

Strategi Pemandu Wisata Dalam Mempromosikan Seni Pertunjukan Di Candi Prambanan



TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Magister
Program Studi Magister Tata Kelola Seni

Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

1920172420

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2022

TESIS
MAGISTER TATA KELOLA SENI

**STRATEGI PEMANDU WISATA DALAM
MEMPROMOSIKAN SENI PERTUNJUKAN DI CANDI
PRAMBANAN**

Diajukan Oleh:

Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

NIM 1920172420

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 12 Januari 2022 di depan Dewan
Penguji yang terdiri dari

Pembimbing



Prof. Dr. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

Penguji Ahli



T. Handono Eko P, MBA., Ph. D.

Ketua



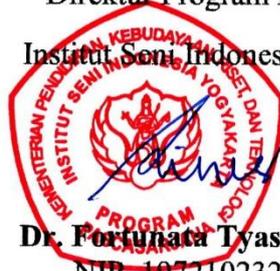
Dr. Koes Yuliadi, M.Hum.

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Magister Seni

Yogyakarta, 14 FEB 2022

Direktur Program Pascasarjana

Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si.

NIP. 19721023200212001

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan Syukur *Alhamdulillah* kepada Allah SWT atas segala karunia dan rezeki kebaikan-Nya telah memberikan segala kesehatan lahir dan batin untuk peneliti mampu menyelesaikan penelitian tesis ini yang *Insyallah* diusahakan dengan sebaik-baiknya atas ijin-Mu.

Aamin yaa rabbal'aalamiin.

Atas Ridho Allah SWT, karya tulisan ini penulis persembahkan kepada lahir batin orang tua tercinta yaitu untuk Ibunda Siti Solekah dan Ayahanda Jaka Maryana. Terima kasih yang sedalam-dalamnya atas segala dukungan baik moril maupun materil. Terima kasih untuk segala do'a dan nasehat yang *Insyallah* baik untuk meluruskan lahir batin ini guna mampu memperjuangkan langkah dalam menyelesaikan studi pascasarjana ini dengan penuh ikhtiar semata karena Allah SWT. Terima kasih untuk setia menguatkan dalam setiap proses meraih gelar magister seni ini dengan selalu menyakinkan bahwa *insyallah* segala upaya yang dilakukan, diusahakan dan dido'akan dengan niatan baik semata karena Allah SWT, *insyallah* membuahkan hasil yang baik dan selalu dalam keberkahan yang Allah SWT Ridhoi.

Yaa Allah, ijinkanlah di setiap untaian kata dalam karya tulis penelitian tesis hamba-Mu dapat mampu menjadi salah satu ladang rasa syukur hamba-Mu ini kepada-Mu yaa Allah, dan ijinkanlah untuk *insyallah* karya hamba-Mu ini guna dapat juga bermanfaat dan berguna kepada siapapun kelak yang membutuhkannya, dan ijinkanlah pula untuk *insyallah* dapat menjadi ladang berkah bagi orang tua hamba di dunia dan di akhirat kelak.

Aamin yaa rabbal'aalamiin.

Yaa Allah, akhir kata *insyallah* ijinkanlah karya tulis hamba-Mu ini menjadi tapak tilas sejarah perjuangan hamba-Mu guna mampu serta sanggup membawa dan membentuk diri lahir batin hamba-Mu menjadi diri lahir batin yang *insyallah* sukses, berjaya, bermanfaat serta berguna di dunia dan akhirat dengan nasehat orang tua tercinta yaitu benar, pintar, dan segar.

Aamin yaa rabbal'aalamiin.

HALAMAN PERNYATAAN

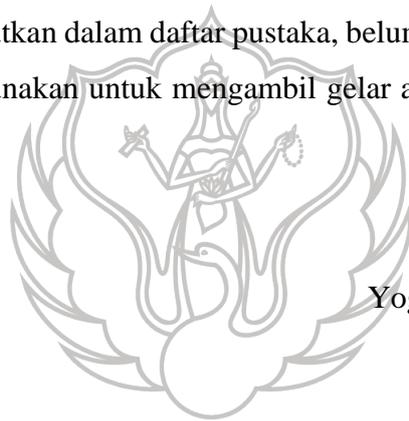
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

NIM : 1920172420

Program Studi : Magister Tata Kelola Seni

Menyatakan bahwa karya tulisan atau hasil penelitian tesis dengan judul **“Strategi Pemandu Wisata Dalam Mempromosikan Seni Pertunjukan Di Candi Prambanan”** ini adalah benar-benar karya tulisan atau hasil penelitian tesis sendiri, bukan hasil jiplakan, terkecuali pada bagian yang telah dirujuk atau dikutip sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka, belum pernah dipublikasikan, dan belum pernah dipergunakan untuk mengambil gelar akademik di suatu perguruan tinggi.



