

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dewasa ini dinamika kehidupan industri pariwisata, tampaknya menempatkan karya seni sebagai peluang emas, manusia masuk pada era peradaban baru, yaitu gelombang ke-4 yang disebut abad *knowledge-based economy* atau ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada kreativitas nilai kreativitas manusia di bidang karya seni *economy* atau ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada kreativitas. Kunci sukses ekonomi kreatif adalah komoditas, *brand* dan diferensiasi. Sendratari Rara Jonggrang sebagai komoditas adalah cap dagang karya seni yang berorientasi pada diferensiasi dari yang bersifat tunggal ke jamak dari pertunjukan tradisi yang bersifat lokal menjadi seni hiburan bagi wisatawan yang berasal dari berbagai suku bangsa, termasuk jawaban kegiatan produktif dalam mengisi tiadanya atraksi budaya siang hari di Yogyakarta.

Manajemen artistik adalah tata kelola yang terkait dengan proses penciptaan seni, sebagai bentuk ekspresi individu dan kolektif dalam pembentukan suatu karya seni. Penciptaan koreografi sebagai produk kreatif dari proses seleksi dan transformasi lewat refleksi pemikiran seniman. Proses penciptaan sendratari Rara Jonggrang yang ditujukan sebagai kemasan seni wisata dibutuhkan dialog dan dialektis untuk menyamakan persepsi dan dibentuk melalui tahapan seperti kegiatan bedah lakon, penuangan cerita kepada pendukung, latihan, gladi kotor, gladi bersih, dan pentas. Persamaan persepsi itu

dapat berproses dari kaidah-kaidah tradisional ke kaidah-kaidah kontemporer tentu dibangun untuk kepentingan wisatawan sebagai pemenuhan gaya hidup modern. Bahkan hadirnya komunitas wisatawan yang memiliki gaya hidup tampaknya berdampak pada lahirnya suatu gaya seni wisata. Seperti dikemukakan oleh Soedarsono, bahwa seni wisata itu memiliki ciri-ciri sebagai berikut, singkat/padat, tiruan dari aslinya, penuh variasi, meninggalkan nilai simbolis dan sakral, serta murah harganya menurut kocek wisatawan.

Manajemen pemasaran yang terkait dengan tindak lanjut agenda atraksi seni pertunjukan wisata seni siang hari sangat tergantung dari spirit komitmen PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko yang bekerja sama dengan Institut Seni Indonesia Yogyakarta tampaknya memerlukan sikap positif dengan mengedepankan peran institusi masing-masing sesuai dengan keahliannya. Kegiatan penelitian yang berlanjut pada tahun 2013 tentu membutuhkan keputusan tegas dan bijak dari pihak PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko, apakah perlu melanjutkan kerja sama pengembangan ekonomi kreatif oleh perguruan tinggi dapat berjalan dengan baik.

Permasalahan pemasaran tampaknya kendala yang dihadapi oleh atraksi seni pertunjukan wisata siang hari di Taman Wisata Candi Prambanan adalah komunikasi antar berbagai pihak, terutama para pihak terkait kesadaran bersama untuk membangun spirit komitmen untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai pemasukan devisa negara di luar minyak bumi dan gas. Era ekonomi kreatif sudah berada dihadapan kita, sekarang peluang usaha kreatif itu sangat tergantung dari kita, apakah secara serius bersedia menangkap dan

mengembangkan peluang bisnis. Potensi angka kunjungan wisata ke objek wisata candi Prambanan rata-rata 3.000 orang /hari merupakan realitas objektif, sehingga potensi ini perlu dijawab lewat produk ekonomi kreatif sendratari Rara Jonggrang. Keberhasilan bisnis ini tentu memerlukan proses pemasaran yang panjang dan terus-menerus, sehingga atraksi seni pertunjukan wisata ini menjadi agenda rutin objek wisata di candi Prambanan yang mendampingi warisan monumen budaya yang berupa bangunan suci abad ke VIII sebagai warisan budaya umat manusia.

B. Saran

1. Departemen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dinas Pariwisata Propinsi D.I.Y. perlu mendukung secara proaktif dengan memberikan fasilitas pemasaran dan dukungan dana, sedang perguruan tinggi seni sebagai kreator dan inovator ekonomi kreatif lewat program penelitian terapan.
2. Kerja sama Institut Seni Indonesia Yogyakarta lewat program penelitian DP2M Dikti. Depdikbud dengan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko dipandang penting untuk membantu memecahkan masalah peluang kerja yang dihadapi masyarakat, sehingga tercipta lapangan kerja baru yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraannya.
3. Ekonomi kreatif merupakan alternatif peluang kerja yang berbasis pada kearifan lokal, sehingga perlu dukungan instansi terkait untuk menciptakan kesadaran baru dalam mencari jalan keluar permasalahan ekonomi bangsa.
4. Membangun jaringan bisnis ekonomi kreatif yang berupa sendratari Rara

Jonggrang sebagai ikon baru atraksi budaya di candi Prambanan.

5. Perlu kerja sama antar departemen terkait sebagai wujud spirit komitmen untuk membangun Indonesia baru yang berbasis pada kearifan lokal dalam kehidupan kearifan global.



DAFTAR PUSTAKA

- Ellfeldt, Lois, *Pedoman Dasar Penata Tari*, terjemahan Sal Murgiyanto, Jakarta, Dewan Kesenian Jakarta, 1977.
- Handoko, T. Hani, 2009, *Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Hawkins, Alma M, 2003, *Seni Menata Lewat Tari*, terjemahan Y. Sumaniyo Hadi, Manthili, Yogyakarta.
- Hersapandi dan Bagawan Ciptoning, 1999, *Prambanan Menggugat: Kegelisahan Komuniats Seniman Prambanan*, Yayasan Untuk Indonesia, Yogyakarta.
- Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen, 1996, *Manajemen Strategis*, terjemahan Julianto Agung, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kayam, Umar, (1983), “Ngesti Pandawa : Suatu Persoalan Kitsch di Negara Berkembang” dalam Edi Seedyawati dan Sapardi Djoko Darmono editor *Seni Dalam Masyarakat Indonesia, Bunga Rampai*, Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta
- Lundberg, Donald E., Mink H. Stavenga, dan M. Krishnamoorthy, 1997, *Ekonomi Pariwisata*, terjemahan Sofyan Jusuf , Gramedia, Jakarta.
- Naisbitt, John dan Patricia Aburdene, 1987, *Megatren 2000: Sepuluh Arah Baru Untuk Tahun 199-an*, terjemahan FX. Budiyanto, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Nugroho, Iwan, 2011, *Rkowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Soedarsono, “Pengantar Pengetahuan dan Komposisi Tari,” dalam *Pengetahuan Elementer Tari dan Beberapa Masalah Tari*, penyunting Fx. Sutopo Cokrohamijoyo dkk, Direktorat Kesenian Proyek Pengembangan Kesenian Jakarta Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- _____, 1999, *Seni Pertunjukan Indonesia dan Pariwisata*, Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, Bandung.
- Wahab, Salah, 1992, *Manajemen Kepariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta.