal yang terlibat dalam perayaan Nyepi hanya sebagian.</p> <p>6. Berpotensi kehilangan keaslian ritual akibat pengaruh musik modern.</p>                                                                                   |
| <b>OPPORTUNITY<br/>(O)</b>                                                                                                                                                                                      | <b>STRATEGI SO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>STRATEGI WO</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>1. Pertumbuhan wisatawan domestik 17,53% pada 2025.</p> <p>2. Meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman budaya yang autentik</p> <p>3. Perkembangan platform media sosial sebagai saluran edukasi</p> | <p>1. Mengembangkan narasi budaya yang lebih kaya (S3) untuk menjangkau pasar wisatawan lokal yang terus berkembang (O1).</p> <p>2. Memanfaatkan kekayaan nilai filosofis ogoh-ogoh (S2) untuk memenuhi minat wisatawan terhadap pengalaman budaya autentik (O2) melalui penguatan konten yang menarik.</p> <p>3. Memanfaatkan tingginya partisipasi sekaa taruna (S1)</p> | <p>1. Memanfaatkan peluang kolaborasi (O4) untuk menyusun program edukasi wisatawan lokal yang terstruktur untuk mengatasi tidak adanya program edukatif (W1).</p> <p>2. Mengoptimalkan platform media sosial (O3) sebagai sarana edukasi yang terjangkau untuk mengatasi keterbatasan anggaran (W2)</p> |

|                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>4. Peluang kolaborasi desa adat, pemerintah, dan pelaku pariwisata.</p> <p>5. Kebijakan pemerintah mendukung pariwisata budaya.</p> <p>6. Permintaan nyata wisatawan lokal terhadap konten edukatif.</p> | <p>sebagai konten kreator yang menghasilkan konten edukatif di media sosial (O3).</p> <p>4. Memanfaatkan dukungan pemerintah (S4) untuk membangun kolaborasi lintas bidang (O4) dalam memasukkan pawai ogoh-ogoh ke dalam paket wisata budaya.</p> | <p>dalam penyebaran informasi budaya.</p> <p>3. Melatih pecalang (W3) sebagai penyebar informasi budaya dengan memanfaatkan permintaan nyata wisatawan terhadap konten edukatif (O6).</p> <p>4. Memanfaatkan kebijakan pariwisata budaya pemerintah (O5) untuk mendapatkan pendanaan pengembangan infrastruktur pengelolaan kerumunan (W4).</p> |
| <b>THREATS (T)</b>                                                                                                                                                                                          | <b>STRATEGI ST</b>                                                                                                                                                                                                                                 | <b>STRATEGI WT</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>1. Tekanan perubahan visual.</p> <p>2. Pengaruh modernisasi yang mengancam keaslian ritual.</p> <p>3. Hambatan psikologis dan keberagaman</p>                                                            | <p>1. Memanfaatkan kekayaan nilai filosofis (S2) dan dukungan kelembagaan adat (S4) untuk membangun standar pembuatan ogoh-ogoh yang menjaga keseimbangan antara daya tari wisata dan kesakralan ritual, untuk menangkal</p>                       | <p>1. Menyusun pedoman pelaksanaan <i>event</i> ogoh-ogoh yang mengikat secara adat untuk mencegah penggantian bagian sakral (T2,W6) sekaligus memperkuat program edukasi terstruktur (W1).</p>                                                                                                                                                 |

|                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>latar belakang wisatawan.</p> <p>4. Persaingan dengan atraksi wisata modern.</p> <p>5. Tidak meratanya warisan budaya di kalangan pemuda.</p> | <p>perubahan yang berlebihan (T1).</p> <p>2. Memanfaatkan partisipasi aktif sekaa taruna (S1) untuk menguatkan komitmen generasi muda terhadap keaslian bagian ritual (T2) melalui pelatihan dan evaluasi nilai budaya.</p> <p>3. Memanfaatkan daya tarik visual yang kuat (S5) sebagai pintu masuk untuk mempertahankan nilai budaya secara bertahap kepada wisatawan lokal dengan latar belakang yang beragam (T3).</p> | <p>2. Membangun cara berkomunikasi yang ramah dan peka terhadap keberagaman latar belakang agama pengunjung lokal (T3) untuk mengatasi partisipasi yang masih terbatas (W5).</p> <p>3. Membangun sistem informasi yang baik dengan memanfaatkan kesempatan kerja sama (O4) untuk mengatasi kekurangan infrastruktur (W4) sambil bersaing dengan daya tarik wisata yang terbaru (T4).</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Strategi yang paling penting untuk diimplementasikan adalah WO, yaitu mengembangkan program pendidikan budaya terstruktur melalui kolaborasi lintas pemangku kepentingan. Ini mencakup pelatihan Pecalang sebagai penyebar informasi budaya, pengintegrasian Ogoh-Ogoh ke dalam paket wisata budaya resmi, dan pengoptimalan media sosial sebagai saluran edukasi yang terjangkau. Strategi ST yang menekankan penetapan standar adat untuk menjaga autentisitas ritual sama pentingnya untuk mencegah erosi budaya akibat tekanan modernisasi.

### **E. Kesimpulan**

Penelitian ini menghasilkan empat kesimpulan utama. Pertama, wisatawan domestik menginterpretasikan Ogoh-Ogoh melalui proses bertahap dan berlapis, bukan secara instan. Pemahaman meningkat secara signifikan setelah menerima penjelasan dari MC, papan informasi, dan konten media sosial. Nilai-nilai universal seperti

solidaritas komunitas terbukti efektif sebagai jembatan bagi wisatawan non-Hindu sebelum diperkenalkan dengan dimensi spiritual yang lebih dalam. Hambatan psikologis akibat perbedaan latar belakang agama merupakan faktor penghambat utama yang perlu diselesaikan melalui pendekatan komunikasi inklusif.

Kedua, pengalaman wisatawan domestik umumnya positif dan menginspirasi, namun belum optimal sebagai pengalaman budaya yang benar-benar bermakna. Penjelasan verbal MC merupakan alat edukatif yang paling efektif. Kepadatan kerumunan, pola partisipasi pasif, dan absennya mekanisme pra-event untuk membekali wisatawan dengan pengetahuan dasar merupakan kendala utama yang mempengaruhi kedalaman pemahaman budaya yang diperoleh.

Ketiga, event Ogoh-Ogoh menyimpan potensi besar sebagai media pendidikan budaya, namun potensi ini belum terwujud secara

sistematis. Kesenjangan antara potensi dan praktik bersumber dari absennya program edukasi terstruktur, belum optimalnya pemanfaatan Pecalang, dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan yang belum efektif. 'Efek pengganda pendidikan budaya' yang teridentifikasi dalam penelitian ini merupakan kontribusi teoretis baru yang dapat menjadi strategi pemasaran budaya yang efektif.

Keempat, analisis SWOT mengidentifikasi kolaborasi antara desa adat, pemerintah daerah, dan industri pariwisata sebagai faktor paling kritis. Strategi prioritas meliputi pengembangan program interpretasi budaya terstruktur, pelatihan Pecalang sebagai penyebar informasi budaya, pengintegrasian Ogoh-Ogoh ke dalam paket wisata budaya, dan penyusunan standar implementasi yang mengikat secara adat untuk menjaga autentisitas ritual di tengah tekanan modernisasi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Anandagri, D. A. W. M., Suarka, I.

N., & Laksmi, N. K. P. A. (2025). *Touristification Of The Pura Agung Besakih Area As A Cultural Tourism Destination*. 18(1), 1–16.

Badan Pusat Statistik, B. (2025). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Maret 2025*. <https://bali.bps.go.id/id/pressrelease/2025/05/02/717955/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-maret-2025.html>

Choirunnisa, I., & Karmilah, M. (2021). *Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus : Kawasan Pecinan Lasem , Kampung Lawas Maspati , Desa Selumbung*. 1(2), 89–109.

*Cultural Events And Festivals : A Comprehensive Overview*. (2024). 9(4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.12927235>

Damayanti, R. A., Puspitasari, A. Y., Islam, U., Agung, S., Kulon, T., Genuk, K., & Semarang, K. (2024). *Kajian Potensi Daya Tarik Wisata Heritage Di Indonesia*. 4(1), 13–34.

- Dewantara, M. H. (2021). *Motivasi Wisatawan Domestik Dalam Menikmati Pertunjukan Adat Di Bali*. 4, 277–298.
- Faturrachman, A., Sudiarta, I. N., & Suardana, I. W. (2024). *Pengaruh Motivasi Wisatawan Nusantara Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Pantai Pandawa, Bali*. 12(2), 165–173.
- Fauziah, L., Akhila, K. A., Rahma, N. A., Hamdani, A. F., Makhzuma, S. D., & Sugiantoro. (2025). *Dinamika Sosial Budaya Dalam Tradisi Pawai Ogoh- Ogoh Di Desa Adat Kuta Bali*. 12(2), 321–335.
- Fitriyanti, Z., & Wijayanti, A. (2025). *Analisis Pengembangan Tradisi Sesion Sebagai Potensi Wisata Budaya Di Desa Ulak Pandan Kecamatan Nasal Kabupaten Kaur Propinsi Bengkulu*. 3(2).
- Jamnip, D., Nugroho, S., & Mahagangga, I. G. A. O. (2025). *Karakteristik Dan Motivasi Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Desa Adat Jimbaran Kabupaten Badung*. 13(2).
- Juniati, K. A., & Astraguna, I. W. (2025). *Komunikasi Budaya dalam Seni Pertunjukan Ogoh-Ogoh Hindu Bali di Tengah Transpormasi Media*. 4(4), 1225–1236.  
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.5125>
- Latif, B. S., & Amelia, M. (2022). *Dampak Pengembangan Daya Tarik Wisata Edukasi Dalam Peningkatan Pengunjung Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan*. 8(11), 461–471.
- Pracintya, I. A. E., Darmayangsa, Judijanto, L., Nugraha, P. A., Anas, M., Dethan, A. G., Saleh, I. N. S., & Yusri. (2024). *INDONESIA TOURISM: HISTORY AND CULTURE*.
- Prianta, P. A., & Sulistyawati, A. (2024). *Development Of The Ogoh-Ogoh Parade From A Religious Ritual To A Tourist Attraction*. 7(1), 77–96.
- Rajagukguk, A. L., Sidauruk, A. M., Naomi, A., Chandra, B., Tambunan, J., Zebua, B. E., & Julianti, D. (2024).

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Preferensi Wisatawan terhadap Atribut Wisata Budaya Bali.</i> 6(1), 1–19.</p> <p>Suardana, I. wayan, Laba, I. N., &amp; Jamnongsarn, S. (2025). <i>Aesthetic Transformations of Ogoh-Ogoh: From Conventional Giant Figures to Hybrid Myth–Popular Culture Characters.</i> 15(03), 1004–1036.</p> <p>Suasapha, A. H. (2024). <i>Tri Hita Karana: Modal Spiritual Untuk Mewujudkan Pariwisata Regeneratif Di Bali.</i> 2(2), 220–239.</p> <p>Sugiyono, P. D., &amp; Lestari, P. D. (2021). <i>Buku Metode Penelitian Komunikasi.</i></p> <p>Suniadewi, P. A. (2024). <i>Tantangan dan Peluang Pariwisata Bali Menuju 2045.</i> Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. <a href="https://www.setneg.go.id/baca/index/tantangan_dan_peluang_pariwisata_bali_menuju_2045">https://www.setneg.go.id/baca/index/tantangan_dan_peluang_pariwisata_bali_menuju_2045</a></p> <p>Syafrini, D., Nurlizawati, Wirdanengsih, &amp; Permata, B. D. (2023). <i>Pembangunan Pariwisata di Sekitar Slum</i></p> | <p><i>Area Perkotaan: Dari Marginalisasi Menuju Transformasi.</i> 13(1), 1–17.</p> <p>UNESCO. (2024). <i>Cutting Edge   Bringing cultural tourism back in the game.</i> <a href="https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game">https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game</a></p> <p>Wawancara Ketua Adat. (2026). Wawancara Sekaa Taruna. (2026).</p> <p>Yanti, N. K. W., Mahadewi, N. N. T., Wisudawati, N. N. S., Shantika, B., &amp; Yusnny, B. D. (2025). <i>Bali ’ s cultural festivals: A visitor magnet supporting sustainable tourism.</i> 9(1), 25–40</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|