

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGELOLA WAYANG ORANG  
SRIWEDARI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG PASCA  
PANDEMI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Jurusan Dakwah Dan Komunikasi

Fakultas Ushuludin Dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Guna Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial



**Disusun Oleh :**

**YUSUF ZAENAL CHABIB**

**NIM. 191211134**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**Joni Rusdiana, M.I.Kom.**

**DOSEN PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**NOTA PEMIMBING**

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuludin Dan Dakwah

UIN Raden Mas Said Surakarta

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Setelah Membaca, Mengoreksi, Meneliti, Dan Mengadakan Perbaikan Revisi  
Seperlunya Skripsi Atas Nama :

Nama : Yusuf Zaenal Chabib

Nim : 191211134

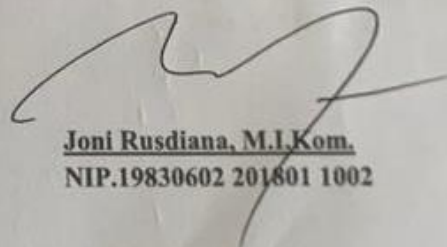
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam  
Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada  
sidang munaqosyah Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri  
Raden Mas Said Surakarta

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

**Surakarta, 10 Maret 2023**

**Pembimbing**



**Joni Rusdiana, M.I.Kom.  
NIP.19830602 201601 1002**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yusuf Zaenal Chabib  
Nim : 191211134  
Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuludin Dan Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi" adalah hasil karya sendiri dan bebas dari plagiarism.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar – benarnya, terdapat pernyataan yang tidak benar maka sepenuhnya adalah tanggung jawab peneliti.

Surakarta, 7 Maret 2023

Yang Membuat Pernyataan



Yusuf Zaenal Chabib

Nim. 191211134.

HALAMAN PENGESAHAN


**Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari  
Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi**

Disusun Oleh :

**Yusuf Zaenal Chabib**  
NIM. 191211134


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Pada hari ini , 14 April 2023  
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)

Surakarta, 24 Mei 2023  
Penguji Utama,



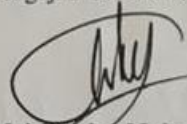
**Eny Susilowati, S.Sos., M.Si**  
NIP. 19720428 200003 2 002

Penguji II/ Ketua Sidang,



**Joni Rusdiana M.I.Kom**  
NIP. 19830602 201801 1 002

Penguji I/ Sekretaris Sidang



**Mei Candra Mahardika M.A**  
NIP. 198905 15 201903 1 013

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



**Prof. Dr. Islah M.Ag.**  
NIP. 19730522 200312 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan Untuk Kedua Orang Tuaku  
bapak dan ibu Telah mengatarkanku ke jenjang kuliah ini  
Dan merampungkan akademik Jenjang Sarjana Ini.

Insyaallah dengan skripsi

## **HALAMAN MOTTO**

“Sungguh Tak Ada Kesedihan Tatkala Hati Itu Bersama Allah”

## ABSTRAK

**YUSUF ZAENAL CHABIB, NIM 19.12.111.34 . Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. Skripsi, Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah Dan Komunikasi, Fakultas Ushuludin Dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta 2023.**

Pada penelitian ini, setelah melakukan observasi Wayang Orang Sriwedari terdapat beberapa sumber masalah yang ada pada objek penelitian, Wayang Orang Sriwedari mengalami kurangnya pengelolaan Informasi untuk di beritakan ke masyarakat luas, juga mengalami kurangnya strategi komunikasi pemasaran membuat Wayang Orang Sriwedari mengalami *Stuck* dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan Wayang Orang Sriwedari juga terbilang kurang dalam mengadakan Event untuk mengenalkan Wayang Orang Sriwedari ke masyarakat luas guna peningkatan jumlah pengunjung, Hal yang menarik pada penelitian adalah Wayang Orang Sriwedari biasanya wayag identik dengan penonton lansia namun Wayang Orang Sriwedari ini malah banyak diminati oleh kalangan anak muda melineial.

Penelitian ini Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, tehnik pengumpulan data menggunakan cara observasi, wawancara dokumentasi dan studi pustaka dan mengabsahkan data melalui keridibilitas kemudian mengkonfirmasi data dan menstransferkan data pada analisis data menggunakan reduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan

Hasil Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa. Wayang Orang Sriwedari, dilakukan Wayang Orang Sriwedari dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung, masalah yang dialami Wayang Orang Sriwedari yaitu dengan kurangnya pengelolaan informasi yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari. Wayang Orang Sriwedari kerjasama Kominfo Surakarta untuk menginformasikan Wayang Orang Sriwedari dimedia Televisi dengan menampilkan Video Wayang Orang Sriwedari Kurang adanya Event yang berkaitan dengan Wayang Orang Sriwedari membuat Wayang Orang Sriwedari mengalami *Stuck* jumlah pengunjung melalui pameran busana Wayang Orang Sriwedari di Car Free Day atau Dalam upaya peningkatkn jumlah pengunjung Wayang Orang Sriwedari harus lebih efektif dengan Strategi Komunikasi Pemasarannya dengan mamanfakan media sosial Wayang Orang Sriwedari harus lebih konsisten dalam hubungan baik dengan pengunjung yaitu dengan lebih Efektif menyapa pengikut diinstagram dan membalas komentar.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Objek Wisata, Wayang Orang Sriwedari**

## ABSTRACT

**YUSUF ZAENAL CHABIB NIM 19.12.111.34, Marketing Communication Strategy Wayang Orang Sriwedari In Creasing The Number Of Customer pasca pandemic, Islamic Communication And Broadcasting Study Program, Faculty Of Ushuludin And Da'wah. Raden Mas Said State Islamic University 2023.**

The Research, after observing Wayang Orang Sriwedari, there are several sources of problems in the object of research, Wayang Orang Sriwedari experienced a lack of information management to be reported to the wider community, Why Wayang Orang Sriwedari can still rise and develop after the pandemic compared to other arts, besides that Wayang Orang Sriwedari also experienced a lack of marketing communication strategy making Wayang Orang Sriwedari experienced Stuck in increasing the number of visitors and Wayang Orang Sriwedari is also somewhat lacking in holding events to introduce Wayang Orang Sriwedari to the wider community in order to increase the number of visitors

This research method used is a descriptive qualitative method, data collection techniques using observation, interview and documentation and studies pustaka methods. Tekhnic Absah Data research method kredibility, confirmation, and transformation data, Analisis Data the research Reduksi data serve data and draw a cocnclusion

The results of this study can be concluded that. Wayang Orang Sriwedari, carried out by Wayang Orang Sriwedari in an effort to increase the number of visitors, the problem experienced by Wayang Orang Sriwedari is the lack of information management carried out by Wayang Orang Sriwedari. Wayang Orang Sriwedari cooperation with Kominfo Surakarta to inform Wayang Orang Sriwedari in Telivisi media by displaying Wayang Orang Sriwedari Video The lack of events related to Wayang Orang Sriwedari makes Wayang Orang Sriwedari experience Stuck the number of visitors through the Wayang Orang Sriwedari fashion exhibition on Car Free Day or In an effort to increase the number of visitors Wayang Orang Sriwedari must be more effective with its Marketing Communication Strategy with the social media understanding Wayang Orang Sriwedari must be more consistent in good relations with visitors, namely by more effectively greeting followers on instagram and replying to comments.

**Keywords : Strategy Marketing, Tourism Object, Wayang Orang Sriwedari**



## KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur senantiasa saya panjatkan kehadirat Allah SWT, Yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayahnya. Sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan sebagaimana mestinya, dengan melewati berbagai proses senang, susah, sedih sehingga dimana skripsi ini hingga selesai, namun tak luput dari kesalahan manusia adalah hal yang wajar. Skripsi ini selesai atas Ridho Allah SWT Sholawat serta salam senantiasa saya haturkan untuk Nabi Besar Saya Nabi Agung, Nabi Muhamad SAW Sebagai Suri tauladan seluruh umat islam didunia ini.

Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi” Ini, Yang Menganalisis apa saja bentuk strategi yang dilakukan pihak pengelola Wayang Orang Sriwedari dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan tercipta, tanpa adanya bantuan bimbingan, saran dari beberapa pihak. Besar terima kasih penulis maka penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada Bapak/Ibu Dan Saudara :

1. Prof. Dr. H. Mudofir Abdullah S.Ag. M.Pd, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Islah M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ushuludin Dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Joni Rusdiana M.I.Kom Selaku Koordinator Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Dan Selaku Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini dan yang senantiasa meluangkan waktu, untuk memberikan arahan, masukan dan saran pada proses penyusunan skripsi ini tanpa beliau skripsi ini tidak akan selesai.
4. Eny Susilowati M.Si, Selaku Penguji Utama penulis sangat berterima kasih dengan beliau skripsi ini dapat berjalan lancar dan dipermudah pada penyusunan skripsi ini dan juga semua amal nya dibalas dengan kebaikan oleh Allah SWT. Penulis hanya

bisa mendoakan agar beliau dimudahkan dalam segala hal dan juga dimudahkan pintu rezekinya, dan juga Mei Candra Mahardika M.A Selaku Sekretaris penguji rasa terima kasih penulis kepada beliau senantiasa saya haturkan dan semoga beliau dilancarkan dalam setiap prosesnya.

5. Jajaran Civitas akademika Fakultas Ushuludin Dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
6. Bapak Dan Ibu Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta yang selalu memberikan doa dan dukungan.
7. Bapak dan Ibu Selaku Pengelola Wayang Orang Sriwedari yang telah memberikan waktu dan tempatnya untuk keperluan data pada skripsi ini.
8. Bapak Dan Ibu Yang selalu memberikan motivasi gambaran orang – orang diluar sana walapun banyak serba kekurangan tetapi mereka selalu bersyukur.
9. Teman – Teman prodi komunikasi penyiaran islam Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebut Namanya satu persatu.
10. Kepada semua pihak yang terlibat pada proses penyusunan skripsi ini.

Semoga kebaikan dan kesabaran yang telah membantu pada proses penulisan skripsi ini dilancarkan semoga kebaikan menyertai semua pihak yang terlibat pada proses skripsi ini.

Surakarta,7 Maret 2023

Penulis

**Yusuf Zaenal Chabib**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>1</b>
<b>NOTA PEMIMBING</b> .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>III</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>V</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	16
C. Batasan Masalah .....	16
D. Rumusan Masalah .....	17
E. Tujuan Penelitian .....	17
F. Manfaat Penelitian .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>19</b>
A. Landasan Teori .....	19
1. Komunikasi Pemasaran.....	19
1) Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	19
2) Konsep Komunikasi Pemasaran .....	20
3) Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	21
4) Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	22
5) Bauran Promosi .....	23
a) Pengertian Bauran Promosi .....	25
b) Komponen – Komponen Bauran Promosi.....	28
2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	28
1) Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran .....	28
2) Fungsi Dan Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	29
3) Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran.....	29

B. Kajian Pustaka .....	43
C. Kerangka Berfikir .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	47
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	47
C. Subjek Penelitian .....	49
D. Objek Penelitian .....	49
E. Jenis Data.....	50
F. Teknik Pengumpulan Data .....	50
1. Observasi .....	50
2. Wawancara.....	51
3. Dokumentasi .....	51
4. Studi Pustaka.....	52
G. Teknik Keabsahan Data.....	52
H. Teknik Analisis Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	55
B. Sajian Data.....	69
1. Data Pengunjung.....	73
2. Grafik Data Pengunjung .....	77
3. Iklan .....	78
4. Promosi Internet.....	82
5. Pemberitaan Media Koran Online .....	87
6. Event .....	90
7. Locket Penjualan Ticket .....	93
8. Penjualan Ticket Melalui Whatsaap .....	97
C. Analisis Data Dan Pembahasan .....	98
1. Iklan .....	99
2. Promosi Penjualan .....	100
3. Hubungan Masyarakat Dan Pemberitaan.....	101
4. Acara Khusus Dan Pengalaman.....	103
5. Penjualan Langsung .....	105
6. Penjualan Pribadi .....	107
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	110
1. Akademis.....	113

2. Praktis.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel.1 Data Pengunjung Sebelum Pandemi Dan Sesudah Pandemi .....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel.2 Waktu Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel.3 Data Pengunjung Tahun 2022 .....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Panggung Wayang Orang Sriwedari .....	6
Gambar. 2 Kursi Penonton Wayang Orang Sriwedari .....	7
Gambar. 3 Kerangka Berfikir .....	46
Gambar. 4 Logo Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta .....	57
Gambar. 5 Bagan Struktur Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta .....	59
Gambar. 6 Logo Wayang Orang Sriwedari .....	64
Gambar. 7 Struktur Organisasi Wayang Orang Sriwedari .....	66
Gambar. 8 Grafik Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari 2022 .....	77
Gambar. 9 MMT Wayang Orang Sriwedari .....	79
Gambar. 10 Baliho Iklan Wayang Orang Sriwedari.....	79
Gambar. 11 Baliho Iklan Event Wayang Orang Sriwedari .....	79
Gambar. 12 Iklan Wayang Orang Sriwedari Melalui Radio .....	81
Gambar. 13 Iklan Wayang Orang Sriwedari Melalui Brosur.....	82
Gambar. 14 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Instagram.....	83
Gambar. 15 Media Sosial @Pemkot_Solo Untuk Iklan Wayang Orang Sriwedari .....	84
Gambar. 16 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Youtube .....	85
Gambar. 17 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Tiktok .....	86
Gambar. 18 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Facebook .....	86
Gambar. 19 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Jawa Pos....	88
Gambar. 20 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Detik.Com.	89
Gambar. 21 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Merdeka.com .....	89
Gambar. 22 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Tribuntravel .....	90
Gambar. 23 Event Festival Wayang Bocah Di Wayang Orang Sriwedari.....	91
Gambar. 24 Pamflet Festival Wayang Bocah.....	92
Gambar. 25 Kegiatan Tiketing Di Wayang Orang Sriwedari .....	94
Gambar. 26 Tiket Masuk Wayang Orang Sriwedari .....	95

Gambar. 27 Pengunjung Wayang Orang Sriwedari Melalui Whatsaap atau Instagram .....98



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Gambar Lampiran. 1 Surat Pengantar Mohon Izin Penelitian.....	117
Gambar Lampiran. 2 Surat Pengantar Izin Untuk Masuk dari kesbangpol.....	118
Gambar Lampiran. 3 Surat Izin Penelitian Di Wayang Orang Sriwedari .....	119
Gambar Lampiran. 4 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	120
Gambar Lampiran. 5 Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari .....	121
Gambar Lampiran. 6 Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari dari dinas .....	121
Gambar Lampiran. 7 Wawancara Dengan Humas Orang Sriwedari.....	122
Gambar Lampiran. 8 Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari .....	122
Gambar Lampiran. 9 Wawancara dengan Pengelola Ticket Wayang Orang Sriwedari.....	123
Gambar Lampiran. 10 Wawancara dengan pengunjung Wayang Orang Sriwedari .....	123

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Indonesia merupakan negara yang melestarikan kebudayaan dari nenek moyang turun temurun yang saat ini masih di lestarikan budayanya hingga saat ini, di zaman sekarang ini budaya dipopulerkan mengikuti seiring berjalanya zaman. tidak hanya melalui media cetak dipapan informasi ataupun melalui media cetak lainnya sekarang budaya merabak dengan cara memunculkan dimedia sosial, pada hakekatnya kebudayaan diindonesia sangat patut dilestarikan bentuknya sampai saat ini. agar kebudayaan - kebudayaan di indonesia tidak punah hanya terjepit oleh masuknya budaya luar yang masuk di indonesia.

Kepariwisata pada saat ini, berkembang pesat dengan munculnya kecanggihan teknologi media sosial pada saat ini. pariwisata sekarang mengalami pertumbuhan yang mulai meningkat pasca pandemi covid -19. peningkatan ini juga sangat berpengaruh disektor ekonomi. tidak hanya meningkatkan ekonomi didalam pemerintahan tetapi juga mampu meningkatkan ekonomi masyarakat disekitarnya. guna menunjang ekonomi masyarakat yang kini sedang bangkit dalam keadaan ekonomi pasca pandemi covid - 19, dilain itu banyak yang masih mengandalkan pariwisata sebagai mata pencaharian yang kini masih di geluti.

Berbicara tentang adanya corona virus disaes - 19 memang benar kenyataanya menghantam parah dari berbagai sektor khususnya pada sektor

pemasaran, semua itu di buktikan dengan adanya penghamabatan laju ekonomi yang sempat dilakukan pemerintah indonesia. berbagai bidang usaha juga terdampak dengan terhambatnya laju ekonomi karena covid - 19 di bidang pariwisata contohnya pariwisata kebudayaan, edukasi dan pariwisata lainnya. sektor pariwisata sangat terdampak dengan adanya penurunan pengunjung yang sangat drastis karena pandemi covid - 19 itu sendiri.

Kebudayaan Dan Pariwisata saat ini harus melakukan perkembangan destinasi tempat wisata non budaya dan budaya dengan upaya membangun komunitas pariwisata dan kebudayaan yang berdampak pada masyarakat luas, pariwisata sangat memerlukan suatu pola yang didalamnya terdapat perencanaan dan tersusunya agar potensi wisata pada saat ini bisa berkembang optimal dalam meingkatkan sektor budaya dan pariwisata tingkat daerah, departemen kebudayaan dan pariwisata daerah departemen kebudayaan dan pariwisata daerah memberikan kewenangan yang menunjuk pemerintah daerah sebagai penggerak dan memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah khususnya Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Dalam menentukan tahap - tahap pembangunan kepariwisataan. pariwisata secara tidak langsung menjadi salah satu penghasil devisa negara dalam ketetapan MPR No.11/93 tentang GBHN, yang mengatur pembangunan sektor kepariwisataan.(Hasriana 2022)

Sektor pariwisata seperti yang dijelaskan pada Undang – Undang Dasar No. 10 Tahun 2009 Pasal 9. Dalam pasal tersebut dijelaskan mengenai peraturan perundang – undangan tentang pembangunan sektor kepariwisataan yang akan dilakukan pemerintah pusat yang diserahkan oleh pemerintah daerah untuk pengembangan sumber daya manusia yaitu berupa pembangunan dimana pasal ini seperti yang dijelaskan pada ayat (3). Selain itu masyarakat dengan sadar akan pengembangan lingkungan yang dilakukan pemerintah untuk sektor pariwisata harus ikut andil dalam pelestarian dan pengendalian untuk berpartisipasi dalam pengembangan sektor pariwisata. (diakses melalui [bumn.go.id](http://bumn.go.id) pada tanggal 09 November 2022 Pukul 12.39 WIB)

Sektor tertinggi saat ini masih dipegang dengan dunia kepariwisataan karena dunia kepariwisataan mampu mengenalkan daerah dengan laju informasi yang kini sudah sangat modern adanya dengan platform media social hal ini bisa dibuktikan dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2020 mencapai 4,5 juta orang. Dengan ini sangat membuktikan sektor pariwisata mampu mendongkrak devisa dan ekonomi yang sangat pesat. Namun tidak berselang lama penurunan mancanegara yang datang ke Indonesia terjadi pada tahun 2021, pada tahun 2021 penurunan wisatawan yang datang ke indoensia tampak terlihat jelas yaitu jumlah kunjungannya hanya mencapai 1,5 juta orang hal ini dikarenakan pandemi covid – 19 di Indonesia masih belum mencapai kata pasti sehingga masih berdampak jelas pada faktor penurunan wisatawan. (Yoeti 1990)

Jumlah wisatawan yang berkunjung juga akan meningkat dengan berbagai faktor yang bisa meningkatkan wisata tersebut yaitu berbagai macam dan jenis pariwisata yang dipertontonkan oleh masing – masing daerah, hal ini dibuktikan dengan banyaknya kunjungan wisatawan khususnya di Jawa Tengah pada tahun 2021 wisatawan yang datang ke Jawa Tengah mencapai angka 722.571 orang. Seperti yang dijelaskan Kepala Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar provinsi jawa tengah, *Sinoeng Nugroho Rahmat*. (Diakses dari kompas.com tanggal 09 November 2022 Pukul 08.33 WIB). Kemajuan pariwisata yang maju tidak sebatas hanya dengan keindahannya saja tetapi juga memerlukan strategi pemasaran yang efektif yang harus dilakukan.

Promosi juga sangat diperlukan pengelola objek wisata untuk mengenalkan wisata tersebut. Tetapi juga harus mengetahui segmentasi pasara yang akan dituju. Tentu objek yang dituju yaitu masyarakat, masyarakat akan merasa lega dan menyanjung ketika suatu objek wisata menyediakan *fasilitas* yang nyaman dan bersih untuk dikunjungi, begitu juga dengan sebaliknya pengunjung akan merasa tidak puas jika wisata tersebut tidak menyediakan fasilitas yang lengkap, untuk itu strategi komunikasi perlu adanya untuk meningkatkan strategi pengelolaan.

Promosi Menurut Rangkuti (2009), promosi dilakukan dengan cara suatu perusahaan atau lembaga dengan menginformasikan atau memberikan edukasi tentang produk yang akan ditawarkan ke konsumen dan juga memberitahu keberadaan dan manfaat barang atau produk yang telah ditawarkan tersebut,

promosi adalah cara berguna untuk meningkatkan jumlah penjualan yang telah atau disesuaikan dengan target penjualan.

Tujuan promosi menurut Kotler dan Keller tahun 2008 pada bukunya manajemen pemasaran, tujuan dengan adanya promosi yaitu dengan mencari laba atau keuntungan lebih dari penjualan tersebut, seperti pada umumnya perusahaan atau Lembaga yang akan melakukan promosi didasari pada beberapa konsep promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan atau lembaga tersebut dengan memperhatikan beberapa konsep yaitu Iklan, Promosi Penjualan, Humas dan Pemberitaan, Acara Khusus dan Pengalaman, Pemasaran Langsung Dan Penjualan secara pribadi.

Strategi komunikasi pemasaran, adalah bentuk usaha sebuah instansi maupun perusahaan yang bergerak pada bidang pemasaran untuk mempromosikan dan menarik minat customer yang akan dipasarkan dan dijual dengan maksud konsumen akan menganli produk yang kita promosikan, lalu setelah pemasaran dan penjualan sebagai pemasar mengharapkan timbal balik (*feedback*) yaitu dengan membeli dan menjadi pelanggan, di era modernisasi seperti sekarang ini banyak platform yang memanfaatkan media social sebagai bentuk promosi, dengan tidak heran komunikasi sangat penting sebagai bentuk pemasaran.

Perusahaan maupun Instansi sejalan dengan waktu akan menyampaikan informasi yang berita kepada konsumen, oleh karena itu komunikasi dan

pemasaran adalah salah satu elemen yang dapat dipadukan untuk kegiatan promosi. Strategi komunikasi secara efektif dapat dilakukan dengan rencana dan metode komunikasi untuk proses pemasaran. Sebuah objek wisata dapat melakukan pemasaran dengan tujuan mempromosikan (memberitahu), dan kemudian mempengaruhi, memperkenalkan, dan menginformasikan kepada customer supaya sosok pengunjung berkeinginan datang ke salah satu destinasi wisata. (Mabruriyah 2022)

Provinsi Jawa Tengah terkenal didalam kebudayaan di tanah jawa dan berbagai destinasi wisata yang sangat luas di berbagai kabupaten dan kota di wilayah jawa tengah, ada berbagai destinasi wisata didaerah jawa tengah antara lain : pantai, hutan, taman, pegunungan, waduk dan juga kebudayaan.

Di jawa tengah, dengan kota surakarta yang akrab dikenal dengan "the sprit of java" atau solo jiwane jawa. memiliki berbagai macam objek wisata, diantaranya wisata tersebut adalah wisata alam buatan , wisata budaya dan juga wisata sejarahnya. objek wisata di kota surakarta yang menarik para wisatawan yaitu wisata budaya dan juga wisata alam seperti : Kethoprak Balekambang, Kampung Batik Laweyan, Kampung Batik Kauman, Sepur Kluthuk Jaladara, Museum Radya Pustaka, Musem Keris Nusantara, Keraton Surakarta, Puro Mangkunegaraan Dan Juga Wayang Orang Sriwedari. (Diakses dari travel kompas.com pada tanggal 12 November 2022 Pukul 15.41 WIB).

Wayang Orang Sriwedari adalah kesenian tradisional yang ada di Kota Surakarta dan masih dilestarikan hingga saat ini, wayang orang sriwedari berpentas setiap Selasa – Minggu. Berada di tengah kota Surakarta dengan nuansa budaya terbukti dengan disuguhkan patung wayang pada loby depan wayang orang sriwedari



**Gambar. 1 Panggung Wayang Orang Sriwedari**

Dan ketika masuk area pertunjukan didalam Gedung wayang orang sriwedari sendiri. Gedung Wayang orang sriwedari dahulu kala adalah “kebon rojo” Milik keraton kasunanan Surakarta, wayang orang sriwedari wayang orang sriwedari adalah tradisi tetaer seni tari wayang orang sriwedari adalah gabungan antara seni drama yang berkembang di dalam budaya barat, maka dari itu wayang orang sriwedari sudah tidak lagi dimainkan menggunakan boneka ataupun wayang kulit.



