

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, penulis menemukan dimana adanya strategi pemandu wisata dalam melakukan kegiatan *promotion mix* yang fokus penekanannya ke dimensi bauran promosi yaitu Penjualan pribadi (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*) serta Pemasaran langsung dan digital (*direct and digital marketing*) pada seni pertunjukan di Candi Prambanan ini, jika dilihat secara umum maka peran pemandu wisata di Candi Prambanan dalam berkegiatan melakukan *promotion mix* tersebut mengarah pada (1) interaksi dalam menyampaikan produk wisata seni pertunjukan masih diposisikan bukan sebagai bagian utama yang dipromosikan kepada wisatawan, (2) adanya sebuah batasan dalam melakukan kegiatan promosi seni pertunjukan yang hanya bisa dilakukan kepada wisatawan *walk in guest*, (3) hubungan profesional kepanduan wisata hanya berdurasi satu jam, dan (4) belum memiliki media penunjang seperti sosial media untuk mendukung kegiatan tersebut.

Namun, secara khusus dari dimensi bauran promosi yang telah ditentukan. Penulis menyimpulkan dimana pemandu wisata di Candi Prambanan diketahui lebih menitikberatkan kepada Penjualan pribadi (*personal selling*), mengingat jika berdasarkan dari sifat yang pada dimensi tersebut yaitu *personal confrontation*, *cultivation* dan *response* dimana kemampuan *storytelling* atau bercerita yang dilakukan secara WoM (*Word of Mouth*) kepada wisatawan akan lebih sering dimanfaatkan. Karena hal itu juga menyingung adanya sistem kerja dari pemandu

wisata itu sendiri adalah *competition* yang mengharuskan kemampuan untuk mempersuafkan wisatawan untuk tertarik dan mau menyaksikan seni pertunjukan adalah hal dasar yang patut dimiliki dari tiap individu pemandu wisata.

Penulis juga menemukan mengapa hal tersebut dapat dikatakan menjadi bagian yang sering dimanfaatkan, karena atas dasar pelatihan maupun seminar yang rutin dilakukan oleh pemandu wisata di Candi Prambanan baik oleh Kemenparekraf, Dinas Pariwisata Yogyakarta, atau lembaga yang menaungi pemandu wisata itu sendiri adalah HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) itu sendiri menjadi sebuah upaya untuk memperdalam keterampilan dan pengetahuan dalam berinteraksi guna sebagai mediator dalam proses promosi seni pertunjukan kepada wisatawan terutama kepada wisatawan *walk in guest*, dan bukan kepada wisatawan yang telah dikelola oleh *travel agent*.

Untuk keseluruhan hambatan serta peran upaya pemandu wisata dari melakukan kegiatan *promotion mix* pada seni pertunjukan di Candi Prambanan diketahui ada tiga hal mendasar yang menjadi persoalan penting dan butuh diberi perhatian lebih dalam, yaitu (1) media penunjang; sosial media, (2) media publikasi, dan (3) informasi promosi. Tiga hal tersebut dapat diposisikan sebagai catatan penting yang seharusnya dapat segera dilaksanakan, mengingat penulis mengidentifikasi mengapa masih banyak ditemukan wisatawan yang tidak merasakan adanya kegiatan promosi salah satunya menyangkut pula dengan ketersediaan biaya guna pemandu wisata dapat melakukan hal tersebut. Berlawanan dari itu, apabila peran pemandu wisata dapat mengupayakan hal tersebut maka dapat ditarik kesimpulan wisatawan akan merasa diberikan kenyamanan dalam

proses mengetahui segala bentuk pesan atau informasi mengenai seni pertunjukan, seperti lebih mengenali, memahami dan lebih memiliki informasi seni pertunjukan secara menyeluruh tanpa terbatasnya ruang dan waktu jika proses berkegiatan wisata bersama pemandu wisata berakhir.

B. Keterbatasan Penelitian

Terkait keterbatasan penelitian pada penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan ketika masa pandemi Covid-19, dimana segala pengumpulan data yang dibutuhkan pada penelitian menjadi terbatas seperti menyesuaikan jadwal acara wawancara terhadap narasumber yang mengikuti masa berlakunya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dari tiap daerah maupun objek wisata bersangkutan sehingga untuk memenuhi informasi-informasi yang dibutuhkan, maka diadakannya rundingan hingga mendapatkan hasil kesepakatan dari tiap narasumber dimana harus diupayakan dengan menggunakan wawancara secara daring yaitu komunikasi melalui *WhatsApp* untuk melengkapi data penelitian yang dibutuhkan.
2. Penelitian ini masih menitikberatkan pada wisatawan domestik dikarenakan pada masa pandemi Covid-19 sulit menemukan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke objek wisata Candi Prambanan sehingga diharapkan informasi mengenai wisatawan mancanegara dapat mendukung pada penelitian yang akan datang.