Yogyakarta, 07 Desember 2021

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ahmad', is placed above the printed name.

Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, terima kasih atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Strategi Pemandu Wisata Dalam Mempromosikan Seni Pertunjukan di Candi Prambanan” dengan sebaik-baiknya.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Seni derajat Strata dua pada Program Studi Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Selama penyusunan tesis ini, penulis sangat mendapatkan bimbingan berupa arahan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini ijin penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang Maha Esa.
2. Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si. selaku Direktur Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Dr. Koes Yuliadi, M.Hum. selaku Ketua Program Studi Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Yogyakarta.
4. Prof. Dr. Sheellyana Junaedi, SE., M.Si. selaku Pembimbing Tesis yang memberi banyak kontribusi berupa wawasan keilmuan yakni pengetahuan dan ide berkonten dalam hal berakademis dengan baik dan benar, serta motivasi guna penulis dapat menyelesaikan tesis dengan sebaik-baiknya.
5. Seluruh jajaran dosen Program Studi Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi peserta didik di Program Studi Magister Tata Kelola Seni Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Seluruh staf Perpustakaan, Kasubbag Dikmawa dan Kasubbag Keuangan Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu perihal

mengizinkan penulis untuk mencari segala literatur hingga menyelesaikan urusan administrasi selama proses penyusunan tesis.

7. Orang tua tercinta Ibu dan Bapak yang senantiasa tulus mendoakan dan mendukung penulis untuk selalu optimis dan berpikir positif supaya mampu menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan sebaik-baiknya.
8. Nara sumber penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan bersikap kooperatif memberikan informasi atas kebutuhan dalam penelitian ini, yaitu Sujatmika, Kusubiyarjo, Sutopo, Edwin Ismedi Hima dan Cahyo Triono.
9. Teman-teman Magister Tata Kelola Seni 2019/2020 khususnya Faisal Akbar, Amanda Putri Diva, Vicky Ferdian, Dani Fajrul, Sari Pertiwi yang telah banyak membantu penulis dalam proses belajar di perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
10. Wisnu Dermawan, yang selalu meluangkan waktu dan tenaga untuk saling bertukar pikiran, memotivasi juga membantu penulis di proses pembelajaran perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
11. Semua pihak yang ikut berpartisipasi dan terlibat dalam penyelesaian tesis ini. Terima kasih.

Semoga segala kebaikan dan doa yang telah diberikan kepada penulis dapat dibalas baik oleh Allah SWT, Aamin. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala saran dan kritik serta besar harapan semoga tesis ini dapat bermanfaat juga berguna sebagai tambahan literatur ilmiah bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 07 Desember 2021



Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Sumber.....	11
B. Kajian Teori.....	15
1. Pengertian <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi).....	15
2. Indikator dan Sifat-Sifat <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi)	16
a. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>).....	16
b. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>).....	16
c. Pemasaran Langsung dan Digital	17
(<i>Direct and Digital Marketing</i>)	
3. Pengertian Pemandu Wisata.....	18
4. Jenis-Jenis Pemandu Wisata.....	19
5. Pengertian Seni Pertunjukan	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan Penelitian	23
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	25
1. Lokasi Penelitian.....	25
2. Objek Penelitian	25
3. Waktu Penelitian	26
C. Metode Kualitatif	26
1. Sumber Data Penelitian.....	26
2. Subjek Penelitian.....	27
3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
4. Teknik Analisis Data.....	33
5. Instrumen Penelitian.....	35
6. Keabsahan Data.....	35
7. Variabel dan Indikator Penelitian.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
a. Sejarah Pemandu Wisata Candi Prambanan	39
b. Visi dan Misi HPI Prambanan	40
c. Struktur Organisasi HPI Prambanan	40
d. Sistem Kerja HPI Prambanan	43
2. Pelaksanaan Penelitian	47
3. Temuan Penelitian.....	52
a. Strategi Pemandu Wisata Dalam Melakukan Kegiatan	52
<i>Promotion Mix</i> Pada Seni Pertunjukan di Candi Prambanan	
b. Hambatan-Hambatan dari Strategi Pemandu Wisata Dalam	63
Melakukan Kegiatan <i>Promotion Mix</i> Pada Seni	
Pertunjukan di Candi Prambanan	
c. Peran Upaya Pemandu Untuk Mengatasi Hambatan	65

