

PROMOSI ACARA MUSIK
“KERONCONG PLESIRAN #3”
DI PANGGUNG TERBUKA NGLANGGERAN DIY



PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI
JURUSAN TATA KELOLA SENI FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2022

PROMOSI ACARA MUSIK
“KERONCONG PLESIRAN #3”
DI PANGGUNG TERBUKA NGLANGGERAN DIY



Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Tata Kelola Seni
2022

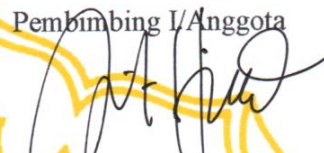
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Pengkajian Seni berjudul :

PROMOSI ACARA MUSIK “KERONCONG PLESIRAN #3” DI PANGGUNG TERBUKA NGLANGGERAN DIY

Diajukan oleh Runi Berta Akindo, NIM : 1710104026, Program Studi Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggung jawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Januari 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota



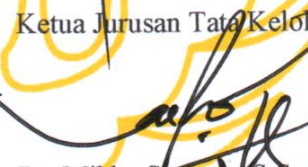
Arinta Agustina, S.Sn., M.A.
NIP. 197308272005012001

Cognate/Anggota



Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si.
NIP. 197302052009122001

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni



Dr. Mikke Susanto, S.Sn. M.A.
NIP. 197310222003121001

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.
NIP. 196911081993031001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Runi Berta Akindo
NIM : 1710104026

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir skripsi (Pengkajian) yang saya buat ini benar-benar asli karya saya sendiri, bukan duplikat atau dibuat oleh orang lain. Karya skripsi ini saya buat berdasarkan kajian langsung di lapangan sebagai referensi pendukung dan menggunakan berbagai literasi yang berkaitan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 13 Januari 2022

Hormat saya,

Runi Berta Akindo



HALAMAN MOTTO

Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan.

(Nadin Amizah: *Beranjak Dewasa*)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Ku persembahkan skripsi ini untuk diriku sendiri yang sudah berani

keluar dari zona nyaman,

I LOVE MYSELF



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi Tugas Akhir ini dengan baik. Skripsi tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Strata-1 Program Studi Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta tahun angkatan 2017.

Dalam menyelesaikan skripsi tugas akhir ini, penulis banyak mengalami kesulitan, terutama disebabkan oleh kurangnya ilmu pengetahuan yang menunjang. Namun, berkat bantuan berbagai pihak, akhirnya skripsi tugas akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Rubiyanto, S.Sn., dan Ibunda Harpini, S.Pd., yang telah memberikan doa dan dukungan moral maupun spiritual kepada penulis. Serta kepada kedua adik tercinta Refia Dini dan Lingga Permana yang tidak pernah lelah menghibur, membantu, serta mendengarkan segala keluh kesah saat menyusun skripsi tugas akhir ini.
2. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa.
3. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A., selaku Ketua Jurusan Program Studi S-1 Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Arinta Agustina, S.Sn., M.A., selaku dosen pembimbing yang selalu mendampingi, memberikan semangat, dan membantu setiap proses pengerjaan skripsi tugas akhir.
5. Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, M.Si., selaku dosen penguji atau cognate.
6. Andreas Sudjud Dartanto, S.Sn., M.Hum., selaku dosen wali atau pembimbing akademik yang selalu memberikan ilmu, saran, dan arahan kepada penulis selama menuntut ilmu.
7. Seluruh dosen Program Studi Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membagikan bekal ilmu, serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
8. Fransiska Citra Pramestika (*Marketing* dan Kreatif Keroncong Plesiran), selaku narasumber utama sekaligus yang telah membantu, serta

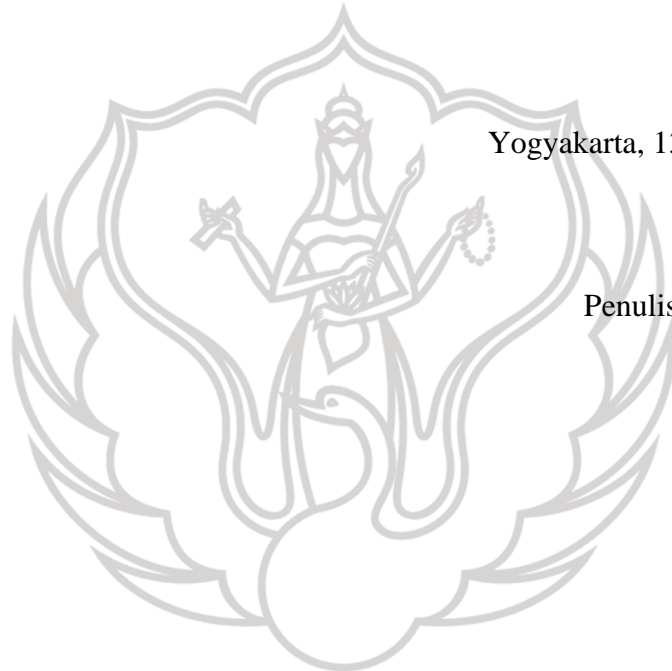
memberikan ilmu dan pengalaman selama proses pengerjaan skripsi tugas akhir.

9. Aris Budiyo (PIC Wisata Gunung Api Purba Nglanggeran), selaku narasumber dalam penulisan skripsi tugas akhir ini.
10. Sahabat penulis, Sekar Arum, Rizki Fauzi, dan Gabrielle Riko, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga dengan adanya skripsi tugas akhir ini dapat menambah wawasan bagi pembaca mengenai “Promosi Acara Musik Keroncong Plesiran #3 di Panggung Terbuka Nglanggeran DIY”. Kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi tugas akhir ini sangat penulis harapkan dan diterima dengan senang hati.

Yogyakarta, 13 Januari 2022

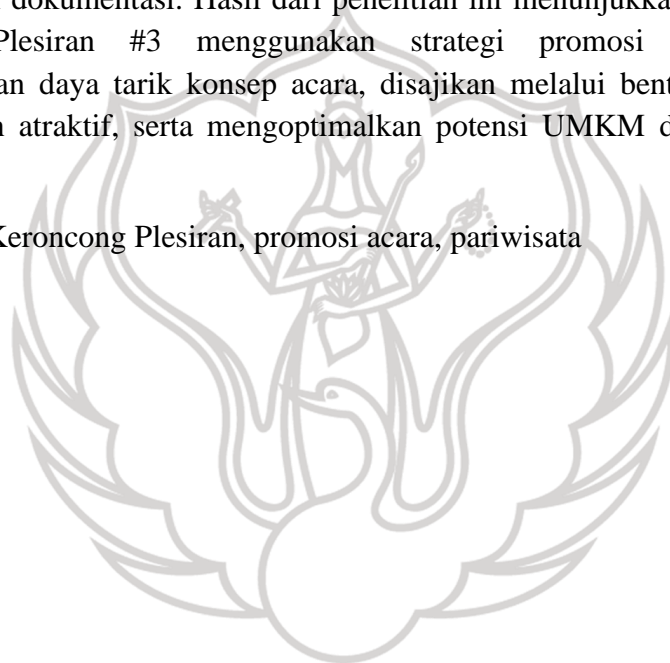
Penulis



ABSTRAK

Keroncong Plesiran #3 merupakan acara pertunjukan musik yang konsepnya menghadirkan sajian musik dari grup musik keroncong, dengan mengkolaborasikan antara hiburan musik dan pariwisata yang sesuai dengan selera generasi milenial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem manajerial dan efektivitas dari media visual promosi acara musik “Keroncong Plesiran #3”. Selain itu, untuk membantu sektor pariwisata melalui media hiburan yang variatif, sehingga sektor ekonomi turut bergerak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan melakukan pendekatan melalui konsep manajemen acara dan promosi, serta *rebranding*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan promosi pada Keroncong Plesiran #3 menggunakan strategi promosi acara dengan memaksimalkan daya tarik konsep acara, disajikan melalui bentuk visual yang informatif dan atraktif, serta mengoptimalkan potensi UMKM di sekitar lokasi acara.

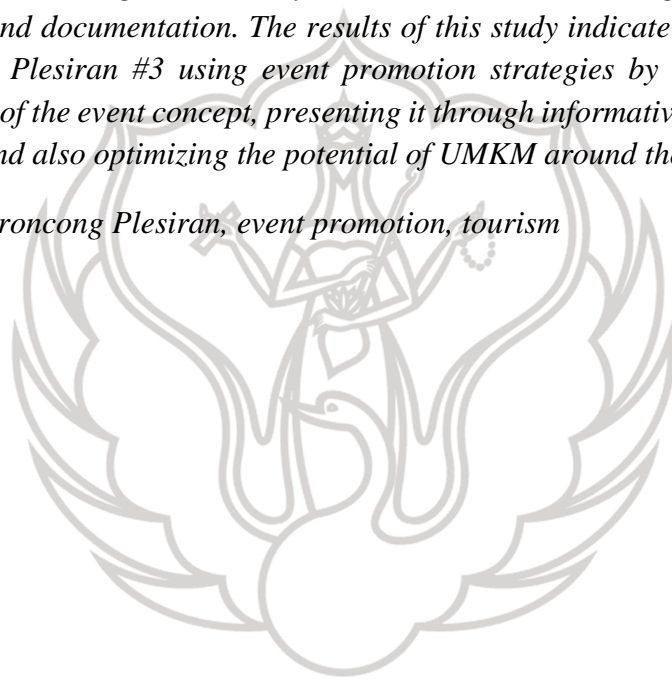
Kata kunci: Keroncong Plesiran, promosi acara, pariwisata



ABSTRACT

Keroncong Plesiran #3 is a musical performance event whose concept is to present music from the keroncong music group by collaborating between musical entertainment and tourism that suits the tastes of the millennial generation. The purpose of this research is to determine the managerial system and the effectiveness of the visual media promotion of the music event “Keroncong Plesiran #3”. Besides that, it also has a purpose for help the tourism sector from a variety of entertainment media, so that the economic sector also moves. The method used in this study uses descriptive qualitative research methods, and approaches through the concepts of event management and promotion, including rebranding. The technique of collecting data is by three methods consisting of interview, observation, and documentation. The results of this study indicate that promotion at Keroncong Plesiran #3 using event promotion strategies by maximizing the attractiveness of the event concept, presenting it through informative and attractive visual form, and also optimizing the potential of UMKM around the venue.

Keywords: *Keroncong Plesiran, event promotion, tourism*



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Metode Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	11
A. Tinjauan Pustaka	11
B. Landasan Teori.....	14
BAB III PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	18
A. Penyajian Data	18
B. Analisis Data	21

1) Konsep Acara	21
2) Strategi Promosi Acara.....	22
3) Pengunjung.....	35
4) Penjualan Tiket.....	36
5) Hubungan dengan Masyarakat Sekitar.....	41
6) Sumber Daya Manusia	45
7) <i>Rebranding</i>	46
8) Pencapaian Keroncong Plesiran #3	48
BAB IV PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Desain logo Keroncong Plesiran #3 pada poster publikasi.....	22
Gambar 2. Poster publikasi “Road to Keroncong Plesiran #3”	24
Gambar 3. Poster publikasi “Road to Keroncong Plesiran #3”	25
Gambar 4. Poster publikasi dari acara #JogjaMenyapa Ngaruhke Ngarahke....	25
Gambar 5. Poster publikasi “Road to Keroncong Plesiran #3”	26
Gambar 6. Poster publikasi “Talkshow Keroncong Plesiran #3”	27
Gambar 7. Poster publikasi dari acara Pura-Pura Pitulasan.....	27
Gambar 8. Dokumentasi kegiatan <i>Talkshow</i> di Sangkring art Space	28
Gambar 9. Kegiatan foto bersama dalam <i>Talkshow</i> di Sangkring art Space	28
Gambar 10. Contoh beberapa poster publikasi Keroncong Plesiran #3	29
Gambar 11. Poster pemberitahuan untuk pembelian tiket di arenatiket.com	31
Gambar 12. Armada bis yang difasilitasi oleh Grab untuk <i>suttle</i>	32
Gambar 13. Armada mobil elf yang difasilitasi oleh Grab untuk <i>suttle</i>	32
Gambar 14. Suasana di titik kumpul <i>suttle</i> yang difasilitasi oleh Grab.....	33
Gambar 15. Suasana penjemputan di titik kumpul <i>suttle</i>	33
Gambar 16. Daftar sponsor dan media partner	34
Gambar 17. Skema tempat duduk penonton dan panggung.....	37
Gambar 18. Daftar harga dan kategori tiket <i>presale</i> 1	38
Gambar 19. Daftar harga dan kategori tiket <i>presale</i> 2.....	39
Gambar 20. Daftar harga dan kategori tiket <i>presale</i> 3.....	40
Gambar 21. Daftar tim produksi panitia inti Keroncong Plesiran #3	46
Gambar 22. <i>Line Up</i> pengisi acara.....	47
Gambar 23. Berita Keroncong Plesiran masuk ke dalam kalender <i>event</i> Yogyakarta	49
Gambar 24. Berita Keroncong Plesiran masuk ke dalam kalender <i>event</i> Yogyakarta	50
Gambar 25. Berita Keroncong Plesiran masuk ke dalam kalender <i>event</i> Yogyakarta	50
Gambar 26. Dokumentasi wawancara dengan narasumber	70
Gambar 27. Dokumentasi wawancara dengan narasumber	70

Gambar 28. Proposal Keroncong Plesiran #3	71
Gambar 29. Proposal Keroncong Plesiran #3	71
Gambar 30. Proposal Keroncong Plesiran #3	72
Gambar 31. Proposal Keroncong Plesiran #3	72
Gambar 32. Proposal Keroncong Plesiran #3	73
Gambar 33. Proposal Keroncong Plesiran #3	73
Gambar 34. Proposal Keroncong Plesiran #3	74
Gambar 35. Proposal Keroncong Plesiran #3	74
Gambar 36. Proposal Keroncong Plesiran #3	75
Gambar 37. Proposal Keroncong Plesiran #3	75
Gambar 38. Proposal Keroncong Plesiran #3	76
Gambar 39. Jadwal agenda kerja persiapan Keroncong Plesiran #3	76
Gambar 40. Jadwal agenda kerja persiapan Keroncong Plesiran #3	77
Gambar 41. E-Tiket Keroncong Plesiran #3 diakses dari pesan email Arena Tiket	78
Gambar 42. Data pembeli tiket dari sistem Arena Tiket.....	79
Gambar 43. Rekap data penjualan tiket <i>presale</i> 1 sampai 3	80
Gambar 44. Bukti tangkapan layar komunikasi WhatsApp dengan pihak Arena Tiket	81
Gambar 45. MOU Keroncong Plesiran #3 dengan Radio Geronimo FM	82
Gambar 46. <i>Invoice Tenant</i> Keroncong Plesiran #3	83
Gambar 47. <i>Invoice Tenant</i> Keroncong Plesiran #3	84
Gambar 48. Proses sidang skripsi di Jurusan Tata Kelola Seni	85
Gambar 49. Infografis penelitian pameran tugas akhir	85
Gambar 50. Dokumentasi saat di area gerbang penukaran tiket.....	86
Gambar 51. Dokumentasi saat di area <i>photobooth</i> Keroncong Plesiran #3	86
Gambar 52. Dokumentasi saat di area gerbang penukaran tiket.....	87
Gambar 53. Dokumentasi saat di area gerbang penukaran tiket.....	87
Gambar 54. Dokumentasi saat di area gerbang penukaran tiket.....	88
Gambar 55. Dokumentasi saat di area gerbang penukaran tiket.....	88
Gambar 56. Dokumentasi foto bersama panitia dan <i>volunteer</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Lembar Konsultasi	60
Lampiran II Hasil Wawancara	63
Lampiran III Dokumentasi Wawancara	70
Lampiran IV Arsip Dokumen Pelaksanaan Keroncong Plesiran #3.....	71
Lampiran V Dokumentasi Sidang Skripsi	85
Lampiran VI Dokumentasi di Lokasi Keroncong Plesiran #3.....	86



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertunjukan musik di Yogyakarta merupakan acara yang sangat sering digelar, baik di awal tahun maupun di penghujung tahun. Jenis pertunjukan musik di Yogyakarta beragam, mulai dari konser yang hanya menyajikan satu genre saja, atau ada juga yang menggabungkan berbagai genre yang sedang hits kemudian dikemas menjadi satu konser. Begitu banyaknya acara musik yang digelar di Yogyakarta, mengundang semakin banyak pula upaya dari para pembuat konten (*content creator*) untuk membuat sebuah bentuk konten promosi yang kemasannya menarik dan mampu mendatangkan banyak massa.

Eksistensi promosi di era digital merupakan aspek yang memikat, bernilai, dan strategis. Promosi juga menjadi bagian yang melekat dalam kehidupan manusia, serta dapat dilakukan di manapun, kapanpun, dan oleh siapapun.¹ Terdapat seni dalam aktivitas promosi, yang mencakup ilmu tentang upaya dalam menawarkan barang atau jasa dimana penjual akan untung dan konsumen juga untung, bahkan lebih untung.² Hal ini berkaitan dengan apa yang akan pengunjung dapatkan setelah menghadiri suatu acara, seperti perasaan puas, atau mungkin juga kecewa.

Aktivitas promosi dalam kegiatan pemasaran acara hendaklah disertai dengan informasi yang cukup mempresentasikan seluruh materi dari suatu acara kepada target pengunjung.

Komunikasi pemasaran menjadi salah satu elemen bauran dari pemasaran perusahaan. Pemasar harus tahu tentang mekanisme penggunaan iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan personal untuk

¹ Asep Suryana, *Eksistensi Promosi di Era Digital* (Jakarta: PT. Lontar Digital Asia, 2019), III.

² Li Partic dan Fahmi Nurul Akbar, *Komunikasi Penjualan Kreatif* (Jakarta: Progressio, 2017), 19.

mengomunikasikan suatu produk beserta nilainya kepada konsumen atau target yang dituju.³

Untuk menarik banyak target pengunjung suatu acara musik, maka teknik atau strategi komunikasi pemasaran yang baik tentang musik akan menjadi daya tarik promosi, khususnya bagi acara musik yang masih terbilang masih baru. Tujuannya agar dapat dijangkau oleh berbagai kalangan dan dapat diterima oleh masyarakat.

Bentuk media yang digunakan sebagai alat promosi juga semakin beragam dalam memikat target yang dituju, terutama media digital yang sudah meluas di masyarakat. Media visual promosi sangat beragam bentuknya, di antaranya adalah poster yang wujudnya dapat berupa digital maupun printing, selain itu juga ada video yang wujudnya berupa animasi atau teaser video pendek (*short movie*), dan sebagainya. Keahlian khusus dalam hal editing untuk mendayagunakan media digital memerlukan peralatan, perangkat lunak (*software*), dan ilmu yang memadai. Hal inilah yang menjadikan peluang bagi para pembuat konten dalam memaksimalkan potensi berkaryanya untuk dipublikasikan ke berbagai media. Oleh karena itu, dalam penyampaian konten publikasi acara pun hendaklah mampu menjelaskan setiap materi dari acara yang akan dibawakan.

Pada pemasaran modern, pemasar yang paham kebutuhan konsumen, perkembangan produk, penawaran harga, dan promosi yang menarik membuatnya mudah menjual produk dan jasanya secara efektif.⁴ Konsep tersebut berkaitan dengan sikap inovatif yang seharusnya dimiliki oleh seorang promotor atau pemasar produk. Oleh karena itu, promotor di acara musik Keroncong Plesiran #3 yang bertanggung jawab untuk mempromosikan pertunjukan musiknya kepada masyarakat, membutuhkan keahlian khusus dalam menjalankan tugasnya melalui metode yang bervariasi.

Keroncong Plesiran #3 merupakan acara pertunjukan musik yang konsepnya menghadirkan sajian musik dari grup musik keroncong. Musik keroncong yang dihadirkan antara lain keroncong aslinan dan keroncong modern,

³ M. Suyanto, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 141.

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12 (jilid 1) (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 6.

serta dikemas dalam keroncong dengan format orkestra. Sajian musiknya mengkolaborasikan antara hiburan musik dan pariwisata yang sesuai dengan selera generasi milenial.⁵ Keroncong aslinan dengan keroncong modern memiliki perbedaan pada penambahan instrumen atau alat musik.

Keroncong aslinan terdiri dari 7 alat musik paten yaitu ukulele, gitar, selo, banjo, kontrabas, biola, dan seruling, serta membawakan lagu-lagu langgam. Sedangkan pada keroncong modern dipresentasikan dengan membawakan lagu-lagu yang terdiri dari berbagai genre musik, berformat orkestra, dan tanpa meninggalkan ketujuh instrumen musik pada pakemnya musik keroncong aslinan.⁶

Persebaran informasi tentang Keroncong Plesiran #3 dilakukan guna menjangkau masyarakat dengan mudah dan luas. Selain itu, pengunjung yang didominasi oleh generasi milenial, dapat memperoleh pengalaman menonton konser yang lebih berkesan, karena dapat menikmati dua sajian sekaligus, yaitu pertunjukan musik keroncong dan juga panorama wisata alam dari lokasi acara. Hal ini sejalan dengan konsep dalam “Manajemen Pemasaran-Geowisata” yang menjelaskan bahwa, di masa depan minat wisatawan diprediksi akan bergeser ke arah kesadaran lingkungan. Dalam berwisata, wisatawan ingin memiliki pengalaman tentang peristiwa mengesankan, yang terjadi di daerah tujuan wisata.⁷

Generasi milenial merupakan penduduk dengan usia produktif yang lahir antara tahun 1980-2000, serta memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utamanya ditandai dengan peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Sehingga, generasi milenial memiliki ciri personal yang kreatif, informatif, memiliki *passion* dan produktif.⁸

Dalam Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009, Pasal 1 ayat 3, menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat,

⁵ <http://gunungapipurba.com/posts/detail/keroncong-plesiran-3-di-desa-wisata-nglanggeran/> Diakses pada 29 Oktober 2020 Pukul 14.11 WIB

⁶ Fransiska Citra Pramestika (25 th.), *Marketing dan Kreatif Keroncong Plesiran*, dalam *Wawancara Pribadi*, tanggal 24 September 2021 di Kantor BPNB, Yogyakarta.

⁷ Ayu Krishna Yuliawati dan Mohamad Sapari Dwi Hadian, *Manajemen Pemasaran – Geowisata*, (Yogyakarta: ANDI, 2020), 175.

⁸ Indah Budiarti, dkk, *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia* (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 17.

pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.⁹ Mengacu pada WTO (*World Tourism Organization*) yang dimaksud dengan pariwisata ialah kegiatan perjalanan manusia dan tinggal di tempat tujuan di luar lingkungan sehari-harinya. Perjalanan ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut dengan tujuan relaksasi, bisnis, dan lain sebagainya.¹⁰ Melengkapi kedua teori di atas, dapat dipahami bahwa pariwisata adalah gejala yang kompleks dalam masyarakat, dimana di dalamnya terdapat hotel, objek wisata, souvenir, pramuwisata, angkutan wisata, biro perjalanan, rumah makan, dan sebagainya.¹¹ Pariwisata dalam acara musik ini menjadi bagian dari tujuan diadakannya Keroncong Plesiran #3, dalam rangka memberikan pengalaman baru bagi penonton untuk menikmati pertunjukan sekaligus relaksasi di destinasi wisata yang menjadi lokasi pertunjukan.

Pada tahun 2019, Keroncong Plesiran sudah berada di tahun ke-3 perhelatannya. Keroncong Plesiran #3 diselenggarakan pada hari Minggu, 14 September 2019 di Panggung Terbuka Nglanggeran, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pertunjukan musik ini dapat dinikmati siapa pun, karena musik yang dibawakan merupakan musik keroncong yang lebih nyaman didengar (*easy listening*) bagi segala usia, meskipun latar belakang pengisi acara berasal dari musisi beragam genre dan berbagai karakter suara.

Acara musik Keroncong Plesiran diselenggarakan setiap tahunnya dengan konsep keroncong piknik (plesiran). Tujuan dari acara ini Keroncong Plesiran ialah menggemakan musik keroncong di destinasi wisata guna mempromosikan destinasi wisata baru di Jogja dengan sajian musik keroncong oleh Symphony Kerontjong Moeda Orchestra.¹² Kegiatan pertunjukan Keroncong Plesiran #3 menggagas pemilihan lokasi yang jauh dari pusat kota dan berada di panggung terbuka.

⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

¹⁰ Holil Soelaiman, *International Tourism A Global. Perspective World Tourism Organization (WTO)* (Madrid, 1999), 5.

¹¹ R. G. Soekadjo, *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 29.

¹² <http://gunungapipurba.com/posts/detail/keroncong-plesiran-3-di-desa-wisata-nglanggeran/> Diakses pada 29 Oktober 2020 Pukul 14.11 WIB .

Pergelaran Keroncong Plesiran #3 kali ini berbeda dari tahun sebelumnya, yaitu pada pergelaran Keroncong Plesiran 1 dan 2 bersifat gratis. Sedangkan pada tahun 2019, tepat diadakannya Keroncong Plesiran #3 acara tersebut dikenakan tiket masuk dengan beberapa kategori dan benefit bagi para penonton. Hal inilah yang menjadikan pergelaran Keroncong Plesiran #3 menarik untuk diteliti, bagaimana dan strategi apa yang digunakan oleh pihak penyelenggara untuk mendapatkan banyak penonton, mengingat agenda acara tidak memiliki jadwal yang sama setiap tahunnya dan juga pemilihan lokasi yang cenderung jauh dari pusat kota Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diambil adalah bagaimana praktik dan strategi promosi acara musik “Keroncong Plesiran #3” di Panggung Terbuka Nglanggeran, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan pengkajian dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem manajerial dan efektivitas dari media visual dalam proses promosi acara musik “Keroncong Plesiran #3”.

Selain itu, untuk membantu sektor pariwisata dalam memperkenalkan profil obyek wisata barunya melalui media hiburan yang variatif. Sehingga secara tidak langsung, sektor lain seperti sektor ekonomi juga akan ikut bergerak.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa

Manfaat bagi mahasiswa antara lain adalah dapat mengamalkan ilmu manajemen seni petunjukan dalam analisis sebuah acara pertunjukan.

2. Bagi Institusi/lembaga pendidikan

Manfaat bagi institusi diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran di Jurusan Tata Kelola Seni, serta jurusan lain di bidang seni pertunjukan.

3. Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat, diharapkan melalui penelitian ini dapat membantu masyarakat/umum dalam mengambil pembelajaran dari strategi dan proses manajerial seni pertunjukan yang dapat berdampak pada pembangunan di sektor ekonomi dan pariwisata.

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menganut aliran fenomenologis, dimana lebih menitik beratkan aktivitas penelitiannya pada penguraian dan pemahaman terhadap berbagai gejala sosial yang diamati. Pemahaman yang dimaksud bukan hanya dari sudut pandang peneliti, namun lebih kepada gejala dan fakta yang terjadi berdasarkan subjek yang diteliti.¹³

Pengumpulan data kualitatif diambil dari fenomena-fenomena sosial dan budaya yang berlangsung secara wajar/alamiah (*natural setting*), bukan bersifat terkendali atau laboratoris. Hasil dari penelitian kualitatif menyajikan data atau laporan penelitian yang berisi sintesis dan abstraksi kesimpulan-kesimpulan.¹⁴

Metode pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif mengarahkan penelitian pada gejala, fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat, tentang karakter dari populasi atau wilayah tertentu. Sehingga tidak perlu menerangkan keterkaitan atau menguji hipotesis.¹⁵ Metode penelitian sistem promosi acara musik Keroncong Plesiran #3 menggunakan jenis metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana metode yang digunakan lebih terfokus pada informan penelitian agar data yang diperoleh di lapangan dapat relevan dan sistematis.

¹³ Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020), 39.

¹⁴ William dalam Hardani, *ibid*, 17-18.

¹⁵ Hardani, *ibid*, 54.

2. Situasi Sosial dan Narasumber

Dalam penelitian ini, obyek yang akan dikaji adalah strategi promosi yang digunakan dalam acara Keroncong Plesiran #3. Penelitian ini akan melibatkan beberapa informan, seperti:

- a. Akademisi Tata Kelola Seni
- b. Akademisi Seni Pertunjukan
- c. Panitia penyelenggara acara “Keroncong Plesiran #3”
- d. Pengunjung acara “Keroncong Plesiran #3”
- e. Masyarakat sekitar terselenggaranya acara “Keroncong Plesiran #3”

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih dengan maksud tertentu. Wawancara terdiri dari dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.¹⁶ Metode wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang faktual dengan cara melakukan tanya jawab terhadap informan terkait yaitu panitia acara dan masyarakat sekitar lokasi yang terlibat dalam terselenggaranya acara. Tahap ini salah satu tahap yang terpenting dalam terciptanya data primer, yaitu data asli, faktual, dan langsung dari informan terkait. Namun, tetap sesuai dengan batasan topik atau tema penelitian yang ada.

b. Observasi

Teknik observasi dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara mendatangi lokasi-lokasi terkait sumber data penelitian. Observasi dapat diartikan sebagai cara

¹⁶ Hardani, *ibid*, 137.

pengumpulan data yang sistematis pada obyek penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung.¹⁷ Observasi atau pengamatan ialah suatu teknik pengumpulan data dengan mengamati kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif (ikut serta dalam kegiatan) ataupun nonpartisipatif (tidak ikut dalam kegiatan atau hanya mengamati kegiatan).¹⁸

Dalam penelitian ini, penulis mengamati terselenggaranya obyek penelitian secara nonpartisipatif atau dengan menjadi penonton pada saat terselenggaranya acara Keroncong Plesiran #3. Oleh karena itu metode observasi digunakan sebagai penguat data pada saat melakukan wawancara dan peninjauan kembali antara data pustaka dengan data di lapangan.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan mencatat data-data yang sudah ada melalui dokumen-dokumen. Data yang terkumpul dengan teknik dokumentasi dinamakan data sekunder.¹⁹ Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, ataupun karya-karya monumental. Metode dokumentasi merupakan pelengkap dari metode observasi dan metode wawancara dalam penelitian kualitatif.²⁰ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dokumentasi berupa foto-foto dokumentasi acara dan arsip-arsip data administrasi acara.

¹⁷ Hardani, *ibid*, 125.

¹⁸ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), 220.

¹⁹ Hardani, *op.cit*, 150.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 476.

4. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mendukung proses pencarian data yang dibutuhkan, berikut instrumen yang dibutuhkan:

a. Kamera

Kamera digunakan sebagai alat untuk mendokumentasikan foto atau video terkait acara yang berlangsung ataupun saat observasi dan wawancara dengan informan.

b. Buku catatan

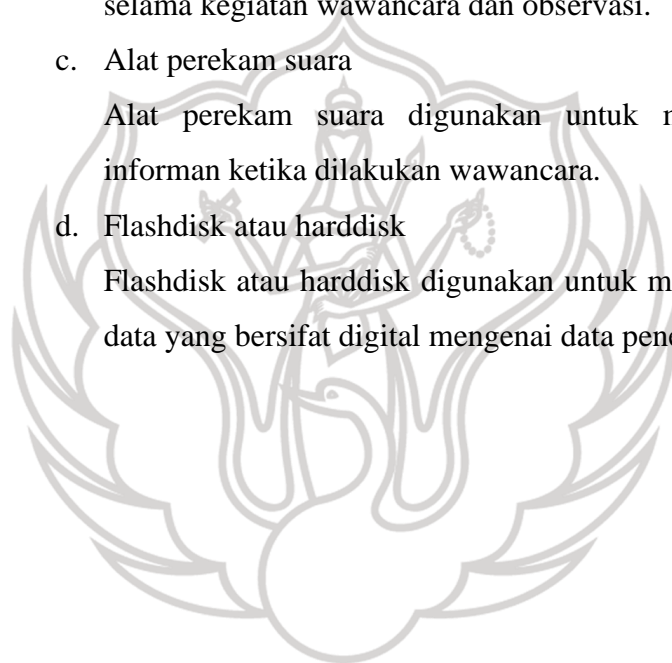
Buku catatan digunakan untuk mencatat hal-hal penting selama kegiatan wawancara dan observasi.

c. Alat perekam suara

Alat perekam suara digunakan untuk merekam suara informan ketika dilakukan wawancara.

d. Flashdisk atau harddisk

Flashdisk atau harddisk digunakan untuk menyimpan data-data yang bersifat digital mengenai data penelitian.



F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan proses yang akan digunakan sebagai acuan pengerjaan laporan tugas akhir. Berikut adalah sistematika penulisan yang akan dijabarkan dalam penelitian :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini akan dipaparkan mengenai hal-hal yang melatarbelakangi peneliti dalam memilih topik penelitian sistem promosi acara musik “Keroncong Plesiran #3”. Selain itu juga akan berisikan tentang tujuan dan manfaat dari penelitian, serta metode dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI

Dalam bab II ini, tinjauan pustaka dan landasan teori yang dipaparkan digunakan sebagai acuan penelitian untuk menjawab rumusan masalah terkait penelitian acara musik “Keroncong Plesiran #3” yang akan dijelaskan lebih rinci dan mendetail.

BAB III : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab III ini, pembahasan akan mengulas mengenai sistem promosi acara musik “Keroncong Plesiran #3” melalui analisis data yang telah ada dari proses wawancara dan observasi.

BAB IV : PENUTUP

Dalam bab IV ini, akan berisikan tentang kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan topik penelitian. Selain itu, pada bab ini juga akan dipaparkan tentang saran terkait hasil dari analisis penelitian di bab sebelumnya dan rangkuman poin-poin penting di dalam penulisan ini.