Wayang Orang Sriwedari dimainkan oleh manusia yang berbusana layaknya wayang, dan diiringi oleh musik tradisional khas Jawa seperti gamelan, gong dan lain – lain guna untuk memperindah pertunjukan wayang orang sriwedari ini. Wayang orang sriwedari sendiri ketika masuk ke dalam Gedung sudah terlihat jelas suasana pertunjukan wayang orang sriwedari dengan panggung seperti layaknya menonton konser musik. Tiket untuk menonton masuk melihat pertunjukan wayang orang sriwedari berbeda – beda kursi VIP. Rp.10.000, dan untuk kursi biasa seharga NON VIP Rp.5000, Wayang Orang Sriwedari sendiri hingga saat ini dikelola oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Dibawah Pengelolaan Bidang Seni Dan Budaya.



**Gambar. 2 Kursi Penonton Wayang Orang Sriwedari**

Alasan penulis memilih seni wayang orang sriwedari untuk kegiatan penelitian, memiliki filosofi sejarah yang Panjang hingga sampai saat ini masih dilestarikan mengapa penulis memilih sejarah yang Panjang hal tersebut

dibuktikan dengan umur wayang orang sriwedari yang sudah berumur 112 tahun.(Diakses dari detik.com pada tanggal 12 November 2022 Pukul 15.53 WIB) Membudaya dikota Surakarta. Lokasi tidak jauh dari pusat kota Surakarta beralamat di Jl. Kebangkitan Nasional No.15 Sriwedari, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57141. Tempat tersebut berada di sengketa lahan Keraton Kasunan Surakarta. Dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta hingga saat ini. Selain alasan tersebut penulis juga melihat akan mulai kepunahan budaya Indonesia yang saat ini lebih mememilih budaya lain yang masuk diindonesia. (Diakses dari solopos.com pada tanggal 12 November 2022 Pukul 16.07 WIB). Dan peneliti mememilih wayang orang sriwedari untuk penelitian karena jarang diteliti tentang bagaimana strategi komunikasi pemasarannya. Alasan secara obyektif bahwa Kawasan wisata yang dimiliki Kota Surakarata tersebut cukup menarik wisatawan mancanegara jika bisa dikelola dengan teratur pihak pemerintah dimana potensi objek wisata tersebut dapat memberikan dampak secara maksimal untuk pendapatan daerah dan juga masyarakat sekitar, Alasan secara subyektif judul ini bagi penulis cukup menarik diteliti dan sesuai dengan keilmuan penulis yaitu (*public relations*).

Promosi yang dilakukan oleh pengelola Wayang Orang Sriwedari yaitu menggunakan platform media *social* diantaranya Instagram (@wayang\_orang\_sriwedari), Facebok (*Wayang Orang Sriwedari*),Tiktok (*Wayang\_Orang\_Sriwedari*). Objek wisata “Wayang Orang Sriwedari” memiliki daya Tarik tersendiri pasca perubahan pemain wayang yang dulu rentan umur

pemain bisa 38 tahun ke – atas sekarang di era milenial wayang orang sriwedari merekrut kader wayang orang dengan rentan usia 20 tahun dan maksimal 30 tahun (menurut wawancara dengan Waruju Koordinator Pemain Wayang). Portal media online pun menuliskan seperti detik.com pada tanggal 4 Juli 2020 Menjelaskan bahwa “ Wayang Orang Sriwedari “ Mengobati kerinduan masyarakat terhadap wayang orang sriwedari, kini pentas secara daring.

Promosi yang semakin ketat persainganya di media sosial saat ini, karena media sosial adalah salah satu platform yang sangat cepat dan pesat perkembangannya untuk melakukan promosi. Karena tentunya sangat fleksibel, murah dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja. Media social “ Wayang Orang Sriwedari “ Terutama di *Instagram* terlihat kurang efektif. Hal ini terlihat jumlah pengikut wayang orang sriwedari yang sudah mencapai angka 11,2rb tetapi jumlah like dan komen sangat sedikit.

Alasan Menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk dijadikan acuan sebagai penelitian ini. Komunikasi Pemasaran begitu penting untuk dijadikan sebagai suatu promosi sebuah Lembaga atau komunitas untuk meningkatkan eksistensi melalui promosi yang ditawarkan. Dengan strategi komunikasi pemasaran mampu menciptakan kebutuhan atau urgensi customer untuk melihat produk atau jasa yang telah ditawarkan, selain itu dengan komunikasi pemasaran customer bisa merekomendasikan yang telah ditawarkan kepada orang lain atau istilah dengan mulut ke mulut.

Pengunjung Wayang Orang Sriwedari Sendiri berasal dari luar masyarakat solo dan dalam solo, Wayang orang sriwedari ramai pengunjung pada hari tertentu saja, yaitu pada hari sabtu dan minggu untuk hari non weekend mengalami penurunan pengunjung. Menurut (Diwasa selaku koordinator wayang orang sriwedari) hal tersebut karena ada faktor tertentu.

Dalam pra penelitian, penulis berbincang dengan (Diwasa) selaku koordinator dari dinas kebudayaan bidang seni budaya, hari biasa mengalami faktor penurunan pengunjung yang dikarenakan, target penjung wayang orang sriwedari sendiri tidak hanya masyarakat penikmat wayang saja, tetapi juga mentargetkan masyarakat luas, mahasiswa dan juga anak – anak, mengapa mentargetkan mahasiswa dan anak – anak itu agar tau bahwa adanya budaya asli Surakarta yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat luar solo bahkan hingga mancanegara, faktor yang mengalami penurunan pengunjung pada hari biasa yaitu masyarakat luas banyak yang sudah letih setekah bekerja, untuk kalangan anak – anak dan mahasiswa pasti juga berfikir bahwa harus kuliah dan harus sekolah nah itu yang menjadi faktor penghambat Wayang Orang Sriwedari sendiri belum lagi sekarang masih banyak masyarakat luas yang masih was – was dengan adanya pandemi covid – 19. (Wawancara dengan koordinator wayang orang sriwedari pada Tanggal 31 Oktober 2022 Pukul 13.59 WIB).

Data yang diperoleh setelah pandemi dan sesudah pandemi terlihat ada penurunan setelah pandemi, hal ini dikareanakan Wayang Orang Sriwedari masih dalam tahap adaptasi setelah pandemi, Dalam pra penelitian peneliti berbincang

dengan koordinator wayang orang sriwedari sendiri yaitu dengan (Didik), Jika dilihat dari sisi setelah pandemi dan sebelum pandemi jelas wayang orang sriwedari berbeda pengunjung pada tahun sebelum pandemi, hal ini dikarenakan wayang orang sriwedari masih dalam tahap berbenah dan melakukan pemasaran agar masyarakat tertarik datang untuk melihat wayang orang sriwedari, tetapi hal tidak itu saja ditahun setelah pandemi ini wayang orang sriwedari tidak membuka semua kursi yang ada di dalam, Gedung wayang orang sriwedari, ditahun setelah pandemi wayang orang sriwedari hanya membuka kursi VIP saja sedangkan sebelum pandemi wayang orang sriwedari membuka semua kursi, jika dilihat dari perbandingan setelah pandemi tidak membuka semua kursi sudah mencapai diangka yang cukup dari target, apalagi kita membuka semua kursi saya pikir akan lebih jauh meningkat dari tahun sebelum pandemi (Wawancara dengan koordinator wayang orang sriwedari pada tanggal 15 Desember 2022 Pukul 19.37 WIB).

Hasil data pengelola mengacu pada jumlah kunjungan yang datang di “ Wayang Orang Sriwedari “ di dapat pada data dibawah ini :

**Tabel. 1 Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari****Sebelum Pandemi Dan Sesudah Pandemi**

<b>Bulan</b>	<b>2019 Sebelum Covid</b>	<b>2022 Pasca Covid</b>
<b>Januari</b>	<b>2501</b>	<b>1373</b>
<b>Februari</b>	<b>1877</b>	<b>1222</b>
<b>Maret</b>	<b>2346</b>	<b>1448</b>
<b>April</b>	<b>2323</b>	<b>963</b>
<b>Mei</b>	<b>1643</b>	<b>2179</b>
<b>Juni</b>	<b>3645</b>	<b>2144</b>
<b>Juli</b>	<b>3509</b>	<b>1687</b>
<b>Agustus</b>	<b>2202</b>	<b>1499</b>
<b>September</b>	<b>3306</b>	<b>1956</b>
<b>Oktober</b>	<b>2776</b>	<b>1912</b>
<b>November</b>	<b>2919</b>	<b>2123</b>
<b>Desember</b>	<b>4892</b>	<b>2376</b>

Berdasarkan tabel diatas, jumlah pengunjung Wayang Orang Sriwedari “Mengalami kenaikan pengunjung pada tahun 2022 hal ini disebabkan mulai ada pelonggaran yang dilakukan pemerintah Indonesia pasca pandemic covid – 19 yang merebak parah. Oleh sebab itu potensi yang dimiliki destinasi wisata “Wayang Orang Sriwedari” Sebenarnya mempunyai daya saing yang cukup kuat, namun kurangnya pengelolaan dalam bidang promosi yang membuat wayang orang sriwedari kurang diminati wisatawan untuk kapasitas penonton pada wayang orang sriwedari berjumlah 300 – 400 kursi penonton..

Keunikan yang dimiliki “wayang orang sriwedari” sendiri memiliki ciri khas yang menonjol, yaitu lebih berat di bobot cerita, alur tembang yang dilakukan dengan rinci, menggunakan sastra yang mudah dimengerti oleh masyarakat umum. Dan juga penataan rias busana yang berbeda dengan wayang lainya. Dan juga memiliki ciri khas pertunjukan yang berbeda.

Sama halnya seperti yang dilakukan promosi oleh perusahaan yaitu melakukan pemasaran dengan internet, Pemasaran yang diterapkan oleh pengelola “wayang orang sriwedari” di media social masih belum maksimal karena pengunjung yang mengetahui wayang orang sriwedari hanya dari orang lain atau mulut ke mulut. Hal ini dibuktikan dengan kiriman melalui *Instagram* @wayang\_orang\_sriwedari, like dan komen masih bisa dikatakan sedikit, selain itu di akun seperti *facebook*, *twitter*, *tiktok* juga jarang melakukan publikasi guna untuk menarik dan meningkatkan wisatawan yang datang.

Pada penelitian ini peneliti membandingkan dengan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini guna untuk menyempurnakan penelitian. Skripsi yang ditulis oleh Uraini yang berjudul “Branding Wayang Orang Sriwedari Melalui Akun Instagram @Wayang\_Orang\_Sriwedari Dan @Wayang\_Wong\_Sriwedari Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung”

Penelitian diatas membahas mengenai bagaimana strategi branding yang dilakukan wayang orang sriwedari pada media sosial Instagram untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Persamaan pada penelitian ini membahas pada wayang orang sriwedari, perbedaanya terletak pada objeknya, penelitian yang dilakukan oleh Uraini membahas tentang branding wayang orang sriwedari pada media sosial Instagram sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran.

Jurnal yang ditulis oleh Ida Ayu Eva Ratna Juwita “Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung” Penelitian yang ditulis oleh uda ayu eva ratna juwita yang berjudul strategi pemasaran museum wayang kekayon Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung tersebut peneliti mengobservasikan dengan peneliti diatas. Peneliti mendapati perbedaan yang dilakukan oleh Ida Ayu Eva Ratna Juwita tidak menggunakan strategi komunikasi pemasaran, sedangkan yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini juga memakai bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata kota Surakarta dalam meningkatkan eksistensi wisatawan pada seni wayang orang sriwedari. Persamaan



pada penilitan ini sama-sama menggunakan strategi STP, Segmentation, Targeting Dan Positioning. Dan Juga Pada penelitian Ini Sama – Sama Menggunakan Marketing mix.

Skrpsi yang ditulis oleh Haydhar Rachmadhicka yang berjudul penerapan bauran promosi pada wayang orang sriwedari. Penelitian diatas membahas mengenai bagaimana bauran promosi yang dilakukan wayang orang sriwedari Persamaan pada penelitian ini membahas pada wayang orang sriwedari,d perbedaanya terletak pada objeknya, penelitian yang dilakukan oleh Haydhar Rachamndicka membahas tentang bagaimana penerapan bauran promosi yang telah dilakukan wayang orang sriwedari sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran, pada penelitian ini sama - sama menggunakan bauran promosi namun sudut pandang penelitian terdahulu dari perspektif ekonomi sedangkan pada penelitian ini dari persperktif komunikasi.

Kegiatan promosi juga tidak akan berjalan dengan lancar cara mengaitkan elemen (Bagian) dari komunikasi pemasaran. Agar promosi dan iklan yang akan ditujukan kepada masyarakat memperoleh timbal balik sesuai yang diharapkan yaitu dengan membuat ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke lokasi destinasi wisata.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis peneliti melakukan penelitian berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Seni Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi.”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah paparkan penjelasannya diatas, maka dari itu penulis perlu mengidentifikasi masalah yang ada pada penelitian dan akan dilakukan agar menemukan jawaban atas permasalahan tersebut :

1. Kurang maksimalnya pengelolaan informasi objek wisata, karena wisata yang gencar di pasarkan sekarang adalah kuliner dan wisata alam
2. Kenapa Wayang Orang Sriwedari Masih bisa eksis setelah pandemi dibandingkan kesenian – kesenian lainnya.
3. Kurangnya strategi promosi dan pemasaran yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari, Sehingga berdampak pada penurunan pengunjung pada objek wisata budaya Wayang Orang Sriwedari
4. Kurangnya *Event* di objek wisata Wayang Orang Sriwedari Diluar Pentas membuat dampak terjadinya penurunan pengunjung

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah ditulis pada penelitian ini. Maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti. Adapun pembatasan masalah yang akan diteliti adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka peneliti memberikan rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mendiskripsikan Strategi Komunikasi Pemasaran Seni Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, memberikan manfaat antara lain :

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan komunikasi dan penyiaran islam dalam bidang *public relations* dan penelitian ini seperti yang diharapkan penulis dapat menjadi gambaran untuk penelitian berikutnya, serta dapat mendeskripsikan bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi.

##### 2. Manfaat Praktis

Peneliti sangat mengharapkan kepada terutama dari pihak pengelola dibagian pemasaran untuk bisa mengembangkan promosi lagi dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi.

## BAB II

### LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Komunikasi Pemasaran

###### 1) Pengertian Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) adalah sebuah usaha dimana suatu perusahaan mempromosikan, menginformasikan, mengajak dan memberitahu konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang barang yang akan dijual, “Kata komunikasi pemasaran memiliki dua unsur yaitu komunikasi dimana proses dugaan dan penangkapan antara individu dengan individu lain memiliki komunikasi sebagai proses pengiriman pesan yang merupakan ide atau informasi pengirim melalui media media kepada penerima agar dapat mengerti maksud pengirim(Firmansyah 2020). Unsur yang kedua yaitu pemasaran adalah kegiatan dimana perusahaan atau organisasi memberikan pemahaman (nilai-nilai) tentang informasi berkaitan dengan produk. (Firmansyah 2020)

Komunikasi pemasaran adalah apapun yang dilakukan seluruh anggota dalam perusahaan atau Lembaga yang

dimana bisa mempengaruhi sikap atau persepsi orang lain (*Pelanggan*). (Panuju 2019).

## **2) Konsep Komunikasi Pemasaran.**

Konsep komunikasi pemasaran adalah usaha untuk mengirim pesan kepada khalayak dengan sasaran yang dituju, (*konsumen*) mengenai keberadaan produk dipasaran (Firmansyah 2020). Ada beberapa jenis promosi antara lain melalui iklan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas (Firmansyah 2020). Untuk mencapai target yang akan dituju komunikator bisa menentukan satu atau beberapa media, itu semua bergantung kepada sasaran yang akan dituju. (Firmansyah 2020)

Model komunikasi pemasaran yang biasa dikembangkan pada umumnya tidak jauh berbeda (Panuju 2019). Model komunikasi pemasaran meliputi sender (*source*) yaitu pihak yang mengirim pesan pemasaran kepada konsumen, dimana pemasar menentukan bagaimana pesan itu di susun agar bias dipahami dan direspons secara positif oleh penerima (*konsumen*). (Panuju, 2019)

Seberapa bagus sebuah produk dalam artian kualitas produk itu baik tetapi jika tidak memakai dengan cara promosi

konsumen tidak akan mendengar produk itu seberapa terkenal dan seberapa bagus(Fandy 2016), maka mereka tidak akan tertarik untuk membeli produk tersebut, pentingnya sebuah komunikasi pemasaran dapat digambarkan melalui perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi. (Fandy 2016)

### **3) Tujuan Komunikasi Pemasaran**

Pelaku Pemasaran perlu mempunyai komunikasi pasar yang baik agar dapat menarik minat customer yang akan dituju yang menonjol adalah bagaimana komunikasi penjual kepada pembeli yaitu dengan menawarkan produk dengan harga yang terjangkau esensinya tidak hanya terletak pada komunikator saja untuk memilih media komunikasi tetapi lebih kepada apa yang akan dikomunikasikan,(Fawzi, 2021)

Komunikasi Pemasaran Bertujuan Untuk membantu menemukan beberapa komponen yang dibutuhkan untuk kegiatan pemasaran atau bisa juga disebut dengan program pemasaran. Adapun beberapa ilustrasi dari tujuan komunikasi pemasaran, yang *pertama* adalah membentuk dan meningkatkan kesadaran pembeli pada sebuah produk atau merk(Fawzi, 2021), *Kedua* mempengaruhi sikap pembeli atas produk atau merk yang dipasarkan(Fawzi, 2021) *ketiga* meningkatkan level

preferensi merk pembeli pada segmen pasaran(Fawzi, 2021), *keempat* meningkatkan penjualan atau market share untuk customer yang dituju atau prospek sasaran, *kelima* menghasilkan pembelian ulang pada sebuah produk atau merk(Fawzi, 2021) *keenam* menarik customer baru *ketujuh* mendorong hubungan jangka Panjang. (Fawzi, 2021)

#### **4) Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)**

Komunikasi Pemasaran Terpadu atau yang lebih dikenal dengan IMC (*Integrated Marketing Communication*) menjelaskan bahwa konsep IMC adalah suatu rencana komunikasi yang memperkenalkan nilai plus (tambah) dari rencana lengkap yang mempertimbangkan peran strategis dari beraneka taat komunikasi, misalnya iklan umum, *fast respon*, *sales promotion*, *public relations*(Firmansyah 2020) dan mengembangkan disiplin – disiplin untuk meneruskan kejelasan, konsisten dan pengaruh komunikasi yang maksimal. (Firmansyah 2020)

Komunikasi Pemasaran Terpadu (*IMC*), Komunikasi pemasaran terpadu sangat menghasilkan kesesuaian komunikasi yang lebih kuat dan akan berdampak pada penjualan yang lebih tinggi, hal ini ada sebuah unsur kepaksaan/memaksa manajemen untuk segala cara bagaimana



agar pelanggan dapat terus menerus menjadi pelanggan bagi perusahaan atau lembaga yang dimaksud, tinggal bagaimana sebuah perusahaan atau Lembaga mengkomunikasikan posisinya.(Kotler Keller, 2008)

## **5) Bauran Promosi**

### **a) Pengertian Bauran Promosi**

Dalam meningkatkan promosi, atau meningkatkan strategi promosi bauran promosi dalam pernyataan(Kotler Keller, 2008), mengemukakan bahwa iklan adalah suatu bentuk berbayar atas presentasi melalui ide – ide yang telah dibuat, melalui barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor(Kotler dan Keller, 2007). Iklan adalah hal yang bisa dikatakan efektif dari segi biaya jika distribusi pesan yang dilakukan benar, baik dari alur membuat referensi merk atau mengajari orang, tantangan media saat ini iklan yang bagus akan menghasilkan kepuasan tersendiri.(Kotler Keller, 2008)

Bauran promosi sangat penting adanya bagi perusahaan ataupun Lembaga, untuk memasarkan barang yang akan diiklankan kegiatan promosi tidak hanya untuk alat komunikasi antara pihak perusahaan

maupun customer(Susanti, Gunawan, 2018), adapun kegiatan promosi adalah berfungsi untuk mempengaruhi ketetapan konsumen sesuai dengan kepentingan dan keinginan konsumen. (Susanti, Gunawan, 2018).

Bauran promosi (*promotional mix*) adalah perpaduan penjualan langsung (tatap muka) periklanan, publikasi, promosi penjualan adalah target utama dari periklanan dan sangkut paut dengan masyarakat untuk tujuan penjualan iklan(Windusara dan Kusuma Agung, 2015), adanya bauran promosi yang ditawarkan maka keputusan yang akan terjadi pembelian akan sangat besar kesempatanya, perusahaan ataupun Lembaga dapat mempromosikan produk – produknya, mempengaruhi, memberi saran serta mempercayakan customer untuk membeli produk yang sudah ditawarkan, hal diatas akan kasi personal sangat berpengaruh jika perusahaan atau Lembaga melakukan dengan efektif dan tepat sasaran.(Windusara, Kusuma Agung, 2015).

## **b) Komponen – Komponen Bauran Promosi**

Bauran Promosi adalah perpaduan yang dapat dikomersikan oleh atau (dikendalikan) manajer marketing promosi untuk menjalankan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan atau lembaga didalam sasaran yang sudah ditentukan (Kotler dan Keller, 2007). tujuan bauran promosi sendiri yaitu untuk mengenalkan produk (Kotler Keller 2008 ). Komunikasi pemasaran terpadu (IMC) sangat berpengaruh dengan besar untuk menghasilkan ketetapan pesan yang lebih kuat dan berdampak pada penjualan yang besar, Hal ini juga memikirkan bagaimana pelanggan bisa terus menerus berhubungan dengan perusahaan/Lembaga yaitu dengan bagaimana perusahaan/Lembaga berkomunikasi tentang posisi mereka. (Kotler Keller 2007)

### 1. Iklan

Iklan bisa dipakai untuk membangun citra yang luas untuk suatu produk, atau bisa sebagai memicu penjualan cepat, iklan dapat mencakup pembeli secara geografis, bentuk iklan tertentu ada yang menggunakan iklan dimedia social, iklan televisi, iklan koran atau koran online, iklan melalui

radio namun itu semua perlu momen yang pas untuk melakukan semua itu, iklan sendiri bisa/sudah mempunyai pengaruh atas penjualan, konsumen bisa percaya bahwa iklan yang diiklankan tersebut adalah “produk yang baik”.(Kotler dan Keller 2008)

## 2. Promosi Penjualan

Perusahaan atau Lembaga menggunakan alat promosi penjualan dengan cara menyebarkan kupon, melakukan event kontes, atau yang sejenisnya promosi penjualan sehingga dapat membantu promosi penjualan semua itu guna untuk menarik tanggapan yang lebih kuat dan lebih cepat dari pembeli, promosi penjualan hanya dapat digunakan untuk efek promosi jangka pendek seperti menyoroti tawaran produk dan mendorong penjualan yang merosot.(Kotler Keller 2008)

## 3. Hubungan masyarakat dan pemberitaan.

Pengurus pasar kurang menggunakan *hubungan masyarakat*, namun tidak salah bahwa program yang dikemas dengan baik dan dirundingkan dengan unsur – unsur bauran komunikasi dapat menjadi efektif, daya Tarik hubungan masyarakat dan pemberitaan dilakukan pada tiga sifat khusus yaitu kredibilitas yang tinggi, kemampuan

menangkap pembeli yang tidak hati-hati dan dramatisasi.(Kotler Keller 2008)

4. Acara khusus dan pengalaman.

Pada kegiatan Acara khusus ini yaitu melalui Event Ataupun Acara Apapun Sehingga Dapat mengenalkan sebuah Lembaga Atau Komunitas. Pengalaman yang sungguh – sungguh dipilih dapat dilihat sangat relevan ketika konsumen dilibatkan dalam hal ini, dengan adanya kualitas waktu yang benar, para konsumen dapat menemukan acara khusus dan pengetahuan dengan lebih handal.(Kotler Keller 2008)

5. Pemasaran langsung

Banyak bentuk – bentuk pemasaran langsung, telemarketing, pemasaran internet sama sama memiliki tiga karakteristik disesuaikan dengan orangnya, pesan yang suda dikemas dan diharpkan dapat menarik konsumen yang dituju, mutakhir, sebuah pesan yang dikemas dengan sangat cepat, interaktif, pesan yang dapat diubah bergantung pada pendapat orang lain.(Kotler Keller, 2008)

6. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Fungsi yang paling efektif pada tahap ini dengan proses pembelian, khususnya dengan membangun preferensi,

keyakinan, dan tindakan pembeli, penjualan pribadi juga menggandeng interaksi langsung antara dua orang atau lebih, masing – masing kelompok dapat melihat tindakan – tindakan dari kelompok lain, penjualan pribadi mengutkan berbagai ragam hubungan berkembang, mulai dari hubungan penjualan apa – adanya sampai dengan hubungan individu yang dekat, penjualan pribadi menciptakan pembeli merasakan suatu keharusan untuk mengikuti percakapan penjualan. (Kotler,Keller 2008)

## **2. Strategi Komunikasi Pemasaran**

### **1) Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran**

Strategi Komunikasi Pemasaran mempunyai konsep yang sederhana yaitu bagaimana perkembangan strategi perusahaan/Lembaga secara garis besar, strategi pemasaran sendiri sangat bergantung pada bagaimana srategi yang disamakan dengan rencana bisnis perusahaan/Lembaga tersebut. Dengan penjelasan seperti diatas dapat dikemukakan bahwa komunikasi perusahaan akan terarah pada maksud dan tujuan perusahaan/Lembaga dalam mencapai maksud yang sudah ditentukan.(Doembana, Rahmat,Farhan, 2017)

Secara garis besar strategi komunikasi pemasaran dibagi menjadi dua bagian perencanaan dalam pelaksanaan, yaitu strategi komunikasi *top down dan bottom up*.

a) Strategi Komunikasi Pemasaran *Top Down*

Strategi ini menjelaskan bahwa pengembangan strategi komunikasi pemasaran harus sesuai dengan skala kurun waktu (*timeschedule*) yang sudah ditargetkan, semua tersusun dengan alur yang agak kaku dengan system herarki sebuah perusahaan.(Doembana, Rahmat, dan Farhan, 2017)

b) Strategi Komunikasi Pemasaran *Bottom Up*

Didalam strategi ini dimulai dari bawah dengan maksud gagasan, strategi dan taktik perusahaan bertumpu pada keberhasilan strategi komunikasi pemasaran. Kondisi bisa terjadi karena sebuah perusahaan atau Lembaga memiliki sumber daya manusia (SDM) yang sudah handal dalam misi strategi komunikasi pemasaran. (Doembana, Rahmat,Farhan, 2017)

## 2) Fungsi Dan Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi pada prinsipnya dapat diartikan sebagai, rencana dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan, sedangkan strategi komunikasi pemasaran adalah gabungan dari rencana

komunikasi dan manajemen untuk mencapai sebuah tujuan, ada tiga elemen penting untuk mencapai sebuah strategi komunikasi pemasaran yaitu, segmentasi, targeting dan posisi. (Doembana, Rahmat, Farhan, 2017).

Segmentasi pasar adalah suatu proses untuk membagi kelompok – kelompok pasara yang menjadikan konsumen lebih homogen, dimana target kelompok konsumen dapat dibagi atau dipilih sebagai target pasar untuk mencapai usaha dengan cara bauran strategi komunikasi pemasarannya. (Doembana, Rahmat, Farhan. 2017)

Fungsi Strategi Komunikasi Pemasaran dapat dikemukakan manfaatnya bagi pelaku bisnis, tidak hanya untuk perlau bisnis saja tetapi juga untuk pengetahuan dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran, fungsi tersebut meliputi :

1. Agar lebih mudah membuat kerangka komunikasi, dimana kerangka komunikasi ini akan lebih mempermudah segmen pasar yang akan di tawarkan nantinya, dengan demikian proses komunikasi tersebut akan terlihat jelas bagaimana kernagka kerjanya
2. Dapat dengan mudah mengetahui latar belakang dengan lebih mudah, maksud dari pengetahuan latar belakang



adalah diaman fungsi dari pemasaran sendiri akan lebih mudah diidentifikasi

3. Lebih mudah membuat paparan strategi, dengan adanya paparan strategi ini akan lebih mudah dengan adanya rincian strategi yang telah dipaparkan tersebut sehingga nantinya akan menggerakkan komunikasi pemasaran itu secara sistematis
4. Mempercepat proses komunikasi pemasaran, dimana pada proses ini dimana komunikasi pemasaran sebagai proses komunikasi menjadi lebih efektif, komunikasi yang dilakukan secara baik akan juga mendapatkan timbal balik yang baik.
5. Mempermudah menyusun komunikasi pemasaran. fungsi ini diartikan sebagai kemudahan dalam membuat proses komunikasi pemasaran dengan strategi tersebut, maka proses komunikasi disini akan lebih mudah disusun.
6. Membuat saluran komunikasi, alur ini dimudahkan untuk suatu proses strategi komunikasi pemasaran yang baik, hal ini juga sangat efektif jika digunakan dengan menyusun strategi komunikasi yang baik secara runtutan.
7. Agar lebih terarahnya proses komunikasi pemasaran, pada fungsi ini membuat suatu proses komunikasi pemasaran

lebih berjalan dengan searah maksud dari proses ini adalah proses komunikasi pemasaran lebih terarah.

### **3) Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran.**

Menurut (Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller Pada Tahun 2005) dalam buku yang berjudul Manajemen Komunikasi Pemasaran Yang Ditulis Oleh Astri Rumondang Banjarmasin, Bonaraja Purba Komunikasi Pemasaran memungkinkan sebuah perusahaan akan megabungkan merk yang dimiliki akan tergabung dengan orang, acara, tempat, pengalaman, perasaan dan hal lainnya. (Purba, 2021:5)

Langkah penting dalam menyusun suatu kebijakan pemasaran yaitu dengan menentukan target pasar yaitu dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dituju, hal ini berkaitan dengan konsep komunikasi pemasaran. Proses terbentuknya target pasar yaitu dengan melakukan riset target pasar yang akan dituju, (Purba, 2021:6)

Strategi Komunikasi Pemasaran akan berdampak pada aspek kognitif, perilaku dan sikap konsumen terhadap barang yang telah ditawarkan, oleh karena itu konsep komunikasi pemasaran dibagi beberapa konsep diantaranya :

1. Kategori Kebutuhan, yang dimaksud pada konsep ini yaitu dengan mengacu pada persepsi konsumen tentang kebutuhan.
2. Kesadaran Merk atau yang lebih dikenal oleh brand awareness, konsep ini yaitu upaya konsumen mengasosiasikan merk dengan kategori jasa/produk tertentu
3. Pengetahuan Merk, pada konsep ini pengetahuan dan keyakinan terhadap merk yang ditawarkan akan bersifat lebih ekstensif dibandingkan dengan kesadaran merk. Karena sudah lebih lanjut dan merupakan pengetahuan tentang ciri khas, benefit dan makna merk ciri khas tertentu
4. Sikap merk, konsep ini merupakan fasilitas pembelian dengan menginformasikan bagaimana, mengapa dan dimana konsep bisa melihat produk yang ditawarkan.

### **3. Pengertian Pemasaran Dan Promosi.**

#### **1) Pemasaran**

Ada banyak konsep untuk mengemas konsep pemasaran ini dan untuk mendeskripsikan hal tersebut, tetapi adapun hal bersifat sederhana untuk memahami apa itu pemasaran, pemasaran adalah suatu bentuk proses dimana salah satu kegiatan ini sangat dimanfaatkan dalam dunia usaha(Rangkuti 2009).

Pada saat ini dimana teknologi sangat berkembang secara pesat dan cepat dimana pemasaran bisa didefinisikan yaitu suatu usaha untuk merencanakan implementasi yang sudah dibuat yaitu mengkoorganisasikan, mengarahkan dan mengkoordinir suatu hal yang akan di pasarkan.(Morison 2013)

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya untuk menyampaikan produk yang akan ditawarkan secara langsung ke konsumen yang telah disasarkan pemasarannya, tetapi disisi lain juga harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang dituju agar konsumen merasa senang dan tidak rugi membeli produk yang telah ditawarkan tersebut. tetapi juga bagaimana produk tersebut bisa melakukan hal baru dengan menemukan pelanggan baru dan tetapi membeli produk tersebut, dan memberikan nilai jual yang konsumtif dan kompetitif.(Morison 2013)

## **2) Promosi**

Kegiatan promosi adalah suatu kegiatan untuk mengenalkan produk atau jasa tersebut melalui secara tidak langsung yang dimaksudkan dalam kegiatan ini adalah dimana promosi ini dengan memberikan penjualan tersebut melalui media iklan atau menyebarkan berita tersebut seluas – luasnya agar pelaku pembeli tahu akan produk yang akan ditawarkan.. (Rangkuti 2009)

Selain itu juga kegiatan promosi ini tidak hanya melakukan iklan tersebut melalui iklan media luar ruang yang dimaksud dengan iklan melalui baliho, brosur adapun melalui TV Digital khusus promosi,

namun diluar hal itu juga harus melakukan publikasi secara luas apalagi sekarang ini adalah zaman serba cepat dan tepat melalui promosi menggunakan internet atau social media.(Rangkuti 2009)

Promosi biasanya lebih mengutamakan kegiatan ini dengan melakukan atau mengikuti *Event – Event* tertentu yang berkaitan dengan nilai jual yang akan dipasarkan tersebut ke konsumen sesuai yang telah direncanakan, pada promosi ini lebih ditekankan dengan membagaikan atau memberitahu tentang apa dan bagaimana produk itu.(Rangkuti 2009)

### **3) Perbedaan Promosi Dan Pemasaran**

Dari definisi diatas seperti yang telah dikemukakan bahwa pemasaran dan promosi terlihat perbedaanya dengan memahami perbedaan kedua konsep tersebut dan memahami pengertian pemasaran adalah pada umumnya perbedaan pemasaran yaitu dapat disimpulkan pemasaran merupakan proses menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai masukan saran kepada sasaran yang telah ditentukan perbedaan dengan promosi

yaitu merupakan kegiatan menyebarkan berita seluas – luasnya kepada konsumen yang dituju dengan melalui beberapa cara yaitu iklan, melalui event tertentu, promosi penjualan, pemasaran secara langsung dan pemasaran secara pribadi(Morison 2013)

#### **4. Wayang Orang Sriwedari**

Wayang Orang, Wayang orang adalah suatu kesenian dengan seni pertunjukan, Wayang biasanya diaminikan oleh dalang dengan menggunakan alat bantu yaitu berupa Wayang dan diiringi oleh suatu seni musik tradisional seperti gamelan, gong dan alat bantu lainnya.

Berbeda dengan Wayang Orang, Wayang orang adalah suatu kesenian pertunjukan sama halnya seperti Wayang Kulit Juga ada dalangnya namun berbeda pada Wayang Orang ini pada Wayang Orang Diganti dengan sutradara, dan Wayang Orang ini diperankan oleh manusia dimana manusia dirias seperti halnya Wayang.

Kesenian tradisional saat ini mulai ditinggalkan oleh beberapa masyarakat pendukungnya. Salah satu contoh kesenian tradisional yang mulai ditinggalkan yaitu Wayang Orang Sriwedari. Wayang Orang Sriwedari sempat mengalami masa kejayaannya pada tahun 1950-an. Dan mulai ditinggalkan oleh masyarakat pendukung karena munculnya beberapa teknologi komunikasi seperti televisi dan

bioskop. Seperti yang pernah terjadi di bawah tahun 2000, bahkan tidak ada satupun penonton yang menyaksikan pementasan Wayang Orang Sriwedari. Wayang Orang Sriwedari merupakan satu-satunya wayang orang yang masih bertahan dan mengadakan pementasan setiap hari di tengah perkembangan kesenian modern.

Dari fenomena tersebut penelitian ini mengambil rumusan permasalahan Bagaimana kelompok kesenian Wayang Orang Sriwedari dalam mempertahankan eksistensinya. Lokasi penelitian berada di wilayah Taman Sriwedari Surakarta. Wayang orang merupakan pertunjukan yang disajikan berupa teater tradisional Jawa. Bentuknya, gabungan dari seni drama yang berkembang dalam budaya Barat dan pertunjukan wayang yang eksis dalam kebudayaan Jawa.

Sehingga, pembawaannya tidak lagi dengan boneka atau peraga wayang kulit, melainkan diperankan oleh orang yang dirias sedemikian rupa sehingga mirip dengan tokoh-tokoh wayang. Selain itu, kostum yang dikenakan juga persis dengan tokoh pewayangan. Cerita yang dibawakan memuat kisah-kisah pewayangan dari Mahabharata maupun Ramayana. Sese kali, ditampilkan pula tokoh Punakawan untuk mencairkan cerita sebagai penggambaran *kawulo alit*. (<https://surakarta.go.id/?p=23359> Diakses pada Rabu 3 Mei 2023 Pukul 18.10 WIB)



Di Kota Solo, Wayang Orang Sriwedari menjadi salah satu tradisi yang tersohor dan masih terjaga hingga saat ini. Berdiri pada tahun 1911, oleh para penggiat budaya Kota Solo. Namun, pertunjukan komersialnya, dimulai di tahun 1922. Perkembangan Wayang Orang Sriwedari di tengah masyarakat semakin populer dengan munculnya siaran di *Solosche Radio Vereeniging*. Sejak saat itu, Wayang Orang Sriwedari tambah digandrungi warga Solo, dan selalu dinanti-nantikan jadwal tayangnya. ( <https://surakarta.go.id/?p=23359> Diakses pada Rabu 3 Mei 2023 Pukul 18.15 WIB)

Mulanya, Wayang Orang Sriwedari diadakan di kompleks Pura Mangkunegaran. Tetapi, krisis ekonomi terjadi pada tahun 1896, sepeninggal Mangkunegaran V yang wafat karena sakit parah. Akibatnya, para pemain wayang banyak yang dirumahkan. Meskipun demikian, pertunjukan wayang orang tetap dilakukan, dengan keliling dari kampung ke kampung. ( <https://surakarta.go.id/?p=23359> Diakses pada Rabu 3 Mei 2023 Pukul 18.30 WIB)

Hingga, raja memberi perintah agar Wayang Orang Sriwedari, ditempatkan di Taman Sriwedari atau dikenal juga dengan Bon Rojo (Kebon Rojo). Bangunan ini dibangun pada era Pakubuwana X, yang mulanya digunakan untuk tempat bersantai raja. Pembangunan Gedung Wayang Orang Sriwedari terus dilakukan, pada tahun 1928-

1930 dibangun gedung permanen yang mampu menampung sekitar 500 penonton. Melihat, antusiasme penonton yang semakin banyak, kemudian pembangunan gedung dilanjutkan kembali di tahun 1951, sehingga mampu menampung 1000 penonton. ( <https://surakarta.go.id/?p=23359> Diakses pada Rabu 3 Mei 2023 Pukul 18.40 WIB)

Jadwal Wayang Orang Sriwedari rutin diadakan setiap hari Kamis, Jumat, Sabtu, di Gedung Wayang Sriwedari, Jalan Kebangkitan Nasional No. 15, dengan menerapkan protokol kesehatan ketat. Tiket VIP bisa didapatkan secara langsung di lokasi dengan harga Rp10.000. Untuk mendapatkan informasi terbaru terkait Wayang Orang Sriwedari dapat mengunjungi akun Instagram @wayang\_orang\_sriwedari Wayang orang sriwedari memiliki kapasitas penonton mencapai 300 – 350 kursi penonton di Gedung Wayang Orang Sriwedari. ( Detik.com Wayang Orang Sriwedari Diakses pada Rabu 3 Mei 2023 Pukul 20.02 WIB ).

## 5. Pandemi Covid

Dunia dan manusia diseluruh dunia dihebohkan dengan bencana besar yang mewabah di seluruh dunia dan di berbagai negara, manusia hingga bangkir julik menghadapi situasi ini, wabah yang berasal dari negara tiongkok tepat di kota wuhan China ini mewabah secara cepat diseluruh dunia. Banyak – banyak isu – isu yang mengagap bahwa ini hanyalah akal – akalan permainan negara china untuk melumpuhkan amerika melalui jalur kesehatan.

Pandemi Covid – 19 yang bermula diindonesia mulai masuk pada akhir 2019 ini sangat berdampak besar dari berbagai sektor di Indonesia mulai dari Pendidikan, Ekonomi dan pariwisata, wabah ini sangat berdampak besar bagi Indonesia sehingga banyak sekali kegiatan – kegiatan diindonesia dengan adanya covid – 19 ini.

Terutama pada sektor pariwisata yang dimana mengandalkan pariwisata tersebut dengan adanya pemasukan dari banyaknya jumlah pengunjung yang datang pada suatu objek wisata baik objek wisata milik swasta dan milik pemerintah juga dihentikan adanya karena dampak kasus covid – 19 diindonesia yang terus semkain naik. Sekian dari berjuta jumlah penduduk diindonesia sangat memikirkan akan hal ini, karena sebagian besar penduduk tiongkok mengandalkan usaha kecil menengah karena selama ini perekonomian China didukung dari sektor usaha kecil dan menengah.

Ada sekitar 30 juta usaha kecil dan menengah menyumbang lebih dari 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) China. Selain itu, bursa saham Shanghai juga sempat menurun mencapai 9%, yang merupakan yang terparah sejak bulan Agustus 2015. (Dilansir dari Merdeka.com Diakses pada Rabu 2 Mei 2023 Pukul 17.15 WIB)

Objek wisata terutama yang terdampak besar pada pandemi covid-19 ini, covid-19 benar-benar sangat dirasakan betul oleh pengelola objek wisata apapun baik itu milik swasta dan milik pemerintah, objek wisata dilumpuhkan oleh hal pandemi ini selama 2 tahun lamanya dan bahkan hingga ada yang gulung tikar akibat pandemi covid-19 ini berlangsung.

Wayang Orang Sriwedari adalah salah satu objek wisata di Surakarta yang masih bangkit dan bahkan bisa berkembang setelah adanya wabah pandemi covid-19 ini, diluar hal itu karena wayang orang sriwedari adalah dibawah lingkungan pemerintah dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta maka dari itu wayang orang sriwedari masih bisa bangkit dan berkembang hingga saat ini.

Namun bicara tentang Wayang Orang Sriwedari pada saat pandemi juga sangat dirasakan walaupun milik pemerintah kota pertunjukan Wayang Orang Sriwedari tersebut, hal ini dapat dilihat pada pengunjung Wayang Orang Sriwedari disaat pandemi covid.

sedang berlangsung yang biasanya pengunjung Wayang Orang Sriwedari bisa mencapai 2000 orang lebih disetiap bulanya.

Tetapi pada saat pandemi berlangsung wayang orang sriwedari benar – benar sepi atau dibatasi jumlah pengunjung yang masuk untuk melihat pertunjukan Wayang Orang Sriwedari pada saat pandemi berlangsung dapat dilihat dari data pengunjung Wayang Orang Sriwedari pada saat pandemi wayang orang sriwedari hanya mendapatkan jumlah pengunjung dengan rata rata setiap bulanya dibawah jauh dari 1500 orang disetiap bulanya.

## **B. Kajian Pustaka**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan kajian dengan penelitian skripsi lain, yang dianggap relevan dengan tujuan penulis dalam penelitian ini, penulis mencantumkan persamaan dan perbedaan dalam penelitian terdahulu.

### **1. Skripsi yang ditulis oleh Uraini yang berjudul “*Branding Wayang Orang Sriwedari Melalui Akun Instagram @Wayang\_Orang\_Sriwedari Dan @Wayang\_Wong\_Sriwedari Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung*”**

Penelitian diatas membahas mengenai bagaimana strategi branding yang dilakukan wayang orang sriwedari pada media sosial Instagram untuk meningkatkan jumlah pengunjung

Persamaan pada penelitian ini membahas pada wayang orang sriwedari, perbedaanya terletak pada objeknya, penelitian yang

dilakukan oleh Uraini membahas tentang branding wayang orang sriwedari pada media sosial Instagram sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran.

**2. Jurnal yang ditulis oleh Ida Ayu Eva Ratna Juwita “Strategi Pemasaran Museum Wayang Kekayon Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung”**

Penelitian yang ditulis oleh Ida Ayu Eva Ratna Juwita yang berjudul strategi pemasaran museum wayang kekayon Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung tersebut peneliti mengobservasikan dengan peneliti diatas.

Peneliti mendapati perbedaan yang dilakukan oleh Ida Ayu Eva Ratna Juwita tidak menggunakan strategi komunikasi pemasaran, sedangkan yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini juga memakai bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan dinas kebudayaan dan pariwisata kota Surakarta dalam meningkatkan eksistensi wisatawan pada seni wayang orang sriwedari.

Persamaan pada penelitian ini sama-sama menggunakan strategi STP, Segmentation, Targeting Dan Positioning. Dan Juga Pada penelitian Ini Sama – Sama Menggunakan Marketing mix.

**3. Skripsi yang ditulis oleh Haydhar Rachmadhicka yang berjudul penerapan bauran promosi pada wayang orang sriwedari**

Penelitian diatas membahas mengenai bagaimana bauran promosi yang dilakukan wayang orang sriwedari

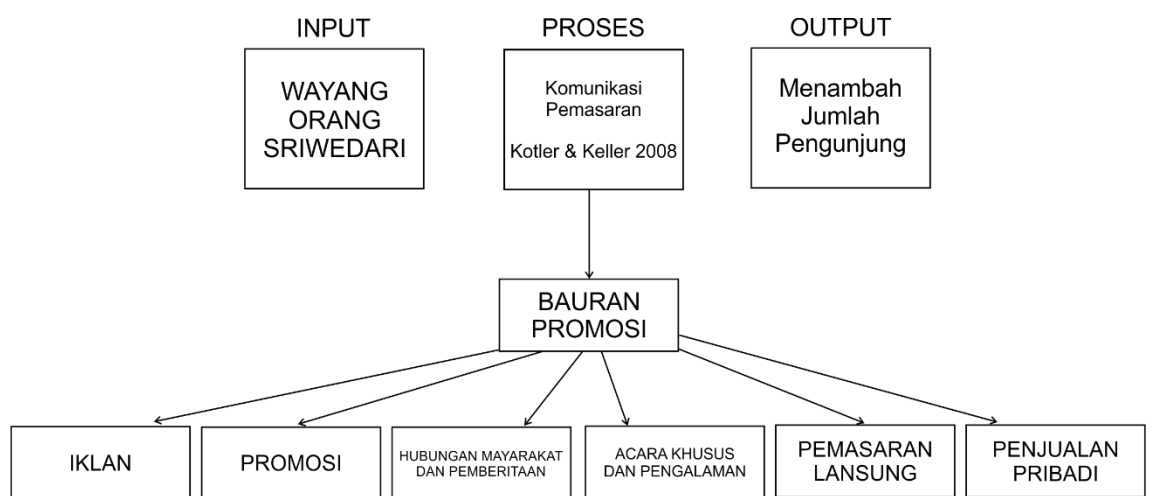
Persamaan pada penelitian ini membahas pada wayang orang sriwedari,d perbedaanya terletak pada objeknya, penelitian yang dilakukan oleh Haydhar Rachamndicka membahas tentang bagaimana penerapan bauran promosi yang telah dilakukan wayang orang sriwedari sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran, pada penelitian ini sama - sama menggunakan bauran promosi namun sudut pandang penelitian terdahulu dari perspektif ekonomi sedangkan pada penelitian ini dari perspektif komunikasi.

### **C. Kerangka Berfikir**

Kerangka berfikir atau kerangka teorititis adalah acuan dari sebuah proses penelitian, kerangka berfikir adalah suatu pengembangan yang telah disusun dan dibuat untuk menguraikan dan menjelaskan bagaimana hubungan – hubungan yang telah bertemu antara variable yang diperlukan untuk menjawab masalah pada penelitian. Kerangka berfikir merupakan suatu model atau konsep tentang dimana hubungan teori yang muncul berbagai faktor yang telah diolah menjadi rumusan masalah penting.(Berlian, 2009),

Kerangka berfikir adalah turunan atau lebih bisa dispesifikasikan dari masalah penelitian, masalah penelitian adalah bagian dimana kerangka berfikir. Kerangka berfikir dibangun dengan alur sistematika yang logis dan

mudah dipami, dimana menggambarkan konseptual dengan system kerangka teoritis atau lebih dipermudah dengan operasional dalam penelitian, kerangka berfikir membantu penelitian agar lebih mudah dalam meletakkan suatu masalah dalam konteks yang lebih luas dan membantu menguji rumusan masalah. (Pakpahan, Prasethio, dan Negara, 2021)



**Gambar. 3 Kerangka Berfikir**

( Sumber : Kotler dan Keller 2008 )



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan melakukan observasi kemudian melakukan wawancara dan terakhir melakukan dokumentasi dimana itu digunakan dalam pengolahan data. Dengan mengumpulkan data sebanyak mungkin dan menggali lebih dalam penelitian dengan wawancara sebelum melakukan wawancara mencari informasi untuk digunakan bahan observasi, dan kemudian melakukan olahan data melalui dokumentasi tersebut. (Muhajirin dan Panorama, 2017)

#### **B. Tempat Dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu di 2 tempat, di Dinas Kebudayaan Kota Surakarta tepatnya di JL. Brigjen Slamet Riyadi No.75 Sriwedari Kec. Laweyan, Kota Surakarta dan di Gedung Seni Wayang Orang Sriwedari yaitu di JL. Kebangkitan Nasional No.15 Sriwedari Kec. Laweyan, Kota Surakarta

## 2. Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan penulis untuk meneliti hingga Februari 2023, Dikarenakan masih memerlukan data pengunjung hingga Desember 2022, oleh karena itu penulis memerlukan waktu terhitung bulan September 2022 – Maret 2023, Adapun timeline penelitian sebagai berikut ini :

**Tabel.2 Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	September 2022	Oktober 2022	November 2022	Desember 2022	Januari 2023	Februari 2023	Maret 2023
1	Pengajuan Judul							
2	Penulisan BAB 1							
3	Penulisan BAB 2							
4	Penulisan BAB 3							
5	Seminar Proposal							
6	Penulisan BAB 4							
7	Penulisan BAB 5							
9	Sidang Munaqosyah							

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek Penelitian memiliki kedudukan yang sangat penting dalam penelitian karena data atau gejala tentang masalah yang akan diteliti berada pada subjek penelitian, peran dari subjek penelitian sendiri adalah memberikan informasi terkait data yang diperlukan. (Abdussamad 2021; Berlian, 2009) Adapun informan dalam penelitian ini :

1. Koordinator Wayang Orang Sriwedari (Dari pihak dinas)
2. Koordinator Wayang Orang Sriwedari (Pengelola)
3. Tim Publikasi (Pemasar) Wayang Orang Sriwedari
4. Tim Humas
5. Penjaga Ticketing
6. Pengunjung wayang orang sriwedari.

### **D. Objek Penelitian**

Objek Yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah sesuatu yang ingin diketahui oleh peneliti dari subjek penelitian maka objek dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu bagaimana Komunikasi Pemasaran Seni Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Pengunjung Pasca Pandemi.

## **E. Jenis Data**

### **1. Data Primer**

Data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya, data primer adalah data yang bersifat *up to date* atau bisa dibidang data yang bersifat baru, teknik yang dilakukan oleh peneliti adalah mengumpulkan data primer antara lain wawancara dan dokumentasi (Siyoto, Sodik, 2015)

### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, website atau karya ilmiah lainnya.(Siyoto, Sodik, 2015)

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Berdasarkan observasi yang sudah dapatkan peneliti pada saat penelitian, Peneliti menemukan berbagai data untuk dijadikan bahan sajian data pada penelitian ini, berdasarkan data penelitian Wayang Orang Sriwedari pada penelitian ini peneliti menemukan Data Pengunjung sebelum pandemi dan setelah pandemi, Wayang Orang Sriwedari Menggunakan Iklan baliho Untuk dijadikan Promosi tidak

hanya melalui Iklan baliho Wayang Orang Sriwedari juga menggunakan Siaran Radio, Brosur atau pamphlet untuk media iklan, Peneliti menemukan Event tahunan yang dilakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta, Wayang Orang Sriwedari untuk media promosi penjualan mereka menggunakan penjualan ticket Rp.10.000, Menjalin hubungan pers untuk memperkenalkan Wayang Orang Sriwedari ke Masyarakat Luas, Online ticket melalui whatsapp yang bersifat rombongan, Menggunakan Internet untuk dijadikan media Promosi melalui media Sosial.

## **2. Wawancara**

Pada Penelitian ini, peneliti setelah melakukan observasi peneliti menggunakan wawancara untuk dijadikan penguat data dengan wawancara dengan berbagai pihak yang dikaitkan dengan judul ini, adapun informan yang digunakan peneliti untuk menguatkan data pada penelitian ini, yaitu dengan Koordinator seluruh Wayang Orang Sriwedari, Bidang Seni Dan Budaya Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta, Tim Publikasi Wyang Orang Sriwedari, Penjaga Locket. Dan Tim Humas Wayang Orang Sriwedari.

## **3. Dokumentasi**

Pada dokumentasi dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dengan melakukan dokumentasi berupa foto baik dari foto asli peneliti dan menggunakan arsip foto yang ada pada

Wayang Orang Sriwedari ini, Dokumentasi digunakan untuk sebuah bukti nyata bahwa pihak yang terkait pernah melakukan atau bersifat berkepanjangan terkait penelitian ini.

#### **4. Studi Pustaka**

Dalam sebuah penelitian terutama karya ilmiah studi pustaka merupakan bagian penting untuk dipergunakan landasan penelitian, dalam kegiatan ini peneliti menggunakan berbagai studi pustaka untuk dijadikan landasan pada penelitian ini, yaitu dengan berbagai sumber karya ilmiah seperti yang ditulis oleh Uraini yang berjudul Branding Wayang Orang Sriwedari melalui akun Instagram @Wayang\_Orang\_Sriwedari dan @Wayang\_Wong\_Sriwedari. Selain itu penulis juga menggunakan beberapa berita untuk dijadikan sumber pada penelitian ini, seperti Website dari pariwisataasolo.surakarta.go.id, selain pada studi pustaka diatas untuk dijadikan acuan sebagai bahan penelitian, peneliti juga menggunakan teori dari buku Kotler dan Keller tahun 2008.

#### **G. Teknik Keabsahan Data**

Dalam keabsahan data (Riset Kualitatif) dalam pernyataan (Moleong. 2004 : 324), data diperlukan dalam hal pemeriksaan, pelaksanaanya didasari dengan empat kriteria.

1. Kredibilitas pada kriteria ini digunakan untuk mengubah konsep validitas internal dari nonkualitatif, kriteria ini mempunyai dua fungsi yang *pertama* melaksanakan inkuiri sehingga akan mendapatkan kepercayaan yang tinggi.

*Kedua* mempertontonkan posisi kepercayaan dengan hasil – hasil penemuan dengan alur pembuktian peneliti. (Ruslan 2008)

2. Transferabilitas pada hal ini kriteria transferabilitas berbeda dengan validitas eksternal yang ada pada nonkualitatif, konsep validitas tersebut berlaku pada generalisasi atau penemuan bisa berlaku atau menerapkan dengan konteks populasi yang sama dengan mendasar diperolehnya sampel secara representasi.(Ruslan 2008)
3. Konfirmabilitas atau bisa disebut dengan kepastian pada hal ini menetapkan bahwa sesuatu objektif pada kesepakatan orang terhadap pandangan, pendapat dan penemuan, Hal ini dapat disebutkan bahwa pengalaman orang secara subjektif jika ditetapkan oleh beberapa orang atau lebih dapat dikatakan objektif.(Ruslan 2008)

## **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah bagian dari evaluasi yang menyangkut berbagai situasi yang timbul dari suatu masalah yang dibahas, didalam analisis data ini ada peninjauan dari berbagai aspek dan sudut pandang dimana jarangya ditemui masalah yang besar. Oleh sebab itu dapat ditangani dan lebih mudah.

Menurut Model analisis data yang dikemukakan oleh miles dan Huberman dalam buku Syalim & Syahrin analisis data ada 3 yaitu (1) Reduksi Data (2) Penyajian Data (3) Kesimpulan. (Salim dan Syahrin 2012:147)

### **1. Reduksi Data**

Dapat dikemukakan sebagai proses milah-memilah, pusat minat secara sederhana, konseptual dan berbagai macam data. Yang ada pada

notulensi-notulensi yang ada saat lapangan. Pada tahap ini penelitian dilakukan secara terus menerus atau bertahap. Ada beberapa kegiatan selama proses berlangsung (1) Identifikasi satuan (2) Melakukan Koding (3) Kategorisasi (4) Mencari apa yang berkaitan dengan satuan kategori dengan yang lainnya (5) (salim dan syahrums 2012 :148)Menyusun hipotesis dengan alur merumuskan pernyataan yang rinci.

## 2. Penyajian Data

Dalam hal ini semua informasi yang telah diperoleh kemudian disusun dengan adanya penarikan kesimpulan dan tindakan, pada tahap ini teks yang berupa naratif kemudian disusun menggunakan grafik, diagram atau bagan. Hal ini dirancang guna mengaitkan informasi yang disusun dalam bentuk yang padu sehingga dapat dicermati dengan mudah oleh peneliti

## 3. Menarik kesimpulan/Verifikasi. (Salim dan Syahrums 2012:149)

Proses verifikasi ini kemudian dilakukan peninjauan terhadap notulensi lapangan kemudian dikembangkan pada tahap ini berguna untuk kemunculan atas penelitian yang diuji kefaktaanya, kekuatannya dan persetujuanya dalam hal ini merupakan validitas data.(Salim dan Syahrums 2012:150)



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta.**

###### **1) Sejarah Singkat Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta berdiri pada tahun 1974 berdasarkan surat keputusan Walikota Surakarta Nomor 108/Kep. 1/3/1974 dengan nama Lembaga Perkembangan Pariwisata Kota Surakarta (LPPS), yang berstatus semi pemerintah. Pendirian lembaga ini dimaksudkan untuk pengolahan dan peningkatan kepariwisataan kota Surakarta, mengingat kota Surakarta merupakan salah satu obyek wisata.

Kota Surakarta merupakan daerah bekas kerajaan yang terdiri atas kerajaan kasunan dan mangkunegaran, sehingga banyak peninggalan sejarah dan obyek- obyek wisata lain, Pemda dalam rencana induk kota (RUK) Masterplan 20 Kodya dati II Surakarta ditetapkan Pemda No. 5 Tahun 1975 dan disahkan dengan keputusan Mendagri No. 412/1997, Kota Surakarta diarahkan sebagai Kota Budayadan Pariwisata.

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta memiliki tugas melaksanakan urusan pemerintah di bidang kebudayaan dan urusan pemerintah di bidang kepariwisataan. Untuk menyelenggarakan tugas pokok tersebut diatas, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta memiliki fungsi:

1. Perumusan kebijakan terkait pembinaan sejarah dan pelestarian cagar budaya, destinasi dan pemasaran pariwisata, dan pengembangan sumberdaya pariwisata dan ekonomi kreatif;
2. Penyelenggaraan urusan pemerintah dan pelayanan umum terkait pembinaan sejarah dan pelestarian cagar budaya, destinasi dan pemasaran pariwisata, dan pengembangan sumberdaya pariwisata dan ekonomi kreatif;
3. Pembinaan dan pelaksanaan tugas terkait pembinaan sejarah dan pelestarian cagar budaya, destinasi dan pemasaran pariwisata, dan pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif
4. Pemantauan, evaluasi, dan pelaporan terkait pembinaan sejarah dan pelestarian cagar budaya, destinasi dan pemasaran pariwisata, dan pengembangan sumberdaya pariwisata dan ekonomi kreatif;
5. Penyelenggaraan Kesekretariatan Dinas;
6. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan walikota sesuai tugas dan fungsinya.

## 2) Logo Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta



**Gambar. 4 Logo Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta**

( Sumber : [pariwisatasolo.surakarta.go.id](http://pariwisatasolo.surakarta.go.id))

## 3) Visi Dan Misi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta

### a. Visi.

Visi pembangunan dalam RPJMD Tahun 2021 -2026 merupakan tahap keempat dari RPJPD Kota Surakarta Tahun 2005 – 2025. Walikota dan Wakil Walikota terpilih mengusung visi jangka menengah periode 2021 – 2026 yakni : **Mewujudkan Surakarta Sebagai Kota Budaya yang Modern, Tangguh, Gesit, Kreatif, dan Sejahtera.**

Visi tersebut sebagai pemandu gerak bersama pemerintahan dan segenap warga untuk membangun karakter Kota Surakarta, beralaskan semangat gotong royong, sebagai modalsosial – budaya. Kota Surakarta terus tumbuh dan berkembang dalam aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya, tanpa meninggalkan jati diri dan karakternya sebagai kota dengan warisan budaya yang kental, sebagai **The Spirit of Java.**

**b. Misi.**

1. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat yang tangguh.
2. Memperkuat pertumbuhan ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan.
3. Mewujudkan tata ruang dan infrastruktur kota yang mendukung pemajuan kebudayaan dan pariwisata.
4. Meningkatkan kualitas dan daya saing pemuda dan masyarakat umum, di bidang pendidikan, ekonomi, seni budaya, dan olahraga.
5. Mengembangkan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang gesit dan kolaboratif berlandaskan semangat gotong royong dan kebinekaan.
6. Mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama warga kota yang berkeadilan dan inklusif.
7. Mewujudkan daerah yang kondusif dan kerukunan antar umat beragama dalam tata kehidupan bermasyarakat yang saling menghormati.

Sesuai dengan tugas dan fungsinya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta mengarah pencapaian unsur misi ke-2 yaitu Memperkuat Pertumbuhan Ekonomi yang Adaptif dan Berkelanjutan dan misi ke-4 Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Pemuda dan Masyarakat Umum di bidang Pendidikan, Ekonomi, Seni Budaya dan Olahraga. Dengan tujuan terwujudnya Pembangunan ekonomi yang cerdas, berkeadilan, dan

berkelanjutan dan Meningkatnya pembangunan sumber daya masyarakat yang kreatif, unggul dan berbudaya maju.

#### 4) Struktur Organisasi Dan Jobdesk Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta.

Berdasarkan struktur organisasi yang telah dibuat, dapat dijabarkan tugas dan wewenang masing-masing adalah :



**Gambar .5 Bagan Struktur Dinas Kebudayaan  
Dan Pariwisata Kota Surakarta**

(Sumber : [Pariwisatasolo.surakarta.go.id](http://Pariwisatasolo.surakarta.go.id))

##### a. Kepala Dinas

Kepala Dinas memimpin penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surakarta, dan bertanggung jawab atas segala hal yang bersangkutan dengan

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta.

**b. Sekretariat**

Sekretaris mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan perencanaan, penganggaran, manajemen resiko, monitoring, evaluasi dan pelaporan, kepegawaian, pengelolaan pendapatan, keuangan dan aset, pengembangan kelembagaan dan tata laksana pelayanan publik, kehumasan dan kerjasama. Sekretariat, membawahkan :

- a) Sub bagian Administrasi dan Umum.
- b) Sub Koordinator Perencanaan dan Penganggaran.
- c) Sub Koordinator Kepagawaian dan Organisasi.

**c. Bidang Pembinaan Sejarah dan Pelestarian Cagar Budaya.**

Bidang Pembinaan Sejarah dan Pelestarian Cagar Budaya mempunyai tugas menyelenggarakan kebijakan daerah terkait Pengelolaan Cagar Budaya, Permuseuman dan Pembinaan Sejarah Lokal. Bidang Pembinaan Sejarah dan Pelestarian Cagar Budaya Membawahi :

- a) Sub Koordinator Pengelolaan Cagar Budaya Negeri
- b) Sub Koordinator Pembinaan Sejarah lokal

**d. Bidang Seni dan Budaya**

Bidang Seni dan Budaya mempunyai tugas

menyelenggarakan kebijakan daerah terkait pengelolaan kebudayaan dan pelestarian dan pembinaan kesenian. Bidang Seni dan Budaya membawahi :

- a) Sub Koordinator Pengelolaan Kebudayaan
- b) Sub Koordinator Pelestarian dan Pembinaan Kesenian

**e. Bidang Destinasi dan Pemasaran Pariwisata**

Bidang Destinasi dan Pemasaran Pariwisata mempunyai tugas menyelenggarakan kebijakan daerah terkait peningkatan daya tarik destinasi pariwisata dan pemasaran pariwisata. Bidang Destinasi dan Pemasaran Pariwisata membawahi :

- a) Sub Koordinator Pemasaran Pariwisata
- b) Sub Koordinator Peningkatan Daya Tarik Pariwisata

**f. Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**

Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas menyelenggarakan kebijakan daerah terkait penyediaan prasarana dan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif dan pengembangan sumber daya pariwisata dan ekonomi kreatif. Bidang Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membawahi :

- a) Sub Koordinator Pengembangan Sumber Daya

### Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

- b) Sub Koordinator Penyediaan Prasarana dan Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif
- c) UPT Kawasan Wisata

Bertugas untuk melaksanakan teknis operasional dan atau tugas teknis penunjang tertentu di lingkungan Dinas

- d) Jabatan Fungsional

Kelompok Jabatan Fungsional terdiri dari sejumlah tenaga Fungsional yang terbagi dalam kelompok sesuai dengan bidang keahliannya.

## **2. Wayang Orang Sriwedari**

### **1) Sejarah Singkat Wayang Orang Sriwedari**

Mengenal Wayang Orang Sriwedari adalah sebuah pertunjukan seni wayang yang diperankan oleh manusia dan diringi alat musik tradisional Jawa dan dipegang oleh seorang dalang yang mengatur jalannya cerita wayang orang tersebut. (Diakses dari detik.com tanggal 9 November 2022 Pukul 09.12 WIB). Wayang orang merupakan salah satu jenis tarian tradisional Jawa yang merupakan gabungan antara seni drama yang berkembang di Barat dengan pertunjukan wayang yang tumbuh dan berkembang di Jawa. Lakon yang dipentaskan bersumber pada cerita-



cerita wayang purwa seperti Mahabarata dan Ramayana. (Diakses dari detik.com tanggal 9 November 2022 Pukul 09.12 WIB)

Wayang orang diciptakan oleh Kanjeng Pangeran Adipati Arya I (1757-1795), Pada mulanya semua penari wayang orang terdiri atas abdi dalem istana yang berkelamin pria, tidak ada penari wanita. Kesenian ini dipentaskan secara terbatas, Pada pemerintahan Mangkunegara V sudah ada upaya untuk memasyarakatkan pertunjukan wayang orang, walaupun masih tetap terbatas hanya bisa dinikmati oleh kerabat keraton dan para pegawainya.(Diakses dari detik.com tanggal 9 November 2022 Pukul 09.12 WIB)

Wayang Orang Sriwedari didirikan pada tahun 1911 dan merupakan kelompok budaya komersial pertama dalam bidang seni wayang orang. Penyelenggaraan pertunjukan wayang orang secara komersial baru dimulai pada tahun 1922. Mulanya, dengan tujuan mengumpulkan dana bagi kongres kebudayaan. Kemudian pada tahun 1932, pertama kali wayang orang masuk dalam siaran radio, yaitu Solosche Radio Vereeniging , yang mendapat sambutan hebat dari masyarakat. (Diakses dari detik.com tanggal 09 November 2022 Pukul 09.12 WIB )

Wayang orang sriwedari memang benar adanya pasang surutnya pengunjung yang datang, WO Sriwedari ini memulai puncak kejayaan itu di era 70an jaman tahun 70an dulu memang banyak sekali penonton wayang orang sriwedari dulu sudah sama seperti stadion malahan hiburan wayang orang sriwedari itu. Gambarnya itu Gedung Wayang Orang

Sriwedari yang dalamnya sebegitu luas dan kapasitas penontonnya yang bisa dibbilang banyak untuk segi seni pertunjukan kebudayaan, dulu sampai luar – luar mas, jadi penonton itu mbludak, dan yang jelas jaman dahulu seni pertunjukan baru sedikit. Ketenaran wayang orang sriwedari sendiri berselang kurang lebih 15 tahun akan tetapi ditahun 70 an itu puncak ketenaran WO sriwedari tidak berselang lama. Karena faktor yang terjadi adalah ditahun 1985 itu “ orang lokal solo itu yang mengenal wayang orang dulu kan orang solo kalau dulu ” sekitar tahun 1985 kebanyakan melakukan urbanisasi ke luar solo, ditambah lagi dengan masuknya pertunjukan yang semakin maju pada zaman dulu. ( Hasil wawancara yang dilakukan peneliti saat bertemu dengan koordinator wayang orang sriwedari yaitu Koordinator Wayang Orang Sriwedari Bidang Seni & Budaya Dinas Kebudayaan Kota Surakarta, Diwasa. (Senin 31 Oktober 2022 Pukul 13.25 WIB.)

## 2) Logo Wayang Orang Sriwedari



**Gambar.6 Logo Wayang Orang Sriwedari**

**( Sumber : [Pariwisatasolo.Surakarta.go.id](http://Pariwisatasolo.Surakarta.go.id) )**

Alamat : Jl. Kebangkitan Nasional No.15 Sriwedari, Laweyan,  
Surakarta

Website : <https://surakarta.go.id/?p=23359>

Instagram : Wayang\_Orang\_Sriwedari

Facebook : Wayang Orang Sriwedari

Tiktok : wayang\_orang\_sriwedari

### **3) Visi Dan Misi Wayang Orang Sriwedari**

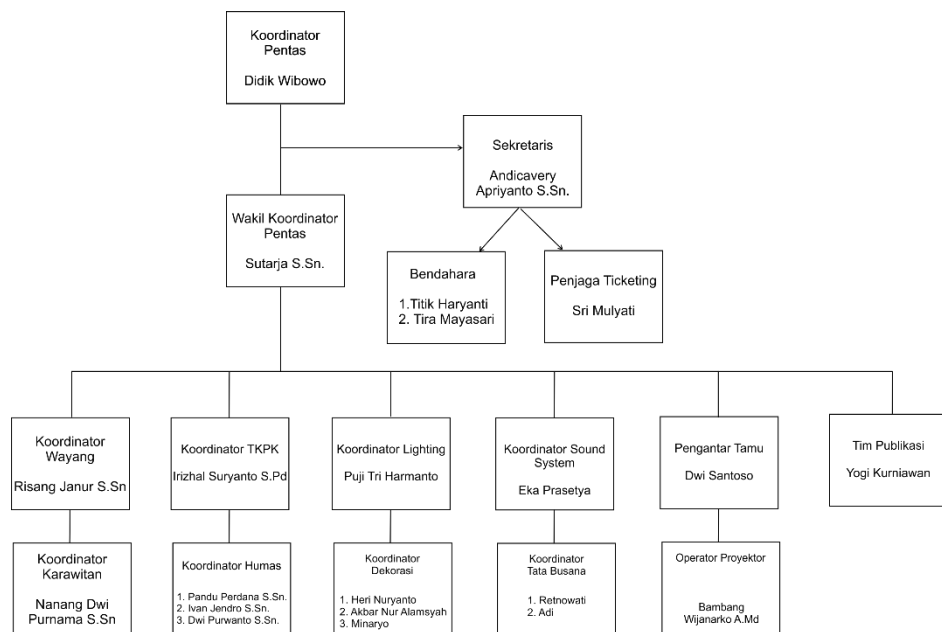
#### **a. Visi**

Menjunjung Tinggi Seni Budaya

#### **b. Misi**

Berbaur Dengan Masyarakat Baik Formal Maupun Non Formal  
Guna Untuk Kembali Mempopulerkan Wayang Orang Sriwedari  
Di Masyarakat.

### **4) Struktur Organisasi Dan Jobdesk Pengurus Wayang Orang Sriwedari Dan Jumlah Pegawai Wayang Orang Sriwedari**



**Gambar.7 Struktur Organisasi Wayang Orang Sriwedari**

**( Sumber : Data Penelitian Disbudpar Surakarta Bidang Kepegawaian )**

## **1. Koordinator**

- a) Mengatur Semua Jalanya Pada Saat Pentas Dimulai
- b) Mengatur Segala Keperluan Yang Dibutuhkan Pada Saat Akan Pentas
- c) Menampung Segala Keluh Kesah yang dirasakan Semua Pengelola Wayang Orang Sriwedari Untuk Disampaikan Ke Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta

## **2. Wakil Koordinator Pentas**

- a) Mengkoordinasi Segala Hal Yang berkaitan dengan saat pentas
- b) Menyiapkan segala keperluan saat pentas dengan berkoordinasi petugas – petugas yang sudah sesuai dengan

jobdesknya.

### **3. Sekretaris**

- a) Mencatat Segala sesuatu mulai dari kekurangan yang ada diwayang orang sriwedari
- b) Mencata semua barang yang sudah ada di Wayang Orang Sriwedari

### **4. Bendahara**

- a) Mengatur keuangan yang masuk dan keluar
- b) Menjaga Kuangan untuk disetorkan ke Dinas

### **5. Ticketing**

- a) Melayani pembelian ticketing yang akan dibeli oleh pengunjung.

### **6. Koordinator Wayang**

- a) Mengurus Semua Prosedur didalam Wayang Orang Sriwedari Dan Diluar Wayang Orang Sriwedari
- b) Mengkoordinasikan Siapa saja yang akan menjadi pemeran pada Judul yang sudah ditentukan

### **7. Koordinator Karawitan**

- a) Menyiapkan segala hal yang akan dimulau sebelum pentas, mengecek gamelan, gendang, gong, DLL
- b) Mengkoordinasikan pemain karawitan

### **8. Koordinator TKPK**

- a) Mengkoordinasi dan mengurus segala hal yang dibutuhkan

## Tenaga Kerja Perjanjian Kontrak

### **9. Koordinator Humas**

- a) Mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan kerjasama

### **10. Koordinator Lighting**

- a) Menyiapkan segala kebutuhan dan mengecek lighting sebelum pentas
- b) Mengkoordinasi lighting pada saat jalanya pentas dimulai

### **11. Koordinator Dekorasi**

- a) Menyiapkan keperluan dekorasi pada saat pentas
- b) Menjaga Dekorasi yang sudah ada

### **12. Koordinator SoundSystem**

- a) Mengecek Sound Pada saat pentas akan dimulai
- b) Mengkoordinasi Sound Pada Saat Pentas Dimulai  
Menyesuaikan Bunyi

### **13. Koordinator Tata Busana**

- a) Menyiapkan Busana yang akan dikenakan pemain pada saat akan pentas
- b) Menjaga Dan Merawat Busana

### **14. Pengantar Tamu**

- a) Mengantarkan pengunjung sesuai dengan kursi yang sudah disesuaikan pada ticketing

### **15. Operator Poryektor**

- a) Mengatur jalanya proyektor pada saat pentas dan menerjemahkan cerita Wayang.