	dari Strategi Pemandu Wisata Dalam Melakukan Kegiatan <i>Promotion Mix</i> Pada Seni Pertunjukan di Candi Prambanan	
B.	Pembahasan.....	67
1.	Strategi Pemandu Wisata Dalam Melakukan Kegiatan Pada Seni Pertunjukan di Candi Prambanan	67
2.	Hambatan-Hambatan dari Strategi Pemandu Wisata Dalam Melakukan Kegiatan <i>Promotion Mix</i> Pada Seni Pertunjukan di Candi Prambanan	104
3.	Peran Upaya Pemandu Untuk Mengatasi Hambatan dari Strategi Pemandu Wisata Dalam Melakukan Kegiatan <i>Promotion Mix</i> Pada Seni Pertunjukan di Candi Prambanan	113
BAB V	PENUTUP	131
A.	Kesimpulan	133
B.	Keterbatasan Penelitian.....	133
C.	Saran.....	134
KEPUSTAKAAN	138
DAFTAR NARASUMBER	143
GLOSARIUM	145
LAMPIRAN	146

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tinjauan Pustaka	11
Tabel 3.1	Kriteria Subjek Penelitian	30
Tabel 3.2	Indikator Penelitian	37
Tabel 4.1	<i>Job Description</i> Organisasi HPI Prambanan	41
Tabel 4.2	Daftar Anggota Pemandu Wisata HPI Prambanan	45
Tabel 4.3	Data Identitas Subjek Penelitian	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi HPI Prambanan	41
Gambar 4.2	Tiket Pemandu Wisata Candi Prambanan.....	47
Gambar 4.3	Peta Objek Wisata Candi Prambanan.....	47
Gambar 4.4	Laman Situs Resmi Taman Wisata Candi Borobudur	85
	Foto Bersama Ketua HPI Prambanan	264
	<i>ID Tourist Guide Ketua HPI Prambanan</i>	264
	Foto Bersama Sekretaris HPI Prambanan	265
	Sertifikat Kegiatan Sekretaris HPI Prambanan	265
	Foto Bersama Pemandu Wisata HPI Prambanan	266
	<i>ID Tourist Guide HPI Prambanan</i>	266
	Foto Bersama Wisatawan – Fatkhannudin.....	267
	Foto Bersama Wisatawan – Adista	268
	<i>Award “Supporting Participant” for participating 10 times</i>	269
	<i>in Travel Mart International</i>	
	<i>ID Card Trend Tour & Travel</i>	269
	<i>Tourist Guide License</i>	270

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara.....	146
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian	160
Lampiran 3 Lembar Pernyataan Persetujuan	164
Lampiran 4 Reduksi Data Wawancara.....	171
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	264



STRATEGI PEMANDU WISATA DALAM MEMPROMOSIKAN SENI PERTUNJUKAN DI CANDI PRAMBANAN

Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

Program Studi Magister Tata Kelola Seni
Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Jalan Suryodiningratan No. 8, Yogyakarta
nurholikahmad@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses kegiatan *promotion mix* pada pemandu wisata Candi Prambanan dalam mempromosikan seni pertunjukan. Subjek dalam penelitian ini adalah tiga pemandu wisata Candi Prambanan, dua wisatawan, satu pengelola biro perjalanan wisata (*travel agent*) dan satu pemandu wisata umum Yogyakarta. Teori yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada konsep *promotion mix* yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2018), dimana terdapat dimensi yang ditentukan dalam penelitian ini lebih mengarah pada Penjualan pribadi (*personal selling*), Hubungan masyarakat (*public relations*) serta Pemasaran langsung dan digital (*direct and digital marketing*) karena berdasarkan dari sudut pandang pemandu wisata.

Penelitian ini berlangsung di objek wisata Candi Prambanan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil pada penelitian ini ditemukan bahwa dari adanya strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan dengan fokus penekanannya mengarah pada Penjualan pribadi, Hubungan masyarakat, dan Pemasaran langsung dan digital dimana secara umum interaksi penyampaian seni pertunjukan masih diposisikan bukan sebagai bagian utama yang dipromosikan kepada wisatawan, lalu interaksi tersebut hanya bisa dilakukan kepada wisatawan *walk in guest*. Kemudian, hubungan profesional kepanduan hanya berdurasi satu jam serta belum pula memiliki media penunjang lain seperti sosial media. Secara khusus, dimensi Penjualan pribadi dengan segala keunggulan dari daya kemampuan *storytelling* yang dilakukan secara WoM (*Word of Mouth*) menjadi dimensi bauran promosi yang sering dimanfaatkan oleh pemandu wisata di Candi Prambanan.

Kata kunci: Pemandu Wisata, *Promotion Mix*, Seni Pertunjukan

TOUR GUIDE STRATEGIES IN PROMOTING THE PERFORMING ARTS IN PRAMBANAN TEMPLE

Ahmad Nurkholik Ihtifahudin

*Study Program Masters of Art Management
Graduate Program of Indonesian Arts Institute of Yogyakarta
Suryodiningratan St. 8, Yogyakarta
nurholikahmad@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to determine the process of the promotional mix activities of the Prambanan Temple tour guide in promoting the performing arts. The subjects in this study were three Prambanan Temple tour guides, two tourists, one travel agent (travel agent), and one general Yogyakarta tour guide. The theory used in this study refers to the promotion mix concept proposed by Kotler & Armstrong (2018), there are some dimensions determined in this study more directed at Personal Selling, Public Relations, and Direct and Digital Marketing because it's based on the point of view of the tour guide.

This research took place at the Prambanan Temple tourist attraction. This study uses a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques in this study used semi-structured interviews, observation, documentation, and literature study. The results of this study found that from the tour guide's strategy in carrying out mixed promotional activities on performing arts at Prambanan Temple with its focus on personal selling, public relations, and direct and digital marketing where in general the interaction of performing arts is still not the main part of the process. Addressed to tourists, then the interaction can only be done to walk-in guests. Then, the professional scouting relationship only lasts one hour and does not yet have other supporting media such as social media. In particular, the dimension of personal selling with all the advantages of storytelling skills carried out by WoM (Word of Mouth) is the dimension of the promotion mix that is often used by tour guides at Prambanan Temple.

Keywords: *Tour Guide, Promotion Mix, Performing Arts*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberadaan pemandu wisata di setiap objek wisata dapat dikatakan menjadi sebuah ujung tombak dalam rangka memperkenalkan objek wisata di suatu destinasi wisata kepada wisatawan. Selain itu, aktivitas memberikan informasi seputar apa saja produk-produk wisata juga menjadi bagian kependuan yang ditujukan kepada wisatawan untuk dapat benar-benar mengetahui segala bentuk daya tarik yang ada pada objek wisata. Anggola et al., (2020) turut menyampaikan dimana segala kewajiban yang mengarah ke dalam proses membimbing, menyarankan hingga melakukan perjalanan wisatawan adalah sebuah tugas dari seorang pemandu wisata.

Mancini dalam ² menerangkan bahsawanya penyematan ujung tombak (*front-line employess*) kepada pemandu wisata tidak semata-mata bukan tanpa alasan, melainkan pemandu wisata itu sendiri mengemban suatu tanggung jawab yaitu membangun dan mewujudkan nilai-nilai positif dari suatu daerah destinasi wisata. Berangkat dari hal itu, maka di Indonesia sendiri bila merujuk pada laman resmi dari Dewan Pimpinan Pusat Himpunan Pramuwisata Indonesia atau disingkat DPP HPI dimana seluruh anggota pemandu wisata di Indonesia yang terdaftar dan berlisensi diketahui yakni berjumlah 8740 anggota (<http://dpphi.org>), dan dari banyaknya jumlah tersebut tentu besar kemungkinan keberadaan pemandu wisata juga dapat dijumpai di berbagai macam objek destinasi wisata yang tersebar di

Indonesia, tidak terkecuali salah satunya ada pada objek wisata di Candi Prambanan.

Merujuk pada laman resmi Prambanan *Tour Guide* diketahui pemandu wisata di Candi Prambanan atau HPI Prambanan (Himpunan Pemandu Wisata Indonesia Candi Prambanan) telah ada dan berdiri sejak 26 september 1988. Namun, baru di tahun 1998 akhirnya dibentuk sebuah badan hukum dengan nama resmi Koperasi Serba Usaha Himpunan Pemandu Wisata Indonesia Candi Prambanan. Bersamaan dengan itu, apabila sedikit menilik akan sejarah dari candi yang dibangun pada abad ke-9 dengan segala bentuk peninggalannya merupakan suatu mahakarya besar kebudayaan Hindu terbesar di Indonesia. Emeraldalda (2015) menerangkan candi dengan tinggi 47 meter ini pula menjadi penanda atas kejayaan peradabaan Hindu di Jawa. Selain itu, Candi Prambanan dengan segala gugusan percandiannya ini yang diketahui antaranya Candi Sewu, Candi Lumbung, Candi Bubrah, dan Candi Asu juga dinobatkan sebagai *World Heritage* atau Warisan Budaya Dunia dengan sebutan *Prambanan Temple Compounds* oleh *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) berdasarkan *World Heritage Committee* pada tanggal 13 Desember 1991 nomor C. 642 (<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/>).

Berdasarkan dari keunggulan yang dimiliki dari objek wisata tersebut diharapkan dapat memberi sebuah dorongan untuk pemandu wisata di Candi Prambanan bisa lebih bertanggung jawab perihal memperkenalkan produk-produk wisata apa saja yang sebenarnya dan ada di dalam Candi Prambanan secara menyeluruh kepada wisatawan. Mengenai produk-produk wisata itu sendiri,

dimana Candi Prambanan diketahui merupakan kompleks Candi Prambanan yang meliputi Candi Prambanan atau Candi Roro Jonggrang, Candi Sewu, Candi Bura, Candi Lumbung, Museum Arkeologi dan Audio Visual, Panggung Terbuka Ramayana, Toko Cinderamata, Restoran, Area Perkemahan, dan penyajian seni pertunjukan Dramatari *The Legend of Roro Jonggrang* dan Sendratari Ramayana *Ballet Prambanan*.

Zebua (2016: 32) menerangkan pada dasarnya produk wisata merupakan segala sesuatu yang ada pada objek wisata, baik berupa barang atau jasa, dan memiliki nilai yang dapat dimanfaatkan untuk bisa diperjual-belikan. Oleh karena itu, adanya produk-produk wisata yang ada di Candi Prambanan, maka peran dari pemandu wisata yang diketahui sebagai ujung tombak dalam memperkenalkan objek wisata kepada wisatawan dapat dituntut untuk tidak lagi hanya sekedar memberikan informasi gambaran luar dari sebuah objek wisata, namun mampu menjelaskan dan menginterpretasikan produk wisata yang merupakan isi di dalam objek wisata dengan baik dan benar. Hal itu bertujuan agar wisatawan dapat benar-benar mengetahui termasuk sampai ke produk-produk wisata di dalam sebuah objek wisata itu sendiri.

Berdasarkan dari hasil wawancara pemandu wisata Candi Prambanan, dari berbagai macam jenis produk-produk wisata yang ada, penyajian seni pertunjukan Dramatari *The Legend of Roro Jonggrang* dan Sendratari Ramayana *Ballet Prambanan* memiliki sebuah nilai keistimewaan yang sangat mendasar salah satunya dapat menjadi sebuah langkah untuk menuangkan pengetahuan perihal nilai-nilai budaya kearifan seni pertunjukan kepada wisatawan guna membentuk

generasi yang sadar akan melestarikan aset seni dan budaya suatu bangsa. Berangkat dari nilai keistimewaan di dalam produk wisata seni pertunjukan, maka sudah seharusnya keberadaan pemandu wisata di Candi Prambanan juga dapat turut berperan aktif untuk berkontribusi dalam mempromosikan seni pertunjukan kepada wisatawan sebagai wujud nyata yang bersinggungan langsung dengan wisatawan. Adanya hal itu menempatkan keberadaan pemandu wisata itu sendiri setidaknya dapat memberi suatu pembeda dari kegiatan promosi yang mungkin saja sudah, atau akan dilakukan oleh pihak lain. Pihak lain di sini diketahui adalah pihak taman wisata atau TWC (Taman Wisata Candi).

Merujuk pada hasil temuan awal melalui wawancara dan observasi yang didapat di lapangan, secara umum ditemukan wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Candi Prambanan hanya mengetahui bahwa candi sebatas objek dari aktivitas berkegiatan wisata. Hal itu dilatarbelakangi oleh penggambaran adanya berbagai macam artefak peninggalan sejarah candi yang dapat dilihat maupun hanya sebatas dinikmati sebagai sarana aktualisasi dari adanya kegiatan mengapa mereka berwisata itu sendiri. Lebih dari itu, secara khusus wisatawan cenderung belum atau kurang mengetahui perihal ada apa saja produk-produk wisata yang ada di dalam Candi Prambanan, terlebih yang mengarah kepada produk wisata seni pertunjukan Dramatari *The Legend of Roro Jonggrang* dan Sendratari Ramayana *Ballet* Prambanan. Tentu menjadi sebuah pertanyaan besar mengingat pemandu wisata di Candi Prambanan yang menyatakan bahwasanya produk wisata seni pertunjukan di sini dapat dikatakan menjadi bagian dari salah satu pilihan jika

wisatawan ingin menikmati adanya sebuah atraksi wisata selama wisatawan berkegiatan wisata di Candi Prambanan.

Adanya temuan awal tersebut diperkuat pula dengan adanya keterangan yang menyatakan bahwa masih banyak wisatawan yang belum atau tidak merasakan adanya sebuah kegiatan promosi mengenai produk wisata seni pertunjukan yang dilakukan oleh pemandu wisata di Candi Prambanan, atau jika wisatawan yang diketahui menerima adanya kegiatan promosi tersebut, wisatawan menyampaikan dimana segala bentuk penyajian informasi mengenai hal itu masih dirasa kurang dalam artian belum tersampaikan secara utuh atau menyeluruh, seperti lebih menitikberatkan penyajian informasi mengenai candi daripada produk wisata seni pertunjukan itu sendiri. Selain itu, ditemukan juga wisatawan yang mau tidak mau melakukan sikap iniatif yang mencoba untuk menanyakan perihal produk wisata seni pertunjukan karena atas dasar rasa penasaran dan ingin tahu mengenai produk wisata tersebut.

Minimya penyampaian informasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan pemandu wisata di Candi Prambanan ini tentu memberi catatan tersendiri pada kekhawatiran yang mungkin saja dapat menyebabkan wisatawan yang secara terus menerus akan melihat Candi Prambanan hanya sebatas candi sebagai objek wisata saja dan kurang minat untuk melihat atau mengenal lebih dalam serta mengetahui tentang produk-produk wisata di dalamnya terlebih khusus kepada produk wisata seni pertunjukan. Jika hal tersebut tidak diberi perhatian oleh pemandu wisata di Candi Prambanan, maka besar kemungkinan akan memberi dampak bagi

wisatawan tidak memiliki rasa dari nilai keistimewaan yang ada di dalam penyajian seni pertunjukan itu sendiri.

Berangkat dari temuan awal, maka dapat dikatakan peran dari keberadaan pemandu wisata di Candi Prambanan dalam melakukan kegiatan promosi seni pertunjukan di sini perlu mencermati segala cara-cara jikalau nanti akan dilakukan guna dapat bekerja secara maksimal, karena itu menjadi bagian dari sebuah prinsip promosi. Salah satu cara yang dapat pemandu wisata di Candi Prambanan ketahui atau dilakukan yaitu dengan menerapkan adanya dimensi-dimensi dari bauran promosi (*promotional mix*) yang dapat ditentukan jenis dimensinya serta digunakan berdasarkan kebutuhan dari kegiatan promosi itu sendiri. Kegiatan bauran promosi di sini dapat ditekankan menjadi sebuah upaya untuk memperkenalkan produk menjadi dikenal dan mampu dapat menarik, diminati dan memengaruhi calon konsumen sehingga apa yang menjadi tujuan dari organisasi, komunitas atau perusahaan dapat tercapai (Rahim, 2020).

Upaya dari kegiatan bauran promosi di sini dapat pula dikatakan sebagai sebuah strategi yang harus dilakukan guna melihat dan mengevaluasi sejauh mana peran pemandu wisata di Candi Prambanan mempunyai daya kemampuan untuk mempromosikan produk wisata seni pertunjukan kepada wisatawan. Lupiyoadi dan Hamdani (dalam Zebua, 2018: 34) menerangkan beberapa cara untuk mengupayakan suatu produk dapat ditawarkan melalui kegiatan promosi dalam bauran promosi di antaranya: (1) Periklanan, (2) Promosi penjualan, (3) *Personal selling*, (4) *Public relation*, dan (5) *Direct and on line marketing*.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dimana bahwa seharusnya segala kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemandu wisata di Candi Prambanan hendaknya dapat memerhatikan segala proses dari jenis kegiatan bauran promosi guna membuahkan hasil yang ingin dicapai. Di samping itu, tetap harus selaras dengan pengertian dari bauran promosi. Hadita (2019) menjelaskan bahwa bauran promosi adalah segala bentuk penyampaian yang bertujuan agar seseorang dapat yang mengenal produk perusahaan kemudian mengetahui atau memahami, lalu mengambil sikap untuk yang meminati, selajutnya yang yakin, lantas akhirnya mau membeli dan akhirnya benar-benar mengenali atau mengingat produk tersebut. Di sisi lain, pemandu wisata juga tidak boleh mengabaikan fungsi dan tanggung jawabnya dimana pemandu wisata merupakan seseorang yang mengingatkan orang akan pentingnya melindungi warisan budaya suatu bangsa dan berkewajiban untuk menjaga, baik itu seseorang ataupun kepada sesuatu (Chu dalam Jumail, 2017: 10).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah penelitian, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Bagaimana strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan?
2. Apa saja hambatan-hambatan dari strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan?

3. Bagaimana peran upaya pemandu wisata untuk mengatasi hambatan dari strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan?

C. Tujuan Penelitian

Ada pula penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian, yakni sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan.
2. Mengidentifikasi hambatan-hambatan dari strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan.
3. Mengidentifikasi peran upaya pemandu wisata Candi Prambanan untuk mengatasi hambatan dari strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan.

D. Manfaat Penelitian

Terkait penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian. Maka langkah selanjutnya adalah memberikan manfaat penelitian secara teoritis maupun praktis. Dalam hal ini, beberapa manfaat akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Penelitian mengenai strategi pemandu wisata dalam mempromosikan seni pertunjukan di Candi Prambanan diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran seperti pengetahuan, ide, pemahaman, wawasan serta dapat dijadikan bahan referensi maupun masukan yang berkontribusi positif bagi penelitian di masa yang akan datang tentang strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pemandu Wisata Candi Prambanan

Memberikan informasi kepada pemandu wisata di Candi Prambanan berupa bahan penjelasan secara akademis mengenai strategi pemandu wisata dalam mengembangkan kemampuan yakni kinerja peran berpromosi untuk mengatasi maupun mengevaluasi permasalahan dari adanya kegiatan tersebut guna mencapai tujuan yakni bertanggung jawab dalam mempromosikan seluruh produk wisata di dalam objek wisata yaitu di Candi Prambanan yang salah satunya adalah seni pertunjukan kepada wisatawan.

b. Bagi Wisatawan

Memberikan informasi dan pengetahuan tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemandu wisata, terlebih khusus kepada pemandu wisata Candi Prambanan. Selanjutnya, memberi penjelasan perihal betapa pentingnya memandang profesi pemandu wisata secara baik serta turut andil di dalam kegiatan seperti melindungi, menjaga dan mempromosikan produk-produk wisata yang

salah satunya adalah seni pertunjukan kepada masyarakat guna sebagai langkah membentuk generasi penerus yang sadar perihal melestarikan aset budaya suatu bangsa beserta nilai-nilai budaya kearifan lokal.

c. Bagi Mahasiswa

Memberikan informasi kepada mahasiswa mengenai strategi pemandu wisata yang memfokuskan ke dalam hal melakukan kegiatan *promotion mix* untuk seni pertunjukan, dan menjadi solusi untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan di dalam melakukan penelitian dengan topik penelitian yang serupa.

