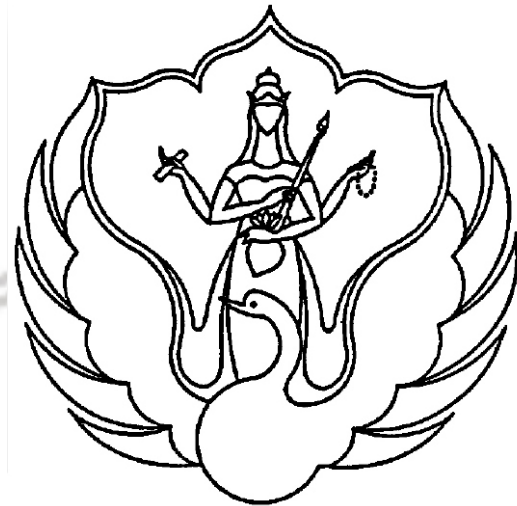


**ANALISIS BAURAN PROMOSI DI WISATA
CANDI SOJIWAN KLATEN JAWA TENGAH**



JURNAL

Oleh:

Rini Dwi Astuti

1600076026

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI
JURUSAN TATA KELOLA SENI
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020**

**ANALISIS BAURAN PROMOSI DI WISATA
CANDI SOJIWAN KLATEN JAWA TENGAH**



JURNAL

Oleh:

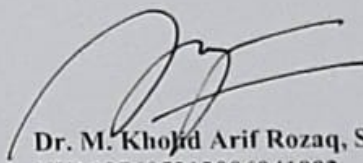
Rini Dwi Astuti

1600076026

Tugas Akhir ini Diajukan Kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Rupa Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Tata Kelola Seni
2020

Naskah jurnal ini telah diterima oleh Tim Pembimbing Skripsi Pengkajian Seni Jurusan Tata Kelola Seni, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada 5 November 2020

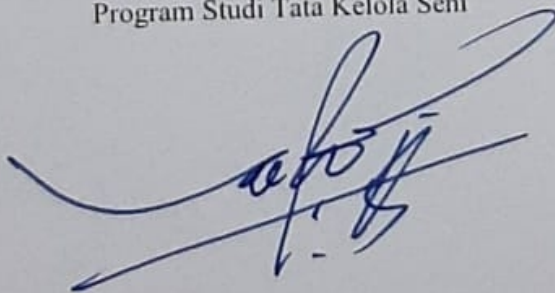
Pembimbing I



Dr. M. Khojrd Arif Rozaq, S.Hut., MM
NIP 197605212006041002
Pembimbing I/ Anggota Penguji

Mengetahui,

Ketua Jurusan Tata Kelola Seni
Program Studi Tata Kelola Seni



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

ANALISI BAURAN PROMOSI WISATA CANDI SOJIWAN DI KLATEN JAWA TENGAH

Oleh:

**RINI DWI ASTUTI
NIM: 1600076026**

**PROGRAM STUDI S-1 TATA KELOLA SENI JURUSAN TATA KELOLA
SENI FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2020**

ABSTRAK

Candi Sojiwan merupakan objek wisata edukasi yang memiliki nilai sejarah. Candi ini baru selesai dipugar dan diresmikan pada tahun 2011. Candi ini memiliki keistimewaan pada relief yang terletak pada bagian kaki candi berisi *cerita Jataka* yang memiliki pesan moral yang bagus untuk anak-anak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi yang telah dilakukan oleh Kelompok Kerja (Pokja) Publikasi. Selain itu untuk mengetahui perkembangan dan perbaikan yang dilakukan guna memaksimalkan potensi serta mempublikasikan keberadaan Candi Sojiwan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan melalui konsep baruan promosi. Terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan pemasaran interaktif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode yaitu observasi, dokumentasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pokja Publikasi menggunakan berbagai media yang sifatnya menarik, interaktif dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Berbagai upaya tersebut mampu mendatangkan pengunjung, namun pelaksanaannya belum terjadi secara konsisten. Perbaikan dilakukan dengan kegiatan mendongeng secara daring dan pengembangan media publikasi dengan pembuatan audio visual yang merupakan gabungan dari film dokumenter dan animasi berisi *cerita Jataka*.

Kata kunci: Candi Sojiwan ,Bauran Promosi, Pariwisata

ABSTRACT

Sojiwan Temple is an educational tourism object that has historical value. The temple was inaugurated in 2011 after the restoration. This temple has a special relief that is located at the foot of the temple, containing the Jataka story which has a good moral message for children. The purpose of this research is to determine the implementation of promotion mix strategy that has been conducted by the Publication Working Group (Pokja). As well as to find out how the development and improvements are being made to maximize the potential and publicize the existence of Sojiwan Temple as well.

The method used in this research is descriptive qualitative by approaching through the concept of promotions mix. It comprises advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, public relations and interactive marketing. The data collection technique was carried out by three methods, namely observation, documentation and interviews.

The results showed that the Publication Working Group used various media which were interesting, interactive and close to people's lives. These various efforts have been able to attract visitors, but they have not been consistently implemented. The improvement was carried out by picking up activities, namely online storytelling and developing media publications by making audio visuals which were a combination of documentary and animation films containing Jataka stories.

Keyword : Sojiwan Temple, Promotion Mix, Tourism

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi pariwisata yang perlu dikembangkan. Jawa Tengah tidak hanya menyimpan kekayaan alam yang indah dengan berbagai macam destinasi wisata. Jawa Tengah juga memiliki kearifan budaya serta peninggalan - peninggalan kerajaan masa lampau yang dapat dinikmati seperti: bangunan kolonial, masjid dan salah satunya candi. Candi Sajiwan atau Candi Sojiwan adalah sebuah candi Buddhis yang terletak di Desa Kebon Dalem Kidul, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Candi Sojiwan baru selesai dipugar dan diresmikan pada tahun 2011 (Riris Purbasari, dkk, 2012: 4). Dapat dikatakan bahwa candi ini merupakan objek wisata baru. Candi Sojiwan merupakan candi tunggal yang memiliki keistimewaan pada relief yang ada. Panel relief yang bercerita tentang cerita-cerita binatang. Jika dipahami lebih dalam cerita-cerita ini menyampaikan pesan-pesan moral yang tidak lekang oleh waktu (Riris Purbasari, dkk, 2012: 10)

Candi Sojiwan merupakan salah satu candi yang menjadi tanggungjawab Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah. Pelestarian, perlindungan, dan pemanfaatan Candi Sojiwan menjadi tugas BPCB Jawa Tengah. BPCB Jawa Tengah memiliki kelompok kerja (Pokja) yang bertugas mengenalkan dan mempromosikan situs-situs cagar budaya yaitu pokja publikasi. Promosi menjadi salah satu kegiatan penting yang dilakukan untuk membawa nama Candi Sojiwan ke masyarakat luas. Promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon (Muhammad Jaiz, 2014: 43).

Saat ini promosi dilakukan melalui buku, pemasangan papan budaya, dan beberapa media online yang saat ini tersedia seperti website dan youtube. Meskipun telah melakukan beberapa kegiatan promosi namun dalam praktiknya belum terlaksana dengan baik. Seperti adanya papan budaya memang sudah ada namun keadaanya perlu diperbaiki dan diperbaharui. Periklanan yang dilakukan juga belum maksimal seperti tidak adanya pamflet, leaflet atau brosur terkait informasi Candi Sojiwan (Wahyu Kristanto, 2020).

Tingkat kunjungan dapat dipengaruhi oleh kegiatan promosi dan publikasi yang dilakukan oleh pengelola. Kegiatan promosi tersebut berfungsi sebagai penyalur informasi mengenai daya tarik, keunikan serta keberadaan objek wisata agar dapat dikenal oleh masyarakat. Tingkat kunjungan Candi Sojiwan dapat dikatakan belum stabil dilihat dari data pengunjung yang ditampilkan. Terdapat penurunan jumlah kunjungan pada tahun 2018 yaitu sebesar 43.306, hal ini jauh menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 56.647 (Data Statistik BPCB Jawa Tengah). Berdasarkan latar belakang diatas, maka muncul ide untuk meneliti kegiatan promosi yang dilakuakn oleh Pokja Publikasi sehingga dapat menarik pengunjung.

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana promosi yang telah dilakukan oleh pokja publikasi di Wisata Candi Sojiwan guna menarik pengunjung ?
- b. Bagaimana perbaikan dan pengembangan kegiatan promosi oleh pokja publikasi di Wisata Candi Sojiwan?

3. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yaitu guna mengetahui, mendeskripsikan serta menganalisis proses kegiatan promosi yang telah dilakukan Pokja Publikasi terhadap peningkatan kunjungan wisata ke Candi Sojiwan.

4. Landasan Teori

a. Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Bashu Swastha, 2007: 222). Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan (Tjiptono, 2015: 387).

b. Bauran Promosi

Bauran promosi adalah campuran spesifik dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. (Kotler dan Amstrong, 2012: 423). Bauran promosi inilah yang digunakan guna menyampaikan komunikasi sebuah produk atau jasa kepada konsumennya. Bauran promosi terdiri atas 5 alat-alat promosi, yaitu:

1. Iklan

Iklan adalah segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran (Kotler dan Amstrong, 2012: 454). Iklan dapat menginformasikan mengenai suatu produk atau jasa, membujuk atau mempengaruhi calon konsumen, serta membantu melekatkan di benak konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan (Tjiptono, 2008: 229).

2. Promosi Penjualan

Promosi Penjualan adalah kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen (Bashu Swastha, 2002: 281).

3. Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi adalah presentasi dari wiraniaga perusahaan dengan tujuan melakukan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan (Bashu Swastha, 2002: 204). Tatap muka yang terjadi dalam proses penjualan pribadi akan membentuk pemahaman konsumen terhadap produk atau jasa sehingga mempercepat proses penjualan.

4. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat (*public relations*) ialah membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau

menghadapi rumor, berita, dan kejadian tidak menyenangkan (Kotler dan Amstrong, 2008: 117).

5. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi diberbagai lokasi (Tjiptono, 2008: 203). Pemasaran langsung ini dapat berupa telfon, email, pos, saluran online / *online channel*.

c. Pariwisata

Pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula (Muljadi, 2009: 10).

d. Candi

Candi merupakan bangunan tempat ibadah dari peninggalan masa lampau yang berasal dari agama Hindu-Budha. Istilah candi tidak hanya digunakan oleh masyarakat untuk menyebut tempat ibadah saja, tetapi juga sebagai istana, pemandian/petirtaan, gapura, dan sebagainya (Daniel, 2007: 8). Istilah candi diduga berasal dari *candika*, yaitu salah satu perwujudan dewi durga yaitu dewi kematian. Karena itu candi selalu dianggap sebagai tempat pemujaan raja-raja yang sudah meninggal (*anumerta*) (Arthabanu, 2018: 1).

5. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif diskriptif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata - kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Muleong, 2011: 4). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif guna menemukan permasalahan promosi yang terjadi di Wisata Candi Sojiwan. Metode ini digunakan dengan harapan dapat memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai kegiatan promosi yang ada di Wisata Candi Sojiwan secara menyeluruh, luas dan mendalam. Terdapat 3 teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ke tempat yang akan diselidiki (Arikunto, 2006: 124). Penelitian ini menggunakan jenis observasi langsung dan observasi partisipasi pasif. Observasi partisipasi pasif berarti peneliti datang di tempat pengamatan namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut (Sugiyono, 2011: 227).

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2007: 186). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Sugiyono, 2010: 194).

c. Dokumentasi

Dokumen artinya objek yang merekam informasi dengan tidak memandang media apapun bentuknya. Dokumen merupakan wadah yang menyimpan pengetahuan dan ingatan manusia karena dokumen tersimpan segala pengetahuan manusia serta ingatan manusia (Basuki. 2004: 23).

B. HASIL DAN PEMBAHASAN

Candi Sojiwan merupakan salah satu bangunan suci kerajaan yang dibangun berdampingan dengan bangunan suci lainnya di kawasan Prambanan. Candi Sojiwan terletak di lingkungan areal persawahan dan pemukiman penduduk secara administratif berada di Desa Kebondalem Kidul, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. (Riris Purbasari, 2012: 4). Luas kompleks candi seluruhnya 8140 meter persegi dan luas bangunan utama candi sekitar 401,3 meter persegi dengan tinggi 27 meter. Pada kaki candi terukir relief fabel kisah satwa *Jataka* yang mengelilingi candi (Riris Purbasari, 2012: 10). Relief ini menjadi salah satu keistimewaan dan nilai penting yang terdapat di Candi Sojiwan.

Candi Sojiwan dikelola oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah. Pelestarian, perlindungan, dan pemanfaatan Candi Sojiwan menjadi tugas BPCB Jawa Tengah. BPCB Jawa Tengah memiliki kelompok kerja (Pokja) yang bertugas mengenalkan dan mempromosikan situs-situs cagar budaya yaitu pokja publikasi. Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Bashu Swastha, 2007: 222).

Bauran promosi adalah campuran spesifik dari alat-alat promosi yang digunakan perusahaan untuk secara persuasif mengkomunikasikan nilai pelanggan dan membangun hubungan pelanggan. (Kotler dan Amstrong, 2012: 423). Bauran promosi inilah yang digunakan untuk menyampaikan kepada masyarakat mengenai keberadaan Candi Sojiwan.

1. Iklan

BPCB melakukan beberapa upaya dalam melakukan publikasikan keberadaan Candi Sojiwan kepada masyarakat luas. Iklan memiliki beberapa bentuk media terdapat media cetak maupun media elektronik. Media cetak yang dilakukan baru melalui penerbitan buku. Buku berjudul “Kebijaksanaan Dari Sojiwan”. Buku tersebut berisi 46 halaman berisi sejarah Candi Sojiwan, riwayat pemugarannya hingga berisi dogeng yang berasal dari relief Candi Sojiwan. Hingga saat ini belum ada brosur resmi atau pamflet/leflet sejenis yang berisi tentang informasi Candi Sojiwan.

BPCB Jawa Tengah juga bekerja sama dengan salah satu stasiun TV swasta dan lokal dalam mengangkat nilai-nilai Candi Sojiwan serta mempublikasikan keberadaan dan keistimewaan Candi Sojiwan. Secara khusus BPCB Jawa Tengah menggandeng KOMPAS TV menjadi media TV yang mengangkat Candi Sojiwan dalam program berjudul Warisan Budaya Indonesia. Pemberdayaan masyarakat melalui kuliner raja-raja menjadi materi program yang diangkat.

2. Promosi Penjualan

Pihak BPCB Jawa Tengah dalam hal ini melakukan beberapa hal terkait promosi penjualan. Pihak BPCB sebelumnya tidak menarik tarif bagi pengunjung jika ingin masuk ke Candi Sojiwan, hal ini tentu mendatangkan minat bagi pengunjung karena dapat berwisata secara gratis. BPCB Jawa Tengah juga pernah turut mendukung event Festival Jogja Tempoe Doeloe dalam acara Pameran Cagar Budaya. BPCB Jawa Tengah menampilkan Candi Sojiwan dan batik sojiwan. Batik tersebut terinspirasi dari relief yang ada di Candi Sojiwan. Pengunjung juga diberikan kesempatan untuk membatik dalam acara tersebut

3. Penjualan Pribadi.

BPCB memiliki terobosan baru untuk dapat memaksimalkan apa yang dimiliki agar dapat mengembangkan program. Kegiatan yang dilakukan adalah diskusi, diskusi interaktif ini mengambil tema dongeng yang terinspirasi dari Candi Sojiwan. Diskusi tersebut dilakukan melalui kelas *zoom cloud meeting*. Acara tersebut diikuti oleh 10 sekolah dengan perwakilan pelajar tingkat SMA / SMK di wilayah Provinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Klaten, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Karanganyar, Kota Surakarta. setiap sekolah sejumlah 40 anak dengan waktu 2 jam persesi total peserta yang mengikuti kegiatan tersebut adalah 400 anak.

Kegiatan medongeng bersama ini mengundang 2 orang narasumber yaitu Pak Bagong dan Kak Bimo. Sebelum adanya kegiatan tersebut pihak sekolah yang secara mandiri yang datang berkunjung ke Candi Sojiwan untuk belajar dan mengenal Candi Sojiwan terkait sejarah dan cerita yang ada didalamnya. Hal ini dimanfaatkan Pihak BPCB untuk langsung terjun melayani dan memberikan fasilitas seperti adanya pembekalan dan berinteraksi dengan pengunjung secara langsung.

4. Hubungan Masyarakat.

Pokja publikasi melakukan kerja sama dengan masyarakat sekitar lingkungan objek wisata melalui pemerintah desa maupun dinas terkait seperti Dinas Pariwisata Klaten. BPCB Jawa Tengah melakukan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan sebagai inisiasi antara BPCB Jawa Tengah dengan masyarakat adalah pelatihan membatik. Pelatihan batik diselenggarakan oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah bekerjasama dengan Balai Besar Kerajinan dan Batik Yogyakarta pada tahun 2015.

