

**LAPORAN AKHIR  
PROGRAM PENELITIAN UNGGULAN  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
TAHUN ANGGARAN 2012**



**KEHIDUPAN SENI PERTUNJUKAN WISATA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI KREATIF  
BERBASIS PADA SENDRATARI RARA JONGGRANG  
DI OBJEK TAMAN WISATA CANDI PRAMBANAN**

**Ketua Tim Peneliti :** Dr. Hersapandi, SST., MS.

**Anggota:**

Drs. Bambang Tri Atmadja, M.Sn.

Drs. Joko Trilaksana, M.M.

Dra. Jiyu Wijayanti, M.Sn.

Dibiayai oleh DIPA ISI Yogyakarta  
Tahun 2012 0605/023-04.2.01/14/2012, tanggal 9 Desember 2011

Revisi II DIPA ISI Yogyakarta

0605/023-04.2.01/14/2012, tanggal 22 Mei 2012

Surat Perjanjian Pelaksanaan Penelitian

636.C/K.14.11.1/LK/2012, tanggal 9 Februari 2012

Adendum Surat Perjanjian

2449/K.14.11.1/LK/2012, tanggal 23 Mei 2012

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
NOVEMBER 2012**

## **b. Halaman Pengesahan**

1. Judul Penelitian : “KEHIDUPAN SENI PERTUNJUKAN WISATA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI KREATIF  
BERBASIS SENDRATARI RARA JONGGRANG  
DI OBJEK TAMAN WISATA CANDI  
PRAMBANAN”

### 2. Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Dr. Hersapandi, SST., MS.
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. NIP : 195604171982031003
- d. Jabatan Struktural : Pembina Utama Muda
- e. Jabatan fungsional : Lektor Kepala
- f. Fakultas/Jurusan : Seni Pertunjukan /Tari
- g. Pusat Penelitian : Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan Taman  
Wisata candi Prambanan Yogyakarta dan Jawa  
Tengah
- h. Alamat : Alamat: E-mail: hersapandi.17@gmail.com
- i. Telpon/Faks : (0274) 379935/(0274) 371233
- j. Alamat Rumah : Jl. Pangeran Wirosobo (Timur SD. Wirosaban)  
Sorosutan, Umbulharjo Yogyakarta
- k. Telpon/Faks/E-mail No, Tlp/HP/Faks: 081392464222

3. Jangka Waktu Penelitian : 2 tahun (seluruhnya)

Usulkan ini adalah usulan tahun ke- II

### 4. Pembiayaan

- a. Jumlah yang diajukan ke/telah dibiayai\*) Dikti tahun ke-1: Rp  
99.310.000,00 disetujui Rp 57.500.000,-
  - b. Jumlah yang diajukan ke Dikti tahun ke-2: Rp 60.000.000,-
  - c. Jumlah yang diajukan ke Departemen Pariwisata dan Ekonomi  
Kreatif Rp 40.000.000,-
- Jumlah b + c = Rp 100.000.000,- (Seratus juta rupiah)

Yogyakarta, 15 November 2012

Mengetahui,  
Ketua Lembaga Penelitian  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Ketua Peneliti,

Dr. Sunarto, M.Hum.  
NIP. NIP. 19570709 198505 1 004

Dr. Hersapandi, SST., MS.  
NIP. 19560417 198203 1 003

Menyetujui,  
Rektor  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Prof. Dr. A.M. Hermien Kusmayati, SST, SU  
NIP. 19520219 197403 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**  
**LEMBAGA PENELITIAN**

Jalan Parangtritis Km 6,5 Kota Pos 1210 Yogyakarta 55001  
Telp. (0274) 379935, 379133, Fax. (0274) 371233

---

**SALINAN BERITA ACARA**  
**MONEY PENELITIAN TAHUN 2012**  
**LEMBAGA PENELITIAN ISI YOGYAKARTA**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

N a m a : Dr. Hersapandi,SST.,MS.  
Jenis Penelitian : Unggulan Perguruan Tinggi (Desentralisasi)  
Judul : KEHIDUPAN SENI PERTUNJUKAN WISATA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI KREATIF  
BERBASIS PADA SENDRATARI RARA  
JONGGRANG DI OBJEK TAMAN WISATA  
CANDI PRAMBANAN (TAHUN 1)

Telah menghadiri dan melaksanakan money penelitian tahun 2012 pada:

Hari/Tanggal : Sabtu, 13 Oktober 2012  
Tempat : Rektorat ISI Yogyakarta  
Reviewer : Prof. Dr. Endang Caturwati (DP2M Ditjen Dikti  
Kemdikbud).

Demikian Salina Berita Acara ini dibuat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 13 Oktober 2012

Mengetahui,  
Ketua Lembaga Penelitian

Peneliti,

DR. Sunarto,M.Hum.  
NIP. 19570709 1985093 1 004

Dr. Hersapandi,SST.,MS.  
NIP. 19560417 198203 1 003

## PRAKATA

Atraksi wisata yang berupa sendratari Rara Jonggrang adalah alternatif pertunjukan siang hari di kompleks Taman Wisata Candi Prambanan. Atraksi wisata siang hari ini diharapkan mampu mengakomodasikan kebutuhan wisatawan di Daerah Tujuan Wisata candi Prambanan, terutama terkait dengan konsep kunjungan *two in one* yaitu satu paket kunjungan wisata dari objek peninggalan candi Prambanan ke pertunjukan sendratari Rara Jonggrang yang menceritakan legenda terjadinya candi Prambanan. Konsep satu paket kunjungan ditujukan agar wisatawan mendapatkan pengalaman secara utuh.

Peluang bisnis seni pertunjukan wisata siang hari dilatarbelakangi oleh kelangkaan atau terbatasnya menu pertunjukan siang hari di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini didasarkan pada alasan potensi jumlah angka kunjungan wisata ke candi Prambanan rata-rata per-hari pada tahun 1998 sebesar 3.157 orang (Hersapandi, 2000, pp.110-115), tahun 2009 rata-rata per-hari sebesar 2.984 orang (Data PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko tahun 2009), tahun 2010 rata-rata per-hari sebesar 2.994 orang/hari, dan tahun 2011 rata-rata per-hari sebesar rata 2.992 orang/hari. Menurut hukum Pareto, bahwa 20 % dari jumlah rata-rata pengunjung per-hari cenderung tertarik untuk melihat dari dekat atraksi wisata yang sedang dikunjungi Oleh karena itu, ide pembuatan atraksi wisata sendratari Rara Jonggrang dipandang penting dan strategis dalam rangka memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata candi Prambanan.

Di era global dan era ekonomi kreatif kita dihadapkan pada sikap kompromi untuk mengelaborasi konsep internasionalisasi dan tradisionalisasi secara seimbang. Hal ini tidak dapat dipisahkan dengan industrialisasi, teknologi, dan urbanisasi. Oleh karena itu spirit globalisasi yang mengutamakan konsep, kompetitif, dan *networking* perlu ditindaklanjuti agenda aksi, terutama ketika negara kita cadangan minyak bumi dan gas terus berkurang, bahkan dimungkinkan akan habis. Persaingan jasa hiburan di era global adalah suatu tantangan yang harus dijawab dengan bersikap kreatif dan inovatif dengan membangun opini publik agar tontonan ini tetap diminati dan layak dijual.

Ekspresi tradisi harus mampu menjawab dominasi kuasa pasar bebas yang terkadang tidak akomodatif terhadap nilai-nilai tradisional dan subsidi pemerintah. Keunggulan seni tradisi diharapkan mampu menjawab permasalahan ekonomi bangsa, sehingga potensi seni budaya lokal bukan menjadi beban pemerintah yang harus disubsidi setiap tahun, tetapi justru menjadi sumber penerimaan negara atau pendapatan asli daerah. Di samping itu, atraksi wisata seni pertunjukan dapat dijadikan produk unggulan dengan melibatkan banyak pihak yang memperoleh keuntungan, baik secara ekonomis maupun secara budaya sebagai bentuk pelestarian.

Yogyakarta, 10 November 2012

Tim Peneliti

## DAFTAR ISI

halaman	
Lembar Identitas Dan Pengesahan .....	ii
Berita Acara Monev .....	iii
Prakata .....	iv
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar .....	vi
Abstrak .....	vii
I. Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Khusus.....	4
D. Urgensi Penelitian/Penciptaan .....	5
E. Studi Pustaka dan Roadmap .....	7
1. Studi Pustaka .....	7
2. Roadmap .....	10
F. Metode Penelitian/Perancangan .....	14
II. Hasil Penelityian/Penciptaan Dan Pembahasan .....	16
A. Manajemen Artistik .....	17
1. Metode Penciptaan .....	19
a. Ekplorasi .....	19
b. Improvisasi dan Eksperimen .....	19
d. Komposisi .....	20
e. Evaluasi .....	21
2. Proses Pencitaan .....	22
a. Penetapan Tema, Ide, dan Judul Karya .....	22
(1). Tema .....	22



(2). Ide .....	22
(3). Judul .....	23
b. Pemikiran, Imajinasi, dan Kreativitas Penciptaan .....	23
(1). Tokoh .....	24
(2). Gerak Tari .....	26
(3). Dialog .....	31
(4). Penari .....	34
(5). Tata Rias dan Busana .....	37
(6). Tata Teknik Pentas .....	41
(7). Tata Cahaya dan Tata Suara .....	42
B. Manajemen Pemasaran .....	44
III. PENUTUP .....	73
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	75
Daftar Pustaka .....	77
Lampiran-Lampiran:	
A. Foto Pentas .....	78
B. Gending Iringan .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1. Elemen koreografi sendratari Rara Jonggrang .....	11
2. Diagram Wimsatt .....	11
3. Lima ciri utama seni pertunjukan wisata menurut Soedarsono .....	11
4. Konsep Kemasan Sendratari Rara Jonggrang .....	12
5. Skema sendratari Rara Jonggrang sebagai seni pertunjuka .....l ..	12
6. Skema Analisis SWOT .....	13
7. Skema sistem pemasaran pariwisata .....	14
8. Bagan roadmap konsep seni pertunjukan, analisis SWOT .....	15
9. Tokoh Prabu Boko .....	24
10. Tokoh Rara Jonggrang .....	25
11. Rokoh Bandung Bondowoso .....	25
12. Skema tari tradisi gaya Surakarta dan Yogyakarta .....	27
13. Tipe karakter <i>kalang kinantang</i> .....	28
14. Tipe karakter <i>ngenceng encot</i> atau <i>grudha</i> .....	28
15. Tokoh Bandung yang menggunakan tipe karakter <i>Kambeng</i> .....	29
16. Motif gerak putri terdapat persamaan antara tokoh Rara .....	30
17. Tipe karater tari bapang untuk putra gagah yang sombong .....	30
18. Motif gerak tari jin yang tidak ketat mengacu pada tipe tari pokok .....	30
19. Contoh gerak maknawi sebagai pengganti dialog verbal .....	31
20. Postur penari Prabu Boko (kiri), Rara Jonggrang (tengah), .....	35
21. Penari kelompok putra sebagai prajurit kerajaan Boko .....	36
22. Penari kelompok putra berperan sebagai rakyat kerajaan Pengging ...	36
23. Penari kelompok putra berperan sebagai bala tentara jin .....	36
24. Penari kelompok putri yang berperan sebagai putri taman .....	37
25. Penari kelompok putri berperan sebagai perempuan desa .....	37
26. Tata Rias-busna Prabu Boko .....	38
27. Tata rias-busana Rara Jonggrang .....	39
28. Tata rias -busana Bandung .....	39
29. Tata rias-busana prajurit .....	40
30. Tata rias-busana putri taman .....	40
31. Tata rias-busana jin .....	41
32. Tata teknik pentas yang berupa arena .....	42
33. Tata letak lampu di teater tertutup ”Tri Murti” .....	43
34. Skema pola pikir pemasaran baru .....	46
35. Skema 4P dalam Bauran Pemasaran .....	51
36. Skema 4Ps dan 4Cs .....	52
37. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran .....	53
38. Sistem Informasi Pemasaran .....	55
39. Contoh tiket masuk sendratari Rara Jonggrang .....	57
40. Contoh berbagai versi atraksi wisata hula di Hawaii .....	60