## **B. Sajian Data**

Awal mengapa peneliti tertarik dengan Wayang Orang Sriwedari (WOS) untuk bahan acuan penelitian, karena Wayang Orang Sriwedari sendiri memiliki sejarah yang Panjang dimana awal mula Wayang Orang Sriwedari ini berdiri, Sekarang ini sudah berumur 112 tahun, Dimana sejarah pasang surutnya Wayang Orang Sriwedari sendiri bermula pada era 70an kemudian mengalami kesurutan karena gagal melakukan regenerasi pemain atau penari sendiri.

Wayang Orang Sriwedari dipilih oleh peneliti karena di era sekarang banyak sekali orang – orang mengabaikan kesenian tradisional yang asli dari nenek moyang kita, Mengapa Wayang Orang Sriwedari? Karena kesenian diluar sana terkhusus pada kesenian seni pertunjukan banyak yang sudah tidak melanjutkan karirnya di bidang seni karena dihantam dengan adanya pandemi covid – 19 yang merebak negara Indonesia.

Bentuk Promosi yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari harus lebih ditingkatkan, dengan menggunakan internet maupun sosial media, Walaupun Wayang Orang Sriwedari sudah dikenal banyak masyarakat di Kota Surakarta maupun Diluar Kota Surakarta, namun menurut data yang ditemukan oleh peneliti Wayang Orang Sriwedari sendiri masih belum optimal dalam segi promosi melalui internet dan media sosial, karena kebanyakan masyarakat tahu Wayang Orang Sriwedari ini melalui kabar dari teman, saudara, keluarga ataupun pernah melewati Wayang Orang Sriwedari ataupun Sriwedari ataupun sejenisnya yang berkaitan dengan promosi mulut ke mulut,

Media Sosial adalah suatu bentuk kegiatan mengiklankan ataupun

mempromosikan Sebuah Lembaga, Perusahaan atau Komunitas Untuk mendapatkan konsumen dengan cara melalui media sosial. Di Indonesia ada beberapa media sosial yang dibuka untuk kegiatan pemasaran ataupun untuk kegiatan lainnya guna untuk menunjang keberhasilan sebuah lembaga, Perusahaan ataupun Komunitas.

Media Sosial yang dimiliki Wayang Orang Sriwedari Beragam banyak mulai dari media sosial Youtube, Facebook, Tiktok Dan Instagram Namun dalam pengelolaannya sendiri masih terbilang kurang efektif sehingga berdampak pada turunnya pengunjung yang datang Ke Wayang Orang Sriwedari, Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Yogi Kurniawan selaku Admin Media Sosial Di Wayang Orang Sriwedari :

“ya yang jelas, kita kan juga baru penataan ya dek Yusuf tentang pengelolaan wayang orang sriwedari ini, karena kita juga baru adaptasi setelah pandemi ini, kita menata lagi dalam pengelolaan media sosial di Wayang Orang Sriwedari ini (Hasil wawancara dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Pada Hari Rabu Tanggal 22 Februari 2023 Pukul 10.23 WIB Dikedung Wayang Orang Sriwedari )

Dalam pengelolaan Media sosial sendiri Wayang Orang Sriwedari kurang efektif karena Wayang Orang Sriwedari dipantau dari beberapa pihak pemerintahan jadi Wayang Orang Sriwedari tidak berani membuat apapun tentang Wayang Orang Sriwedari tanpa seizin dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta, Tidak hanya itu Wayang Orang Sriwedari juga mengalami Kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengelolaan keefektifan Media sosial yang dimiliki Wayang Orang Sriwedari. Hal ini juga disampaikan Yogi Kurniawan selaku Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari.

“Selain Dipantau dari beberapa pihak dari pemerintahan memang



kita menyadari dek untuk tidak keefektifan itu semua, yang jelas kita kekurangan SDM untuk pengelolaan media sosial sendiri,” (Hasil Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Pada Tanggal 22 Februari 2023 Pukul 10.30 WIB Di Gedung Wayang Orang Sriwedari).

Objek Wisata Wayang Orang Sriwedari Merupakan objek wisata yang menyuguhkan Kesenian tradisional jawa yang bersumber pada seni pertunjukan yaitu berupa tarian khas jawa Wayang yang dimainkan oleh Manusia dan diiringi oleh alat musik tradisional jawa, begitu masuk setelah pintu masuk Wayang Orang Sriwedari akan langsung disuguhkan panggung Wayang Orang Sriwedari Dan Musik nyaring tradisional jawa. Wayang Orang Sriwedari ini berlokasi di Sriwedari sesuai Namanya yang beralamat Jl. Kebangkitan Nasional No.15 Laweyan, Sriwedari, Surakarta. Wayang Orang Sriwedari dibangun tidak hanya untuk mensejahterakan Orang yang berlatar belakang kesenian teater namun juga untuk mensejahterakan masyarakat sekitar untuk meningkatkan perekonomian, dan menjadi bentuk usaha masyarakat yang berjualan sebagai pedagang maupun menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Untuk jumlah pengunjung mengalami pasang surut yang dialami oleh Wayang Orang Sriwedari, Untuk pendapatan pertahun bisa mencapai Data Kunjungan Pengunjung Di Objek Wisata Wayang Orang Sriwedari Tahun 2022.

### **1) Data Pengunjung**

Peneliti sudah mengunjungi beberapa kali dan datang melihat pengunjung di Wayang Orang Sriwedari terkhusus pada saat hari Non Weekend Dan pada saat hari Weekend atau hari libur, Setelah mengamati beberapa kali dan berkunjung di Wayang Orang Sriwedari Dihari Non Weekend memang benar adanya bahwa pengunjung di hari Non Weekend

Rata – Rata Pengunjung yang datang sekitar 50 orang, dan menurut data yang telah diamati oleh peneliti rentan umur penonton pada saat hari Non Weekend memang penggemar Wayang Dan Rata – Rata Berumur 40 – 50 Tahun.

Namun tidak hanya itu saja, Peneliti mengunjungi dan melihat Wayang Orang Sriwedari Dihari Weekend rata – rata pengunjung pada Wayang Orang Sriwedari sekitar 120 Orang bahkan bisa lebih, dan tidak disangka dihari Weekend dengan melihat Wayang Orang Sriwedari yang begitu bisa dibbilang notaben Seni dan dizaman yang sekarang semakin modern ini banyak anak – anak muda yang sudah bersikap tidak peduli dengan adanya budaya leluhur tersebut.

Dihari Weekend banyak sekali anak – anak muda yang datang untuk menyaksikan Wayang Orang Sriwedari dan dihari Weekend bisa dibbilang pengunjung Wayang Orang Sriwedari Meningkat dibandingkan hari – hari Non Weekend, tidak hanya itu dihari weekend rentan usia yang datang ke Wayang Orang Sriwedari mulai dari yang muda hingga yang tua, Seperti yang disampaikan Sri Mulyati :

“Hari biasa yo paling sekitar 50an kurang lebih, nak dino weekend yo sekitar 125 kursi terpenuhi, dari rentan pokoknya dari yang muda mahasiswa – mahasiswa dan pengunjung pecinta wayang.(Hasil Wawancara dengan Penjaga Locket Wayang Orang Sriwedari Pada Hari Jumat 17 Februari 2023 Pukul 19.07 WIB)

**Tabel Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari Sebelum  
Pandemi Dan Saat Pandemi Tahun 2019**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
<b>1.</b>	<b>Januari</b>	<b>2501</b>
<b>2.</b>	<b>Februari</b>	<b>1877</b>
<b>3.</b>	<b>Maret</b>	<b>2346</b>
<b>4.</b>	<b>April</b>	<b>2323</b>
<b>5.</b>	<b>Mei</b>	<b>1643</b>
<b>6.</b>	<b>Juni</b>	<b>3645</b>
<b>7.</b>	<b>Juli</b>	<b>3509</b>
<b>8.</b>	<b>Agustus</b>	<b>2202</b>
<b>9.</b>	<b>September</b>	<b>3306</b>
<b>10.</b>	<b>Oktober</b>	<b>2776</b>
<b>11.</b>	<b>November</b>	<b>2919</b>
<b>12.</b>	<b>Desember</b>	<b>4892</b>

**Tabel Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari Tahun  
2020**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1.	Januari	3778
2.	Februari	1935
3.	Maret	945
4.	April	LIBUR COVID
5.	Mei	LIBUR COVID
6.	Juni	LIBUR COVID
7.	Juli	1032
8.	Agustus	1049
9.	September	1131
10.	Oktober	853
11.	November	1016
12.	Desember	444

**Tabel Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari Tahun  
2021**

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
<b>1.</b>	<b>Januari</b>	<b>LIBUR COVID</b>
<b>2.</b>	<b>Februari</b>	<b>57</b>
<b>3.</b>	<b>Maret</b>	<b>982</b>
<b>4.</b>	<b>April</b>	<b>917</b>
<b>5.</b>	<b>Mei</b>	<b>1042</b>
<b>6.</b>	<b>Juni</b>	<b>1065</b>
<b>7.</b>	<b>Juli</b>	<b>LIBUR COVID</b>
<b>8.</b>	<b>Agustus</b>	<b>LIBUR COVID</b>
<b>9.</b>	<b>September</b>	<b>LIBUR COVID</b>
<b>10.</b>	<b>Oktober</b>	<b>502</b>
<b>11.</b>	<b>November</b>	<b>1008</b>
<b>12.</b>	<b>Desember</b>	<b>753</b>

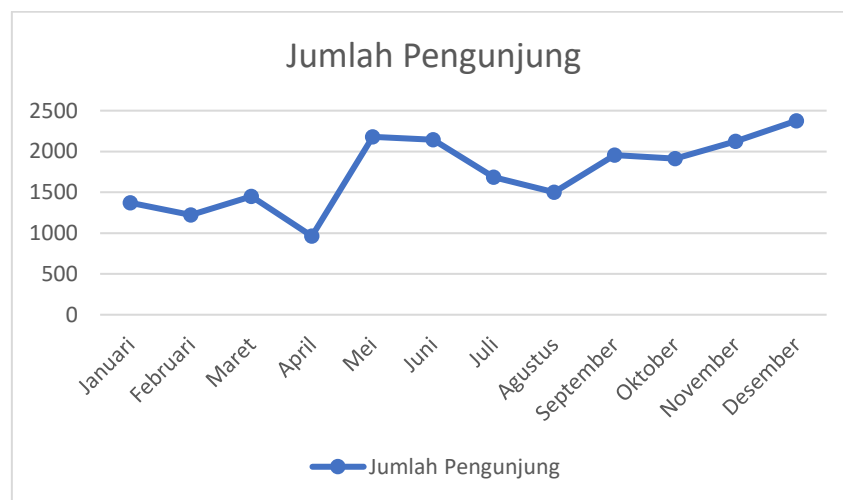
**Tabel Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari Tahun 2022**  
( Pasca Pandemi )

<b>No.</b>	<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
<b>1.</b>	<b>Januari</b>	<b>1373</b>
<b>2.</b>	<b>Februari</b>	<b>1222</b>
<b>3.</b>	<b>Maret</b>	<b>1448</b>
<b>4.</b>	<b>April</b>	<b>963</b>
<b>5.</b>	<b>Mei</b>	<b>2179</b>
<b>6.</b>	<b>Juni</b>	<b>2144</b>
<b>7.</b>	<b>Juli</b>	<b>1687</b>
<b>8.</b>	<b>Agustus</b>	<b>1499</b>
<b>9.</b>	<b>September</b>	<b>1956</b>
<b>10.</b>	<b>Oktober</b>	<b>1912</b>
<b>11.</b>	<b>November</b>	<b>2123</b>
<b>12.</b>	<b>Desember</b>	<b>2376</b>

( Sumber Data Pengunjung Wayang Orang Sriwedari )

## 2) Grafik Dat Pengunjung

**Gambar Grafik. 8 Grafik Data Pengunjung Wayang Orang  
Sriwedari 2022**



Wayang Orang Sriwedari adalah sebuah kesenian yang terbilang bisa bangkit dan berkembang setelah hantaman pandemi covid – 19 yang melanda negara Indonesia dengan begitu dahsyat sehingga banyak orang – orang yang beralih profesi dari berkesenian kemudian mencari mata pencaharian lain diluar seni. Wayang Orang Sriwedari masih bisa eksis ini pasti ada alasan tertentu kenapa masih bisa terus berjalan, Hal ini seperti yang disampaikan Bapak Didik Wibowo Selaku Koordinator Seluruh Wayang Orang Sriwedari :

“Ya yang jelas peran utama keeksian kita adalah pemerintah kota meskipun pandemi meskipun kita sering tidak bermain saat pandemi kemarin, dari pemerintah tidak memotong gaji kita, kita tetep masuk kita tetep latihan, meskipun tidak pentas,.(Hasil Wawancara dengan koordinator seluruh Wayang Orang Sriwedari pada hari Jumat tanggal 18 Februari 2023 Pukul 18.14 WIB).

Objek Wisata Wayang Orang Sriwedari merupakan lokasi wisata yang tepat untuk hiburan keluarga yang terkhusus untuk penikmat seni pertunjukan teater tradisional jawa, meskipun tergolong wisata lama Wayang Orang Sriwedari

mengikuti zaman.

### **3) Iklan.**

Periklanan adalah suatu sumber informasi yang sangat mudah untuk memberikan informasi kepada konsumen melalui iklan tersebut. Dilihat dari media iklan merupakan suatu komunikasi yang paling efektif dan mudah guna mengajak konsumen melihat dan melakukan barang yang telah dilakukan supaya konsumen tertarik untuk melihat barang yang sudah ditawarkan tersebut. Model periklanan yang dilakukan oleh Wayang Orang Sriwedari dengan media cetak berupa Spanduk jadwal pentas Wayang Orang Sriwedari Dan Melalui Pamflet Cetak.

Untuk iklan, selain menempelkan jadwal pentas dan membagaikan jadwal tersebut kepada konsumen saat membeli tiket Wayang Orang Sriwedari dan tertempel jadwal pentas tersebut dan hanya menempelan jadwal tersebut di sekitaran Wayang Orang Sriwedari. Selain itu wayang orang sriwedari juga menyebarkan jadwal pentas tersebut dikelurahan kelurahan atau dihotel – hotel, Wayang Orang Sriwedari juga melakukan iklan melalui MMT atau baliho dan iklan melalui Radio

Wayang Orang Sriwedari melakukan Periklanan dengan memasang baliho atau MMT terkait Wayang Orang Sriwedari

#### **1) Media Luar Ruang**

Wayang Orang Sriwedari menggunakan media luar digunakan untuk bentuk strategi promosi Wayang Orang Sriwedari , untuk mempromosikan segala bentuk apapun yang dapat digunakan untuk media promosi berupa pentas Wayang Orang Sriwedari dimana agar



dapat dilihat oleh masyarakat luas yang melintas di Kota Surakarta  
Seperti dibawah ini.



**Gambar.9 MMT Wayang Orang Sriwedari**

( Sumber : Foto Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari )



**Gambar. 10 Baliho Iklan Wayang Orang Sriwedari**

( Sumber : Instagram Wayang\_Orang\_Sriwedari )



### **Gambar. 11 Baliho Iklan Event Wayang Orang Sriwedari**

**( Sumber : Foto Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari )**

Wayang orang sriwedari pernah melakukan promosi seperti ini pada saat belum adanya media sosial yang dimiliki Wayang Orang Sriwedari seiring berjalanya waktu dan Kecanggihan teknologi Wayang Orang Sriwedari menghentikan Bentuk iklan Media Iklan ini sebagai bentuk promosi, hingga saat ini menurut hasil data Wawancara dengan tim publikasi Wayang Orang Sriwedari seperti yang disampaikan Yogi Kurniawan.

“ Kami Memasang Baliho Dan MMT masih dilakukan tetapi juga melihat situasi dan kondisi, yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari untuk iklan melalui Baliho dan MMT hanya digunakan pada saat peristiwa – peristiwa tertentu, atau event tertentu.” ( Hasil Wawancara dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Rabu Tanggal 22 Februari 2023 Pukul 11.17 WIB)

#### 2) Iklan Melalui Radio

Wayang orang sriwedari juga melakukan periklanan melalui Radio bekerja sama dengan Radio Republik Indonesia Jakarta, namun hal ini tidak bersifat berkepanjangan karena berada dilokasi yang jauh dari Kota Surakarta, dan Wayang Orang Sriwedari mengapa tidak memilih RRI Surakarta untuk dijadikan Media Promosi, Seperti yang disampaikan Yogi Kurniawan :

“Mengapa kami tidak bekerja sama dengan RRI Solo, ya karena mereka punya Wayang Orang Sendiri, mereka lebih memilih mempromosikan Wayang RRI.”(Hasil Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Rabu 22 Februari 2023 11.20 WIB)



**Gambar. 12 Iklan Wayang Orang Sribedari Melalui Radio**

**( Sumber Data : Instagram Wayang\_Orang\_Sribedari )**

### 3) Media bentuk Brosur

Selain melalui Baliho atau MMT dan Radio Wayang Orang Sribedari juga melakukan bentuk periklanan dengan menempelkan poster atau brosur ke berbagai Instansi pemerintahan ataupun swasta yang telah di tentukan dimana saja untuk menempelkan poster itu yang pas, pada Brosur tersebut berisi terdiri dari Lakon Pentas yang akan dimainkan oleh Pemain Wayang Orang Sribedari dan Jadwal Hari Pentas, Jam Pentas dan Ticket Pentas Untuk Melihat Pementasan Wayang Orang Sribedari ini.

“Selain melalui baliho dan radio yang kita juga fokus pada penempelan Poster/Brosur itu ke tempat – tempat yang sudah ditentukan, seperti destinasi wisata, hotel – hotel dan instansi pemerintahan lainnya. ( Hasil Wawancara dengan Koordinator Wayang Orang Sribedari Pada hari Kamis 23 Februari 2023 Pukul 18. 57 WIB)



**Gambar.13 Iklan Wayang Orang Sriwedari Melalui Brosur**

**( Sumber : Foto Peneliti )**

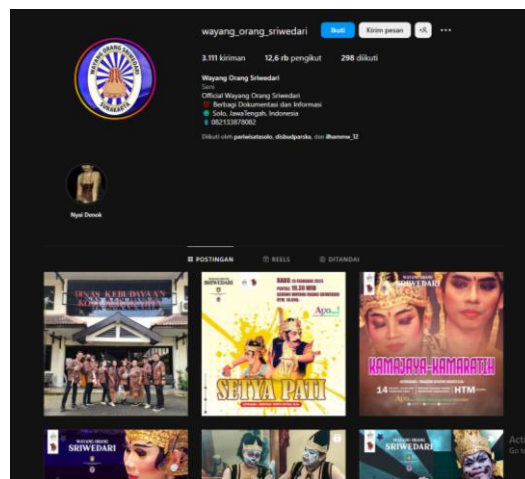
#### **4) Promosi Internet**

Media Sosial merupakan salah satu alat promosi bisnis yang sangat mudah dan paling efektif dibandingkan promosi lainnya, karena promosi di media sosial maupun di internet dapat dijangkau berbagai khalayak masyarakat lokal maupun masyarakat asing (Diluar Indonesia), dengan sosial media berita dapat merabak dengan sangat cepat dilihat oleh banyak orang.

Jaringan media sosial yang begitu luas, dapat lebih fleksibel oleh penggunanya. Untuk itu wayang orang sriwedari menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube Dan Tiktok untuk bentuk strategi pemasaran melalui promosi guna memperkenalkan Wayang Orang Sriwedari Ke berbagai masyarakat luas.

Walaupun Wayang Orang Sriwedari Memiliki beberapa media

sosial untuk mempromosikan wayang oarng sriwedari, dalam segi pengelolaan media sosial wayang orang sriwedari terbilang kurang dalam segi pengelolaannya. Itu terbukti dari postingan Wayang Orang Sriwedari dari media sosial Facebook Dan Twitter. Pada akun media sosial Facebook Wayang orang sriwedari berhenti mempromosikan wayang orang sriwedari pada tahun 2021 dan kemudian sudah tidak aktif lagi.



**Gambar Sajian Data.14 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Instagram**

( Sumber : Screenshot Instagram Resmi Wayang Orang Sriwedari )

Wayang orang sriwedari juga dibantu oleh pihak Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta sendiri guna mengiklankan Wayang Orang Sriwedari Sendiri, Hal ini adalah bentuk apresiasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata kota Surakarta seperti Visi Dan Misi yang sudah terbentuk karena Surakarta adalah sebuah kota Budaya.

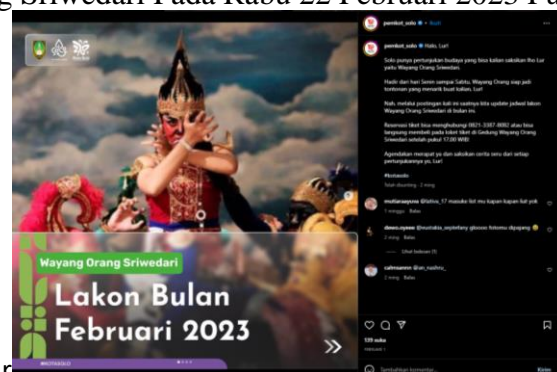
Sebelum diresmikannya akun Instagram Wayang Orang Sriwedari ada

Wayang Wong Sriwedari namun semua itu tidak berjalan efektif jika Wayang Orang Sriwedari tidak salah satu Akun Yang bisa menyampaikan informasi secara terstruktur agar masyarakat tidak kebingungan antara informasi satu dengan informasi yang lainnya, seperti yang telah disampaikan oleh Yogi Kurniawan :

“Dulu memang ada 2 akun Instagram yang membuat masyarakat itu kebingungan mencari informasi mengenai Wayang Orang Sriwedari ini. Akhirnya biar masyarakat tidak kebingungan kita membuat official dalam akun resminya.(Hasil Wawancara dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Hari Rabu Tanggal 22 Februari 2023 Pukul 10.55 WIB Di Gedung Wayang Orang Sriwedari).

Jika dilihat dari pamflet postingan Wayang Orang Sriwedari masih terbilang Kuno dan belum bisa dikatakan mengikuti perkembangan zaman, padahal menurut pandangan peneliti saat berkunjung ke Wayang Orang Sriwedari beberapa kali, sudah banyak anak muda yang menonton di Wayang Orang Sriwedari, Hal ini seperti yang disampaikan oleh Yogi Kurniawan :

“pamflet seperti yang ditempel didepan ya mungkin masih kita pertahankan, ( Hasil Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Pada Rabu 22 Februari 2023 Pukul 10.15 WIB)

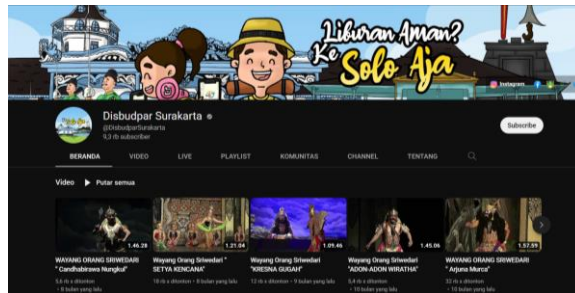


**Gambar Sajian Data.15 Media Sosial @Pemkot\_Solo Untuk**

### **Iklan Wayang Orang Sriwedari**

Tidak hanya Dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta

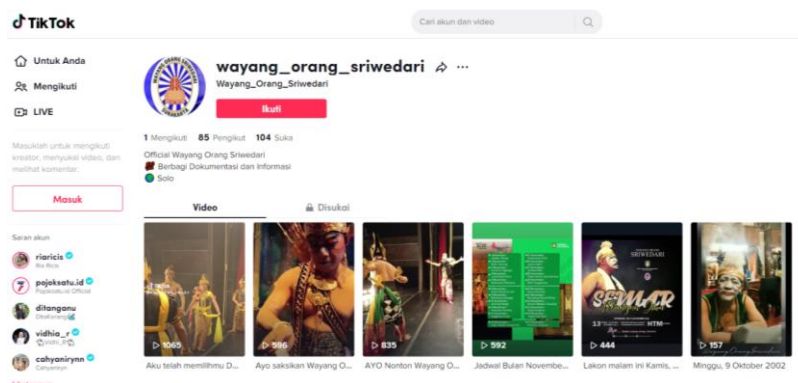
namun, Wayang Orang Sriwedari Juga Dibantu oleh Pemerintah Kota Surakarta dalam mengiklankan Wayang Orang Sriwedari Untuk Memasyarakatkan Wayang Orang Sriwedari.



**Gambar Sajian Data.16 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Youtube.**

Melalui youtube ini Wayang Orang Sriwedari aktif pada saat masa pandemi, pentas melalui daring dan setelah itu diupload youtube dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta sendiri. Hal ini seperti yang disampaikan Yogi Kurniawan

“Kalau untuk youtube sendiri, itu kita gunakan secara aktif, pada saat pandemi kemarin dek, karena kita tidak diperbolehkan pentas secara langsung, kemudian kita semuanya rapat dan berkoordinasi, dengan membentuk Wayang Orang Sriwedari ini dan media yang bersangkutan maksudnya dari internal Dinas,. ( Hasil Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Hari Rabu Tanggal 22 Februari 2023 Pukul 11.17 WIB Digatedung Wayang Orang Sriwedari)



### Gambar Sajian Data.17 Media Sosial Wayang Orang Sriwedari Untuk Iklan Melalui Tiktok

Wayang Orang Sriwedari tidak hanya melalui media – media sosial yang biasanya digunakan untuk kepentingan iklan namun juga Wayang Orang Sriwedari mulai beranjak pada akun tiktok secara resmi dibuat oleh Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari ini, Pada akun tiktok terbilang masih baru karena akun tiktok ini dibuat pada tahun 2022 guna untuk meranggah ke ranah yang lebih luas.

“Kalau untuk tiktok ini kita baru, kita belum masih coba – coba riset menggunakan tiktok ini apakah nanti juga bisa meningkatkan jumlah responden atau tidak kalau banyak ya kita fokus. (Hasil Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari Pada Rabu 22 Februari 2023 Pukul 10.58 WIB)





## **Gambar Sajian Data.18 Media Sosial Wayang Orang**

### **Sriwedari Untuk Iklan Melalui Facebook**

**( Sumber : Data Peneliti )**

#### **5) Pemberitaan Media Koran Online.**

Dengan Hubungan masyarakat dapat berdampak besar terhadap kesadaran public jika sesuatu yang dilakukan berupa hal positif. Humas yang dilakukan oleh Wayang Orang Sriwedari ini selama masa penugasan bapak Didik Wibowo, humas yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari masih belum terlihat hal ini dikarenakan Wayang Orang Sriwedari Bisa dibilang kurang Sumber Daya Manusia untuk pengelolaan dalam hal Hubungan Masyarakat.

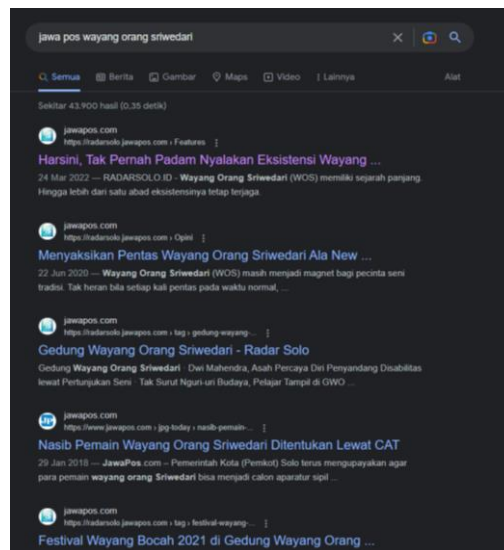
Peranan humas Wayang Orang Sriwedari terlihat pada saat masih bekerja sama dengan Instnasi Pendidikan hal ini disampaikan oleh Bapak Didik Wibowo :

“Humas dari kita ini kemarin masih bekerjasama dengan Unisri kemarin jelas humas kita bekerja sama dengan mereka untuk mengenalkan wayang orang sriwedari ke masyarakat luas guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung. (Hasil Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari Pada Hari Kamis Tanggal 23 Februari 2023 Pukul 18.43 WIB).

Diera yang penuh dengan media sosial Wayang Orang Sriwedari bisa saja bekerja sama dengan media koran online untuk mengenalkan ke masyarakat luas bahwa Wayang Sriwedari ini masih ada, dalam peran humas Wayang Orang Sriwedari sudah mengizinkan Media Online untuk memberitakan Wayang Orang Sriwedari di media media seperti detik.com, Jawa Pos, Tribun, Merdeka.com, Namun semua itu tidak bersifat berkepanjangan, Hal ini disampaikan oleh Bapak Didik Wibowo :

“ada yang berkesinambungan dalam kurun waktu tempo itu sekitar 3 bulan sekali,(Hasil Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari Pada Hari Kamis Tanggal 23 Februari 2023 Pukul 18. 47WIB).

Hal Ini dibuktikan dengan beberapa media koran yang sudah masuk di Wayang Orang Sriwedari untuk memberitakan Wayang Orang Sriwedari melalui media koran seperti berikut ini :



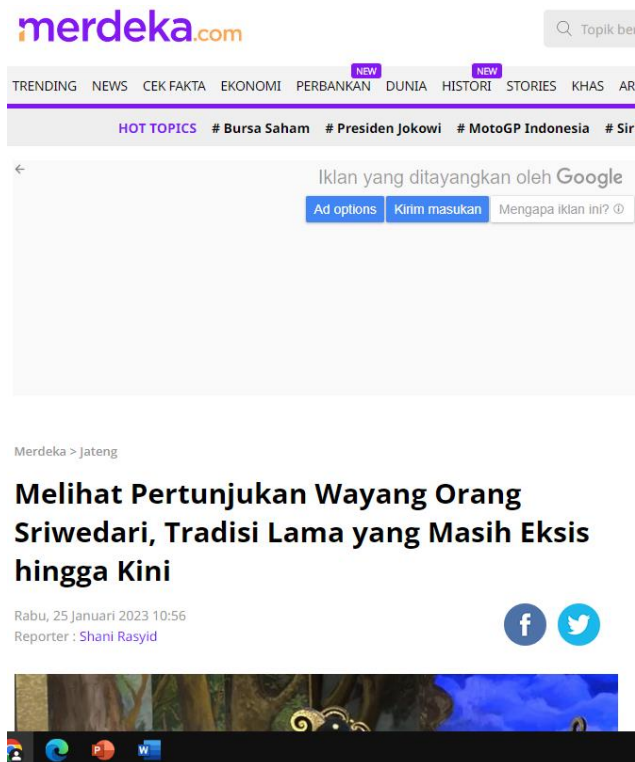
**Gambar Sajin Data.19 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Jawa Pos.**

**( Sumber : Data Peneliti )**



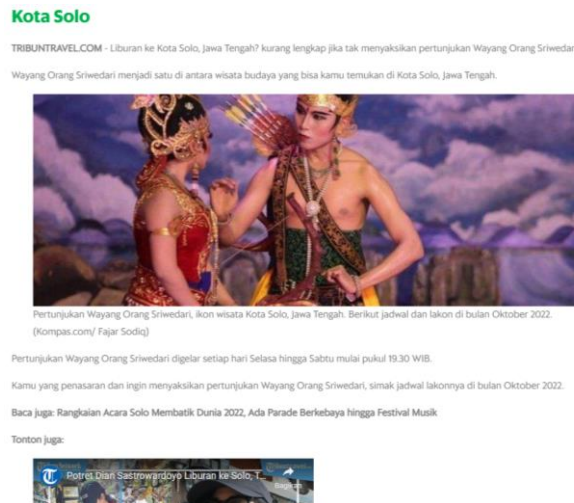
**Gambar Sajian Data.20 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Detik.Com**

(Sumber : <https://www.detik.com/wayang-orang-sriwedari-solo>)



## Gambar Sajian Data.21 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Merdeka.com

( Sumber : <https://www.merdeka.com/jateng/melihat-pertunjukan-wayang-orang-sriwedari> )



## Gambar Sajian Data.22 Pemberitaan Wayang Orang Sriwedari Pada Media Koran Online Tribuntravel

(Sumber : <https://travel.tribunnews.com>)

### 6) Event

Terkait Strategi Pemasaran ini, Wayang Orang Sriwedari hanya melakukan Acara Khusus yaitu berupa pentas setiap hari yang sudah dijadwalkan oleh pihak pengelola Wayang Orang Sriwedari, karena Wayang Orang Sriwedari masih dibawah Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta, Untuk Kegiatan Khusus sendiri Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata melakukan sebuah *Event* Juga berguna untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Wayang Orang Sriwedari sendiri.

Dari pengelola Wayang Orang Sriwedari sendiri masih belum berani melakukan *Event* atau mengadakan *Event* Sendiri karena masih dibawah pemerintahan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta, Untuk kegiatan yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari masih melakukan kegiatan pentas setiap hari yang sudah dijadwalkan untuk pentas sendiri.



**Gambar Sajian Data. 23 Event Festival Wayang Bocah Di**

**Wayang Orang Sriwedari**

**( Sumber : Foto Peneliti )**

Dari pihak Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Membantu Wayang Orang Sriwedari untuk melakukan Sebuah *Event* guna memasyarakatkan Wayang Orang Sriwedari dalam hal peningkatan jumlah pengunjung dan dalam kegiatan *Event* dari pihak Dinas sendiri melakukan kegiatan *Event* tertentu setiap tahunnya, seperti yang berkaitan dengan wayang orang, yang sudah dilakukan Dinas.

Yang dilakukan dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta ini yaitu melakukan kegiatan *Event* “Festival Wayang Bocah 2022” Hal ini

juga berguna untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Wayang Orang Sriwedari dan berguna untuk mencari generasi baru kader – kader pemain Wayang Orang Di Sriwedari karena meningat Wayang Orang Sriwedari pernah mengalami kegagalan regenerasi pemain Wayang Orang Sriwedari. Hal ini disampaikan oleh Ibu Tuti Orbawati pada Festival Wayang Bocah 2022 Digatedung Wayang Orang Sriwedari.

“Maksud dari kami, Dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Mengadakan Festival Wayang Bocah ini juga guna untuk mencari kader – kader baru mencari regenerasi yang nantinya akan meneruskan pertunjukan Wayang Orang Sriwedari (Hasil data peneliti pidato kepala bidang seni dan budaya Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Tanggal 29 September 2022)



**Gambar Sajian Data.24 Pamflet Festival Wayang Bocah**

**( Sumber :Instagram pariwisataasolo )**

Selain itu Guna meningkatkan wawasan seni pertunjukan Dari pihak pengelola Wayang Orang Sriwedari Mengharapkan kegiatan Wayang Orang Sriwedari diluar pentas digedung Wayang Orang Sriwedari Seperti yang

disampaikan Bapak Didik Selaku Ketua (Koordinator Wayang Orang Sriwedari) :

“Kita juga pengenya Wayang Orang Sriwedari ini lebih dikenal oleh masyarakat lah mas, Seperti main di kelurahan main di car free day atau main dimanapun lah, didaerah – daerah itu” (wawancara dengan ketua koordinator Wayang Orang Sriwedari pada hari jumat tanggal 18 Februari 2023 Pukul 18.54WIB).

Tidak hanya itu hasil temuan data lain, setelah melalui Wawancara dengan Bapak Heri Karyanto Selaku dari Dinas, menjelaskan dalam wawancara dengan beliau :

“ada Event Diluar pentas Wayang Orang di Sriwedari kui, pentas di luar kota missal kita di undang untuk pentas di medan atau di Palembang atau di Jakarta atau manapun lah yang berkaitan. (Wawancara dengan pengelola wayang orang sriwedari dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Bidang Seni Dan Budaya pada hari Senin tanggal 20 Februari 2023 Pukul 14.37 WIB)

#### **7) Locket Penjualan Ticket**

Pada Kegiatan Ini yaitu pemasaran secara langsung Wayang Orang Sriwedari melakukan suatu bentuk retribusi dengan pelanggan yang akan melihat pertunjukan teater Wayang Orang dengan menjual tiket secara langsung dengan harga yang sangat terjangkau ditinjau dari fasilitas yang ada pada Wayang Orang Sriwedari, Kegiatan secara langsung ini dan berhadapan langsung konsumen.



**Gambar Sajian Data.25 Kegiatan Tiketing Di Wayang  
Orang Sriwedari**

**( Sumber : Foto Peneliti )**

Dalam kegiatan ini sangat menunjang proses jual beli tiketing pada Objek Wisata Seni pertunjukan Wayang Orang Sriwedari ini, dengan kegiatan ini selain Wayang Orang Sriwedari mendapatkan keuntungan melalui penjualan tiket sendiri, dapat mengenal lebih dekat konsumen yang akan melihat pertunjukan wayang tersebut.

Kegiatan pemasaran secara langsung di Wayang Orang Sriwedari menyediakan suatu loket pembelian tiket per orang, 3 fasilitas kursi dan dengan harga yang bisa dibilang relatif murah. Yang Sebelum Pandemi Membuka Semua Tiket masuk Wayang Orang Sriwedari dibandrol dengan harga VIP. Rp. 10.000, Kelas II. Rp.7.000, Kelas III Rp.5.000 dan kursi disesuaikan dengan masing – masing harga tiket yang telah dibeli oleh pelanggan, Namun semua itu sudah berubah setelah pandemi, Wayang Orang



Sriwedari kini hanya menjual tiket VIP Saja dengan harga Rp.10.000, dengan alasan berbagai faktor Wayang Orang Sriwedari hanya membuka tiket VIP Saja, hal ini seperti yang disampaikan Sri Mulyati :

“Kita hanya berfokus pada VIP itu karena pas pandemi itu kan kita tidak membuka mengkelas – kelaskan, kemudian satu tiket karena penonton nya hanya dibatasi 75 penonton setelah ada pelongaran pandemi itu jadi tidak boleh lebih, Cuma berapa % dari kapasitas.” (Hasil Wawancara dengan Penjaga Locket Ticket Wayang Orang Sriwedari Pada hari Jumat 17 Februari 2023 Pukul 19.12 WIB)



**Gambar Sajian Data.26 Tiket Masuk Wayang Orang  
Sriwedari**

**( Sumber : Foto Peneliti Berkunjung Ke Wayang Orang  
Sriwedari )**

Pengunjung Wayang Orang Sriwedari sendiri, setelah melihat dan mengamati datang ke Wayang Orang Sriwedari, peneliti melihat beberapa anak muda yang melihat pertunjukan Wayang Orang Sriwedari, Hal ini juga berarti Wayang Orang Sriwedari harus lebih memodernisasikan dalam penjualan ticket, pasalnya sekarang banyak anak muda yang memburu tiket

itu melalui online.

Diera Semakin berkembangnya teknologi sekarang ini, dan semakin padatnya arus lalu lintas sekarang semakin padatnya pengendara bermesin banyak masyarakat, Membuat Masyarakat mempunyai rasa malas untuk bertransaksi pembelian secara langsung, Hal ini mendorong Wayang Orang Sriwedari Untuk melakukan transaksi melalui online. Seperti yang disampaikan Ibu Sri Mulyati Selaku pengelola ticketing pada Wayang Orang Sriwedari :

“Yo, Kedepanya kita pengene online, karena online sendiri juga lebih simple juga, ya mungkin nantinya akan ada online dan offline Cuma kita menyediakan tiket online itu untuk orang – orang yang sudah menggunakan Digital sehari – hari (Wawancara dengan pengelola dengan penjaga ticketing Wayang Orang Sriwedari pada hari Jumat 18 Februari 2023 Pukul 19.27 WIB)

Dalam kegiatan promosi penjualan ini dilakukan untuk mengumumkan produknya, Biasanya hal ini terjadi bilamana produk sudah ada dipasaran namun penjualanya masih pada ambang *stagnan*. Melalui dengan promosi penjualan akan sangat bermanfaat jika sebuah Lembaga, Perusahaan Atauupun Komunitas melakukan hal promosi penjualan ini, didasarkan oleh bentuk strategi insentif yang diberikan Lembaga, Perusahaan dalam produk yang telah ditawarkan.

Hal ini dilakukan Wayang Orang Sriwedari saat masih menjalin Kerjasama dengan Intansi, Namun kerjasama dengan intansi tersebut tidak berjalan lama. Promosi penjualan ini sudah dilakukan dengan menempelkan pamflet ke Kelurahan sekitar Solo Raya, Menempelkan dengan Instansi Pendidikan.

Dengan sudah meranahnya ke anak muda dan Wayang Orang Sriwedari mulai menjilma melalui anak muda sendiri karena target yang ditentukan tidak hanya dari kalangan militan pecinta Wayang, tetapi untuk semua kalangan apalagi anak muda, Anak muda seperti kalangan yang masih bersekolah maupun mahasiswa mengharapkan adanya discount untuk melihat sebuah pertunjukan, Hal ini disampaikan dengan Didik Wibowo :

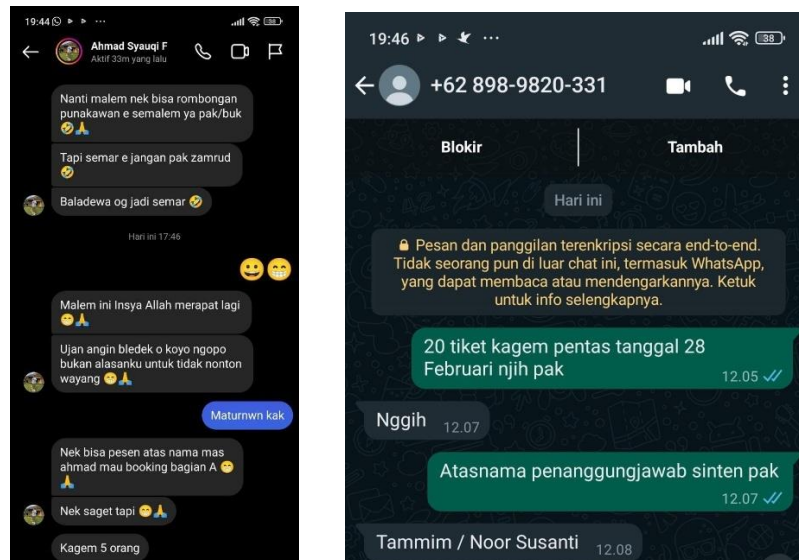
“Wacana yang bagus itu, itu bagus sekali memang itu untuk menarik pengunjung juga, apalagi yang lokal-lokal anak sekolah, mahasiswa-mahasiswa,”(Hasil Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari pada hari Kamis Tanggal 23 Februari 2023 Pukul 18.37WIB).

#### **8) Penjualan Ticket Melalui Whatsaap**

Wayang Orang Sriwedari juga sudah melakukan ticketing secara online namun juga masih harus mengambil fisik ticket tersebut ke loket tiket, Wayang Orang Sriwedari melakukan ticket online malalui media sosial Whatsaap dengan memesan berapa tiket kepada penjaga loket, kemudian penjaga tiket membuatkan ticket tersebut dengan menandai kursi yang akan dipakai untuk menonton konsumen, hal ini penulis temukan pada saat datang ke wayang orang sriwedari pada hari jumat 18 Februari 2023.

Ada beberapa konsumen yang ingin melihat Wayang Orang Sriwedari yang memesan tiket tersebut melalui whatsapp agar tidak antre saat pembelian tiket pada Wayang Orang Sriwedari, Biasanya orang yang memesan tiket tersebut melalui online media sosial Whatsaap menyebutkan Nama dan

pengelola tiket Wayang Orang Sriwedari mengecek Whatsaap dan membuatkan tiket untuk masuk dengan menuliskan kursi yang akan dipakai.



**Gambar Sajian Data. 27 Pengunjung Wayang Orang Sriwedari**

**Melalui Whatsaap atau Pesan Insagram**

**( Sumber : Screenshot Penjaga Ticketing Wayang Orang Sriwedari )**

### **C. Analisis Data Dan Pembahasan**

Dari semua data yang telah diperoleh peneliti dalam penelitian ini melalui Lapangan Dengan menerapkan metodologi penelitian melalui Observasi, Wawancara Dan Dokumentasi, seperti yang telah diketahui bahwa Objek Wisata Wayang Orang Sriwedari dikelola Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta atau dibawah Naungan Bidang Seni Dan Budaya.

Secara kelembagaan pengelola secara tekhnis dilapangan dilaksanakan oleh pengelola Wayang Orang Sriwedari seperti yang sudah ditugaskan atau diperintahkan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta melalui

bidang Seni Dan Budaya, Pihak Dinas Dan Pengelola Wayang Orang Sriwedari Melakukan beberapa Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung, pada objek Wisata Wayang Orang Sriwedari Adapun kegiatan Strategi Komunikasi Pemasaran Meliputi :

### **1. Iklan**

Iklan sendiri dapat dipakai untuk beragam jenis kebutuhan terutama dalam hal pemasaran untuk menarik minat konsumen, Tujuan dari iklan sendiri adalah untuk mengugah minat customer terhadap produk atau jasa dari sebuah Lembaga, Perusahaan Atau Komunitas, Promosi dalam Objek Wayang Orang Sriwedari dengan menggunakan beberapa media cetak dan media online atau media sosial.

Menurut data yang diperoleh peneliti, peneliti memandang media iklan yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari sudah terbilang cukup baik, Namun menurut hasil Wawancara yang dilakukan peneliti dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari, Seharusnya Wayang Orang Sriwedari masih mempertimbangkan akan Hal pemasangan baliho MMT.

Karena Bagaimanapun juga tidak semua orang paham akan media Sosial apalagi dengan masih adanya Pengunjung memang pecinta Wayang Di Sriwedari sendiri, masih banyak pecinta Wayang Orang Sriwedari yang tidak paham akan media sosial, tidak hanya itu saja, pada media iklan Radio yang digunakan Wayang Orang Sriwedari meranah lagi ke yang lebih modern dengan Iklan melalui TV dijalan misalkan atau Iklan TV Jalan. Tetapi juga dengan Video atau bahkan animasi yang

lebih modern dan dapat dilihat dengan anak muda seperti target yang sudah ditentukan.

Wayang Orang Sriwedari dengan sudah masuknya target pasar banyak anak muda yang ingin menonton Wayang Orang Sriwedari juga harus menyesuaikan dari desain Brosur yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari Masih dibilang kurang menarik perhatian,,Wayang Orang Sriwedari bisa menggunakan Buku Seperti kertas undangan pernikahan untuk menarik minat wisatawan dengan menambahkan kata kata Mutiara jawa, mendesain agar lebih menarik lagi.

## **2. Promosi Penjualan**

Dari hasil penelitian yang telah didapatkan dalam penelitian dilapangan, Wayang Orang Sriwedari melalui wawancara dengan pengelola Wayang Orang Sriwedari. Bentuk promosi penjualan yang dilakukan wayang orang sriwedari melakukan kegiatan promosi penjualan ini juga melalui penjualan ticketing.

Menurut pengamatan Penliti dalam penelitian ini Wayang Orang Sriwedari menggunakan promosi penjualanya dengan melakukan Kegiatan Ticketing pada Wayang Orang Sriwedari, guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung karena Menurut hasil Wawancara dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari.

Wayang Orang Sriwedari sedang mengencarkan peningkatan jumlah pengunjung di Wayang Orang Sriwedari, maka dari itu dengan mengecarkan hal tersebut Wayang Orang Sriwedari Seharusnya menjual ticket dengan cara Beli 2 Ticket Gratis 1 Ticket apalagi dengan target

pasar Wayang Orang Sriwedari yang sudah meranah ke Anak Muda.

Sudah tidak dengan masyarakat yang hanya militant terhadap Wayang Orang Sriwedari, dan bahkan Wayang Orang Sriwedari bisa bekerja sama dengan pihak – pihak terkait instansi seperti instansi Pendidikan, dengan menjual distribusi ticket atau kerjasama dengan ISI Surakarta terutama Bidang Seni Tari, hal ini akan bisa membuat peningkatan jumlah pengunjung, apalagi dengan penjualan ticket beli 2 Gratis 1 atau bahkan gratis menonton Wayang Orang Sriwedari pada saat Event.

Selain itu Wayang Orang Sriwedari juga bisa memanfaatkan SDM nya dengan membagikan ticket nonton Wayang Orang Sriwedari di Car Free Day atau acara yang bertemakan budaya di Kota Surakarta bahkan bisa di seluruh Indonesia untuk meningkatkan jumlah pengunjung seperti yang dikatakan Koordinator Wayang Orang Sriwedari.

Tidak hanya itu Wayang Orang Sriwedari juga bisa membuat Event Pameran Busana Wayang Di Gedung Wayang Orang Sriwedari dengan gratis atau bisa di pameran kepada penonton di Loby Wayang Orang Sriwedari.

### **3. Hubungan Masyarakat Dan Pemberitaan.**

Public Relation atau yang sering dikenal dengan Humas merupakan komunikasi bersifat kerjasama atau nonpersonal yang dimaksudkan untuk mengubah pandangan atau mencapai tujuan Audiens yang sudah tentukan secara luas seluas – luasnya, Hal ini berguna untuk menjalin kerjasama dengan masyarakat guna mendapatkan perhatian

dari masyarakat dan mendapatkan citra baik.