Kegiatan lain yang dilakukan adalah pelatihan memasak hidangan raja-raja mataram kuno. Kegiatan tersebut diikuti oleh 5 kelompok ibu-ibu PKK sekitar Candi Sojiwan. Hasil dari pelatihan ini sudah dipamerkan melalui festival kuliner Sojiwan yang diadakan pada 21 Februari 2017. Hidangan yang dipamerkan yang berwujud minuman antara lain kinca (gula asam), nalaka rasa (sari tebu) dan jati wangi sedangkan makanan antara lain hidangan harang (sate lilit daging), dundu puyengan (belut), kuluban (sayur-sayuran), sekul telang (nasi telang), hidangan madhura (daging manis) dan sambel matah. Sekitar 450 porsi disiapkan untuk para wisatawan.

5. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung bersifat interaktif dan memungkinkan adanya dialog antara pemasar dengan konsumen. BPCB Jawa Tengah secara terbuka melakukan kerja sama dengan komunitas seni. Salah satu komunitas yang bekerja sama yaitu Komunitas reracik. Kerja sama tersebut menghasilkan beberapa program dan kegiatan yang dilakukan seperti kegiatan seminar, workshop dan kegiatan melukis bersama di Candi Sojiwan. Media elektronik yang dilakukan adalah dalam bentuk *web* informasi mengenai Candi Sojiwan dapat diketahui melalui: *kebudayaan.kemdikbud.go.id.bpcb jateng*. Inovasi lain yang dilakukan adalah pembuatan media audio visual yang menggabungkan film dokumenter dan animasi. Film tersebut kemudian ditayangkan melalui saluran online seperti youtube.

Pokja Publikasi melakukan serangkaian kegiatan guna menyebarluaskan keberadaan Candi Sojiwan agar nilai dan keberadaannya dapat diketahui oleh masyarakat luas. andi Sojiwan memiliki karakteristik dan keistimewaan sendiri yang mampu menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung dan belajar mengenai sejarah. Candi Sojiwan tak kalah menarik dengan objek wisata candi lainnya. Berikut daftar kunjungan ke Candi Sojiwan.

NO	TAHUN	JUMLAH
1.	2015	23.859
2.	2016	27.814
3.	2017	56.647
4.	2018	43.306
5.	2019	72.278

Tabel 1.
Daftar Jumlah Pengunjung di Candi Sojiwan.
Sumber Data Statistik BPCB Jawa Tengah.

Melihat data pengunjung tersebut terdapat penurunan pada tahun 2018 yang sebelumnya pada tahun 2017 sebesar 56.647 pengunjung menjadi 43.306. Kedatangan pengunjung ke Candi Sojiwan berarti belum stabil melihat data 5 tahun terakhir tersebut. Perbaikan yang dilakukan dalam hal mempublikasikan keberadaan Candi Sojiwan yaitu publikasi melakukan pendekatan ke siswa-siswi SMA/SMK melalui dogeng cerita *Jataka*. Program tersebut atas kerja sama BPCB Jawa Tengah melalui Pokja Publikasi dengan sekolah Se-Karesidenan Surakarta program tersebut dilakukan secara daring. Pengembangan dilakukan dengan media pembuatan audio visual, yaitu gabungan film dokumenter dan animasi. Hal ini dilakuakn sebagai langkah dan upaya mengangkat nilai dan keistimewaan Candi Sojiwan. Harapannya masyarakat luas dapat mengetahui apa yang arti dan nilai Candi Sojiwan.

C. 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 seara 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Wishnu Arthabanu. 2018. *Candi-Candi di Jawa Tengah dan Yogyakarta*. BP ISI Yogyakarta. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Daniel Agus Maryanto. 2007. *Seri Fakta dan Rahasia di Balik Candi: Mengenal Candi*. Yogyakarta: Citra Aji Parama.
- Jaiz, Muhammad. 2014 *Dasar-dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muljadi A.J. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, L.Jexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip, Keller, Kl. 2012. *Managemen Pemasaran*. Jakarta. Indeks Kelompok Gramedia.
- Purbasari, Riri, Raharjo, Wahyu Broto, Nurcahyo, Gatut Eko, dkk. 2012. *Kebijkasanaan Dari Sojiwan*. Klaten. BPCB Jawa Tengah.
- Swastha, Bashu. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ketiga, Cet ke-11. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta. Andi
- Sugiyono.2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sulistyo, Basuki. 2004. *Pengantar Dokumentasi*. Bandung. Rekayasa Sains.