C. Saran

1. Implikasi Manajerial

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada penelitian ini tentu diharapkan untuk dapat memberikan manfaat yang berguna bagi pemandu wisata khususnya adalah pemandu wisata lokal yakni Candi Prambanan dan wisatawan sebagai konsumen yang menerima pesan terkait informasi yang diberikan oleh pemandu wisata. Dimana antar kedua pihak tersebut dapat secara seksama yang mampu untuk saling berkontribusi dalam hal menciptakan bagaimana adanya produk wisata di dalam objek wisata itu sendiri seperti salah satu di sini adalah seni pertunjukan di Candi Prambanan untuk dapat tersampaikan dan diterima secara menyeluruh baik dari segi kekurangan maupun kelebihan dari hal tersebut. Maka pada penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat kepada pihak-pihak berikut ini.

- a. Bagi seluruh anggota pemandu wisata Candi Prambanan yang dinaungi oleh HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) diharapkan penelitian ini mampu menjadi bahan evaluasi maupun bahan pertimbangan terkait arahan untuk dapat mempromosikan seni pertunjukan baik itu *Ramayana Ballet* Prambanan maupun *The Legend of Roro Jonggrang* secara menyeluruh tanpa sengaja mengurangi informasi yang perlu untuk wisatawan ketahui.
- b. Bagi pemangku kepentingan yang bersinggungan dengan pemandu wisata Candi Prambanan, seperti biro perjalanan wisata (*travel agent*) dan pemandu wisata umum daerah setempat, diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi tambahan dalam menerapkan kegiatan promosi seni pertunjukan yang juga melibatkan pemandu wisata lokal yakni pemandu wisata Candi

Prambanan dalam mengantisipasi terjadinya pergesekan yang mengarah pada keuntungan dari hasil promosi penjualan yang ingin diperoleh.

- c. Bagi pemandu wisata di Candi Prambanan dengan pihak manajemen Candi Prambanan atau pihak taman wisata, TWC (Taman Wisata Candi) diharapkan mampu mengevaluasi kebijakan atau peraturan yang sifatnya lebih membuka ruang kolaborasi guna membangun sebuah strategi *promotion mix* yang lebih menempatkan keberadaan pemandu wisata dengan segala bekal ide pemikiran-pemikirannya yang sedianya turut andil dalam merumuskan hal tersebut.
- d. Bagi pihak manajemen Candi Prambanan diharapkan mampu menyediakan ruang yang secara spesifik bagi pemandu wisata untuk tidak lagi memposisikan pemandu wisata dengan status pekerjaannya adalah *freelance*, namun sebagai tenaga kerja tetap yang dapat bersinergi dengan tenaga kerja seperti salah satunya dibagian unit pemasaran.

2. Pengelola HPI Prambanan

- a. Diharapkan perlu untuk memerhatikan segala bentuk kegiatan promosi yang akan dilakukan, seperti mengkaji ulang terkait besaran porsi penyampaian antara objek wisata yakni Candi Prambanan itu sendiri dengan produk-produk wisata yang juga berada di dalam ruang lingkup objek wisata tersebut. Hal itu perlu dilakukan sebagai upaya untuk mengingatkan kembali warisan budaya suatu bangsa yang berangkat dari seni pertunjukan guna dapat secara bersama-sama menjaga kelestarian seni pertunjukan itu sendiri.

- b. Pemerhatian dalam penyampaian seni pertunjukan kepada wisatawan domestik juga perlu untuk lebih difokuskan mengingat wisatawan dari warga negara sendiri ini juga dapat menjadi faktor penentu, pendukung atau bahkan penguat bila menyinggung soal promosi terlebih ke dalam daya hidup produk wisata yang bertujuan untuk jangka panjang.
- c. Mempunyai wadah tersendiri yakni pemanfaatan media sosial salah satunya seperti Instagram yang diperuntukan sebagai sarana berpromosi baik itu menginformasi aktifitas pemandu wisata Candi Prambanan sendiri atau ikut membantu mempromosikan objek wisata atau mempromosikan produk wisata seni pertunjukan adalah keharusan yang diharapkan dapat untuk segera direalisasikan. Mengingat bagi wisatawan pada umumnya akan jauh lebih tertarik jika segala informasi yang mereka butuhkan dapat dengan mudah untuk diakses.
- d. Perlu untuk melihat kembali dan mengumpulkan seputar informasi-informasi mengenai seni pertunjukan itu sendiri baik dari yang diberitakan atau diliput oleh media publikasi mancanegara atau domestik. Hal itu diharapkan dapat membantu untuk menambah wawasan pengetahuan perihal publisitas yang syarat akan kredibilitas agar wisatawan merasa peduli atas informasi yang diberikan nantinya dari pemandu wisata Candi Prambanan.

3. Penelitian yang akan datang

- a. Diharapkan ada keberagaman subjek atau narasumber seperti yakni wisatawan mancanegara yang mendukung kevariasian data berupa pemamaran kegiatan *promotion mix* yang telah dilakukan oleh pemandu

wisata Candi Prambanan dan dirasakan oleh wisatawan untuk memperkaya temuan pada penelitian nantinya.

- b. Diharapkan untuk menambahkan data kuantitatif sebagai data tambahan berupa presentase dari tiap indikator *promotion mix* yang bertujuan guna melengkapi kebutuhan data penelitian dalam mempromosikan seni pertunjukan yang dilakukan oleh pemandu wisata Candi Prambanan.



KEPUSTAKAAN

Sumber Buku

- Anggito, A., & Setiawan, J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Azwar, S. 2015. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gitosudarmo, I. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermin. 2000. *Seni Tentang Pertunjukan*. Semarang: CV Aneka Ilmu.
- Jumail, M. 2017. *Teknik Pemanduan Wisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, P. dialih bahasa oleh Teguh, H., Ronny, A., Rusli., et al. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium, Jilid 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing. 17th Edition: Global Edition. United Kingdom: Pearson Education Limited*.
- Kristiana, Y., Sinulingga, P., & Lestari, L. 2018. *Kunci Sukses Pemandu Wisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Melati. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Moleong, L. J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammadin, A., Risma, N. M., Samuel, W. Y., et al. 2021. *Teori dan Perilaku Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Nazir, M. 2013. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nizamuddin., Khairul, A., Khairul, A., et al. 2021. *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis Dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Riau: DOTPLUS.
- Pakpahan, A. F., Adhi, P., Edi, S. N., et al. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.

- Porkola, P. 2017. *Performance Artist's Workbook: On Teaching And Learning Performance Art – Essays And Exercises*. University of the Arts Helsinki, Theatre Academy and New Performance Turku.
- Poerwandari, E. K. 2013. *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Depok: LPSP3 Universitas Indonesia.
- Purba, S., Erika, R. Luthfi, P., et al. 2020. *Perilaku Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rachmadi, H. 2017. *Dokumen Fasilitas Perjalanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rukajat, A. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2013. *Research Methods for Business*. India: Library of Congress.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Subagyo, P. J. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2011a. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012b. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2015c. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017d. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*. Bali: Nilacakra.
- Umar, H. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Winarni, E. W. 2018. *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zebua, M. 2016a. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.

_____.2018b. *Pemasaran Pariwisata: Menuju Festival Sail Daerah. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Deepublish.

Sumber Artikel Ilmiah

- Anggola D, Alhadi E, Jauhari H. Pengaruh Pelayanan Pemandu Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Di Museum Sultan Mahmud Badarudin II Kota Palembang. *J Terap Ilmu Ekon Manaj dan Bisnis*. 2020;1(1):9-19. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb/article/view/2255>
- Wijana PA. Pemberdayaan Pemandu Wisata Lokal Di Daya Tarik Wisata Hidden Canyon Beji Guwang Sebagai Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Kabupaten Gianyar. *JOURNEY (Journal Tour Culinary, Hosp Conv Event Manag*. 2020;Volume 3(Nomor 1):75-94. doi:<https://doi.org/10.46837/journey.v3i1.55>
- Emeralda MI. The Advantages of Prambanan Temple Existence and Its Conservation. *J Bus Hosp Tour*. 2015;1(1):15. doi:10.22334/jbhost.v1i1.10
- Rahim R. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Ladaya Kutai Kartanegara. *eJournal Adm Bisnis*. 2020;8(4):1-15. doi:<http://dx.doi.org/10.30872/jadbis.v8i4.3563>
- Hadita DA. The effect of location and the promotion mix on visitors' interest: The case of Muara Beting beach and the forest of Mangrove Muara Gembong Bekasi. *African J Hosp Tour Leis*. 2019;8(5):1-13. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_28_vol_8_5__2019_indonesia.pdf
- Wardana TD. Pelaksanaan Bauran Promosi Objek Wisata Queen Star Waterpark Kabupaten Siak. *J Online Mhs*. 2017;4(2):1-12. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/15212>
- Rahmi E, Taher A. Implementasi Bauran Promosi Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Taman Rusa Sibreh Aceh Besar. *J Ilm Mhs FISIP*. 2019;4(4):1-18. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/12833>
- Brigitha TB, Lopian J, Taroreh R. Pengaruh Pengetahuan Dan Keterampilan Tour Guide Terhadap Kepuasan Wisatawan Bunaken (Studi Kasus Wisatawan Manado Tour Guide). *J EMBA J Ris Ekon Manajemen, Bisnis dan Akunt*. 2018;6(2):848-857. doi:10.35794/emba.v6i2.19722
- Putri IDAH, Ratmini NKS. Strategi Komunikasi Pramuwisata dalam Menjaga Eksistensi Pariwisata Bali. *J Pariwisata Budaya*. 2018;3(1):1-19. doi:<https://dx.doi.org/10.25078/pba.v3i1.419>
- Munawaroh S. Gandrung Seni Pertunjukan Di Banyuwangi. *Jantra J Sej dan Budaya*. 2007;II(4):253-260.

https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpnbyogyakarta/wp-content/uploads/sites/24/2014/06/Jantra_Vol._II_No._4_Desember_2007.pdf#page=46

Artikel Online

Cerrysuper. (9 September 2019). *Ramayana Ballet Purawisata*. Diambil dari <https://wisatabudayaku.sv.ugm.ac.id/2019/09/06/ramayana-ballet-purawisata/>. Di akses 15 Oktober 2021.

Data Anggota Pramuwisata. Diambil dari <http://dppphi.org/daftar-dpd>. Diakses 17 Juli 2021.

Info Penting Pertunjukan. Diambil dari <https://liburanjogja.co.id/agenda/ramayana-ballet/prambanan/>. Diakses 22 Oktober 2021.

Kompleks Candi Prambanan. Diambil dari <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbyogyakarta/kompleks-candi-prambanan/>. Diakses 20 Juli 2021.

Sejarah HPI Prambanan. Diambil dari <http://prambanantourguide.blogspot.com/2017/10/sejarah-hpi-prambanan.html>. Di akses 20 Juli 2021.

Sumber Dokumentasi

Award of "Supporting Participant" for participating 10 times in Travel Mart International. Diambil dari laman akun resmi Instagram *Trend Tour & Travel @trendtour.jogja*

Bagan Struktur Organisasi HPI Prambanan Periode 2020-2023. 2021. Diambil dari Dokumen HPI Prambanan.

Daftar Anggota Pemandu Wisata HPI Prambanan. 2021. Diambil dari Dokumen HPI Prambanan.

ID Card Tourist Guide Ketua HPI Prambanan. 2021. Diambil dari Dokumen HPI Prambanan.

ID Card Tourist Guide HPI Prambanan. 2021. Diambil dari Dokumen HPI Prambanan.

ID Card Trend Tour & Travel. Diambil dari Dokumen *Trend Tour & Travel*.

Laman Situs Resmi Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu Boko.
Diambil dari <http://borobudurpark.com>

Peta Objek Wisata Candi Prambanan. 2021. Diambil dari Dokumen Pusat Informasi Prambanan.

Sertifikat Kegiatan Sekretaris HPI Prambanan. 2021. Diambil dari Dokumen HPI Prambanan,

Tourist Guide License. Diambil dari Dokumen Bapak Cahyo Triono Sukartanto.



DAFTAR NARASUMBER

1. Nara Sumber Pertama

Nama : Sujatmika,
Usia : 53 Tahun
Hari, Tanggal : Kamis, 18 Maret 2021
Waktu Wawancara : 13:30 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : *Foreign Tourist Ticket Room Prambanan Temple*,
Jl. Raya Solo - Yogyakarta No.16, Kranggan,
Bokoharjo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55571.
Durasi Wawancara : 1 jam 44 detik
Alasan : Ketua dan Pemandu Wisata HPI Prambanan

2. Nara Sumber Kedua

Nama : Kusubiyarjono
Usia : 50 Tahun
Hari, Tanggal : Kamis, 27 Mei 2021
Waktu Wawancara : 10:11 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : Pusat Informasi Candi Prambanan
Jl. Raya Solo - Yogyakarta No.16, Kranggan,
Bokoharjo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55571.
Durasi Wawancara : 53 menit 44 detik
Alasan : Sekretaris dan Pemandu Wisata HPI Prambanan