Wayang Orang Sriwedari seperti hasil wawancara yang sudah dilakukan peneliti pada penelitian ini, Bahwa Wayang Orang Sriwedari melakukan Hubungan Masyarakat dengan Pemberitaan media pers, Walaupun sudah menjalin Hubungan dengan media pers Wayang Orang Sriwedari sebaiknya juga dengan melakukan hubungan yang bersifat berkesinambungan dengan Media Pers jadi tidak hanya Satu Kali atau Dua Kali media Pers melakukan Pemberitaan pada Wayang Orang Sriwedari.

Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta ataupun Wayang Orang Sriwedari seharusnya juga melakukan hubungan baik dengan masyarakat sekitar untuk melakukan kegiatan Ekonomi Juga, dengan mengajak masyarakat sekitar Untuk berjualan atau kegiatan apa saja yang dapat meningkatkan Ekonomi masyarakat guna meningkatkan Citra Baik di Lingkungan Masyarakat

Humas memiliki beragam kegiatan yang bisa dirancang dengan berhubungan langsung dengan masyarakat yang berguna untuk mempromosikan dan melindungi citra baik antara Lembaga dan Masyarakat, Hubungan masyarakat dan berdampak pengaruh secara kuat untuk kesadaran public, dengan memilih Humas dan berbaur dengan masyarakat jauh lebih murah untuk mempromosikan sebuah Objek Wisata kepada masyarakat.

Kegiatan humas yang dilakukan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta untuk mempromosikan Wayang Orang



Sriwedari terbilang efektif, Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta Memang Tidak memiliki bidang humas, namun memiliki Pengelola objek wisata tersebut, pengelola ini berfungsi sebagai mengelola Objek Wisata Sesuai yang sudah dibidangkan masing – masing.

Dalam hubungan ini dilakukan secara bertahap agar masyarakat atau warga sekitar kegiatan dan hubungan yang dijalin oleh Pengelola Objek Wisata, Rencana yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari untuk jangka Panjang, dapat berbaur dengan masyarakat yaitu pentas ke kelurahan – kelurahan ataupun pentas di Car Free Day ataupun kegiatan humas yang berguna untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Wayang Orang Sriwedari.

Humas yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari ini yang sudah terlihat yaitu dengan menjalin kerjasama dengan Hubungan Media Koran kerjasama ini dilakukan dengan baik kerjasamanya antara Lembaga Dan Media Koran Tersebut guna untuk mempublikasikan Wayang Orang Sriwedari melalui media internet, Pemasaran dan promosi yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari dengan media koran sudah terbilang cukup baik, alangkah baiknya lagi hal ini bisa bersifat berkesinambungan secara terus – menerus.

#### **4. Acara Khusus Dan Pengalaman.**

Terkait dengan strategi ini, Wayang Orang Sriwedari untuk mencapai tujuan dalam memasyarakatkan Wayang Orang Sriwedari dalam meningkatkan jumlah pengunjung, Wayang Orang Sriwedari selain

acara didalam pentas setiap harinya, seharusnya juga melakukan Kegiatan – Kegiatan Lainnya.

Seperti bekerjasama dengan SD, SMP,SMA agar budaya Wayang Orang yang lahir di Kotanya sendiri agar tidak hilang, misalnya dengan pentas di sekolahan – sekolahan atau bisa dengan bertemakan “Wayang Go To School”, hal ini juga akan bisa meningkatkan jumlah pengunjung karena setiap Anak Muda bahkan Dewasa rasa ingin tau atau penasaranya itu tinggi dalam melihat Hal Baru.

Dengan menghadiri beberapa Event yang sudah diluncurkan kepada Wayang Orang Sriwedari, berbagai acara mereka lakukan guna mempromosikan dan memperkenalkan Wayang Sriwedari ke berbagai khalayak, karena dengan Event sendiri menghadirkan khalayak karena Event sendiri juga melalui tema – tema yang telah ditentukan tentu saja dapat melalui target pasar yang diinginkan.

Wayang Orang Sriwedari pada tahun 2010 – sampai sekarang jika mendapatkan Undangan untuk pentas, dengan menyesuaikan jadwal yang sudah ditentukan, Wayang Sriwedari pasti mengikuti Event -Event diluar pentas seperti Panggung Pertukaran Budaya Di Palembang, Dan Event – Event Di Jakarta Karena Pada Zaman Era Kepresidenan Republik Indonesia yang pertama yaitu Ir.Seokarno sering mengundang Wayang Sriwedari untuk tampil di Istana Negara.

Jika Event – Event ini sudah tidak ada, bisa saja Wayang Orang Sriwedari atau Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta membuat Event tersebut di kota Surakarta ini guna mampu untuk

meningkatkan jumlah pengunjung dari dalam Kota Surakarta ataupun Dari luar kota Surakarta dan bisa saja dengan Turis Asing.

Dengan Event yang sudah digelar mampu menambah kesadaran Merk terhadap Public atau masyarakat luas, karena dengan strategi Event dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, karena mampu memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melihat jasa yang telah ditawarkan, Namun berkaitan dengan hal ini karena Wayang Orang Sriwedari masih dibawah naungan Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta.

Wayang Orang Sriwedari masih dibawah aturan dari Dinas sendiri, dengan sudah adanya beberapa kegiatan acara khusus yang telah dilakoni Wayang Orang Sriwedari keberbagai Kota Bahkan Ke berbagai Negara, dapat membantu meningkatnya jumlah pengunjung tetapi dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta sendiri dalam mengenalkan Wayang Orang Sriwedari ke masyarakat Luas masih bisa dibilang belum cukup efektif karena dari dinas sendiri mengadakan Event di Wayang Orang Sriwedari hanya setahun satu kali.

## **5. Pemasaran Langsung**

Dari hasil penelitian pada penelitian ini. Kegiatan Pemasaran secara langsung yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari kurang efektif dengan melihat Beberapa pemasaran melalui internet di Wayang Orang Sriwedari, dilihat pada Media Sosial Facebook Wayang Orang Sirwedari Terakhir Memposting pada tahun 2021 dan tidak dikelola hingga lagi hingga saat ini.

Wayang Orang Sriwedari malah memilih menggunakan media Sosial Instagram dibandingkan Facebook Padahal Per Awal Tahun 2023 Pengguna Facebook Lebih Banyak dibandingkan Instagram Facebook Mencapai 3 Miliar orang pengguna Facebook dan 2 Miliar orang menggunakan Instagram hal ini membuktikan bahwa Facebook Lebih Banyak dibandingkan Instagram.

Tidak hanya itu saja Youtube yang seharusnya bisa dipakai untuk penghasil Uang malah diberhentikan penggunaanya di Wayang Orang Sriwedari, Wayang Orang Sriwedari terakhir memposting Video pementasan pada 8 Bulan yang lalu tepatnya 27 Mei 2022 padahal dengan notaben subscriber Disbudpar yang sudah mencapai hampir 10Rb Subscriber youtube bisa dijadikan untuk Sumber penghasil uang.

Tidak luput dari kedua media sosial diatas Wayang Orang Sriwedari diinstagram pun masih terbilang kurang Efektif karena kurang berbaur dengan Masyarakat Wayang Orang Sriwedari bisa saja menggunakan Fitur Mau Tanya Apa?. Untuk menjadikan kegiatan agar Wayang Orang Sriwedari bisa berbaur terkait informasi Wayang Orang Sriwedari di Instagram.

Selain hal itu Wayang Orang Sriwedari diinstagram juga kurang Efektif karena Wayang Orang Sriwedari jarang membalas Komentar dari Followers mereka di Instagram padahal hal ini yang akan membuat Masyarakat tertarik dengan ramahnya Admin Wayang Orang Sriwedari ke Followers Mereka Atau Pengikut Mereka.

Akun Instagram sekelas Wayang Orang Sriwedari yang bisa

dibidang notaben Pengikut Followers berjumlah banyak, Wayang Orang Sriwedari agar tidak membuat bingung Masyarakat Wayang Orang Sriwedari seharusnya mengajukan proses Verifikasi Atau yang lebih dikenal centang biru, agar masyarakat tau dan lebih mudah mencari informasi.

Dari semua media Sosial diatas, ada yang bisa dibidang media Sosial yang bukan milik Official Wayang Orang Sriwedari tetapi pengunjung Malah lebih tertarik mencari informasi melalui media sosial itu, yaitu dengan twitter.

## **6. Penjualan Pribadi**

Menurut hasil wawancara dengan Pengelola Wayang Orang Sriwedari, kegiatan Strategi Komunikasi Pemasaran ini. Seharusnya lebih dimudahkan lagi untuk segi sisi penjualan ticket di Wayang Orang Sriwedari, menurut pengamatan peneliti Di Wayang Orang Sriwedari pada hari Weekend jika tidak hujan pengunjung Wayang Orang Sriwedari untuk membeli ticket harus mengantre untuk pembelian ticket.

Wayang Orang Sriwedari bisa saja menggunakan penjualan ticket secara online memesan terlebih dahulu atau Pengelola Ticketing Wayang Orang Sriwedari membuat Locket dengan memilah – milih sesuai dengan Usia Yang akan menonton Wayang Orang Sriwedari.

Misalnya Seperti dengan rentan umur penonton 20-30 Disendirikan, 40-50 Disendirikan agar pengunjung Wayang Orang Sriwedari terutama yang militant pecinta Wayang rentan umur tua merasa nyaman dan tidak perlu antre untuk membeli ticket masuk

diWayang Orang Sriwedari. Atau Wayang Orang Sriwedari bisa menggunakan ticket online dengan barcode untuk mengunjungi Wayang Orang Sriwedari ini

Setelah melakukan Analisis diatas peneliti menemukan hal menarik dimana dilihat dari sudut pandang bauran promosi, Wayang identik dengan penonton yang militant atau benar – benar suka dengan Wayang, Setelah beberapa kali melihat kondisi pada Wayang Orang Sriwedari terdapat hal menarik pada pengunjung yang ada di Wayang Orang Sriwedari dimana Wayang Orang Sriwedari tidak hanya Orang Tua Saja yang menonton pertunjukan Wayang Orang Sriwedari ini, namun juga dari kalangan Anak – Anak muda dimana Wayang Orang Sriwedari juga menyesuaikan cara promosi mereka untuk audiens Anak -anak muda atau sasarnya.

#### **D. Faktor Penghambat**

Kegiatan Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku bisnis berbeda beda, dan tidak luput dengan masalah yang ada atau hambatan yang akan dialami setiap pelaku bisnis mau itu dari Lembaga Pemerintahan Ataupun dari Lembaga Swasta, Wayang Orang Sriwedari melihat hambatan bahwa hambatan yang akan dilalui ini akan menjadi adanya tantangan untuk menjadi lebih produktif dalam pengelolaanya.

Diketahui Bahwa sumber masalah yang ada yaitu berasal dari internal Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti pada penelitian ini, yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia yang ada diWayang Orang Sriwedari seperti yang disampaikan Didik Wibowo :

“sebetulnya kita kalau dari SDM kita mampu,tetapi bagaimanapun juga Sarpras yang kita miliki belum memadai atau bisa dibilang kurang ataupun belum standart untuk mempromosikan sendiri, untuk itu bagaimanapun juga kita masih tergantung dari dinas” (Hasil wawancara dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari Pada hari Kamis 23 Februari 2023 Pukul 19.05 WIB Di Gedung Wayang Orang Sriwedari)

Dalam organisasi bisa dibilang kecil ataupun besar umumnya jumlah tenaga kerja harus memadai namun terlihat dari wawancara dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari itu, memang hanya ada beberapa Pengelola Wayang Orang Sriwedari kurang produktif dikarenakan dalam kegiatan promosi masih dibantu oleh pemerintah kota Surakarta karena adalah salah satu pemeliharaan budaya dikota Surakarta ini.

Faktor yang mempengaruhi terhambatnya Wayang Orang Sriwedari juga dalam sisi pengajuan apapun yang berkaitan dengan Uang, atau lebih disimpulkan dengan Alokasi dana yang akan diberikan ke Wayang Orang Sriwedari. Harus melalui tahap yang sangat Panjang untuk mencapai kegiatan yang disampaikan oleh pengelola Wayang Orang Sriwedari sendiri.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan peneliti di Wayang Orang Sriwedari, Maka dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung, ada berbagai masalah yang dialami Wayang Orang Sriwedari yaitu dengan kurangnya pengelolaan informasi yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari dan juga Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran yang telah dilakukan oleh Wayang Orang Sriwedari.

Wayang Orang Sriwedari menggunakan iklan media luar ruang untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada Wayang Orang Sriwedari sendiri yaitu dengan memasang Baliho, mengiklankan Wayang Orang Sriwedari dengan Radio, melakukan penempelan brosur di instansi yang telah dituju

Wayang Orang Sriwedari bisa saja dengan pengelola Kominfo Surakarta untuk menginformasikan Wayang Orang Sriwedari dimedia Telivisi Jalanan Slamet Riyadi Kota Surakarta dengan menampilkan Video Wayang Orang Sriwedari atau Animasi Wayang Orang Sriwedari agar tidak kalah dengan informasi yang sedang gencar ditawarkan yaitu Kuliner, dengan menggunakan timbal balik yang saling menguntungkan

Wayang Orang Sriwedari selain menggunakan iklan juga melakukan dengan promosi penjualan Wayang Orang Sriwedari dengan menjual ticket



Wayang Orang Sriwedari di locket ticketing dengan distribusi ticket Rp.10.000. Namun disisi lain Wayang Orang Sriwedari seharusnya juga lebih mengefektifkan dalam penjualan ticket, tidak semua orang rela antri demi menonton sebuah pertunjukan maka dari itu Wayang Orang Sriwedari tidak menutup kemungkinan lebih mengfleksibelkan penjualan ticket di Wayang Orang Sriwedari bisa saja dengan melakukan penjualan online dan juga atau bisa menyendirikan ticket dari yang muda hingga yang tua.

Wayang Orang Sriwedari juga menggunakan Humas dan pemberitaan sebagai media untuk berkerjasama dengan pihak yang akan dituju untuk berkerjasama dengan Wayang Orang Sriwedari, Wayang Orang Sriwedari melakukan kerjasama untuk media promosi dengan media pers yaitu dengan Solopos, Detik.com, Tribun News dan media pemberitaan resmi milik Pemkot Surakarta. Dilain itu Wayang Orang Sriwedari juga berkerjasama dengan Unisri Surakarta untuk kegiatan tertentu.

Acara Khusus Dan Pengalaman Wayang Orang Sriwedari melakukan acara khusus atau event ini yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta untuk Wayang Orang Sriwedari yaitu dengan melakukan Event tahunan yaitu Festival Wayang Bocah, Festival Wayang Orang atau Festival untuk memperingati hari Wayang.

Kurang adanya Event yang berkaitan dengan Wayang Orang Sriwedari membuat Wayang Orang Sriwedari mengalami *Stuck* jumlah pengunjung pada hari non weekend

dengan sekitar 50 Orang seharusnya Wayang Orang Sriwedari bisa menggunakan atau memanfaatkan SDM mereka melalui pameran busana Wayang Orang Sriwedari di Car Free Day atau bisa juga pameran foto Wayang Orang Sriwedari Saat Pentas dan bisa juga dengan memanfaatkan Gedung Wayang Orang Sriwedari untuk dijadikan pameran.

Pemasaran Secara Langsung Wayang Orang Sriwedari melakukan kegiatan ini untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan aktif di berbagai media sosial milik official resmi Wayang Orang Sriwedari, beberapa media sosial yang difokuskan di Wayang Orang Sriwedari yaitu melalui Instagram dan media sosial lainnya yang dimiliki oleh Wayang Orang Sriwedari yaitu Facebook dan youtube.

Dalam upaya peningkatkan jumlah pengunjung Wayang Orang Sriwedari harus lebih efektif dengan Strategi Komunikasi Pemasarannya dengan memanfaatkan media sosial Wayang Orang Sriwedari harus lebih konsisten dalam hubungan baik dengan pengunjung yaitu dengan lebih Efektif menyapa pengikut mereka di Instagram dan membalas komentar terkait informasi – informasi yang ada di Wayang Orang Sriwedari.

Penjualan secara pribadi Wayang Orang Sriwedari juga melakukan kegiatan ini dengan menggunakan retribusi ticket untuk masuk melihat pertunjukan Wayang Orang Sriwedari sebesar Rp.10.000.

Dari kegiatan – kegiatan Wayang Orang Sriwedari dengan menerapkan implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan teori dari Philip

Kotler Dan Kevin Lane Keller Tahun 2008. Wayang Orang Sriwedari mengalami peningkatan Jumlah pengunjung pada akhir tahun 2022 Tepatnya pada bulan November dan Desember.

## **B. Saran**

### **1. Akademis**

Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan bagi akademik bisa dijadikan sebagai acuan penelitian setelahnya, mengenai teori Komunikasi Pemasaran.

### **2. Praktis**

- a) Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta lebih memperhatikan lagi wayang orang sriwedari dalam segi kegiatan promosi karena Wayang Orang Sriwedari bagaimanapun juga harus dilestarikan dengan adanya budaya yang masih hidup hingga saat ini dan sudah berumur 113 Tahun lamanya.
- b) Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta dan Wayang Orang Sriwedari mungkin bisa bekerjasama dengan SD, SMP atau SMA diwilayah kota Surakarta untuk mengenalkan budaya yang masih ada.
- c) Dengan penelitian ini, peneliti berharap atas saran dan masukan yang telah disampaikan bisa lebih baik lagi kedepanya.



- d) Promosi Atau Pemasaran yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari lebih diperluas lagi melalui media sosial seperti twitter atau media massa lainya
- e) Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta ataupun Wayang Orang Sriwedari seharusnya juga Menjalin Hubungan baik dengan Masyarakat sekitar guna meningkatkan Citra Baik di lingkungan Masyarakat

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. edited by P. Rapanna. CV. Syakir Media Pres.
- Berlian, Eri. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. 1 (Satu). Padang: Sukabina Press.
- Doembana, Ismawati, Abdul Rahmat, and Muhammad Farhan. 2017. *BUKU AJAR MANAJEMEN DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Pemasaran Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. andi Offset.
- Fawzi, Marissa. Iskandar,Ahmad. Erlangga, Heri. Nurjaya. Sunarsi, Denok, Ahmad Iskandar, Heri Erlangga, Nurjaya, and Sunarsi Denok. 2021. *STRATEGI PEMASARAN*. edited by D. Putri. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. edited by Q. Media. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hasriana. 2022. *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH DI TAMAN HUTAN RAYA LATIEF SINJAI BORONG SINJAI*.
- Kotler, Philip, and Keller Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. 12th ed. edited by B. Sarwiji. Indonesia: PT Indeks.
- Mabruriyah, Dika. 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Waduk Cengklik Park Boyolali Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*.
- Morison. 2013. *Marketing Dan Manajemen Objek Wisata* .
- Muhajirin, and Maya Panorama. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.
- Pakpahan, Andrew, Adi Prasethio, and Edi Negara. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. edited by A. Karim and J. Simarmata. Yayasan Kita Menulis.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. 1st ed. edited by Wanda. Jakarta: Kencana.

- Purba, Bonaraja, Astri Banjarnahor, Andriasan Sudarso, and Syafrida Sahir. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. edited by A. Karim. Yayasan Kita Menulis.
- Rangkuti. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus*.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Metodologi Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. 1st ed. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- salim, and syahrums. 2012. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF (Konsep Aplikasi Dalam Ilmu Sosial)*. edited by Haidir. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Siyoto, Sandu, and Muhamad Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Pertama. edited by Ayup. Sleman, Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Susanti, Febri, and Ade Gunawan. 2018. "PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG." *Ilmiah*.
- Windusara, Dewa, and Kusuma Agung. 2015. "PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OPPO SMARTPHONE." *E- Jurnal Manajemen Unud* 4.
- Yoeti, Oka. 1990. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

## LAMPIRAN

 <p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA</p>	<p><b>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA</b> <b>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA</b> <b>FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH</b> Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774 Homepage : <a href="http://www.iain-surakarta.ac.id">www.iain-surakarta.ac.id</a> E-mail: <a href="mailto:fud_uin@iain-surakarta.ac.id">fud_uin@iain-surakarta.ac.id</a></p>	
Nomor	: B- 375/Un.20/F.I/PP.01.1/2/2023	Surakarta, 13 Februari 2023
Lampiran	: -	
Perihal	: Permohonan Izin Penelitian	
<p>Kepada Yth. <b>Kepala Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta</b> Di- Tempat</p>		
<p><b>Assalamu'alaikum Wr. Wb.</b></p>		
<p>Yang bertanda tangan di bawah ini:</p>		
Nama	: Dr. Islah, M. Ag	
NIP	: 19730522 200312 1 001	
Pangkat	: Pembina/(IV/a)	
Jabatan	: Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta	
<p>Memohon izin Penelitian bagi mahasiswa kami:</p>		
Nama	: Yusuf Zaenal Chabib	
NIM	: 191211134	
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam	
Waktu Penelitian	: 13 Februari – 13 Maret 2023	
Lokasi	: <b>Wayang Orang Sriwedari Surakarta</b>	
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Pandemi.	
<p>Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.</p>		
<p><b>Wassalamu'alaikum Wr. Wb.</b></p>		
		 Dr. Islah, M. Ag # 19730522 200312 1 001

**Gambar Lampiran 1. Surat Pengantar Mohon Izin Penelitian**

**PEMERINTAH KOTA SURAKARTA**  
**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH**  
 Jalan Jenderal Sudirman No. 2 Kampung Baru, Pasar Kliwon, Telp: (0271) 636426  
 Website: <http://litbang.surakarta.go.id> E-mail: [balitbangdaska@surakarta.go.id](mailto:balitbangdaska@surakarta.go.id); [balitbangdaska@gmail.com](mailto:balitbangdaska@gmail.com)  
 SURAKARTA  
 57111



Nomor : 070/212/II/2023  
 Perihal : Izin Penelitian


Dasar Mengingat : Surat Izin Rekomendasi Dari Instansi Pemohon  
 : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
 2. Surat Edaran Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Provinsi Jawa Tengah Nomor 070/265 Perihal Penyederhanaan Prosedur Permohonan Riset, KKN, PKL di Jawa Tengah.

Dijijinkan Kepada :

Nama	: Yusuf Zaenal Chabib
No Identitas	: 192111134
Alamat	: Jalan Pandanaran 395 Ngepos Banaran Boyolali
Asal Instansi	: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Alamat Instansi	: Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo
Keperluan	: Melakukan penelitian dengan judul " <i>Strategi Komunikasi Pemasaran Wayang Orang Sriwedari Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Paska Pandemi</i> "
Lokasi	: 1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta 2. Wayang Orang Sriwedari Surakarta
Penanggung Jawab	: Dr. Islah, M. Ag.
Waktu	: 13 Februari 2023 – 13 Maret 2023


Surakarta, 13 Februari 2023

<p>a.n Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Surakarta          Kabid. Politik Dalam Negeri dan Organisasi Masyarakat</p> <p style="text-align: center;">          (ARI, SH, MM)          NIP : 19700207 199311 2 001</p>	<p>a.n Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Surakarta          Kabid. Penelitian dan Pengembangan</p> <p style="text-align: center;">          (GUNAWAN ADI PRATIO, ST, MT)          NIP : 19670805 199603 1 006</p>
--	--



**Gambar Lampiran 2. Surat Pengantar Izin Untuk Masuk  
 Ke Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta  
 Dari Kesbangpol Surakarta**




**PEMERINTAH KOTA SURAKARTA**  
**DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA**  
 Jl. Brigjend Slamet Riyadi No. 275 Telp/Fax. (0271) 714942  
 Surakarta 57141

**LEMBAR DISPOSISI**

Surat dari : <b>BALITBANGDA</b>	Tgl Terima : <b>13 / 2 / 2023</b>
Nomor : <b>070 / 212 / 11 / 2023</b>	No. Agenda :
Tanggal : <b>13 / 2 / 2023</b>	Sifat :
Berkas :	Lampiran :
Kode :	Tindak Lanjut :
Perihal : <b>izin Penelitian Yusuf Zaena Chabib dari UIN Pm Saïd</b>	

Informasi :

Diteruskan Kepada :	Dengan hormat mohon :
<input type="checkbox"/> Sekretaris Dinas <input checked="" type="checkbox"/> Sub Bag Administrasi dan Umum <input type="checkbox"/> Sub Koordinator Kepegawaian dan Organisasi <input type="checkbox"/> Sub Koordinator Perencanaan dan Penganggaran <input type="checkbox"/> Kabid Destinasi dan Pemasaran <input type="checkbox"/> Kabid Seni dan Budaya <input type="checkbox"/> Kabid Pembinaan Sejarah dan Pelestarian Cagar Budaya <input type="checkbox"/> Kabid Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekraf <input type="checkbox"/> Ka. UPT Kawasan Wisata <input type="checkbox"/> Ka. UPT Museum	<input type="checkbox"/> Menghadap Saya <input type="checkbox"/> Tindaklanjuti / Selesaikan <input type="checkbox"/> Koordinasikan / Konsultasikan <input type="checkbox"/> Layani Sesuai Prosedur <input type="checkbox"/> Saya Hadir Sendiri / Wakil <input type="checkbox"/> Agendakan <input type="checkbox"/> Sampaikan kepada Ybs <input type="checkbox"/> Laporkan hasilnya <input type="checkbox"/> Pedomani <input type="checkbox"/> Untuk Diketahui <input type="checkbox"/> Proses lebih lanjut

Isi Disposisi :

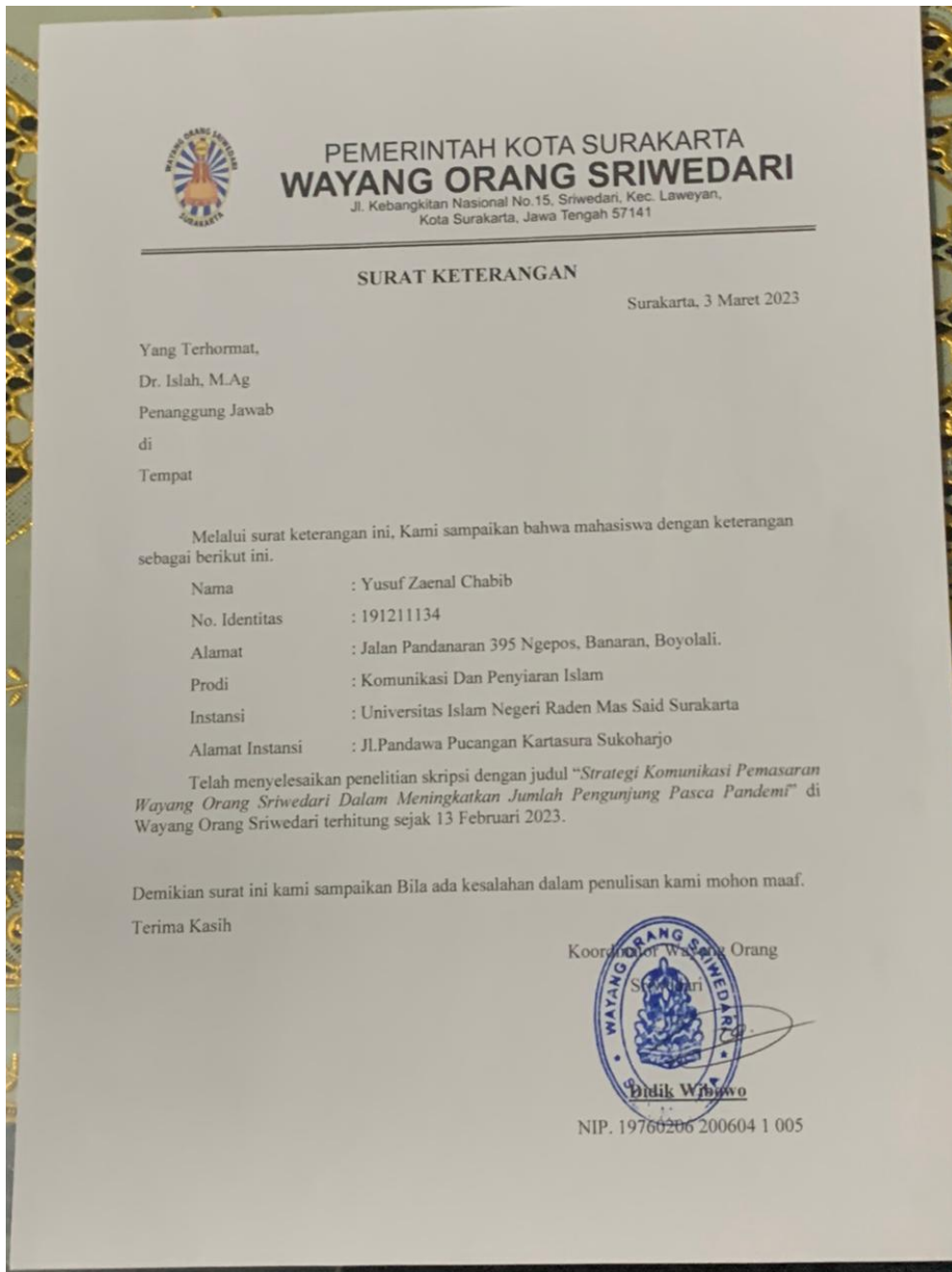
*ijinkan*  
*14/2*

**Drs. ARYO WIDYANDOKO, MH**  
 NIP. 19710510 199003 1 002

Tanda Terima

**Gambar Lampiran 3. Surat Izin Penelitian Di Wayang Orang Sriwedari**

**Sudah Dizinkan Untuk Penelitian**



**Gambar Lampiran 4. Surat Keterangan Selesai Penelitian.**



**Gambar Lampiran 5. Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari**



**Gambar Lampiran 6. Wawancara Dengan Koordinator Wayang Orang Sriwedari**

**Dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta**



**Gambar Lampiran 7. Wawancara dengan Humas Wayang Orang Sriwedari**



**Gambar Lampiran 8. Wawancara Dengan Tim Publikasi Wayang Orang Sriwedari**





**Gambar Lampiran 9. Wawancara dengan Pengelola Ticketing Wayang Orang Sriwedari**



**Gambar Lampiran 10. Wawancara Dengan Pengunjung Wayang Orang Sriwedari**

## TRANSKIP WAWANCARA

### **Informan 1 : Koordinator Wayang Orang Sriwedari**

1. Bagaimana Pasang surut wayang orang sriwedari yang paling terpuruk dan paling naik daun?

“Kalau untuk yang paling menonjol itu pada tahun 70an mas, itu sangat bagus sekali dan penonton itu bisa dibilang sampai bludak karena dulu masih panggung mas bentuknya, mungkin juga dulu pusat wayang orang tersebar itu ya disolo ini mas karena juga dulu masih pemerintahanya presiden kita yang pertama kita sering diundang untuk mengisi acara distana, kalau dari yang terpuruk mungkin sekitar tahun 80an kayaknya mas, karena ditahun itu kan sudah muncul banyak bioskop bioskop itu, makanya mereka lebih penasaran untuk melihat bioskop itu.

2. Apa Keunikan atau ciri khas yang dimiliki wayang orang sriwedari?

“Keunikan yang dimiliki “wayang orang sriwedari” sendiri memiliki ciri khas yang menonjol, yaitu lebih berat di bobot cerita, alur tembang yang dilakukan dengan rinci, menggunakan sastra yang mudah dimengerti oleh masyarakat umum. Dan juga penataan rias busana yang berbeda dengan wayang lainnya. Dan juga memiliki ciri khas pertunjukan yang berbeda”

3. Apa Upaya pengelolaan dan memperkenalkan wayang orang sriwedari kepada masyarakat?

“Kita juga pengenya jika dari pihak dinas mengizinkan, pengenya menambah supaya Wayang Orang Sriwedari ini lebih dikenal oleh masyarakat lah mas, Seperti main di kelurahan main di car free day atau main dimanapun lah, didaerah – daerah itu atau kita gabungan dengan masyarakat itu yang belum kita capai, kita berusaha untuk memasyarakatkan Wayang Orang”

4. Berapa tarif tiket masuk wayang orang sriwedari?

“Kalau untuk tiket masuk untuk saat ini Rp. 10.000 untuk saat ini, mengapa kok kita setelah pandemi itu hanya berfokus pada VIP memang sebelumnya kita mengkelas – kelaskan kelas II dan sampai balkon yang paling murah mengapa

kok sekarang menjadi satu harga 10.000 itu karena pas pandemi itu kan kita tidak membuka mengkelas – kelaskan, kemudian satu tiket karena penontonnya hanya dibatasi 75 penonton setelah ada pelongaran pandemi itu jadi tidak boleh lebih, Cuma berapa % dari kapasitas Gedung, itu saja kita dulu beri jarak 1 Meter 1 Meter tapi itu terus – terus tetapi itu malah berkelanjutan jadi belum dikelas – kelaskan lagi dan jadi tiketnya belum disiapkan juga karena kita juga pengajuan juga mas untuk harga tiket

5. Apakah Pihak manajemen wayang orang sriwedari sendiri juga melakukan evaluasi guna meningkatkan pengunjung di wayang orang sriwedari?

“yang Namanya usaha pasti mas, karena bagaimanapun juga walaupun kita dibawah pemerintahan kita juga tetap berevaluasi guna meningkatkan pengelolaan wayang disini, kita berkeluh kesah disini kita bercerita disini, kita mengadakan evaluasi setiap satu bulan sekali. Ya, itu guna tetep menjaga pemererat persaudaraan kami lah mas tidak hanya demi manajemen Wayang ini, saya menampung keluh – kesah mereka saya meneruskan ke dinas juga”

6. Apakah ada partisipasi masyarakat sekitar dalam pengelolaan wayang orang sriwedari sendiri guna untuk meningkatkan eksistensi wisatawan?

“bisa dilihat sendiri ya mas, untuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wayang orang sriwedari kalau dari segi internal kita bisa dilihat ada beberapa masyarakat yang berjualan disekitar Wayang Orang Sriwedari itu suati bentuk partisipasi masyarakat kalau disekitar wayang sriwedari ini, kalau dari sisi internal mungkin njenengan juga melihat dari penonton penonton wayang yang membuat instastory di instagram kemudian kita posting di Instgaram Wayang Orang Sriwedari ini, kita juga berterima kasih kepada mereka”

7. Apakah dalam kegiatan promosi sendiri antara wayang orang sriwedari dan dinas kebudayaan dan pariwisata kota Surakarta sendiri ada bentuk kerjasama dengan pihak luar?

“Untuk itu pasti mas, karena bagaimanapun juga kita dibawah pengelolaan mereka, mereka itu bisa dikatakan sebagai pengayom kita lah seperti itu, dan kita kalau ada apa – apa pasti berdiskusi dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata ini,

misal kalau mempromosikan wayang orang sriwedari kita juga meminta bantuan kalau dulu itu kita meminta izin untuk membuat promosi itu dari WEB kita usul membuat sendiri, tapi itu tidak disetujui, kemudian mereka menggaris bawahi ini kita menginduk untuk Websitenya dari Pemerintah Kota Surakarta dan kita dibantu dari promosi di Instagram pemkotsolo dan kita dibantu juga oleh Pariwisata Solo, dan juga kita dibantu oleh Youtube dari dinas juga”

8. Adakah Selain diluar pentas setiap hari yang dilakukan wayang orang sriwedari sendiri ada Event khusus dalam memperkenalkan lebih luas kepada masyarakat?  
 “kita pernah pentas dilaur Wayang Sriwedari ini mas, itu kita menjadi partisipan di kegiatan event, itu sifatnya kita diundang lewat dinas kemudian dinas mengkonfirmasi untuk hal itu, tapi hal itu juga tidak semata – mata langsung diizinkan dari dinas mas, melihat kondisinya juga, pentas nyai tu pada saat malam atau waktu waktu tertentu, kalau malam dinas tidak mengizinkan kita kan setiap malam ada pentas disini mas, event event yang pernah kita ikuti dulu seperti di semarang, jakarta dan di kota kota lain.
9. Dengan adanya event, Apakah itu suatu bentuk upaya untuk menarik wisatawan?  
 “pasti itu, soalnya dengan beberapa kali mengikuti event di kota kota tertentu banyak dari mereka juga ingin berwisata ke wayang orang sriwedari, seperti kemarin bulan apa saya lupa itu, ada pengunjung rombongan dari Palembang melihat pentas diwayang sriwedari ini, apalagi sekarang juga mas wali kan diyoutube ada to mas, mas wali keperancis atau mana itu dengan mbak anggung itu, kan diiringi wayang juga to itu ya walaupun wayangnya bukan dari kita tapi seenggaknya masyarakat disana tau lah wayang wong itu seperti itu”
10. Apa disini juga ada humasnya pak, terus sejauh ini apa yang sudah dilakukan?  
 “Humas dari kita ini pada saat masa penugasan saya memang belum begitu terlihat mas, tetapi pada saat kemarin masih bekerjasama dengan Unisri kemarin jelas humas kita bekerja sama dengan mereka untuk mengenalkan wayang orang sriwedari ke masyarakat luas guna untuk meningkatkan jumlah pengunjung, kebetulan kerjasama kontrak kita dengan Unisri sudah habis kita belum begitu kelihatan”



11. Seperti apa pak pemasaran secara langsung yang sudah dilakukan Wayang Orang Sriwedari?  
 “kalau secara langsung ya bisa dilihat sendiri itu mas, kita melakukan penjualan tiket pada saat sebelum pentas dimulai, disana ada penjaganya untuk melayani pengunjung”
12. Apakah disini juga ada penjualan pribadinya maksudnya seperti Sales nya gitu?  
 “sebenarnya kita pengenya ada mas, karena kita juga melihat dari SDM kita dan pasti kita juga harus melalui Dinas juga untuk melakukan hal itu, maksudnya njenengan kan seperti di car free day membagikan brosur seperti itu kan, kita melihat dari SDM dari kita mas sebenarnya kita bisa tapi jam terbang mereka yang tinggi mas, maksudnya jam terbang pemain kita itu”
13. Apakah ada promo beli 2 tiket gratis 1 tiket atau seperti apa?  
 “Wacana yang bagus itu, itu bagus sekali memang itu untuk menarik pengunjung juga, apalagi yang lokal-lokal anak sekolah, mahasiswa-mahasiswa, tapi bagaimanapun juga kita tidak bisa menentukan itu karena itu kan sudah menurut aturan dari Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta”

## **Informan 2 : Tim Publikasi (Pemasar) Wayang Orang Sriwedari**

1. Apa saja media sosial yang dimiliki wayang orang sriwedari?  
 “Kita memiliki beberapa media sosial yang official kita ada Instagram Facebook Youtube dan Website, kalau dari Wayang resmi yang dimiliki Wayang Orang Sriwedari kita ada Instagram dan Facebook kalau yang lain kita dibantu oleh pemerintah Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Surakarta
2. Apa Saja bentuk promosi yang dilakukan Wayang Orang Sriwedari dalam meningkatkan jumlah pengunjung di Wayang Orang Sriwedari?  
 “Bentuk promosi kita ya baru kita gencarkan melalui media sosial itu mas, tetapi sebelumnya kita juga mempromosikan Wayang Orang Sriwedari dengan menempelkan brosur – brosur ke Kelurahan – Kelurahan di sekitaran wilayah Kota Surakarta.

3. Dalam melakukan kegiatan promosi Apakah ada kendala yang sulit untuk ditemukan solusi hingga saat ini?

“Kalau untuk kendala sendiri yang paling menonjol itu karena kita diikuti oleh beberapa orang di Instagram yang sangat populer di bidang seni, maka kita tidak bisa leluasa mas, seperti menggunakan sound yang trend di media sosial itu, selain itu juga kita tidak bisa leluasa dalam segi kosa kata di media sosial itu istilah terndnya itu Gimick gitu di media Sosial”

4. Apakah dengan adanya media sosial yang berkembang saat ini itu dapat membantu dalam hal promosi untuk wayang orang sriwedari sendiri?

“Bagi kita dengan adanya medsos itu ya terbantu karena sekarang media sosial lebih fleksibel dengan adanya medsos ini maksudnya kita lebih mudah dan media sosial itu kan menyebar beritanya lebih mudah, dan juga banyak dari khalayak masyarakat yang tergolong militant maupun yang muda bisa melihat informasi melalui media sosial official yang kita miliki”

5. Dalam melakukan promosi diinstagram ataupun di berbagai media sosial yang aktif apakah ada schedule khusus untuk lebih memodernkan dari bentuk desain sendiri?

“kalau untuk saat ini karena kita baru mengodog dari pengunjung wayang biar meningkat ya mas, kita memposting pamphlet itu setiap hari bisa njenengan lihat di Instagram kita pasti setiap hari ada postingan, terus kalau untuk memodernkan karena sudah banyak penonton anak muda ya dek mungkin yang dek yusuf maksud, jelas kita akan menuju kearah situ tapi kita kan juga baru penataan ya dek yusuf tentang pengelolaan wayang orang sriwedari ini, karena kita juga baru adaptasi setelah pandemi ini, kita menata lagi dalam pengelolaan media sosial di Wayang Orang Sriwedari ini, memang betul kalua kita meranah dan aktif di media sosial apalagi di twitter seperti yang dek yusuf sampaikan, tetapi juga kita kembali lagi ke ranah pemerintahan, kita dalam pengelolaan media sosial tidak bisa semudah itu sebebasi itu juga karena didalam pengikut Wayang Orang Sriwedari jelas ada pengikut – pengikut yang lebih atas jabatannya, jelas dengan seperti itu kita menjaga kesopanan dan juga kita diawasi dek dari pengikut – pengikut kita itu”

### **Informan 3 : Tim Humas Wayang Orang Sriwedari**

1. Apa saja kegiatan humas yang sudah dilakukan Wayang Orang Sriwedari?  
 “Untuk Saat mungkin ya terkait kerja sama kerja sama itu, karena penugasan saya ini kan juga baru, dan koordinatornya pun juga baru, karena juga kita baru mulai lah istilahnya mas, mulai yang baru sesudah corona iki kan, kalau kegiatan kita kemarin itu ya waktu kita masih berkerjasama dengan Unisri kemarin, itu kita dan Dinas saling berkoordinasi nah itu tugas dari humas kita.
2. Mengapa event khusus di Wayang Orang Sriwedari kurang?  
 “Kalau untuk event itu ada tetapi bukan dari kita itu dari Dinas, Seperti festival Wayang Bocah, kita sebenarnya pengen membuat event tersebut. Tetapi kita juga mikir mas kita dibawah Dinas, dan kita juga nak awakedewe mlaku dewe tanpa bantuan Dinas apakah juga akan berjalan seperti itu, kita event khusus dulu ada mas seperti mengikuti pentas pentas di Jakarta pentas di Semarang pentas di solok, seperti itu mas.
3. Apa kendala yang dialami Humas Wayang Orang Sriwedari?  
 “kendala kita sebenarnya mampu mas, tapi ya itu kita itu keteteran mas, soalnya kita juga menjadi pengrawit menjadi penari jadi kalau dibilang kurang SDM sebenarnya ya bisa dibilang iya mas, karena kita juga keteteran soalnya waktu pentas itu ada yang jobdesk nya double. Mungkin kalau kendala kalau menurut pandangan saya jelas kita keteteran dan kekurangan SDM”
4. Bagaimana Langkah selanjutnya yang dilakukan Humas Wayang Orang Sriwedari guna meningkatkan jumlah pengunjung?  
 “Jika kita diizinkan ya mas dari pihak Dinas, dan kita juga mendesak dari pihak dinas untuk mengizinkan itu karena selama ini peningkatan jumlah pengunjung kita itu hanya 10-15 Orang perhari target dari pemerintah kota lebih dari itu, kita juga pengenya tampil di Car Free Day, Kita tampil Dikelurahan Kelurahan dan dimana saja lah yang dimana itu berguna untuk pengenalan Wayang Orang Sriwedari sebagai suatu hal yang baru dan bisa berupaya lebih tidak hanya untuk meningkatkan jumlah pengunjung”

5. Apakah mungkin nantinya media cetak seperti baliho dan pembagian brosur Wayang Orang Sriwedari akan dilakukan?

“Kita masih mas, menggunakan media seperti itu tapi kita juga melihat situasi dan kondisi yang kita hadapi, soalnya kalau baliho mmt dan yang terkaitan dengan itu kita masih mas tapi dengan event yang tertentu misal seperti HUT wayang, Festival Wayang seperti itu, bukanya kita tidak memikirkan masyarakat yang miltan nonton Wayang lho yang sepuh – sepuh itu, tapi ya kita melihat situasi dan kondisi kita”

6. Apakah nantinya Wayang Orang Sriwedari juga akan berbaur dengan masyarakat disekitar?

“Kita seneng sebenarnya mas jika itu bisa terjadi, tapi ya itu semua tergantung dari atasan mas”

7. Kalau didaerah saya itu ada yang Namanya Reog Go To School, nah apakah nantinya Wayang Orang Sriwedari juga ada Wayang Orang Sriwedari Go To School untuk mengenalkan budaya Asli yang ada di Kotanya Sendiri?

“ Kita sudah kedepanya ingin seperti itu, di boyolali ya. Kita juga sudah berkoordinator dari Dinas Pendidikan ingin mengenalkan Wayang Orang Sriwedari ini ke sekolah – sekolah di sekitar kota Surakarta ini.

#### **Informan 4 : Penjaga Ticketing Wayang Orang Sriwedari**

1. Berapa pengunjung Perhari Wayang Orang Sriwedari di hari biasa dan weekend?  
 “Pengujung dihari biasa kui paling yo sekitar 50an, nak dihari weekend sekitar 125, tapi kadang yo ramesti cuaca ya bisa jadi penentu yoan, nak cuacane ora udan yo sekitar semono kui mau dan iso tambah sekitar 5-10 pengunjung”
2. Diakhir desember 2022, apakah benar Wayang Orang Sriwedari mengalami peningkatan jumlah pengunjung yang drastic dibandingkan bulan – bulan sebelumnya?  
 “desember iya bener, yo mungkin karena meh tahun baru dan banyak juga kan wisatawan seng datang ke Solo, dan banyak liburan juga.
3. Mengapa Wayang orang sriwedari sudah tidak membuka ticket kelas – kelasn seperti dulu?  
 “Karena pada saat pandemi itu kan kita hanya membuka satu ticket kelas Rp10.000 karena itu juga pengunjung hanya dibatasi berapa persen dari kapasitas pengunjung, dan itupun dibatesi to kae pengunjung nge 1 meter 1 meter, ada kok informasinya di Instagram ya terutama di Instagram itu pada saat pandemi kemarin.
4. Rentan Umur berapa yang menonton Wayang Orang Sriwedari?  
 Kalau rentan umur, setau saya ya pas aku ngedoli ticket kui kebanyakan anak muda yowes koyo koe ngono kui lah seumuran mahasiswa semester 4, kebanyakan tapi yo enek juga seng rentan umur kiro kiro 40 an, soale nak yang sepuh sepuh itu kadang sama anaknya udah dipesenkan sama anaknya.
5. Apakah nantinya ticket online seperti stadion stadion itu akan diadakan di Wayang Orang Sriwedari?  
 “kedepanya mungkin akan online, soale genah penak gaweanku karo barcode tok mengko wis enek sistem me dewe, tapi yo bagaimanapun juga kita tetep menghormati para pecinta wayang, mungkin kita nantinya akan buka secara fleksibel secara online dan offline, online untuk mayoritas yang sudah paham

dengan media seperti sekarang dan offline untuk yang sepuh sepuh seng pecinta wayang itu.

**Informan 3 : Pengunjung Wayang Orang Sriwedari.**

1. Dari mana anda mengetahui pentas wayang orang sriwedari ini?  
 “Saya melihat iklan wayang itu malah di twitter”
2. Apa yang membuat anda tertarik untuk berkunjung melihat pentas wayang orang sriwedari?  
 “Saya penasaran mas karena, saya kan kuliah di jepang dan sastra juga. Tapi teman teman disana itu pada penasaran kalau wayang itu tidak hanya di jogja saja, makanya saya kesini pengen melihatkan kepada mereka, oh iki lho wayang ki ora mung neng jogja tok, malah sebenere wayang yang dulu ramau itu kan malah neng solo ini mas”
3. Sudah berapa kali berkunjung ke wayang orang sriwedari?  
 “kalau saya baru pertama kali ini”
4. Bagaimana pendapat anda tentang wayang orang sriwedari dilihat dari segi fasilitas, dari seni bermain para wayang, dan bagaimana pendapat anda tentang promosi wayang orang sriwedari di platform media sosial?  
 “Karena saya baru pertama kali, dari tempat duduk ya okelah nyaman terus fasilitas lain seperti kamar mandi mungkin bisa diperbaiki lagi mungkin ya mas. Terus kalau dari media sosial lebih mendetailkan antara jadwal pentas dan jadwal penjualan tiket, soalnya kasian juga maksudnya orang orang jauh jauh kesini ternyata pentas dan penjualan tiketnya beda”
5. Apakah anda tertarik berkunjung kembali ke wayang orang sriwedari?  
 “Mungkin tertarik mas untuk kembali melihat Wayang disini next kalau balik ke solo lagi lebih saya nikmati buat nonton wayang disini”

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Yusuf Zaenal Chabib  
NIM : 191211134  
Email : [Yusufzaenalchabib26@gmail.com](mailto:Yusufzaenalchabib26@gmail.com)  
No. Hp : 0813-8159-8663  
Alamat : Jl.Pandanaran 395 Boyolali,Ngepos,Banaran Rt 01/Rw 01  
Riwayat Pendidikan : 1. TK Aisyah III Boyolali  
2. SD Negeri 3 Boyolali  
3. SMP Negeri 5 Boyolali  
4. SMK Karya Nugraha Boyolali  
5. UIN Raden Mas Said Surakarta  
Tempat Dan Tanggal Lahir : Boyolali, 26 Mei 2000  
Nama Ayah : Chabib  
Nama Ibu : Umi Salamah  
Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta