

**PROGRAM “PEKAN CERIA” SEBAGAI UPAYA  
PEMASARAN WISATA EDUKASI SENI DI KAMPUNG  
DONGENG TANGERANG SELATAN**



**PENGAJIAN SENI**

**Oleh:**

**Hanifah Hanan**

**NIM 1910173026**

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI  
JURUSAN TATA KELOLA SENI  
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA  
2023**

**PROGRAM “PEKAN CERIA” SEBAGAI UPAYA  
PEMASARAN WISATA EDUKASI SENI DI KAMPUNG  
DONGENG TANGERANG SELATAN**



**PENGAJIAN SENI**

**Oleh:**

**Hanifah Hanan**

**NIM 1910173026**

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai

Salah Satu Syarat untuk Menempuh

Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang

Tata Kelola Seni

2023

## PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi Pengkajian Seni berjudul:

**PROGRAM PEKAN CERIA SEBAGAI UPAYA PEMASARAN WISATA  
EDUKASI SENI DI KAMPUNG DONGENG TANGERANG SELATAN**

Diajukan oleh Hanifah Hanan, NIM 1910173026, Program Studi S-1 Tata Kelola Seni, Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan tim penguji Tugas Akhir pada tanggal 20 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota Penguji




Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, S.E., M.Si  
NIP. 19730205 200912 2001

Pembimbing II/Anggota Penguji



Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M  
NIP. 19861005 201504 1001

Cognate/Penguji Ahli




Dr. M. Kholid Acif Rozaq, S.Hut., M.M  
NIP. 19760521 200604 1002

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni  
Program Studi S-1 Tata Kelola Seni  
Ketua/Anggota



Dr. Milke Susanto, S.Sn., M.A  
NIP. 19731022 200312 1001

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Prof. Dr. Drs. Timbul Raharjo, M.Hum  
NIP. 19691108 199303 1001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanifah Hanan

NIM : 1910173026

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 juga menggunakan buku-buku yang berkaitan. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Hormat saya,  
Yogyakarta, 20 Juni 2023



## PERSEMBAHAN



*Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk kedua orang tua dan kakak-kakak saya*

## MOTTO

*“Hidup yang tidak dipertaruhkan, tidak akan pernah dimenangkan”*

Sutan Sjarir



## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang berkat nikmat serta rahmat-Nya penulis dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Program Pekan Ceria sebagai Upaya Pemasaran Wisata Edukasi Seni di Kampung Dongeng Tangerang Selatan” sebagai persyaratan kelulusan kuliah di program studi S-1 Tata Kelola Seni, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penelitian dan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Timbul Raharjo, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta dan Dekan Fakultas Seni Rupa Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Mikke Susanto, S.Sn., M.A, selaku Ketua Prodi Tata Kelola Seni yang saya hormati atas segala pengetahuan yang telah diberikan.
3. Ibu Arinta Agustina, S.Sn., M.A selaku dosen pendamping akademik (DPA) yang sejak awal perkuliahan telah memberikan banyak informasi, arahan hingga dukungan yang sangat membantu saya selama 8 semester perkuliahan berlangsung.
4. Dr. Yohana Ari, S.E., M.Si dan Bapak Trisna Pradita, S.Sos., M.M selaku kedua dosen pembimbing Tugas Akhir saya yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga TA ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Dr. Kholid Arif Rozaq, S.Hut., M.M, selaku dosen penguji ahli yang telah menguji dan memberikan banyak masukan untuk Tugas Akhir saya.
6. Pak Awam Prakoso, Pak Anshori Acep, Kak Metanucci Larasati, dan seluruh pihak Yayasan Kampung Dongeng Tunas Bangsa yang telah mendukung serta membantu penulis dalam penelitian ini.
7. Kedua Orang tua, yang telah terus mendampingi dan memberikan banyak dukungan baik secara moral maupun materiil.

8. Saudara-saudara, kedua kakak saya dan sepupu yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang menunjang kelancaran dalam penyusunan TA ini.
9. Paguyuban Ibu Anak, Fitri, Diyah, dan Aisyah yang telah menemani saya selama 8 semester dengan saling memberikan bantuan dan dukungan.
10. Sakila, sahabat baik sejak SMA yang sampai saat ini masih sangat peduli dan terus memberikan dukungan serta doa baik kepada saya.
11. MTMA, teman-teman baik sejak SMA yang telah memberikan semangat dan nasihat baik sejak lulus SMA sampai saat ini.
12. Teman-teman Antaseni, Tata Kelola Seni angkatan 2019 yang saling mendukung satu sama lain.
13. Diri sendiri, saya yang pantang menyerah dan terus berusaha untuk dapat memberikan yang terbaik kepada orang-orang terdekat khususnya orang tua.

Yogyakarta, Mei 2023

Hanifah Hanan



## ABSTRAK

Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan adalah sebuah wisata edukasi seni yang diinisiasikan oleh pendongeng Indonesia, Mochamad Awam Prakoso pada 18 Mei 2009 di Ciputat, Tangerang Selatan. Satu-satunya wisata edukasi seni di Kota Tangerang Selatan, Kampung Dongeng berupaya melestarikan budaya mendongeng ini dengan bergerak bersama program Pekan Ceria yang menjadi sarana rekreasi bagi anak-anak lingkungan sekitar, sehingga anak-anak dapat bermain dan belajar dengan metode mendengarkan dongeng bersama-sama. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan bagaimana pengelolaan dan upaya pemasaran program Pekan Ceria yang dilakukan oleh Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan. Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan dalam penelitian ini untuk mendukung penggunaan teori manajemen POAC dan strategi pemasaran STP, pengumpulan data melalui studi literatur, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini mendapatkan hasil pada pengelolaan program Pekan Ceria dilakukan empat tahapan, yaitu; (1) perencanaan (*planning*): penentuan konsep, sumber dana, dan SDM; (2) pengorganisasian (*organizing*): pembagian divisi kerja secara bergilir dan sesuai kemampuan; (3) pelaksanaan (*actuating*): pra-acara (rapat), pelaksanaan acara dan pengarahan; dan (4) pengendalian (*controlling*): evaluasi performa penampil. Pemasaran program ini terbagi atas segmen pasar usia TK-SD, kelas menengah ke bawah, dan warga sekitar. Target berupa anak usia SD yang ingin menjadi anggota Pekan Ceria dan melakukan kunjungan, serta Kampung Dongeng memosisikan diri sebagai satu-satunya wisata dengan program seni mendongeng di Tangerang Selatan. Berdasarkan penelitian, dapat terlihat bahwa Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan telah menerapkan empat prinsip manajemen sederhana ke dalam pengelolaan program yang dilakukan dan memanfaatkan strategi STP sebagai penunjang pemasaran program.

