

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang telah melahirkan beragam budaya dengan keunikan masing-masing. Masyarakatnya yang terangkai dari beberapa suku, adat, dan tradisi dimaknai sebagai masyarakat multikultural (Lintang Sari & Ulfatun Najicha, n.d.). Keberagaman ini menghantarkan pemahaman bahwa Indonesia memiliki berlian tak ternilai dan abadi. Selayaknya aset berharga, diperlukan usaha untuk mempertahankan agar senantiasa lestari dan bermanfaat bagi bangsa. Dalam lingkup menjaga warisan budaya, seni pertunjukan juga merupakan bentuk nyata dari keberagaman. Kantor Wakil Republik Indonesia untuk UNESCO (KWRIU) dalam laman resminya telah menyatakan bahwa seni pertunjukan merupakan salah satu warisan budaya tak benda. Pada dasarnya seni pertunjukan memiliki berbagai fungsi di kehidupan. Terandung nilai luhur sebagai jembatan edukasi, hiburan, dan sajian pertunjukan artistik (Yudiawati, n.d.). Azari (2015) menyatakan bahwa bentuk penyajian yang menampilkan nilai keindahan, pertunjukan ini mempercayakan pembiayaan produksinya pada hasil penjualan tiket. Interaksi ini dapat ditemukan dalam pertunjukan Wayang Orang.

Koentjaraningrat menegaskan dalam buku berjudul *Antropologi Mengungkap Keragaman Budaya* bahwa dengan ciri khas kebudayaan daerah yang bermutu dapat menumbuhkan perasaan bangga bukan sekedar bagi suatu suku bangsa saja, namun juga bagi seluruh warga Indonesia (Sutardi, 2007). Pernyataan ini mendukung kegiatan dipamerkannya pagelaran seni pertunjukan Wayang Orang yang menguatkan kebudayaan nasional serta menumbuhkan rasa bangga terhadap keistimewaan yang dimiliki (Antara & Yogantari, 2018). Dalam perjalanan kebudayaan dan kesenian, tercipta langkah baru dimulai tahun 1961 dalam dunia tari dan karawitan. Adanya inovasi yaitu wayang orang yang mengangkat kisah epos

Mahabarata dan Ramayana dengan metode penyajian menampilkan tarian dan dialog yang berpadu padan, dibawakan oleh aktor diiringi instrumen gamelan Jawa, dimana pesan moral yang terkandung sudah menyatu di dalam jiwa masyarakat setempat (Restian Arina et al., 2022).

Seiring dunia berputar, tercipta konsep wisata alternatif yang tengah menjadi urgensi pemerintah Indonesia dalam upaya pengembangan kepariwisataan (Prakoso, 2015). Salah satu bentuk wisata alternatif yang kini berkembang adalah wisata budaya yang mana wisatawan diajak merasakan kearifan lokal, tradisi, dan budaya yang masih terjaga. Telah dipaparkan oleh Bapak Hariyanto, Deputy Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam laman Kantor Berita Indonesia bahwa kontribusi dari potensi pariwisata di Indonesia sebesar 60% berasal dari kekayaan budaya dan kearifan lokal sekitar. Disusul kekayaan alam 35% dan 5% wisata buatan (Antara, 2025). Data ini membuktikan bahwa budaya menduduki posisi yang vital di sektor pariwisata Indonesia.

Sesuai dengan Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Selaras dengan hal tersebut, di tengah kekhawatiran luntarnya seni dan budaya sebab arus globalisasi, wisata budaya memiliki peranan penting dalam pelestarian nilai-nilai budaya.

Sejalan dengan perhatian terhadap kebudayaan, Kota Solo dikenal sebagai kota budaya lantaran senantiasa menjaga sejarah, kerajinan batik tulis, dan tradisi budayanya dengan apik (Setiyadi, 2013). Salah satu kekayaan yang masih ada adalah Wayang Orang Sriwedari. Konsistensinya dalam berpentas sejak abad ke-18 menjadikan daya tarik tersendiri. Tampil