3. Nara Sumber Ketiga

Nama : Sutopo
Usia : 57 Tahun
Hari, Tanggal : Kamis, 27 Mei 2021
Waktu Wawancara : 11:15 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : Pusat Informasi Candi Prambanan
Jl. Raya Solo - Yogyakarta No.16, Kranggan,
Bokoharjo, Kec. Prambanan, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55571.
Durasi Wawancara : 1 jam 1 menit 39 detik
Alasan : Staf dan Pemandu Wisata HPI Prambanan

4. Nara Sumber Keempat

Nama : Fatkhannudin
Usia : 24 Tahun
Hari, Tanggal : Sabtu, 20 Maret 2021
Waktu Wawancara : 21:11 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : Kedai Tuman – Jl. Tegal Kenongo, Tegal Kenanga, Tirtonirmolo, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55182.
Durasi Wawancara : 35 menit 52 detik
Alasan : Wisatawan Candi Prambanan

5. Nara Sumber Kelima

Nama : Adista
Usia : 25 Tahun
Hari, Tanggal : Minggu, 9 April 2021
Waktu Wawancara : 19:14 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : Dasawarsa *Coffee Roasters* – Jl. Jongke Kidul, Gilingan, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55285.
Durasi Wawancara : 45 menit 08 detik
Alasan : Wisatawan Candi Prambanan

6. Nara Sumber Keenam

Nama : Edwin Ismedi Himna
Usia : 51 Tahun
Hari, Tanggal : Selasa, 27 April 2021
Waktu Wawancara : 15:11 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : Kantor *Trend Tour & Travel* – Jl. Kusumanegara No.214B Yogyakarta, Indonesia. 55165.
Durasi Wawancara : 32 menit 02 detik
Alasan : *Owner Trend Tour & Travel*

7. Nara Sumber Ketujuh

Nama : Cahyo Triono
Usia : 48 Tahun
Hari, Tanggal : Jumat, 28 Mei 2021
Waktu Wawancara : 13:35 WIB s/d selesai
Lokasi Wawancara : Kantor *Trend Tour & Travel* – Jl. Kusumanegara No.214B Yogyakarta, Indonesia. 55165.
Durasi Wawancara : 1 jam 58 detik
Alasan : Pemandu Wisata Umum Yogyakarta

GLOSARIUM

<i>Booking</i>	Pemesanan, atau memesan produk/jasa yang akan digunakan.
DPP	Dewan Pimpinan Pusat
Dramatari	penyajian tari yang dilakukan dengan cara berkelompok yang memanfaatkan alur atau tema dari sebuah cerita tertentu.
HPI	Himpunan Pramuwisata Indonesia
Kegiatan promosi	aktivitas atau tindakan mengomunikasikan info produk atau jasa perusahaan kepada masyarakat.
<i>Mending</i>	Lebih baik.
Menuangkan pengetahuan	memasukkan atau mengisikan suatu pemikiran, pengalaman dari hasil mengetahui segala sesuatu.
Pemandu wisata	seorang petugas yang berprofesi untuk menemani dan membimbing wisatawan selama melaksanakan kegiatan wisata.
Produk wisata	serangkaian produk atau jasa yang disediakan oleh pengelola objek wisata atau perusahaan pariwisata untuk dapat dinikmati oleh wisatawan.
Promosi pariwisata	menginformasikan segala macam produk atau jasa seputar destinasi wisata dengan tujuan untuk wisatawan dapat ingin datang berkunjung.
<i>Promotion mix</i>	cara atau pendekatan dalam menyampaikan pesan atau informasi mengenai produk atau jasa apapun itu untuk menghasilkan promosi yang optimal.
Sendratari	tarian yang digabungkan dengan drama atau cerita yang disajikan tanpa dialog, atau penggabungan antara seni drama dan seni tari.
<i>Sing</i>	Artinya “yang” dalam kosa kata bahasa Jawa
Seni pertunjukan	sebuah karya yang mempunyai nilai seni yang dapat disajikan serta disaksikan oleh penonton.
Ujung tombak	seseorang yang mampu diberi tanggung jawab untuk membimbing, mengintruksi dan menyampaikan informasi terhadap sekelompok atau individu yang dituju.
<i>Walmiki</i>	Seorang pengarang atau penulis cerita Ramayana.