

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Candi Sojiwan merupakan salah satu warisan budaya yang dimanfaatkan sebagai salah satu destinasi edukasi bagi masyarakat. Candi Sojiwan baru saja selesai dipugar dan ditata kembali pada tahun 2011. Keistimewaan candi ini terletak di relief pada kaki candi yang berisi cerita dogeng binatang atau fabel yang disebut sebagai cerita *Jataka*, terdapat 12 relief yang berisi pesan moral yang tinggi. Melalui Kelompok Kerja (Pokja) Publikasi terus berusaha melakukan berbagai cara untuk mempublikasikan keberadaan Candi Sojiwan. Berdasarkan analisis data menggunakan bauran promosi sebagai berikut:

1. Kegiatan publikasi melalui elemen-elemen bauran promosi (iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat) yang telah dilakukan dinilai sangat interaktif, menarik dan menggunakan media yang dekat dengan masyarakat serta dapat mendatangkan banyak pengunjung.
2. Pokja Publikasi lebih menekankan elemen hubungan masyarakat, penjualan pribadi serta pemasaran interaktif.
3. Perbaikan dilakukan dengan memanfaatkan teknologi yaitu melakukan kegiatan workshop dan mendongeng melalui daring yang sebelumnya pihak sekolah secara mandiri yang menghubungi BPCB Jawa Tengah.

4. Pengembangan yang coba dilakukan adalah dengan membuat audio visual berupa gabungan film dokumenter dan animasi.
5. Media yang digunakan oleh Pokja Publikasi sangat banyak dan beragam, namun pelaksanaan beberapa kegiatan yang dilakukan tidak berkelanjutan sehingga tidak adanya konsistensi.

B. Saran

1. Saran untuk Pokja Publikasi Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah.
 - Kegiatan promosi melalui media sosial lebih dikembangkan tidak hanya merambah *instagram*, *youtube* ataupun *media website*.
 - Pelaksanaan berbagai kegiatan yang sudah dilakukan tidak hanya berlangsung sekali saja namun dapat terus berkelanjutan agar pesan dan informasi yang disampaikan mampu diingat dan menjadi sesuatu yang ditunggu oleh masyarakat.
 - Kerja sama dengan banyak komunitas seni atau *stakeholder* lain sehingga nama Candi Sojiwan lebih dikenal.
 - Membuat program di era pandemi misalnya dengan adanya kunjungan virtual
2. Saran untuk peneliti selanjutnya di Wisata Candi Sojiwan.

Penelitian ini hanya sebatas menguraikan penerapan publikasi dan promosi yang telah dilakukan oleh BPCB Jawa Tengah melalui Pokja Publikasi menggunakan bauran promosi. Saran kepada peneliti selanjutnya untuk mengkaji pada aspek lainnya dalam mengelola dan

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

menyebarkan informasi tentang Candi Sojiwan. Demikian diharapkan dengan adanya peneliti-peneliti selanjutnya dengan sudut pandang yang berbeda, dapat memberikan kontribusi ataupun masukan terhadap Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah.



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Aji, Wishnu Arthabanu. 2018. *Candi-Candi di Jawa Tengah dan Yogyakarta*. BP ISI Yogyakarta. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Attahiyat, H Candrian. 2000. *Bangunan Cagar Budaya di Provinsi DKI Jakarta*. Dinas Museum Jakarta. Jakarta.
- Boyd, Harper W. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta. Erlangga.
- Daniel Agus Maryanto. 2007. *Seri Fakta dan Rahasia di Balik Candi: Mengenal Candi*. Yogyakarta: Citra Aji Parama.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga
- Indriyo Gitosudarmo. 2008. *Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat*. Penerbit. BPFE – Yogyakarta.
- Jaiz, Muhammad. 2014 *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta . PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip, Keller, Kl. 2012. *Managemen Pemasaran*. Jakarta. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas*, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Moleong, J, Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.Jexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu..* Jakarta. Prenamedia Group.

- Muljadi A.J. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Saladin, Djaslim. 2007. *Intisari Pemasaran dan Unsur - unsur Pemasaran*. Bandung. CV linda Karya.
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sulistyo, Basuki. 2004. *Pengantar Dokumentasi*. Bandung. Rekayasa Sains.
- Suwena, I Ketut dan I Gusti Ngurah Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Pariwisata*. Bali. Pustaka Larasan.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suryadana, Liga M, Octavia, Vanny. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Bashu. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ketiga, Cet ke-11. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.p. 222
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta. Andi
- Permas, Achsan, Crysanti, Hasibua, Sedyono, dkk. 2003. *Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan*. Jakarta. PPM
- Pitana, I Gede, Putu G. 2006. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta. Andi

2. Jurnal dan Skripsi

- Bernadetta Dwi Charylia. “Bauran Promosi di Taman Wisata Ratu Boko”. *Jurnal Nasional Pariwisata*. Volume 5, Nomor 3, Desember 2013. p.180 - 188
- Edelweiss Infanyo Ratnamulyani Kusumadinata “Potensi Pariwisata dan Promosi Candi Sewu Sebagai Destinasi Wisata Bersejarah di Jawa Tengah” *Jurnal Komunikatio* Volume 3 Nomor 1, April 2017. p. 23.
- Robbi Saepul Rahman “Pengaruh Bauran Hubungan Masyarakat (Public Relations Mix) Terhadap Citra Merek Dan Kesadaran Merek Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Siswa Memilih Studi” *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* Vol.10, No. 1, April 2016. p. 48
- Muhammad Khoirul Ariza “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Objek Wisata Air Desa Ponggok Sebagai Desa Wisata Mandiri Di Klaten” *Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 2017
- UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Taufik Alhamdani “Evaluasi Promosi Pada Museum Galeri Candi Borobudur”
Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2015.

Muhammad Kholid Arif Rozaq, Asri Laksmi Riani, Mugi Harsono dan Ahmad Ikhwan Setiawan. “ Exploring digital competing capability in the intention to adopt e-commerce (toward a conceptual model)”. *Int. J. Trade and Global Markets*, Vol. 13, No. 2, 2020.

3. UUD dan Perpu

- UU Cagar Budaya No. 11 Tahun 2010, Pasal 1, Ayat 3
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 Pasal 1
- Peraturan Pemerintah No. 24/1979 tentang Kepariwisata

4. Website

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcb Jateng/candi-sojiwan-dan-fakta-fakta-di-dalamnya/> Diakses pada 16 September 2020 Pukul 12.35 WIB.

5. Data statistik bidang Publikasi BPCB Jawa Tengah

6. Wawancara 1 Wahyu Kristanto, Kepala Bidang Publikasi 28 September dan 15 Oktober 2020 di kantor BPCB Jawa Tengah.