perdana secara komersial di Taman Sriwedari yang diresmikan dan oleh Pakubuwono X, raja Kasunanan Surakarta, sebagai taman hiburan untuk umum yang bertahan hingga saat ini (Restian Arina et al., 2022). Keunikan dari wayang orang lainnya yaitu para aktor Wayang Orang Sriwedari menggunakan bahasa Jawa halus, yang merupakan bahasa para bangsawan di keraton dan menyajikan dialog secara spontanitas tanpa keluar dari konteks cerita. Bukan tanpa alasan, pemilihan bahasa yang diterapkan bertujuan untuk menghormati tokoh-tokoh dalam cerita yang merupakan raja dan dewa-dewi (Ginting, 2024). Berdasarkan observasi yang telah dilakukan pada tanggal 9 April 2025 pengunjung tidak perlu risau mengenai pemahaman isi cerita sebab disediakan penerjemah di layar sebelah panggung. Suasana selama pertunjukan diiringi dengan kelompok karawitan dengan seperangkat gamelan Jawa.

Wayang Orang Sriwedari memiliki scene khusus yang disebut “gara-gara” merupakan adegan berisi komedi yang dibawakan oleh tokoh wayang punokawan. Sistem keanggotaan Wayang Orang Sriwedari hanya bisa diisi berdasarkan garis keturunan. Dimaksudkan kepada pemain wayang orang harus berasal dari anak, cucu, atau kerabat dari pemain sebelumnya. Aturan ini mengarah untuk menjaga kualitas seni pertunjukan. Namun, berkembangnya pola pikir manusia dan perkembangan dunia pendidikan, aturan keanggotaan Wayang Orang Sriwedari diubah. Anggota bisa berasal dari kerabat atau seseorang yang memiliki latar belakang pendidikan yang relevan (wawancara Didik Wibowo, 8 April 2025). Melihat potensi yang dimiliki menjadikan Taman Sriwedari menciptakan daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Berkembangnya zaman menciptakan kemudahan bagi masyarakat untuk menelan beragam informasi budaya luar yang menjadikan hadirnya budaya baru dan tercipta akulturasi. Menurut Ayuna (2023) sekelompok orang bersama budaya tersendiri dipertemukan dengan kebudayaan asing sehingga dengan berjalannya waktu kebudayaan asing tersebut mulai diterima dan dikolaborasikan menjadi budaya mereka sendiri tanpa

menghilangkan budaya yang asli disebut dengan akulturasi (Elisabeth Ayuna, 2023). Tidak dapat dihindari akses internet di era teknologi yang mutakhir menjadikan sulitnya memonitor informasi baik atau buruk yang ada sehingga menjadi sebuah ancaman terberat saat ini. Pengaruh tersebut memberikan dampak terhadap sudut pandang generasi muda bahwa kebudayaan lokal tertinggal oleh zaman. Saat setelah pemikiran itu mengakar di kalangan masyarakat maka budaya lokal perlahan akan mengalami kemunduran. Penurunan minat masyarakat telah terjadi terhadap kebudayaan wayang orang yang mana masih memelihara keaslian dari dulu hingga sekarang (Putri Khawismaya et al., 2024).

Di Kota Surakarta atau kerap disebut dengan Kota Solo memiliki kesenian Wayang Orang Sriwedari. Tampil perdana pada abad ke-18 di Solo tepatnya di Taman Sriwedari yang diresmikan oleh Pakubuwono X, raja Kasunanan Surakarta, sebagai taman hiburan untuk umum yang bertahan hingga saat ini (Restian Arina et al., 2022). Hal yang menjadi pembeda dari sendratari lainnya yaitu para pemain Wayang Orang Sriwedari menggunakan bahasa Jawa halus, yang merupakan bahasa para bangsawan di keraton dan menampilkan secara spontanitas. Bukan tanpa alasan, pemilihan bahasa yang diterapkan bertujuan untuk menghormati tokoh-tokoh dalam cerita yang merupakan raja dan dewa-dewi. Suasana selama pertunjukan diiringi dengan kelompok karawitan dengan seperangkat gamelan jawa. Wayang Orang Sriwedari memiliki scene khusus yang disebut “gara-gara” merupakan adegan berisi mengenai isu sosial yang tengah terjadi namun dibungkus dengan komedi yang dibawakan oleh tokoh wayang punokawan. Sistem keanggotaan Wayang Orang Sriwedari hanya bisa diisi berdasarkan garis keturunan. Yang dimaksud adalah pemain wayang orang harus dari anak, cucu, atau kerabat dari pemain sebelumnya. Aturan ini mengarah untuk menjaga kualitas seni pertunjukan. Namun, setelah melakukan wawancara dengan koordinator Wayang Orang Sriwedari, seiring berjalan waktu regenerasi pemain ikut mengalami perubahan aturan namun tetap menjaga kualitas pemain dengan cara

menerima keanggotaan pelaku seni yang berpengalaman di bidangnya dan dengan latar belakang pendidikan yang selaras. Melihat potensi yang dimiliki menjadikan Wayang Orang Sriwedari menciptakan daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Berjalannya masa, penurunan pengunjung terjadi sepanjang tahun 2018-2020 yang disebabkan oleh beberapa faktor. Penelitian terdahulu oleh Della pada tahun 2021 yang berjudul “Landasan Program perencanaan dan perancangan Arsitektur Gedung Kesenian Wayang Orang di Taman Sriwedari Surakarta” memaparkan beberapa faktor penyebab menurunnya pengunjung. Adanya pandemi COVID-19 yang mengharuskan semua masyarakat untuk *lockdown* sehingga aktivitas di luar ruangan semakin menyempit. Faktor lain yang dirincikan oleh B. Waluyo selaku Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, bahwa kurangnya promosi dan alokasi anggaran daerah yang minim menjadikan Wayang Orang Sriwedari tidak begitu dapat dikenal khalayak luar (B. Waluyo, 2017).

Wayang Orang Sriwedari memiliki Instagram (@wayang_orang_sriwedari) yang menyajikan jadwal pertunjukan mendatang. Tidak ada sosial media lain yang digunakan pihak sriwedari untuk berpromosi. Sedangkan, kemajuan teknologi digital berdampak pada dunia komunikasi visual mengenai penyebaran informasi di media sosial, yang mendorong untuk menciptakan konten komunikasi yang menarik kepada masyarakat (Resmadi et al., 2020). Memasuki era digital ini terjadi perubahan konsumsi informasi yang lebih condong pada media digital. Potensi yang diberikan model pemasaran ini dalam meningkatkan kesadaran merek, loyalitas konsumen, dan peningkatan penjualan sangat dapat dijamin meningkat sebab penggerak utama dalam strategi ini adalah para konsumen yang memiliki sosial media sehingga dapat berinteraksi dengan leluasa (Pesa et al., n.d.). Dengan demikian, Wayang Orang Sriwedari belum sepenuhnya memanfaatkan kesempatan menggunakan media-media yang dapat membawa transformasi dalam pariwisatanya.

Strategi Promosi Wayang Orang Sriwedari memiliki urgensi yang tidak dapat diabaikan dalam hal pelestarian budaya. Dengan demikian, dapat dilakukan untuk merancang strategi dalam penggunaan media dalam mempromosikan Wayang Orang Sriwedari bersama Tokopedia menggunakan strategi media lini atas (*above the line/ATL*) berupa iklan cetak, TVC, iklan radio, *outdoor advertising* maupun media lini bawah (*below the line/BTL*) berupa *brand activation*, *email marketing*, *in-store marketing* (Hamad, I., 2005). Dalam kesempatan ini akan menggunakan semua media sehingga dapat menjalin ikatan dengan audiens dan keselarasan brand yang diharapkan dapat mengikat sisi emosional audiens. Salah satu media yang kan digunakan sebagai jembatan antara target audiens dengan brand adalah melakukan *brand activation* untuk memperkenalkan kembali Wayang Orang Sriwedari kepada audiens, meningkatkan loyalitas terhadap brand, serta berinteraksi secara langsung dengan audiens. *Brand activation* mengandung pesan komunikasi untuk *take to action* ataupun pesan komunikasi yang bersifat *call to action* (Finanda, 2017) menjadikan media tersebut semakin optimal untuk meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung.

Dalam melaksanakan *brand activation* dengan menyelenggarakan sebuah *event* diperlukan suatu kerjasama dengan brand yang dapat memberikan *eksposure* sehingga sukses dalam meningkatkan pengunjung. Tokopedia menjadi pilihan yang tepat untuk berkolaborasi dalam penyelenggaraan *event* guna mengembalikan eksistensi Wayang Orang Sriwedari. Perusahaan bisnis ini membangun teknologi aplikasi untuk menghubungkan penjual dan pembeli yang memiliki visi membangun ekosistem super dimana siapapun bisa memulai dan menemukan apapun. Di dalam aplikasi Tokopedia terdapat layanan pembelian tiket *event* dan sebuah *marketplace* yang memungkinkan untuk menjual barang seperti *merchandise* Wayang Orang Sriwedari secara online dengan jangkauan yang lebih luas. Karena selama ini penjualan merchadise hanya dilakukan melalui pembelian offline. Keuntungan yang bisa diperoleh penjual melalui

Tokopedia yaitu memudahkan dalam bertemu konsumen dengan teknologi geolokasi yaitu untuk memudahkan pembeli menemukan penjual terdekat. Pelatihan dan pendampingan seperti webinar agar keterampilan dan pengetahuan semakin meningkat. tersedia Mitra Tokopedia yang memungkinkan untuk menjual barang secara grosir. Didukung dengan layanan pengiriman yang menjadikan pesanan tiba ke lokasi tujuan dengan tepat waktu dan mudah. Tokopedia melakukan sinergi bersama platform sosial media Tiktok Shop untuk menggaet pasar yang lebih luas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan dan melihat peluang yang dapat dimaksimalkan. Alasan lain penulis memilih Tokopedia menjadi brand nasional untuk penulisan tugas akhir ini karena memiliki nilai yang sejalan dengan kebutuhan perancangan. Tokopedia memiliki Misi ingin merobohkan tembok penghalang untuk memberikan kesempatan yang sama melalui usaha dalam mewujudkan pemerataan ekonomi secara digital di Indonesia. Bersama Tokopedia dapat berpotensi membantu untuk mencapai pasar yang lebih luas menggunakan teknologi dan promosi yang memberikan eksposur besar terhadap Wayang Orang Sriwedari.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah mendeskripsikan latar belakang yang sudah penulis uraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah berupa:

1. Minimnya minat masyarakat kepada pertunjukan Wayang Orang Sriwedari sehingga mulai mengalami kemunduran.
2. Upaya berpromosi yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari masih terbatas sehingga nilai yang dimiliki belum tersampaikan kepada audiens dengan baik.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Bagaimana perancangan Promosi seni pertunjukan Wayang Orang Sriwedari bersama Tokopedia?
2. Bagaimana visualisasi perancangan promosi seni pertunjukan Wayang Orang Sriwedari bersama Tokopedia?

1.4 Ruang Lingkup

1. *What* (Apa)
Perancangan Promosi Seni Pertunjukan Wayang Orang Sriwedari di Surakarta Bersama Tokopedia.
2. *Who* (Siapa)
Perancangan promosi dengan target pengunjung usia 25-35 tahun.
3. *Where* (Dimana)
Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah menjadi lokasi berlangsungnya studi ini
4. *When* (Kapan)
Rangkaian penelitian serta perancangan promosi dilakukan pada tahun 2025
5. *Why* (Mengapa)
Studi ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengembalikan eksistensi Wayang Orang Sriwedari di Surakarta melalui kolaborasi bersama Tokopedia sehingga dapat memperbesar minat pengunjung untuk hadir menikmati pertunjukan.

1.5 Tujuan Perancangan

1. Merancang promosi seni pertunjukan Wayang Orang Sriwedari bersama Tokopedia
2. Memvisualisasikan rancangan promosi seni pertunjukan Wayang Orang Sriwedari bersama Tokopedia.

1.6 Manfaat Penelitian

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat bagi sejumlah pihak, antara lain:

1. Meningkatkan pemahaman dan mengasah keterampilan penulis tentang ilmu pengetahuan mengenai promosi yang sudah di dapatkan di kampus dan penerapannya dalam tema penelitian.
2. Untuk Fakultas Industri Kreatif dapat menambah referensi dalam hal mengembangkan teori yang telah diimplementasikan langsung melalui proyek riil dalam peminatan advertising
3. Menyediakan wawasan baru mengenai promosi dan informasi tentang keunikan serta potensi Wayang Orang Sriwedari

1.7 Pengumpulan Data dan Analisis Data

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan lebih mengutamakan analisis. Dalam penelitian ini, proses dan makna menjadi fokus utama. Landasan teori digunakan sebagai panduan untuk memastikan bahwa fokus penelitian sesuai dengan realitas yang ada di lapangan. Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan menggali makna yang terkandung dalam fenomena tersebut. Kekuatan analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh pemilihan kata dan kalimat yang digunakan. Penelitian kualitatif lebih fokus pada elemen-elemen manusia, objek, dan institusi, serta hubungan atau interaksi di antara elemen-elemen tersebut, dengan tujuan untuk memahami peristiwa, perilaku, atau fenomena yang terjadi (Muhammad et al., 2023).

1.8 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung kepada kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan seluruh panca inderanya untuk

memperoleh suatu informasi (*Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian*, n.d.). pengambilan data melalui metode observasi ini akan dilakukan di sekitar Kota Solo, tepatnya di Taman Sriwedari Surakarta untuk mengamati secara langsung kegiatan yang sesungguhnya terjadi di lapangan.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:194) mengemukakan bahwa “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam.” Dalam metode ini peneliti akan menanyakan beberapa pertanyaan penting penunjang penelitian kepada pengelola Wayang Orang Sriwedari

3. Studi Pustaka

Pengumpulan informasi dilakukan melalui dokumentasi yang mencakup buku, jurnal, artikel, dan landasan yuridis yang relevan. Landasan teknologis digunakan sebagai acuan untuk teori dan praktik beretika yang melibatkan individu secara sistematis untuk mendukung dan menyelesaikan berbagai permasalahan (Mustafa & Suryadi, 2022). Di dalam penelitian yang ditulis bersumber dari jurnal ilmiah dan buku yang relevan dengan topik penelitian.

4. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) kuesioner ialah metode pengumpulan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan disebarkan kepada calon responden dengan kualifikasi masyarakat Indonesia terkhusus di Karesidenan Surakarta berusia 20-30 tahun. Metode ini digunakan dalam penelitian guna mengetahui minat serta latar belakang dari responden.

1.9 Metode Analisis Data

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT, merupakan metode untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari objek yang hendak diteliti. Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Metode ini untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang akan mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman serta faktor internal yang dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Peneliti menggunakan metode ini guna meneliti antara Wayang Orang Sriwedari di Surakarta dan Sendratari Ramayana Ballet Prambanan yang merupakan salah satu kompetitor.

2. Analisis Wawancara

Sudijono (2011, 82) berpendapat bahwa wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan keterangan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab lisan secara sepihak, berhadapan muka, dan memiliki tujuan tertentu. Wawancara akan dilakukan dengan humas Dinas Pariwisata Kota Surakarta atau pengelola Wayang Orang Sriwedari

3. Analisis Observasi

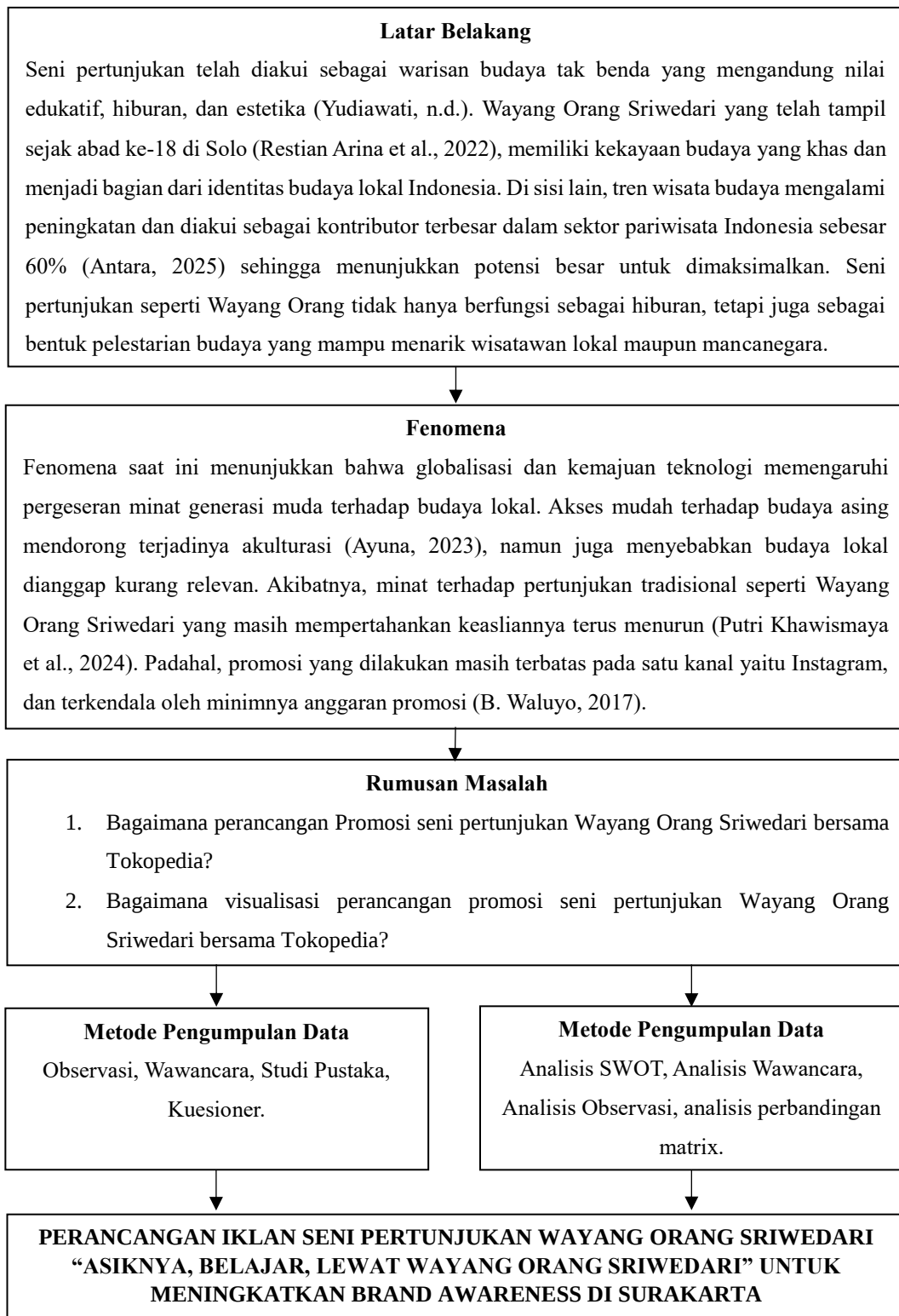
Widoyoko (2014:46) menyatakan bahwa observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang terlihat dalam suatu gejala pada objek penelitian. Penulis akan melakukan observasi terhadap bagaimana proses berjalannya pentas, memperhatikan bangunan bangunan bersejarah, dan mengamati kebiasaan pengunjung.

4. Analisis Perbandingan Matrix

Matriks perbandingan berpasangan digunakan untuk membandingkan berbagai kriteria yang akan diberi bobot, guna menunjukkan tingkat

kepentingan satu kriteria dibandingkan dengan yang lain. Pembobotan pada sub kriteria dari setiap kriteria dilakukan dengan metode ranking, yaitu metode *Rank Sum* (Novie et al., 2012). Metode ini dilakukan untuk mengetahui kelebihan atau kekurangan dan membandingkan dalam aspek promosi oleh Wayang Orang Sriwedari dengan kompetitor.

1.10 Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

1.11 Pembabakan

BAB 1 PENDAHULUAN

Dijelaskan latar belakang Wayang Orang Sriwedari di Surakarta yang memuat bagian identifikasi masalah, rumusan masalah, manfaat perancangan, pengumpulan data dan analisis data, kerangka perancangan, serta pembabakan yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini membahas landasan teori yang relevan dengan topik perancangan, seperti halnya teori kampanye, promosi, dan teori destinasi wisata, serta studi terdahulu.

BAB 3 DATA DAN ANALISIS DATA

Bab ini memaparkan data yang telah diperoleh melalui metode wawancara, kuesioner, serta hasil observasi yang sudah dilaksanakan menggunakan metode analisis data yang sesuai.

BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan bagaimana konsep dari hasil analisis data yang didapatkan dengan konsep perancangan promosi sebagai solusi dari penelitian untuk Wayang Orang Sriwedari di Surakarta.

BAB 5 PENUTUP

Bagian penutup memberikan kesimpulan serta saran dari temuan hasil dalam perancangan ini. Memberikan jawaban atas permasalahan yang telah ditemukan dari Wayang Orang Sriwedari guna mengembalikan eksistensi destinasi wisata tersebut.