41. Sendratari Rara Jonggrang di Panggung Tertutup Tri Murti .....	61
42. Spanduk yang dipasang di depan kantor Dinas Pariwisata .....	66
43. Spanduk dipasang di depan teater Tri Murti Kompleks .....	67
44. . Spanduk di area masuk taman candi Prambanan .....	67
45. Spanduk di letakkan di pagar Taman candi Prambanan .....	67
46. Baliho di depan Panggung Terbuka Ramayana Prambanan .....	68
47. Brosur sendratari Rara Jonggrang .....	68
48. Peneliti didampingi Kepala Dinas Pariwisata Propinsi D.I.Y ....	69
49. Adegan Introduksi sendratari Rara Jonggrang .....	78
50. Adegan di kerajaan Boko .....	79
51. Adegan di kerajaan Pengging .....	80
52. Adegan Rara Jonggrang sedang bercengkeraman dengan .....	81
53. Adegan pembuatan seribu candi .....	82

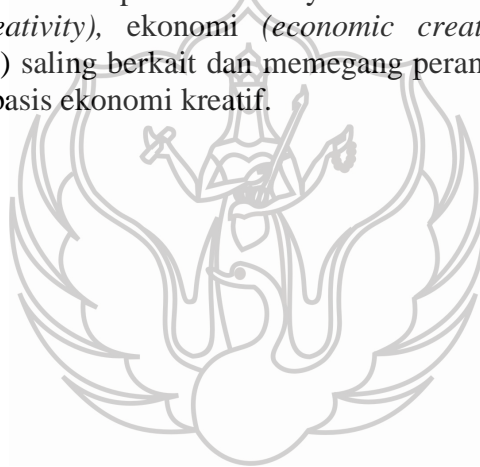






## ABSTRAK

Konsep satu paket kunjungan ke obyek wisata candi Prambanan dan atraksi sendratari Rara Jonggrang dipandang penting untuk dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif. Garapan sendratari Rara Jonggrang sebagai sebuah seni kemasan (*kitsch*) tentu menarik dengan mempertimbangkan sebuah sajian yang apik, inovatif, gemerlapan dan spektakuler. Di samping itu, kemasan yang dikembangkan tentu perlu mempertimbangkan ciri-siri seni wisata, yaitu singkat, padat, tiruan dari aslinya, meninggalkan nilai simbolis dan ritual, serta murah harganya menurut kocek wisatawan. Pengembangan konsep *new public service* yaitu negara (*govermen*), *market* (pasar) dan masyarakat (*citizen*) merupakan strategi pengelolaan sendratari Rara Jonggrang ke depan. Rumus  $A+B+T=CC$  atau  $Art+Business+Technology = (Creative+Connected)$  dengan mempertimbangkan kelompok kreatif yakni SDM di bidang teknologi (*technological creativity*), ekonomi (*economic creativity*), dan seni budaya (*cultural creativity*) saling berkait dan memegang peran kunci dalam perwujudan perekonomian berbasis ekonomi kreatif.



Kata kunci: Seni kemasan, atraksi budaya, manajemen, ekonomi kreatif





## **BAB I.**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Atraksi wisata budaya siang hari yang berupa sendratari Rara Jonggrang dimaksudkan untuk memberi alternatif menu acara wisatawan yang berkunjung ke candi Prambanan. Hal ini didasarkan pada alasan potensi jumlah angka kunjungan wisata ke candi Prambanan rata-rata per-hari pada tahun 1998 sebesar 3.157 orang (Hersapandi, 2000, pp.110-115), tahun 2009 rata-rata per-hari sebesar 2.984 orang (Data PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko tahun 2009), tahun 2010 rata-rata per-hari sebesar 2.994 orang/hari, dan tahun 2011 rata-rata per-hari sebesar rata 2.992 orang/hari. Menurut hukum Pareto, bahwa 20 % dari jumlah rata-rata perhari merupakan potensi pengunjung yang cenderung berminat melihat sesuatu yang unik yang tidak terdapat di daerahnya. Artinya jika rata-rata perhari untuk tahun 2010 sebesar 2.994 orang : 5 = 599 orang, maka jumlah ini menjadi potensi finansial jika harga tiket per-orang rata-rata Rp 100.000,- = Rp 59.900.000,- , pada hal jumlah tempat duduk yang tersedia hanya 340 tempat duduk, artinya potensi penjualan tiket yang laku = Rp 34.000.000,-. Jika pertunjukan berjalan 2 kali dalam sehari, maka tinggal dikalikan dua yaitu menjadi sebesar Rp 64.000.000,-. Logika manajemen ini tentu memerlukan suatu rencana setrategis yang mampu memberikan jalan keluar terbaik bagi pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada kearifan lokal.

Menurut J. David Hunger dan Thomas L. Wheleen (1996), bahwa model manajemen strategis dan analisis faktor strategis, terutama analisis SWOT (TOWS) yang menghubungkan faktor-faktor internal dan eksternal, sehingga dapat membantu mendapatkan alternatif-alternatif yang mungkin dapat dikembangkan. Faktor internal dan eksternal dalam kehidupan seni pertunjukan wisata tentu menyangkut berbagai kepentingan yang bersifat dialektis. Pola pengembangan manajemen strategis jasa hiburan atraksi seni pertunjukan wisata tentu memiliki karakteristik, terutama dalam memandang seniman sebagai individu selaku agen dalam struktur sosial. Pengalaman selama ini menunjukkan bahwa seniman tradisi masih dipandang kurang proposional, terutama hak dalam

kontrak sosial atau honor yang diterima relatif rendah, sementara kewajibannya dilaksanakan dengan penuh dedikasi meskipun terkadang kurang disiplin.

Produksi acara reguler yang disajikan secara rutin untuk paket atraksi wisata di gedung teater tertutup Tri Murti sebagai satu kesatuan paket kunjungan di obyek wisata candi Prambanan, yaitu pentas siang hari dari pukul 10.30-11.30 WIB dan jika memungkinkan nantinya akan dikembangkan menjadi pentas dua kali yaitu untuk pentas sebelum makan siang dan pentas sesudah makan siang. Oleh karena itu peluang industri kreatif ini dapat melibatkan lebih banyak grup, sehingga memberikan peluang pekerjaan bagi seniman-seniman dan pekerja-pekerja seni untuk ikut berpartisipasi di sector industri pariwisata.

Industri kreatif yang berupa sendratari Rara Jonggrang yang dipertunjukan pada siang hari, merupakan alternatif atraksi seni pertunjukan wisata yang memiliki potensi ekonomi tinggi sebab tema yang disajikan terkait erat dengan legenda candi Prambanan. Tema pertunjukan ini diyakini memiliki daya tarik minat penonton, sebab kecenderungan rasa ingin tahu mendorongnya untuk melihat langsung pertunjukan itu. Dengan demikian usulan program ini memiliki potensi ekonomi yang perlu dikembangkan, sehingga mobilitas manusia dan uang menjadi bermakna dalam meningkatkan pemasukan devisa negara dan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan data Departemen Perdagangan, bahwa subsektor yang menyumbangkan produk domestik bruto (PDB) subsektor kerajinan (28 persen) adalah barang seni (0,6 persen); permainan interaktif (0,3 persen); film, video, dan fototafi (03 persen), dan seni pertunjukan (0,1 persen) (Kompas, 24 Desember 2008). Oleh karena itu, optimalisasi subsektor seni pertunjukan, video (VCD/DVD) dan fotografi dari atraksi wisata budaya yang berupa sendratari Rara Jonggrang kiranya perlu dikembangkan sebagai produk ekonomi kreatif, sehingga potensi angka kunjungan wisatawan ke candi Prambanan diberdayakan sebagai alternatif pemasukan devisa negara. Kekuatan dan kesempatan peluang ekonomi kreatif ini tentu perlu dikembangkan dengan memperkecil tantangan dan kelemahan yang ada sebagai bentuk pengembangan manajemen yang berbasis



keaktivitas dan inovasi untuk menciptakan kesejahteraan ekonomi masyarakat pendukungnya.

Fenomena belum berhasilnya pertunjukan sendratari Rara Jonggrang pada tanggal 15, 16, dan 17 Juli 2012 yang ditandai rendahnya jumlah penonton tampaknya menunjukkan adanya kelemahan sistem pemasaran, baik terkait dengan travelbiro sebagai regulator pariwisata maupun dengan dunia maya sebagai media komunikasi dalam jangkauan yang luas. Hal ini tentu tidak dapat dipisahkan dengan keterlambatan pencairan dana pada bulan Juni 2012, sehingga berdampak pada semua kegiatan proses kreatif dan produktif, terutama aspek pemasaran. Akibatnya, pihak PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko selaku pengelola tidak dapat berbuat secara optimal untuk memfasilitasi kegiatan produksi. Oleh karena itu, ke depan diharapkan semua kelemahan itu dapat diantisipasi dengan membangun jaringan kerja profesional dan menyamakan persepsi dengan mitra kerja dalam meningkatkan kinerja berkesenian.

Belum optimalnya jumlah wisatawan yang menonton sendratari Rara Jonggrang dapat dipahami sebab sosialisasi atraksi pertunjukan wisata memerlukan waktu yang cukup panjang untuk membangun komunikasi dengan para calon penonton pada tingkat lokal dan nasional serta di wisatawan mancanegara yang setiap tahun melakukan perjalanan wisata. Keberhasilan sendratari Ramayana Prambanan yang dibangun sejak tahun 1961 tampaknya memerlukan waktu cukup panjang yang didukung oleh semua pihak, baik pemerintah daerah yang terkait dengan dinas terkait dan Yayasan Rara Jonggrang selaku pengelola serta travelbiro maupun pemerintah pusat yang secara sungguh-sungguh membangun komunikasi dengan dunia internasional. Oleh karena itu, ke depan pada pelaksanaan penelitian tahun ke II dipandang penting kegiatan difokuskan pada peningkatan kualitas penyajian sendratari Rara Jonggrang dan usaha pengembangan sistem pemasaran untuk membangun opini publik secara lokal, nasional dan internasional.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah pertanyaan penelitian dapat dipetakan sebagai berikut:

1. Bagaimana format kemasan sendratari Rara Jonggrang sebagai sebuah seni pertunjukan wisata alternatif yang potensial?
2. Bagaimana bentuk manajemen sendratari Rara Jonggrang sebagai bentuk pertunjukan siang hari?
3. Apa peran seni pertunjukan di sektor pariwisata dalam mengembangkan ekonomi rakyat dengan membuka lapangan kerja baru di bidang hiburan seni pertunjukan tari?
4. Mengapa pengembangan budaya kewirausahaan di kalangan perguruan tinggi dipandang penting untuk mengembangkan ekonomi kreatif?

## **C. Tujuan Khusus**

Tujuan khusus program ini adalah menjadikan perguruan tinggi seni sebagai pusat keunggulan seni, terutama secara proaktif menjadi dinamisor dan inovator industri kreatif sebagai kekuatan baru pemasukan devisa negara di luar minyak bumi dan gas. Kesempatan dan kekuatan yang dimiliki perguruan tinggi seni sudah barang tentu akan berdampak pada produktivitas industri kreatif, terutama produk-produk karya seni yang berkualitas yang memiliki keunggulan kompetitif dalam dinamika perdagangan bebas di era globalisasi. Adapun tujuan khusus kegiatan program ini antara lain:

1. Mendeskripsikan format kemasan sendratari Rara Jonggrang sebagai sebuah seni pertunjukan wisata alternatif yang potensial.
2. Mendeskripsikan bentuk manajemen sendratari Rara Jonggrang sebagai bentuk pertunjukan siang hari.
3. Mendeskripsikan peran seni pertunjukan di sektor pariwisata dalam mengembangkan ekonomi rakyat dengan membuka lapangan kerja baru di bidang hiburan seni pertunjukan tari.

4. Mendeskripsikan pengembangan budaya kewirausahaan di kalangan perguruan tinggi untuk secara aktif mengembangkan ekonomi kreatif.

Bisnis produk ekonomi kreatif berupa sendratari Rara Jonggrang kiranya akan melengkapi keindahan candi Prambanan, sehingga keberadaannya memiliki nilai tambah sebagai asset budaya yang perlu dikembangkan dalam upaya memperkaya pengalaman estetis bagi kehidupan manusia. Oleh karena itu, konsep pengembangan industri pariwisata terpadu di kawasan budaya candi Prambanan antara obyek wisata candi dan atraksi seni pertunjukan wisata diharapkan akan meningkatkan nilai bisnis produk dan menambah daya tarik pengunjung, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

#### **D. Urgensi (Keutamaan) Penelitian/Penciptaan**

Di era globalisasi dewasa ini dipandang penting untuk melakukan restorasi sistem manajemen pariwisata di obyek wisata candi Prambanan. Potensi obyek candi Prambanan dan candi-candi di sekitarnya, belum dikembangkan secara optimal dengan memanfaatkan potensi SDM dan kekayaan seni budaya lokal, sehingga paradigma baru candi Prambanan menjadi alternatif daerah tujuan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjunginya. Ketersediaan gedung teater tertutup Tri Murti di komplek PT. Taman Wisata candi Prambanan adalah modal utama untuk kegiatan program ini dengan fasilitas gedung pertunjukan yang representatif dan memiliki kelayakan teknis untuk sebuah pertunjukan regular sendratari Rara Jonggrang pada siang hari. Selama ini gedung teater tertutup Tri Murti hanya digunakan untuk pertunjukan sendratari Ramayana pada setiap hari Selasa, Rabu dan Kamis malam. Sementara pada siang hari tempat ini tidak dimanfaatkan untuk atraksi seni pertunjukan wisata siang hari sebagai daya tarik wisatawan yang berkunjung ke candi Prambanan. Signifikansi jumlah angka kunjungan wisatawan sebesar 3.157 orang/per-hari sebelum tragedi bom Bali tahun 2002 atau 2984 orang/per-hari tahun 2009, merupakan potensi peluang bisnis yang memiliki keunggulan kompetitif yang berbasis pada kearifan local. Atraksi seni pertunjukan wisata ini selaras dengan keindahan candi Prambanan

sebagai bagian dari sistem manajemen pariwisata yang potensial di kompleks candi Prambanan.

Kesesuaian dan keselarasan ipteks/kegiatan dengan kebutuhan pengembangan industri kreatif yaitu berupa kemas koreografi sendratari Rara Jonggrang yang sangat relevan dengan strategis peningkatan pemasukan devisa negara di luar minyak bumi dan gas. Rekayasa koreografi sendratari Rara Jonggrang menjadi bermakna ekonomi ketika karya seni itu dipertunjukkan sebagai atraksi wisata budaya dalam kaitannya dengan tingkat angka kunjungan wisatawan ke candi Prambanan. Pemanfaatan teknologi dokumentasi dapat dikembangkan untuk kebutuhan industri audiovisual berupa VCD/DVD sendratari Rara Jonggrang, sehingga produk ini dapat tersebar sebagai barang souvenir untuk oleh-oleh wisatawan ketika mereka pulang ke negara atau daerah asalnya.

Kelayakan atraksi wisata yang berupa sendratari Rara Jonggrang diyakini akan memberikan kontribusi ekonomi yang cukup potensial. Misalnya, jumlah angka kunjungan 3.157 orang diestimasikan menurut hukum Pareto sebesar 20 persen adalah berminat menonton sendratari yaitu sekitar 620 orang. Harga tiket yang berlaku dewasa ini adalah VIP sebesar Rp 175.000,00 (40 tempat duduk), kelas I sebesar Rp 150.000,00 (2 x 52 tempat duduk), dan kelas II sebesar Rp 75.000,00 (2 x 102 tempat duduk), maka akan diperoleh pemasukan keuangan sebesar Rp 7.000.000,00 (VIP), Rp 15.600.000,00 (kelas I) dan Rp 15.300.000,00 (kelas II). Jadi total pemasukan sebesar Rp 37.300.000,00 sekali pentas, suatu estimasi pemasukan yang cukup besar. Jadi jumlah pemasukan dalam rentang satu bulan adalah  $30 \times \text{Rp } 37.300.000,00 = \text{Rp } 1.119.000.000,00$ . Artinya, bahwa program ini sebagai produk ekonomi kreatif memiliki kelayakan untuk dikembangkan dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia, sehingga akan berdampak positif bagi peningkatan devisa negara. Jika pertunjukan itu diselenggarakan dua kali yakni sebelum makan siang dan sesudah makan siang, maka estimasi pemasukan tiket sebesar  $\text{Rp } 1.119.000.000,00 \times 2 \text{ kali} = \text{Rp } 2.238.000.000,00$ . Di samping itu kelayakan komersial dapat diperoleh dari hasil penjualan VCD/DVD yang diproduksi sebagai benda souvenir seharga Rp 100.000,00/unit, sehingga pendapatan penjualan produk audiovisual ini memiliki

nilai tambah ekonomi. Sebagai komparasi harga sebuah produk DVD teater Kabuki sebesar 3.900 yen atau Rp 390.000,00, sementara harga sebuah produk DVD di Indonesia masih relative murah. Harga ini oleh wisatawan cenderung dipandang murah mengingat memiliki nilai kenangan sebagai souvenir bagi wisatawan.

Suatu perencanaan pelaksanaan kegiatan tampaknya tidak dapat dipisahkan dengan perumusan strategi, yaitu pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan sebuah perusahaan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan (Hunger dan Wheelen, 1996: 12). Perumusan strategi ini dipakai sebagai acuan untuk perencanaan pelaksanaan kegiatan program yang diusulkan, sehingga manajemen strategis ini memberikan pedoman langkah-langkah yang akan dicapai sesuai dengan kepentingan pengembangan obyek atraksi seni pertunjukan wisata di kawasan candi Prambanan.

## **E. Studi Pustaka dan *Roadmap***

### **1. Studi Pustaka**

Studi pustaka dalam penelitian ilmiah sangat diperlukan, baik sebagai sumber acuan pustaka primer maupun sumber acuan pustaka sekunder yang secara langsung atau tidak langsung terkait dengan kajian pokok masalah. Di samping itu, pustaka yang diacu dapat digunakan sebagai landasan teori atau kerangka berfikir yang telah dimodifikasi untuk membantu menganalisis permasalahan penelitian. Hal ini juga terkait dengan orisinalitas dan bukan merupakan suatu duplikasi, sehingga nantinya memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni. Beberapa pustaka yang diacu antara lain:

Soedarsono dalam tulisan lain yang berjudul “Pengantar Pengetahuan dan Komposisi Tari” dalam *Pengetahuan Elemen Tari dan Beberapa Masalah Tari* (1986), menjelaskan bahwa dalam pengetahuan komposisi tari atau pengetahuan

koreografi pada dasarnya menyangkut gerak tari, desain lantai, desain atas, desain musik, desain dramatik, dinamika, koreografi kelompok, tema, rias dan kostum, properti tari, pementasan atau *staging*, tata lampu dan penyusunan acara. Elemen-elemen koreografi ini jelas akan membantu untuk menyusun koreografi sendratari Rara Jonggrang..

*Seni Pertunjukan Indonesia dan Pariwisata* (tahun 1999) tulisan Soedarsono, secara lengkap dan menyeluruh menjelaskan perkembangan seni pertunjukan yang terkait dengan industri pariwisata di Indonesia dan Hawaii. Khusus di Prambanan dijelaskan tentang perkembangan sendratari Ramayana yang dipentas sejak tahun 1961 dan populer sebagai kalender peristiwa budaya di Yogyakarta. Penawaran konsep ciri-ciri seni wisata: singkat/padat, tiruan dari aslinya, penuh variasi, meninggalkan nilai simbolis dan sakral, serta murah harganya menurut kocek wisatawan, merupakan acuan teoritis yang perlu diimplementasikan dalam format garapan sendratari Rara Jonggrang yang akan ditawarkan sebagai alternative atraksi seni pertunjukan wisata di daerah tujuan wisata candi Prambanan.

Keberhasilan sebuah seni pertunjukan sangat tergantung adanya dukungan pemerintah dan masyarakat pendukungnya. Hal ini seperti dikemukakan oleh Soedarsono dalam tulisannya yang berjudul *Seni Pertunjukan Dari Perspektif Politik, Sosial dan Ekonomi* (2003), bahwa kehidupan seni pertunjukan yang tidak dapat dipisahkan dengan kontribusi dukungan politik, sosial, dan ekonomi. Kekuatan politik sangat mempengaruhi kehidupan seni pertunjukan dan para senimannya, sehingga tidak mengherankan gaya seni pun sangat ditentukan oleh kebijakan politik. Kebijakan politik dan kondisi yang kondusif diharapkan mendukung upaya peningkatan kualitas kehidupan berkesenian dan kesejahteraan seniman pelaku industri kreatif. Di samping itu gejala perkembangan seni pertunjukan komersial dijelaskan oleh Umar Kayam dalam bukunya yang berjudul “Ngesti Pandawa: Suatu Persoalan Kitsch di Negara Berkembang”, dalam *Seni Dalam Masyarakat Indonesia* editor Edi Sedyawati dan Sapardi Djoko Damono (1983). Dikemukakan, bahwa sebuah seni *kitsch* harus digarap secara baik, inovatif, glamour, dan spektakuler (1983: 131). Konsep seni kitsch ini

merupakan suatu bentuk kemasan seni yang secara khusus ditujukan untuk memberikan hiburan kepada masyarakat ketika mereka mencari gaya hidup untuk menjaga keseimbangan kesibukan antara kerja dan hiburan dengan mengeluarkan kelebihan keuangannya.

Fenomena seni pertunjukan sudah barang tentu tidak dapat dipisahkan dengan dukungan komunitas seniman yang menjadi kreator dan dinamisator karya seni yang ditampilkan. Seperti dikemukakan oleh Hersapandi dan Bagawan Ciptoning dalam bukunya yang berjudul *Prambanan Menggugat: Kegelisahan Komunitas Seniman Prambanan* (tahun 1999), bahwa dinamika sendratari Ramayanan Prambanan sangat terkait dengan dinamika dukungan komunitas seniman Prambanan. Keberadaan mereka merupakan faktor strategis dalam menjaga kesinambungan sendratari Ramayanan, sehingga ketika terjadi konflik kepentingan dimungkinkan akan terjadi friksi-friksi yang memerlukan solusinya. Oleh karena itu perlu dilakukan reposisi peran mereka sebagai bagian penting dalam menjaga spirit berkesenian. Potensi jumlah angka kunjungan wisatawan ke obyek wisata candi Prambanan yang rata-rata per hari sekitar 3.157 orang (tahun 1998) atau 2.984 orang (tahun 2009) menunjukkan bahwa daerah tujuan wisata candi Prambanan memiliki potensi yang strategis. Di samping itu potensi komunitas seniman Prambanan ini memiliki arti strategis bagi pengembangan industri kreatif, yakni sebagai pendukung utama sendratari Ramayana sejak tahun 1961-sekarang, kemudian nantinya menjadi mitra kerja dalam mengembangkan sendratari Rara Jonggrang. Konflik kepentingan antara Yayasan Rara Jonggrang sebagai pemegang otoritas pentas sendratari Ramayana sejak tahun 1961 dengan PT. Taman Wisata Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko, merupakan permasalahan hak otoritas pengelolaan pentas regular sendratari Ramayana Prambanan. Akibatnya keuntungan pertunjukan beralih ke tangan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko, sementara Yayasan Rara Jonggrang hanya sebagai pengisi pentas regular dengan status dikontrak bukan pengelola utama. Gaya seni yang lahir merupakan ekspresi individual dan kolektif sesuai dengan selera dan kebutuhan masyarakat pendukungnya.

*Manajemen Strategis* (1996) tulisan J. David Hunger dan Thomas L. Wheleen, menjelaskan model manajemen strategis dan analisis faktor strategis, terutama analisis SWOT (TOWS) yang menghubungkan faktor-faktor eksternal dan internal, sehingga dapat membantu mendapatkan alternatif-alternatif yang mungkin dikembangkan. Pola pengembangan manajemen strategis ini dapat diaplikasikan untuk mengembangkan sebuah alternatif jasa hiburan atraksi seni pertunjukan wisata. Buku yang terkait dengan *ekonomi pariwisata* karangan Donald E. Lundberg, Mink H. Stavenga, dan M. Krishnamoordthy, ketiga penulis menjalakan semua prinsip serta konsep ekonomi yang terkait dengan pariwisata, mendefinisikan peristilahan pokok dan memaparkan model-model analisis serta teknik-teknik *forecasting* yang bermanfaat, terutama menggunakan analisis SWOT untuk menempatkan keunggulan strategis dalam industri pariwisata.

Elaborasi teori-teori atau landasan berpikir itu tentu menjadi penting dan bermakna ketika digunakan untuk memecahkan masalah atau memberikan kontribusi bagi pemecahan masalah, sehingga menghasilkan suatu solusi yang diperlukan secara tepat dan bernilai guna bagi tindak lanjut pelaksanaan program terlebih penciptaan karya seni ini terkait dengan aktivitas industri pariwisata.

## **2. Roadmap Penelitian/Perancangan**

Roadmap penelitian/perancangan karya seni adalah berupa elaborasi landasan teoritis atau landasan berpikir dari hasil penelitian terdahulu, sehingga dengan mengacu pada roadmap ini diharapkan akan menghasilkan suatu landasan teori atau landasan berpikir terbaru untuk memecahkan rumusan masalah dari isu strategis dan topik penelitian.

Sebagai seni pertunjukan, sendartari Rara Jonggrang adalah sebuah koreografi atau komposisi tari yang didasarkan pada pengetahuan koreografi, yang disusun berdasarkan konsep seni *kitsch* dalam hubungannya dengan selera dan kebutuhan masyarakat pendukungnya. Hal ini memungkinkan munculnya gaya seni baru yang secara khusus ditujukan untuk memenuhi selera dan kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari gaya hidup modern.

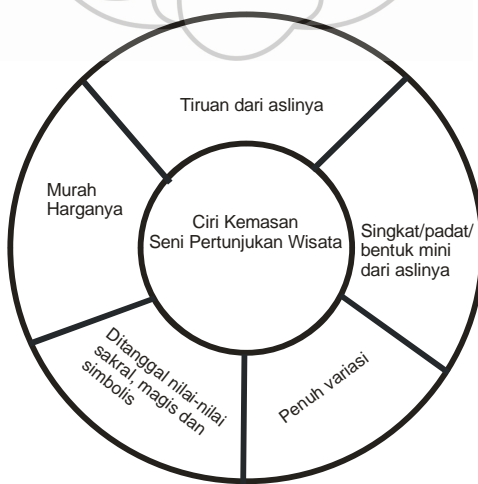




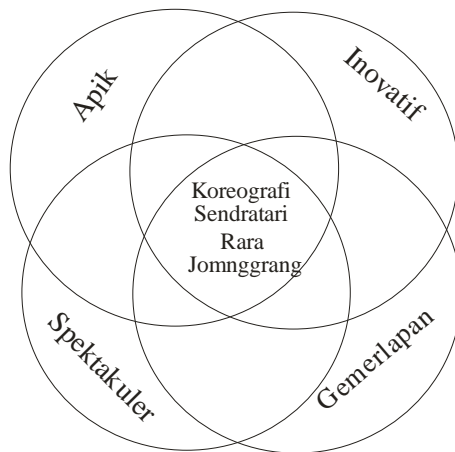
Gambar 1. Elemen koreografi sendratari Rara Jonggrang  
(Adaptasi konsep koreografi Soedarsono, 1986)



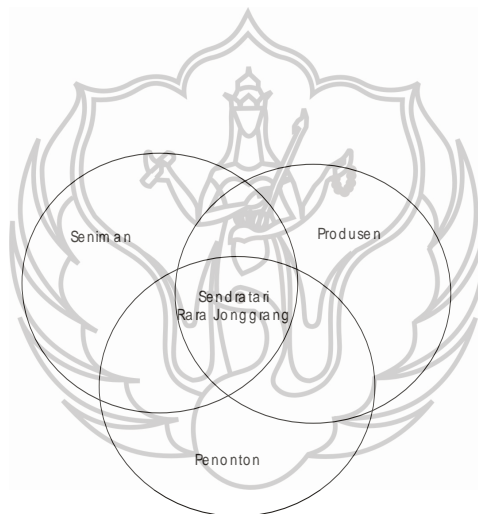
Gambar 2. Diagram Wimsatt



Gambar 3. Lima ciri utama seni pertunjukan wisata menurut Soedarsono



Gambar 4. Konsep Kemasan Sendratari Rara Jonggrang (Adaptasi konsep seni kemasan Umar Kayam)



Gambar 5. Skema sendratari Rara Jonggrang sebagai seni pertunjukan komersial dengan domain seniman, produsen, dan penonton

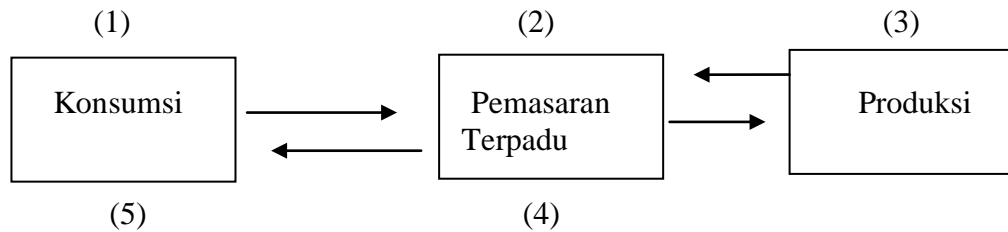
Dalam kehidupan industri pariwisata yang berbasis pada potensi sumber daya manusia dan sumber daya budaya tentu membutuhkan sistem pengelolaan yang profesional dengan mempertimbangkan unsur-unsur kekuatan dan kesempatan serta unsur-unsur kelemahan dan tantangan yang harus diatasi dengan mempertimbangkan analisis SWOT.



Gambar 6. Skema Analisis SWOT  
(Lundberg, Stavenga, dan Krishnamoorthy, 1982: 280)

Berangkat dari landasan teoritis atau landasan pemikiran di atas, maka rencana produksi program ini dikembangkan ke dalam konsep *two in one* jenis usaha jasa hiburan yaitu produksi seni pertunjukan wisata dan produksi souvenir VCD/DVD yang dipadukan dengan keindahan candi Prambanan sebagai bentuk produk obyek wisata terpadu.

Pendekatan klasik tentang pemasaran yakni bagaimana menjual barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan dan karena itu, pemasaran meliputi semua kegiatan yang bertujuan membawa hasil produksi kepada konsumen. Singkatnya, yakni sasaran akhir adalah mencapai keuntungan melalui banyak penjualan. Namun konsep modern bahwa pemasaran harus melalui fungsi terpadu yang menggerakkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan suatu pertumbuhan pasar untuk produk tertentu. Konsep baru itu bahwa pemasaran bergerak dari pemikiran tentang produksi harus mulai dari kebutuhan-kebutuhan pelanggan, seperti terlihat dalam skema di bawah ini:



Gambar 7. Skema sistem pemasaran pariwisata

Pemasaran biasanya ditafsirkan dengan sekelompok aktivitas yang dilakukan untuk:

- Merumuskan pasar;
- Mempelajari dan menganalisis kebutuhan dan selera konsumen;
- Meninjau dan menyesuaikan kembali produksi sebagaimana mestinya;
- Mengembangkan alat/cara untuk mendekatkan kebutuhan konsumen pada produksi dan bahkan menciptakan kebutuhan-kebutuhan itu;
- Memuaskan pada pelanggan melalui penyempurnaan produk (Wahab, 1976:151).

#### F. Metode Penelitian

Hibah penelitian unggulan perguruan tinggi yang berupa penciptaan karya seni ini pada dasarnya bersifat penelitian terapan lebih merupakan suatu penelitian tindakan yang berupa kegiatan penelitian dalam kaitannya dengan proses penciptaan karya seni sendratari Rara Jonggrang untuk kepentingan pengembangan industri kreatif dan pariwisata. Apa yang dirancang harus didasarkan pada hasil temuan di lapangan atau lingkungan kebudayaan, yang nantinya memberi manfaat bagi kehidupan pengembangan industry pariwisata. Penelitian sosiokultural ini diharapkan dapat menemukan hasil pemikiran masa lalu yang berupa ranah kognitif, afektif, dan psikomotorik. Untuk menerapkan perancangan karya seni, maka penelitian ini memerlukan pendekatan estetis dan koreografis yang melihat tari dari aspek gerak, iringan, tata rias dan busana, pola lantai, properti, dan tata teknik pentas.

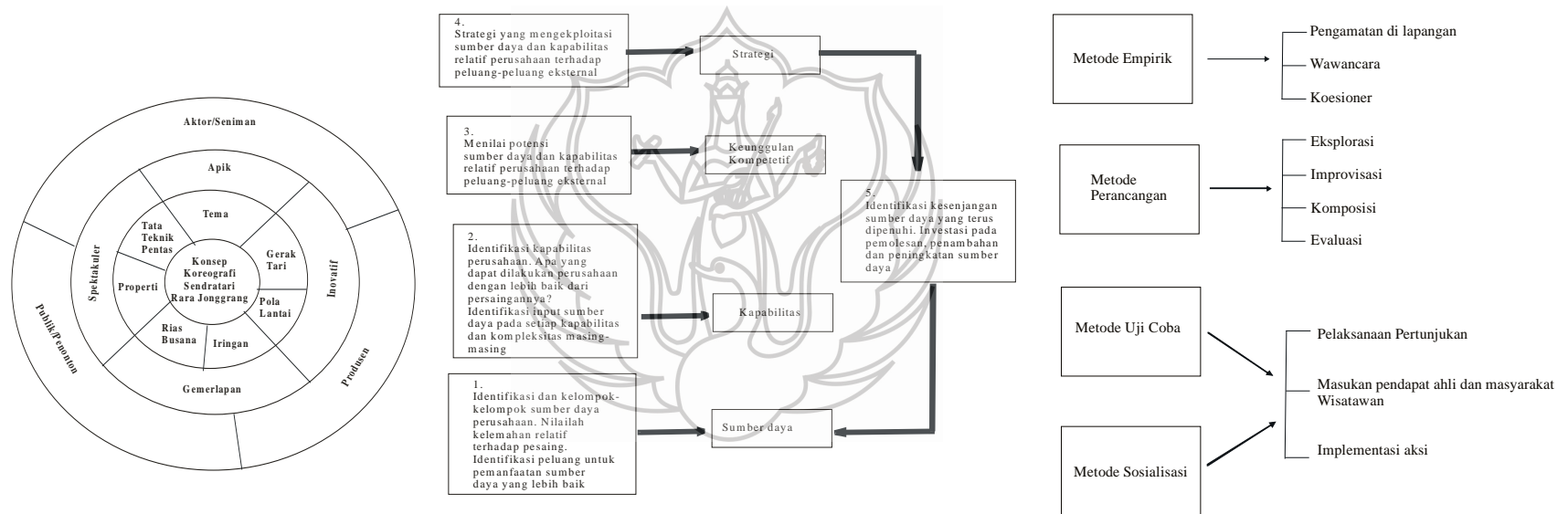
Untuk mendapatkan hasil yang ingin dicapai dalam penelitian, maka disusun strategi dengan menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

- 6.1. Metode Empirik, yaitu suatu metode penelitian yang menitikberatkan pengumpulan data pada pengamatan secara langsung pada kegiatan latihan dan pentas sendratari Rara Jonggrang, jika memungkinkan dapat menjadi *partisipan observer* agar mendapatkan data yang valid. Pengamatan terhadap realitas sosial masyarakat pendukung wayang orang diharapkan dapat membentuk suatu program aksi di lapangan. Teknik wawancara dilakukan untuk mendapatkan data-data primer dari kalangan praktisi wayang orang seperti sutradara, pemain, pekerja panggung dan penonton.
- 6.2. Metode Perancangan, yaitu suatu metode yang sering dipakai dalam membuat karya seni. Metode perancangan ini tentu saja harus menggunakan pendekatan koreografis, melalui tahap kegiatan eksplorasi, improvisasi, organisasi dan evaluasi. Suatu bentuk wayang orang panggung proses kreativitasnya harus didasarkan pada kualitas perilaku para senimannya sesuai dengan kehidupan mereka. Hasilnya adalah suatu *prototype* sendratari Rara Jonggrang yang baik, inovatif, spektakuler, dan gemerlapan. Melalui tahapan proses kreatif ini diharapkan akan dapat merencanakan format kemasan wayang orang panggung sesuai dengan selera dan kebutuhan masyarakat pendukungnya.
- 6.3. Metode Uji Coba, yaitu suatu metode yang digunakan untuk melihat apakah hasil karya perancangan benar-benar memenuhi selera dan kebutuhan masyarakat pendukungnya. Salah satu cara yang efektif ketika diadakan pertunjukan uji coba ialah mengundang para pengamat seni, budayawan, praktisi media massa untuk mendapatkan masukan yang bermanfaat bagi penyempurnaan karya seninya.
- 6.4. Metode Sosialisasi, yaitu suatu kegiatan sosialisasi yang ditujukan untuk mengenalkan hasil karya perancangan kepada kalayak sasaran, terutama wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata candi Prambanan.

**Konsep Seni Kitsch  
penelitian/perancangan**

**manajemen strategis**

**metode**



Gambar 8. Bagan roadmap konsep seni pertunjukan, analisis SWOT dan tahapan penelitian