Kata kunci: manajemen, strategi pemasaran, wisata edukasi seni

## **ABSTRACT**

*Kampung Dongeng is an art educational tourism initiated by Indonesian storyteller, Mochamad Awam Prakoso on May 18, 2009 at Ciputat, South Tangerang. As the only art educational tourism at South Tangerang City, Kampung Dongeng make an effort to preserve storytelling culture, with the Pekan Ceria program to become a recreation facility for children to play and learn. The purpose of this study is to describe the management and marketing of the Pekan Ceria program that are carried out by Kampung Dongeng. A qualitative method with a case study approach is used in this study to support the use of POAC management theory and STP marketing strategy, collecting data through literature studies, observations, interviews, and documentation. This research found that the management of the Pekan Ceria program was done in four stages; (1) planning: making the concept, sources of funds, and human resources; (2) organizing: division of work according to ability; (3) actuating: meeting, event implementation and briefing; (4) controlling: evaluating the performance of the performers. The marketing of this program is divided into market segments from kindergarten to elementary school, lower middle class, and local residents. The target is elementary school-age children who want to become members of Pekan Ceria and make visits, and Kampung Dongeng positions itself as the only tour with a storytelling program in South Tangerang City. Based on the research, Kampung Dongeng has implemented four basic management principles in the management of the program and utilized the STP strategy as a support for program marketing.*

*Keywords: management, marketing strategy, art educational tourism*

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN .....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PERNYATAAN .....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PERSEMBAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>C. Tujuan</b> .....	<b>8</b>
<b>D. Manfaat</b> .....	<b>8</b>
1. Bagi Mahasiswa .....	8
2. Bagi Lembaga .....	8
3. Bagi Masyarakat .....	8
<b>E. Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>8</b>
<b>F. Metode Penelitian</b> .....	<b>13</b>
1. Metode Pendekatan .....	13
2. Metode Pengumpulan Data .....	14
3. Teknik Analisis Data .....	16
<b>G. Sistematika Penulisan</b> .....	<b>18</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>20</b>
<b>A. Manajemen Acara</b> .....	<b>20</b>
1. Perencanaan ( <i>planning</i> ) .....	20
2. Pengorganisasian ( <i>organizing</i> ) .....	22
3. Pelaksanaan dan Pengarahan ( <i>actuating</i> ) .....	22
4. Pengendalian ( <i>controlling</i> ) .....	23
<b>B. Pemasaran</b> .....	<b>24</b>

1. Konsep Perencanaan Pemasaran .....	25
2. Konsep Strategi Pemasaran .....	27
<b>C. Wisata Edukasi Seni .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III PENYAJIAN DAN PEMBAHASAN DATA .....</b>	<b>32</b>
<b>A. Penyajian Data .....</b>	<b>32</b>
1. Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan .....	32
a. Sejarah.....	32
b. Visi dan Misi.....	33
c. Badan Pengurus Harian.....	33
d. Program Acara .....	34
2. Program Pekan Ceria.....	39
<b>B. Pembahasan Data .....</b>	<b>40</b>
1. Pengelolaan Program Pekan Ceria .....	40
a. Perencanaan ( <i>planning</i> ).....	40
b. Pengorganisasian ( <i>organizing</i> ).....	48
c. Pelaksanaan dan Pengarahan ( <i>actuating</i> ).....	49
d. Pengendalian ( <i>controlling</i> ).....	53
2. Pemasaran Program Pekan Ceria.....	54
a. <i>Segmentation</i> .....	55
b. <i>Targeting</i> .....	57
c. <i>Positioning</i> .....	57
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>63</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>
<b>Halaman Biodata Mahasiswa.....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kampung Dongeng. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 24 Mei 2023 .....	32
Gambar 2 Logo program Pekan Ceria. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 24 Mei 2023 .....	34
Gambar 3 Logo program Jelajah Negeri. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	35
Gambar 4 Logo program Keliling Kampung. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	36
Gambar 5 Logo program Peduli Sesama. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	36
Gambar 6 Logo program Field Trip. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	37
Gambar 7 Logo program Kemah Dongeng. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	38
Gambar 8 Logo Toko Kampung Dongeng atau KaDo Craft. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	38
Gambar 9 Kegiatan outbound anak dan orang tua di Pekan Ceria spesial Hari Dongeng Sedunia. Sumber: Dokumentasi Hanifah Hanan, 19 Maret 2023 .....	43
Gambar 10 Kegiatan pertunjukan bakat oleh anggota Pekan Ceria. Sumber: Dokumentasi Hanifah Hanan, 19 Maret 2023.....	43
Gambar 11 Kegiatan mendengarkan dongeng dari Awam Prakoso. Sumber: Dokumentasi Hanifah Hanan, 19 Maret 2023.....	44
Gambar 12 Kegiatan kreasi prakarya meronce manik-manik. Sumber: Dokumentasi Hanifah Hanan, 19 Maret 2023.....	44
Gambar 13 Poster program Pekan Ceria spesial Hari Dongeng Sedunia. Sumber: Instagram @kado.tangsel, diakses pada 24 Mei 2023 .....	45
Gambar 14 Tangkapan layar unggahan lowongan relawan Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan. Sumber: Instagram @kado.tangsel, diakses pada 24 Mei 2023.....	47

Gambar 15 Poster program Pekan Ceria. Sumber: Instagram @kado.tangsel, diakses pada 23 Mei 2023 .....	50
Gambar 16 Tangkapan layar akun Instagram Kampung Dongeng Indonesia. Sumber: Instagram @kampungdongeng, diakses pada 24 Mei 2023 .....	58
Gambar 17 Tangkapan layar akun Instagram Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan. Sumber: Instagram @kado.tangsel, diakses pada 24 Mei 2023 .....	58
Gambar 18 Tangkapan layar laman situs web Kampung Dongeng. Sumber: <a href="https://kampungdongengindonesia.co.id">https://kampungdongengindonesia.co.id</a> , diakses pada 25 Mei 2023 .....	59
Gambar 19 Tangkapan layar halaman Facebook Kampung Dongeng. Sumber: Facebook Kampung Dongeng, diakses pada 24 Mei 2023 .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar catatan ujian Tugas Akhir penguji ahli, Dr. Kholid Arif R, S.Hut., M.M .....	68
Lampiran 2. Daftar catatan ujian Tugas Akhir Dosen Pembimbing I, Dr. Yohana Ari R, S.E., M.Si .....	69
Lampiran 3 Daftar catatan Ujian Tugas Akhir Dosen Pembimbing II, Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M .....	70
Lampiran 4. Lembar konsultasi dosen pembimbing I, Dr. Yohana Ari Ratnaningtyas, S.E., M.Si .....	71
Lampiran 5. Lembar konsultasi dosen pembimbing II, Trisna Pradita Putra, S.Sos., M.M.....	73
Lampiran 6. Pertanyaan dan Transkrip Wawancara .....	75
Lampiran 7. Peneliti sedang mendokumentasikan lomba peragaan busana di program Pekan Ceria.....	89
Lampiran 8. Peserta lomba peragaan busana Pekan Ceria berfoto bersama setelah pengumuman pemenang.....	89
Lampiran 9. Sambutan pembukaan program Pekan Ceria oleh relawan dan Metanucci Larasati Hubbia (kanan).....	89
Lampiran 10. Peneliti berfoto bersama dengan founder Kampung Dongeng, Moch. Awam Prakoso .....	90
Lampiran 11. Suasana persiapan lomba meronce manik-manik di program Pekan Ceria .....	90
Lampiran 12. Peneliti berfoto bersama pendongeng dan asisten founder, Metanucci Larasati Hubbia .....	91
Lampiran 13. Kegiatan Kampung Dongeng Peduli Sesama di Cianjur pada 4 Desember 2022.....	91
Lampiran 14. Kegiatan KaDo Peduli Sesama di Cianjur pada 4 Desember 2022 .....	92
Lampiran 15. Kegiatan KaDo Peduli Sesama di Cianjur pada 5 Desember 2022 .....	92
Lampiran 16. Poster program Kemah Dongeng ke-29 .....	93

Lampiran 17. Suasana kegiatan Kemah Dongeng ke-29 pada 3-5 Februari 2023 .....	93
Lampiran 18. Suasana kegiatan Kemah Dongeng ke-29 pada 3-5 Februari 2023 .....	94
Lampiran 19. Infografis Tugas Akhir .....	94
Lampiran 20. Foto bersama dosen pembimbing dan dosen penguji ahli (Dr. M. Kholid. A.R).....	95
Lampiran 21. Suasana ketika ujian berlangsung.....	95
Lampiran 22. Poster publikasi Instagram.....	96
Lampiran 23. Foto bersama dosen pembimbing di depan infografis.....	96





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dengan dukungan beberapa fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah, Pasal 1, Ayat (1) Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Sektor pariwisata tentu berisikan berbagai wisata yang dijadikan sebagai tujuan berkunjung untuk masyarakat, setiap lembaga dalam sektor ini memerlukan pengelolaan yang baik untuk dapat memberikan pendapatan yang memenuhi target. Pengelolaan atau manajemen merupakan sebuah komponen penting dari sebuah kegiatan, begitu juga dengan program wisata yang dalam pelaksanaan diperlukan perencanaan dan pengendalian oleh pihak terkait. Hal tersebut karena manajemen adalah aktivitas yang melibatkan kegiatan koordinasi dan pengawasan sehingga dapat diselesaikan dengan efisien serta efektif (Robbins dan Coulter, 2021: 37). Seseorang yang bertanggungjawab dalam aktivitas ini disebut sebagai manajer (Robbins dan Coulter, 2021: 35), aktivitas manajerial sederhana meliputi empat kegiatan utama yang disebut sebagai POAC, di antaranya ialah perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan dan/atau pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) (Wijaya dan Rifa'i, 2016: 26).

Destinasi wisata memerlukan pemasaran yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan program yang dimiliki, dengan begitu masyarakat diajak mengenal tempat wisata melalui program yang ditawarkan. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang memiliki nilai dengan pihak lain (Kotler dan Keller, 2016: 27). Berdasarkan definisi tersebut diketahui bahwa pemasaran adalah proses yang perlu dilalui oleh

sebuah perusahaan untuk dapat mencapai tujuan penjualan mereka, dengan begitu pemasaran diperlukan untuk meningkatkan pemasukan dan mendukung perkembangan perusahaan. Pemasaran menjadi elemen penting yang perlu diperhitungkan oleh sektor bisnis, termasuk di dalamnya ialah industri wisata, hal ini dilakukan agar jumlah peningkatan pengunjung, relawan, dan cabang baru dapat diketahui dan dapat dievaluasi kembali sehingga terjadi peningkatan yang lebih signifikan.

Perkembangan perekonomian negara Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya ialah sektor pariwisata. Pada tahun 2021, sektor pariwisata menyumbang 4.2% dari total PDB (Produk Domestik Bruto) negara Indonesia (Hutauruk, M. diakses dari <https://kontan.co.id>, pada 8 Maret 2023). Meskipun terbilang rendah, namun pendapatan pada sektor pariwisata di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap tahunnya. Berdasarkan data yang dirilis oleh *World Economic Forum* pada bulan Mei tahun 2022, pariwisata Indonesia berhasil menempati peringkat 32 dari 117 negara di seluruh dunia (Sutrisno, E. diakses dari <https://indonesia.go.id>, pada 8 April 2023).

Sebelum pandemi Covid-19 di tahun 2020, sektor pariwisata adalah penyumbang devisa tertinggi di Indonesia dengan capaian sebesar 25,68%. Pencapaian ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pertumbuhan sektor pariwisata tertinggi nomor 1 di Asia Tenggara dilihat dari data oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC) (Humaidy, A. diakses dari <https://kumparan.com>, pada 8 April 2023). Begitu juga berdasarkan data yang didapati dari Badan Pusat Statistik, terdapat 5 besar provinsi di Indonesia yang paling banyak dikunjungi oleh turis di tahun 2021 di antaranya ialah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta, dan Banten (Badan Pusat Statistika, diakses dari <https://www.bps.go.id>, pada 8 April 2023).

Salah satu provinsi yang tertera dalam daftar provinsi yang banyak dikunjungi oleh turis adalah Banten, provinsi Banten terletak di sebelah

barat pulau Jawa menjadi bagian dari provinsi Jawa Barat sebelum akhirnya menjadi wilayah pemekaran dan membentuk provinsi sendiri di tahun 2000. Provinsi Banten terdiri atas 8 kabupaten dan kota, yaitu Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Serang, Kabupaten Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan. Wisata yang terdapat di provinsi Banten tersebar hampir di tiap kabupaten dan kota, salah satunya di Kota Tangerang Selatan.

Tangerang Selatan merupakan sebuah kota yang terbentuk tahun 2008 di Provinsi Banten, Indonesia. Kota yang menghubungkan Provinsi Banten dengan Provinsi Jawa Barat ini berkembang dengan cukup pesat sejak awal pembentukannya. Lokasinya yang cukup dekat dengan Ibukota menjadikan Kota Tangerang Selatan terbilang strategis. Sebagai kota mandiri yang terus berkembang, destinasi wisata yang tersedia juga terus mengalami penambahan dan perkembangan. Pemerintah Kota Tangerang Selatan memprioritaskan sektor pariwisata dalam upaya menyejahterakan masyarakat juga PAD (Pendapatan Asli Daerah), dan mendorong kota ini sebagai pusat bisnis serta menjadi penyumbang PAD tertinggi di Provinsi Banten (Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan, diakses dari <https://dinaspariwisata.tangerangselatankota.go.id>, pada 12 Februari 2022).

Beragam pariwisata di Kota Tangerang Selatan, antara lain adalah pusat perbelanjaan seperti mal dan pasar lokal hingga wisata alam. Tidak hanya terbatas pada itu, Kota Tangerang Selatan juga memiliki wisata edukasi seni yang sering kali menjadi pilihan bagi para lembaga-lembaga pendidikan untuk mengadakan kegiatan. Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, wisata adalah suatu kegiatan perjalanan mengunjungi suatu tempat tertentu untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara oleh individu atau kelompok. Dari definisi tersebut wisata edukasi seni dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan perjalanan ke suatu tempat tertentu oleh individu atau kelompok dengan tujuan pemerolehan

pengetahuan, kemampuan, nilai, kepercayaan dan kebiasaan yang berkaitan dengan ekspresi serta pengaplikasian kreativitas dan imajinasi manusia guna berkarya untuk diapresiasi keindahannya.

Kampung Dongeng menjadi salah satu wisata edukasi seni dari 16 wisata buatan selain pusat perbelanjaan di Kota Tangerang Selatan. Wisata edukasi menyediakan kegiatan-kegiatan yang berbeda satu dengan yang lain, dari beragam kegiatan yang disediakan oleh wisata edukasi seni di Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan salah satunya ialah kegiatan seni pertunjukan. Beberapa kegiatan yang terdapat di wisata edukasi seni Kampung Dongeng adalah pertunjukan dongeng dan pelatihan mendongeng yang diberikan kepada para tenaga pengajar anak-anak dan masyarakat yang ingin belajar mendongeng. Kampung Dongeng berawal dari komunitas yang digagas oleh Awam Prakoso di tahun 2009 untuk membentuk sebuah tim sebagai sarana memperkenalkan dan mewujudkan karakter cerdas dan baik kepada anak-anak melalui dongeng secara luas di seluruh Indonesia, kini Kampung Dongeng telah memiliki 200 cabang di Indonesia (Prakoso. M.A, Wawancara Pribadi, 11 Februari 2022).

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan, Kampung Dongeng tercatat sebagai satu-satunya wisata dongeng di Kota Tangerang Selatan.

No.	Nama Wisata	Alamat
1.	BX Ring Ice Skating	Bintaro Jaya Xchange Mall Lantai UG No. 3A CBD, Jl. Boulevard Bintaro Jaya Sektor VII No. 2, Kel. Pondok Jaya, Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan.
2.	Damai Indah Golf	Jl. Bukit Golf I BSD Sektor VI, Lengkong Karya, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan.
3.	Ekowisata Keranggan	Jl. Lingkar Selatan, Kranggan, Kec. Setu, Kota Tangerang Selatan.

4.	Flavor Bliss Alam Sutera	Jl. Alam Sutera Boulevard, kel. Pakulonan, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan.
5.	Hutan Kehati Jombang	Taman Kota Kehati, Jl. Pertanian, Kel. Jombang, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan.
6.	Jaletreng Riverpark (Taman Kota 2)	Jalan Tekno Widya, Kel. Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan.
7.	Kampung Dongeng Indonesia	Jl. Musyawarah No. 99, RT 04/RW 01, Kel. Sawah Lama, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan.
8.	Kampung Kedelai / Rumah Tempe IPEH	Jl. Wahid, Kampung Pulo, Jl. H. Samid 6 No. 7, RT 04/RW 20. Kedaung, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan.
9.	Kampung Konservasi Rimbun	Jl. H. Jamat No. 11, Kel. Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan.
10.	Kandank Jurank Doank	Kompleks Alvita Blok Q No. 14, Sawah Lama, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan.
11.	Situ Bungur	Jl. Hidup Baru No. 30 RT 09/RW 01, Serua, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan.
12.	Situ Gintung	Jl. Gn. Raya No.71, Kel. Cireundeu, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan.
13.	Situ Parigi	Kel. Parigi, Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan.
14.	Situ Pondok Jagung	Jl. Rawa Kutuk, Kel. Pondok Jagung, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan.
15.	Situ Rompong	Jl. Kestariaan No. 95, RT 05/RW 05, Kel. Cempaka Putih, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan.
16.	Tandon Ciater	Jl. Widya Kencana, Kel. Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan.

*Tabel 1*

*Daftar Wisata Buatan di Kota Tangerang Selatan. Sumber: Dinas Pariwisata Kota Tangerang Selatan*

Kampung Dongeng atau yang kerap disingkat KaDo memiliki pelbagai program, di antaranya ialah Pekan Ceria, Jelajah Negeri, Keliling Kampung,

Peduli Sesama, *Field Trip* di KaDo, dan Kemah Dongeng (Kampung Dongeng Indonesia, diakses dari <https://kampungdongengindonesia.com>, pada 12 Februari 2022). Pada pelaksanaan kegiatannya, Kampung Dongeng tidak hanya menampilkan pertunjukan dongeng tetapi juga pentas seni anak yang terdiri dari menyanyi, menari, dan pertunjukan teater. Program Pekan Ceria yang merupakan program rutin utama menjadi daya tarik yang diunggulkan oleh Kampung Dongeng Tangerang Selatan.

Program Pekan Ceria tersebut masih terus dilaksanakan sampai saat ini, bahkan di masa pandemi Kampung Dongeng Tangerang Selatan menggunakan media baru dalam pelaksanaan kegiatan di sana. Memasuki awal pandemi, Kampung Dongeng sempat mengalami penurunan pengunjung serta tutup sementara selama empat bulan (Prakoso. M.A, Wawancara Pribadi, 11 Februari 2022). Kegiatan yang awalnya diadakan secara tatap muka langsung kemudian dialihkan menjadi kegiatan daring, sehingga banyak penyesuaian yang perlu dilakukan oleh pihak Kampung Dongeng termasuk pembatasan jumlah peserta wisata (Ansori. M.A, Wawancara Pribadi, 11 Februari 2022). Sebagai wisata edukasi anak-anak, Kampung Dongeng Tangerang Selatan melakukan penyesuaian kegiatan dan sosialisasi agar dapat tetap berkegiatan bersama anak-anak di tengah kekhawatiran orang tua di masa pandemi.

Program yang diadakan secara rutin tiap minggunya ini dikatakan efektif untuk mendatangkan pengunjung, terlihat dari keramaian pengunjung pada hari pelaksanaan yang dapat mencapai hingga 60 peserta anak-anak. Wisata Kampung Dongeng Tangerang Selatan berawal dari komunitas sosial dan dikukuhkan menjadi organisasi berbadan yayasana, seluruh staf yang bekerja di Kampung Dongeng berstatus relawan, sehingga tidak terikat secara formal. Sebagai satu-satunya desa wisata di Kota Tangerang Selatan yang menyediakan program seni mendongeng, Kampung Dongeng merupakan sebuah tempat wisata edukasi seni yang

memiliki potensi besar untuk menjadi ikon wisata seni edukasi di Kota Tangerang Selatan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan karena terdapat urgensi meliputi daya tarik wisata yang menjadi pelopor dan satu-satunya wisata seni dongeng di Kota Tangerang Selatan serta keterikatan staf yang berupa relawan untuk melihat proses pengelolaan dan pemasaran yang dilakukan. Selain itu juga melihat bagaimana pandemi memengaruhi sektor pariwisata di Kota Tangerang Selatan selama tahun 2020-2021, di mana sebesar 1-3% tempat wisata di Kota Tangerang Selatan mengalami penurunan pengunjung secara drastis hingga gulung tikar (Nasution, R. diakses dari <https://poskota.co.id> pada 12 Februari 2022). Akan tetapi, Kampung Dongeng tetap bertahan dengan melakukan inovasi terkait program-programnya. Hal itu menjadi pemantik dari penelitian ini untuk dapat mengkaji terkait pemasaran wisata Kampung Dongeng melalui pengelolaan program edukasi Pekan Ceria, sehingga dapat dilakukan evaluasi dan peningkatan kembali terkait metode pengelolaan program yang tepat guna bagi pemasaran sebuah pelopor wisata seni dongeng di Kota Tangerang Selatan.

## **B. Rumusan Masalah**

Kampung Dongeng tercatat sebagai satu-satunya wisata bertema dongeng di Kota Tangerang Selatan dengan program rutin Pekan Ceria yang dimanfaatkan menjadi salah satu alat pemasaran di sana, serta keterikatan staf berupa relawan yang secara sukarela bekerja mengelola Kampung Dongeng Tangerang Selatan dan keberhasilan Kampung Dongeng melewati masa pandemi dengan program-programnya. Berdasarkan hal itu, Kampung Dongeng dan program Pekan Ceria memiliki potensi yang besar untuk menjadi ikon wisata dongeng di Kota Tangerang Selatan.

Menciptakan wisata yang ikonis dan memiliki daya tarik perlu didukung dengan program yang dikelola dan dipasarkan secara tepat, sehingga tujuan tersebut dapat tercapai. Oleh karena itu, pada penelitian ini diajukan

pertanyaan; “*Bagaimana pengelolaan program Pekan Ceria sebagai upaya pemasaran di Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan?*”

### **C. Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan program “Pekan Ceria” di Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan, serta mengetahui pemasaran program tersebut.

### **D. Manfaat**

#### 1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengetahui pemasaran dan manajemen acara yang diterapkan oleh Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan dalam program “Pekan Ceria” sehingga dapat bertahan dan berkembang lebih luas. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian teori pemasaran dengan praktiknya di lapangan dengan melihat penerapannya di wisata edukasi Kampung Dongeng Tangerang Selatan

#### 2. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Kampung Dongeng dalam mengelola program, serta memberikan informasi dan ilmu pengetahuan terkait pengelolaan acara sebagai upaya pemasaran di sebuah tempat wisata edukasi seni yang sekiranya dapat berguna bagi pihak wisata.

#### 3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi terhadap masyarakat dalam ilmu pengelolaan program sebagai upaya pemasaran wisata edukasi, khususnya di Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan yang memiliki kegiatan edukasi anak dengan pertunjukan dongeng dan pagelaran seni lainnya sehingga wisata edukasi ini dapat berkembang dan dikenal lebih luas oleh masyarakat sekitar.

### **E. Tinjauan Pustaka**

Setelah dilakukan telaah terhadap beberapa penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian



yang ini. Jurnal dan skripsi penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan perbandingan dalam penyusunan penelitian, serta untuk mengetahui kesesuaian teori dengan penerapannya di lapangan. Berikut adalah lima penelitian terdahulu yang digunakan sebagai tinjauan pustaka pada penelitian ini:

Dewanti Kartika Sari dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Sanggar Seni Kinanti Sekar di Masa Pandemi Tahun 2020” (Kartika Sari, 2021) menggunakan metode penelitian kualitatif, serta teori 7P yang digunakan dalam menganalisis bauran pemasaran di Sanggar Seni Kinanti Sekar. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa 7P berpengaruh terhadap peningkatan jumlah siswa dalam jangka waktu 1 tahun, lalu dalam pelaksanaan kegiatan Sanggar Seni Kinanti Sekar juga membuka kelas baru serta melakukan kegiatan baru yang dapat diakses secara daring untuk masyarakat umum sebagai bagian dari pemasaran yang mereka lakukan.

Terdapat kesamaan dengan penelitian dari Dewanti Kartika Sari, yaitu pada metode penelitian dengan menggunakan kualitatif deskriptif. Kedua penelitian juga membahas mengenai pemasaran sebuah lembaga seni non-formal, tetapi perbedaan terlihat pada teori besar yang digunakan dan topik utama dalam penelitian.

Skripsi berjudul “Wisata Arung sebagai Daya Tarik Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Operator Ancol Arung Jeram di Sungai Bahbolon Sipispis, Serdang Bedagai)” karya Primayanka Balqis Wadira dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Wadira, 2018). Pada penelitian ini peneliti melakukan deskripsi atas daya tarik yang terdapat pada wisata arung jeram secara menyeluruh dan yang terjadi di Kota Serdang Bedagai, kemudian membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan jasa arung jeram dengan mengikuti teori bauran promosi.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, dan didapatkan hasil kesimpulan bahwa Operator Ancol Arung Jeram menggunakan media TV dan radio, media sosial, dan melakukan penyuluhan kepada masyarakat untuk kegiatan promosi periklanan. Berdasarkan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan, Operator Ancol Arung Jeram Serdang Bedagai berhasil meningkatkan jumlah pengunjung dari tahun 2011 hingga 2017. Dilihat dari hal tersebut, komunikasi pemasaran dikatakan berhasil dan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Adapun kesamaan antara penelitian ini, yaitu pada metode penelitian dan obyek penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan obyek berupa wisata. Penelitian ini juga membahas mengenai kondisi daerah lokasi wisata beroperasi dan media pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan wisata. Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada teori besar di mana penelitian ini fokus pada strategi komunikasi pemasaran dan analisis SWOT dari wisata Arung Jeram, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan lebih menitik beratkan pada pengelolaan program dengan pembahasan sederhana pada strategi pemasaran STP dan perencanaan pemasaran wisata.

Pada artikel jurnal berjudul “Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisata ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali” karya I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani dan Ida Bagus Suryawan dalam Jurnal Destinasi Pariwisata volume 5, nomor 2 tahun 2018 (Mahendrayani dan Suryawan, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Ayu Putu Seri Mahendrayani dan Ida Bagus Suryawan ini menggabungkan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan analisis SWOT, dengan didapatkan hasil bahwa Wisata Sangeh bisa menciptakan citra (*branding*) yang lebih berkualitas dengan mempertahankan kebersihan dan keindahan alam, mulai melakukan promosi yang lebih luas lagi sehingga penurunan pengunjung yang terjadi sejak tahun 2012 dapat teratasi.

Terdapat kesamaan pada penelitian ini dalam metode dan topik besar yang digunakan, yaitu metode kualitatif dan bagaimana wisata tersebut menjadi bentuk upaya pemasaran di daerahnya. Perbedaan terlihat pada lokasi obyek penelitian serta topik utama, di mana dalam penelitian ini mengambil lokasi wisata di Bali, serta menggunakan teori pemasaran dan analisis SWOT untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan tidak ada pembahasan terkait pengelolaan wisata secara mendalam di penelitian ini.

Artikel jurnal yang diterbitkan oleh *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* volume 2 nomor 1 tahun 2018 berjudul “Manajemen *Special Event* Upacara Adat Seren Taun Cigugur Kuningan” karya M. Alfian Hasybullah (Hasybullah, 2019), pada penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori manajemen *special event* dari Goldblatt yang terdiri dari 5 tahapan, yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi.

Dilihat dari penelitian yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa pada tahap riset pihak pemerintah Kabupaten Kuningan melakukan diskusi dengan para warga dan budayawan, melakukan studi banding dengan masyarakat adat lain yang masih dengan rutin melakukan budaya adat. Kemudian merancang tema sebagai tahap desain dan melakukan penyusunan panitia dan tugas kerja para panitia dalam tahap perencanaan, setelah melalui ketiga tahap awal maka acara dilaksanakan dengan koordinasi dari para panitia untuk memastikan kelengkapan dan kelancaran acara. Pada tahap evaluasi didapatkan simpulan bahwa acara Upacara Adat Seren Taun Cigugur di Kuningan berhasil dijalankan dengan baik dan sesuai perencanaan.

Penelitian ini memiliki kesamaan pada metode dan topik utama yang digunakan, yaitu kualitatif deskriptif dan pengelolaan acara. Adapun perbedaan terletak pada obyek penelitian dan teori manajemen, pada penelitian ini obyek adalah acara adat dan kebudayaan, kemudian teori

manajemen yang digunakan ialah *special event* dari Goldblatt. Sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan, obyek berupa program seni di sebuah wisata dan menggunakan teori manajemen sederhana POAC.

Artikel karya Fatika Bella Ayunda dan Krisna Megantari yang terbit pada Jurnal COMMICAST volume 2 nomor 2 bulan September 2021 dari Universitas Ahmad Dahlan, berjudul “Analisis Manajemen Event Reyog Jazz sebagai Salah Satu Strategi Komunikasi Pemasaran Budaya dan Wisata Kabupaten Ponorogo” (Ayunda dan Megantari, 2021). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan teori komunikasi pemasaran dan manajemen acara (*Special event*) dari Goldblatt, di mana terdapat lima tahap yang perlu dilalui yaitu riset, desain, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Pada tahap riset dilakukan survei mengenai pengetahuan terhadap kota Ponorogo yang dilakukan kepada masyarakat di luar daerah Ponorogo, membandingkan setiap *event* yang telah berjalan di Ponorogo untuk dapat menemukan pembeda antar *event*.

Di tahap desain dilakukan olah pikiran dan pengumpulan filosofis untuk mendapatkan tema acara yang tepat untuk *event* Reyog Jazz, kemudian di tahap perencanaan dilakukan pemilihan lokasi, pengisi acara, dan perencanaan anggaran yang pada praktiknya didapatkan dari APBD Ponorogo bersama sponsor lain. Tahap evaluasi, tim Reyog jazz mengungkapkan besarnya antusiasme pengunjung menjadi bentuk kesuksesan acara. Adapun dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan, Reyog Jazz melakukan konferensi pers, kerja sama media digital dan konvensional, serta memanfaatkan promosi melalui baliho dan *billboard*. Terlihat dari proses pengelolaan acara dan implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan, Reyog Jazz terbilang berhasil menjadi sarana promosi dari Kota Ponorogo.

Pada tinjauan pustaka terakhir, persamaan terdapat pada metode dan topik utama penelitian. Penelitian sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif dan meneliti pengelolaan sebuah acara yang digunakan

sebagai upaya pemasaran, adapun perbedaan terletak pada obyek penelitian dan teori manajemen yang digunakan. Pada penelitian ini obyek adalah acara pertunjukan musik jazz yang diadakan di Ponorogo dan menggunakan teori manajemen *special event* oleh Goldblatt, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan memilih obyek penelitian berupa program pada wisata edukasi dan menggunakan teori manajemen POAC.

Berdasarkan lima penelitian yang telah dilakukan dan dijadikan referensi dalam penulisan, penelitian ini perlu dilakukan dengan alasan belum adanya penelitian terkait pengelolaan program sebagai upaya pemasaran di wisata edukasi seni. Terutama pada wisata yang bertempat di Kota Tangerang Selatan, begitu juga dengan Kampung Dongeng yang menjadi satu-satunya wisata edukasi seni dengan mengangkat seni mendongeng sebagai program utama.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Metode Pendekatan**

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk memberikan fakta, gejala, atau suatu kejadian secara sistematis (urut) dan akurat mengenai sifat sebuah populasi atau daerah tertentu (Hardani dkk, 2020: 54). Sebuah penelitian kualitatif tidak dilakukan dengan melakukan pengujian hipotesis terhadap data yang didapatkan, melainkan para peneliti menafsirkan dan menginterpretasikan data yang telah didapat sesuai dengan perspektif dari peneliti. Penelitian kualitatif disebut sebagai penelitian naturalistik, hal ini disebabkan karena kondisi ketika penelitian dilaksanakan bersifat alamiah dan tidak direayasa (Sugiyono, 2013: 8). Berdasarkan definisi tersebut, penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang dilakukan dengan kondisi alamiah guna memberikan fakta, gejala, atau kejadian secara sistematis dan akurat pada sebuah populasi atau daerah tertentu.

Pada penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan, digunakan metode pendekatan studi kasus. Menggunakan pendekatan studi kasus berarti peneliti akan fokus dan secara intensif mendalami peristiwa di satu obyek tertentu, dalam pelaksanaannya metode studi kasus akan dilakukan proses pengumpulan data dan informasi yang ada secara mendalam, detail, intens, holistik, serta sistematis (Yusuf, 2017: 339). Pendekatan studi kasus dipilih agar topik yang diteliti dapat lebih mengerucut dan tepat sasaran sehingga tidak meluas ke bagian penelitian lain.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif dilakukan dengan beberapa teknik pengumpulan data, di antaranya ialah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian melalui data-data yang terkumpul dilakukan analisis, sehingga menghasilkan kesimpulan berdasarkan penafsiran dan interpretasi yang didapat melalui instrumen penelitian dalam kondisi alamiah (*natural setting*).

### a. Studi Literatur

Studi literatur didefinisikan sebagai sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolahnya sebagai data penelitian (Zed, 2008: 3). Pada penelitian ini, studi literatur digunakan sebagai fondasi kerangka penelitian dan pendukung dalam studi pendahuluan sebelum melakukan rangkaian metode pengumpulan data lain. Adapun beberapa buku, artikel jurnal, dan skripsi menjadi sumber literatur pendukung.

### b. Observasi

Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hardani dkk, 2020: 125). Pada penelitian ini, akan digunakan metode observasi non-partisipasi dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Sehingga, dalam pelaksanaannya hanya dilakukan pengamatan tanpa

ikut terjun langsung dalam kegiatan sebagai peserta yang dilakukan oleh objek penelitian. Observasi non-partisipasi dilakukan tanpa terlibat secara langsung ke dalam bagian kehidupan obyek (Hardani dkk, 2020: 129).

c. Wawancara

Wawancara atau *interview* merupakan proses tanya-jawab antara dua orang atau lebih dengan maksud tertentu, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai akan menjawab pertanyaan tersebut (Hardani dkk, 2020: 137). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data penelitian, hal itu dilakukan guna mendapatkan data primer, pelengkap dari data-data lain, dan untuk menguji hasil dari pengumpulan data lain (Hardani dkk, 2020: 139).

Dikemukakan oleh Sugiyono (Sugiyono, 2013: 233) wawancara semi struktur merupakan metode yang dilakukan lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur, wawancara dengan metode ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara terbuka, sehingga narasumber atau pihak yang diwawancarai diminta pendapat serta ide-ide yang dimiliki. Sedangkan wawancara dengan metode tak berstruktur ini bersifat bebas, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pada proses wawancara dengan metode ini, hanya dibutuhkan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Teknik ini memiliki keunggulan yang dapat menguntungkan peneliti dalam penelitiannya, yaitu peneliti sekaligus pewawancara dapat menggali informasi atau data lebih dalam secara langsung kepada narasumber untuk melengkapi data yang ada.

Pada penelitian ini digunakan dua metode, yaitu wawancara tak berstruktur dan wawancara semi struktur. Sehingga wawancara dapat dilakukan lebih fleksibel dan tidak terikat dengan pertanyaan-

pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya, pada studi pendahuluan telah dilakukan wawancara bersama dengan Mochammad Awam Prakoso selaku *founder* Kampung Dongeng Indonesia dan Mohammad Acep Ansori, pendiri Kampung Dongeng cabang Kota Bogor. Kemudian dalam pengumpulan data, wawancara dilakukan secara daring dengan *founder* Kampung Dongeng Indonesia, Mochammad Awam Prakoso dan Metanucci Larasati Hubbia selaku staf relawan Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan.

#### d. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan dokumentasi adalah mengumpulkan data-data yang telah ada dengan mencatat atau memfoto dokumen tersebut (Hardani dkk, 2020: 149), data yang berasal dari teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder sedang data primer biasa didapat melalui teknik wawancara.

Dokumen tidak hanya berbentuk tulisan, tetapi juga dapat berupa foto, sketsa, dan lain-lain. Dokumentasi dibutuhkan untuk melengkapi data yang tidak didapat dengan metode lain serta digunakan sebagai instrumen penjelas dari data-data sebelumnya, dokumentasi juga digunakan untuk alat validasi data.

Pada penelitian ini tidak semua dokumen yang didapatkan akan digunakan, tetapi dokumen yang telah didapatkan tersebut akan dipilah untuk ditentukan bagian yang penting dan relevan bagi penelitian. Jenis-jenis dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu foto, rekaman wawancara, dan dokumen pendukung terkait Kampung Dongeng Kota Tangerang Selatan yang didapatkan melalui media daring.

### 3. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kualitatif, setelah data berhasil didapatkan maka akan dilakukan analisis yang berguna untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Di dalam buku *Metode Penelitian Kualitatif &*



*Kuantitatif*, Hardani dkk mendefinisikan teknik analisis data sebagai proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data-data yang telah diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara diorganisasikan yang kemudian dijabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam sebuah pola, memilah sesuai kepentingan dan yang akan dipelajari, terakhir dibuat kesimpulan dari proses-proses yang telah dilakukan sebelumnya agar dapat lebih mudah untuk dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Hardani dkk, 2020: 54).

Ada pula model analisis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini ialah model milik Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman, penyajian data pada penelitian kualitatif berbeda dengan kuantitatif, data yang didapatkan dari penelitian kualitatif berbentuk kata bukan rangkaian angka, meskipun terdapat angka tetapi biasanya sudah diolah hingga menjadi disajikan dalam bentuk teks yang diperluas. Teknik analisis data model ini terbagi dalam 3 (tiga) alur kegiatan yang terjadi bersamaan, di antaranya ialah:

a. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data merupakan proses penyederhanaan data yang telah terkumpul, proses ini bertujuan untuk mempertajam, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian yang tidak perlu sehingga dapat ditarik kesimpulan.

b. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang sebelumnya sudah disusun dan memiliki kemungkinan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan.

c. Penarikan simpulan dan verifikasi

Simpulan merupakan substansi dari temuan yang didapatkan melalui penelitian di mana temuan tersebut menggambarkan pendapat-pendapat terakhir yang didasarkan pada uraian sebelumnya atau

keputusan yang diperoleh melalui metode berpikir induktif atau deduktif. Dalam perolehannya simpulan harus relevan dengan fokus penelitian, tujuan, dan temuan (data) penelitian yang sudah diinterpretasi dan dilakukan pembahasan. Simpulan tidak sama dengan ringkasan penelitian.

Proses pembuatan simpulan dalam analisis data dilakukan dengan mencari hubungan antara apa yang dilakukan (*what*), bagaimana melakukannya (*how*), mengapa dilakukan (*why*), dan bagaimana hasilnya (*how is the effect*).

Pada model analisis data oleh Miles dan Huberman, terdapat 2 (dua) model, ada model alir dan model interaktif. Model yang digunakan untuk menganalisis data-data yang telah didapatkan dalam proses penelitian ini adalah model interaktif, hal tersebut dilakukan guna mendapatkan ketepatan hasil. Pada model interaktif proses reduksi dan penyajian data memperhatikan hasil data yang telah dikumpulkan, baru kemudian dilakukan penarikan simpulan dan verifikasi. Proses ini dilakukan secara mengulang terus-menerus hingga data yang dihasilkan jenuh, beberapa tahapan yang dilakukan pada model ini ialah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

### **G. Sistematika Penulisan**

Bab I Pendahuluan, mencakup latar belakang masalah dan alasan pemilihan topik penelitian. Pada bab ini dijabarkan permasalahan yang diteliti dengan menuliskan situasi terkait di daerah obyek pilihan serta alasan dan rencana penelitian yang akan dilakukan. Rumusan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian akan dijabarkan di bab ini.

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori, mencakup penelitian terdahulu yang dirujuk sebagai referensi dan teori-teori besar yang digunakan dalam proses penelitian serta pengolahan data penelitian. Pada

penelitian ini, digunakan teori manajemen acara, pemasaran, dan wisata edukasi seni.

Bab III Penyajian dan Pembahasan Data, data-data yang telah dikumpulkan disajikan di bab ini serta dilakukan analisa data sehingga mendapatkan hasil yang digunakan dalam laporan penelitian. Hasil yang didapatkan telah melalui proses verifikasi dan penarikan simpulan.

Bab IV Penutup, bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil analisa data untuk menjawab rumusan masalah, serta berisikan saran dari peneliti terkait pemaksimalan penelitian pengelolaan program “Pekan Ceria” sebagai upaya pemasaran di Kampung Dongeng Tangerang Selatan terhadap peneliti selanjutnya, lembaga, dan masyarakat.

