

KELOMPOK V



STRATEGI PROMOSI WAYANG WONG BERBASIS STORYNOMICS PARIWISATA DI DESA BELOK SIDAN

Anggota Kelompok



Rafli Adithya

2011521078



Ido Haddy

2011521079



I Gusti Agung Rai Krisna Nata

2011521094



Billy Jonathan

2011521095



I Made Indra Dwi Pradipta

2011521102



Nadila Alhayrany

2011521103

Formař Penelitian

bab

1

Pendahaluan

bab

2

Metode
Penelitian

bab

3

Hasil Dan
Pembahasan

bab

4

Kesimpulan

Bab I Lařar Belakang

Pariwisata dapat dijadikan salah satu ujung tombak pemberantasan kemiskinan di bali, khususnya di Desa Belok Sidan, Kabupaten Badung. Wayang Wong merupakan sebuah warisan budaya yang ada di Desa Belok Sidan dan menjadi tarian yang hanya ada satu-satunya di Bali. Sehingga hal ini merupakan suatu potensi wisata yang bisa dikembangkan melalui promosi storynomic untuk menarik minat wisatawan untuk melihat pertunjukan Wayang Wong ini secara langsung ke Desa Belok Sidan. Storynomic tourism adalah sebuah konsep strategi promosi pariwisata yang berbasis tata cara bercerita yang bisa menghasilkan cerita wisata yang baik dalam mempromosikan produk sehingga bisa mempengaruhi orang untuk berwisata ke tempat tersebut dan memperoleh keuntungan ekonomi.

Atraksi wisata budayanya yang unik dan aksesibilitas yang cukup baik sudah sangat berpotensi untuk berkembang menjadi desa wisata yang menarik bagi wisatawan. Namun dalam hal fasilitas penunjang dan pelayanan tambahan, peneliti berpendapat bahwa dalam beberapa aspek masih terdapat beberapa kekurangan terutama dalam seni pertunjukan Wayang Wong yang terbatas dalam lingkup ruang dan waktu, dan juga termasuk informasi seputar Wayang Wong yang masih minim. Strategi pengembangan dan promosi berbasis storynomic yang sejatinya sesuai dengan era digitalisasi dimana hal-hal unik dan menarik mudah viral dapat meningkatkan peluang terbesar bagi Desa Belok Sidan dengan Wayang Wongnya untuk berkembang dengan potensi wisata budayanya agar dapat memiliki daya saing yang tinggi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, terdapat rumusan masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Apa saja kendala yang dihadapi dalam promosi potensi wisata Wayang Wong di Desa Belok Sidan.
2. Bagaimana strategi promosi Wayang Wong berbasis Storynomics pariwisata di Desa Belok Sidan.



Tujuan Penitian

Berdasarkan ruang lingkup permasalahan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1.Untuk mengetahui bagaimana hambatan yang timbul dalam melakukan penelitian strategi promosi Wayang Wong berbasis storynomic di Desa Belok Sidan.
- 2.Untuk mengetahui apakah strategi storynomic berpotensi dalam promosi wisata budaya Wayang Wong di Desa Belok Sidan.





Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis

- Dengan adanya penelitian ini, diharapkan makin bertambahnya wawasan peneliti maupun masyarakat umum terhadap pengembangan potensi wisata Wayang Wong dengan strategi storynomic.

2. Manfaat Teoritis

- Diharapkan melalui penelitian ini dapat menambah wawasan dan ruang lingkup studi kasus kepariwisataan.
- Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya.

Tinjauan Konsep dan Teori

01.Potensi Wisata

Potensi pariwisata merupakan sesuatu yang dimiliki oleh suatu wisata yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan dan dimiliki oleh setiap tempat wisata.

Potensi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut (Mariotti dalam Yoeti, 1996:172).

02.Strategi Promosi

Menurut Daryanto (2011:85), strategi promosi adalah suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang diinginkan dari suatu unit bisnis.

Strategi promosi merupakan siasat perusahaan dalam menjual produknya agar menarik perhatian konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan perusahaan.

03. Storynomics Tourism

Storynomics tourism adalah sebuah konsep strategi promosi pariwisata yang berbasis tata cara bercerita yang bisa menghasilkan cerita wisata yang baik dalam mempromosikan produk sehingga bisa mempengaruhi orang untuk berwisata ke tempat tersebut dan memperoleh keuntungan ekonomi (McKee, Robert dan Rhomas Gerace, 2018).

Bab II Metode Penelitian

Lokasi penelitian

Lokasi Penelitian kami terletak di Desa Adat Sidan di desa resmi Belok/Sidan terletak di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Belok/Sidan adalah sebuah desa di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, Bali, Indonesia. Desa ini terbagi lagi menjadi 6 Desa Adat, 9 Banjar Dinas dan 6 Banjar Adat. Tidak banyak sumber tertulis yang menggambarkan Desa Adat Sidan. Letak desa Sidan di sebelah barat berbatasan dengan Desa Pelaga yang asri dan sebagai kawasan agrowisata di Kabupaten Badung.

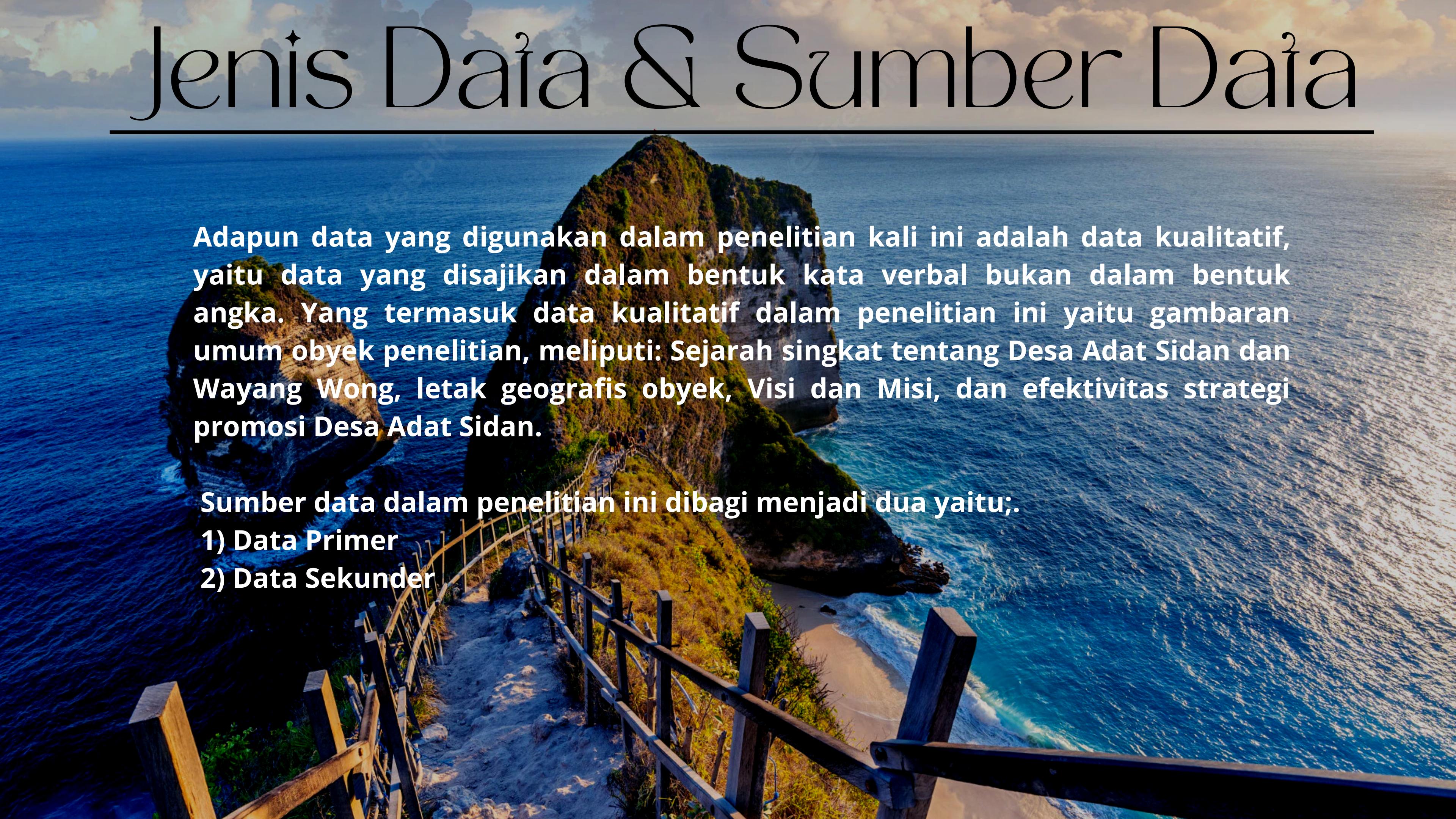


Variabel Penelitian

Peneliti mengangkat tema penelitian dengan judul “Strategi Promosi Wayang Wong Berbasis Storynomic Pariwisata di Desa Belok Sidan”. Maka variabel yang didapat dari judul tersebut adalah :

Variabel	Definisi Variabel	Dimensi	Indikator
Storynomic	Menurut <i>McKee, Robert, dan Rhomas Gerace</i> , Storynomic tourism adalah sebuah konsep strategi promosi pariwisata yang berbasis tata cara bercerita yang bisa menghasilkan cerita wisata yang baik dalam mempromosikan produk sehingga bisa mempengaruhi orang untuk berwisata ke tempat tersebut dan memperoleh keuntungan ekonomi.	Strategi Pengembangan	Promosi

Jenis Data & Sumber Data



Adapun data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi: Sejarah singkat tentang Desa Adat Sidan dan Wayang Wong, letak geografis obyek, Visi dan Misi, dan efektivitas strategi promosi Desa Adat Sidan.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu;:

- 1) Data Primer**
- 2) Data Sekunder**

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data interaktif oleh Miles & Huberman (dalam Rohmadi & Nasucha, 2015:87-88) memaparkan bahwa teknik analisis data interaktif adalah teknik analisis data yang terdiri atas empat komponen proses analisis, yaitu

- 1.Pengumpulan Data**
- 2.Reduksi Data**
- 3.Penyajian Data**
- 4.Penarikan Kesimpulan**





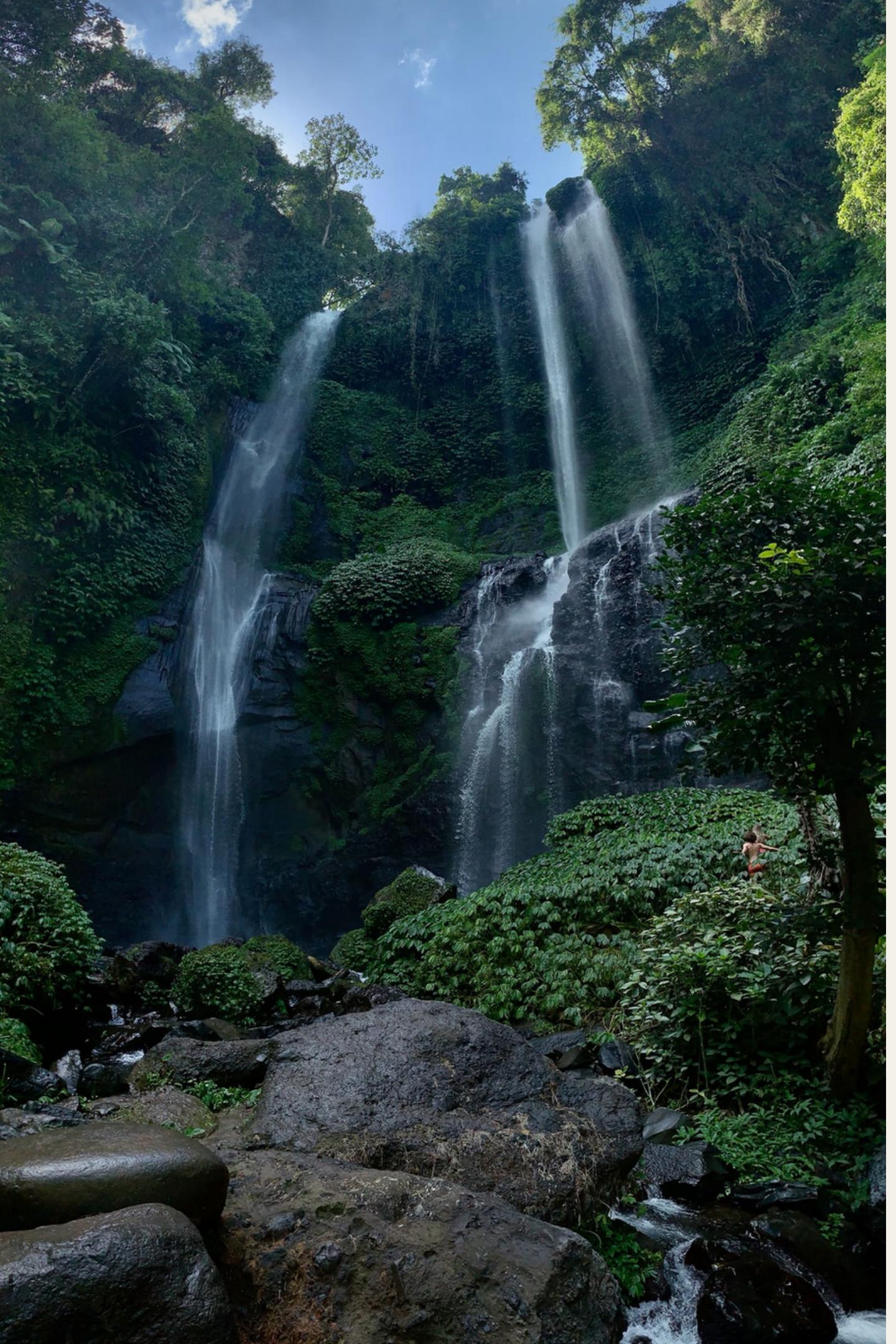
Bab III

Hasil & Pembahasan

Analisis Kendala

Daya Tarik Wisata Menurut Cooper dkk (1995: 81) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: attraction, accessibility, amenity dan ancillary. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Dalam hal ini peneliti menggunakan analisis komponen 4A untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dari pengembangan potensi wisata Wayang Wong di Desa Belok Sidan, yaitu :





1. Attraction

- Memiliki suatu potensi atraksi wisata budaya berupa tarian sakral Wayang Wong.
- Bisa dikembangkan untuk menjadi sebuah atraksi wisata yang dipertunjukkan secara komersial akan bisa menarik minat wisatawan untuk menontonnya,

2. Amenities

- Terdapat *homestay* bagi wisatawan, jalur *tracking*, perkebunan, dan lain-lain.
- Dalam penelitian kami yang mengangkat tema seni pertunjukan Wayang Wong saat ini fasilitas penunjangnya bisa dikatakan minim, karena pertunjukan seni Wayang Wong di Desa Belok Sidan hanya bisa disaksikan di area pura dan itupun hanya ada pada saat waktu tertentu, jadi saat ini belum ada sarana dan prasarana yang mendukung pertunjukan Wayang Wong di Desa Belok Sidan untuk disaksikan oleh wisatawan.

3. Accessibility

- Sudah adanya *shortcut* Jembatan Pangkung yang membantu mempercepat akses menuju ke desa
- Jalannya bagus dan bisa menggunakan kendaraan pribadi seperti motor atau mobil
- Belom terdapat transportasi publik
- Kurangnya lahan parkir untuk para wisatawan sehingga banyak wisatawan yang parkir di pinggir jalan
- Pengembangan akses melalui digitalisasi juga sudah ada sehingga turis-turis asing dan lokal bisa mencari akses menuju Desa Belok Sidan. Aplikasi-aplikasi seperti Google Maps dan Waze, bisa memberi tahu akses jalan tercepat menuju Desa Belok Sidan.





4. Ancillary

- Akses jalan raya yang memadai, listrik, dan jaringan yang cukup bagus untuk mengakses internet. Di Desa Belok Sidan juga terdapat pemandu wisata dan *tourist information*.
- Akses atau pelayanan tambahan mengenai informasi seni pertunjukan wayang bisa di katakan minim karena tidak semua masyarakat di Desa Belok Sidan tahu pasti mengenai sejarah Wayang Wong tentunya hal ini membuat informasi seputar Wayang Wong menjadi minim ditambah lagi kurangnya peran pemerintah daerah dalam mendukung seni pertunjukan wayang menjadi sebuah pertunjukan komersial. Hal ini tentunya menjadi penghambat dalam hal pengembangan seni pertunjukan Wayang Wong itu sendiri.

Strategi Promosi Storynomic

Penurunan kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik yang sangat drastis karena penutupan dan pemberlakuan kondisi darurat dari pemerintah Indonesia selama Pandemi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada Januari 2021 terjadi penurunan drastis kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 89,05% (141.260 kunjungan wisatawan mancanegara) dibandingkan kunjungan wisatawan mancanegara pada Januari tahun 2020 sebanyak 1,29 juta kunjungan wisatawan mancanegara.

Oleh karena itu, langkah promosi dengan cara storynomic tourism seperti yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam memasarkan pariwisata Indonesia bisa dijadikan acuan untuk melakukan hal yang sama dalam promosi dan memasarkan pariwisata Desa Belok Sidan khususnya Wayang Wong. Storynomic tourism digunakan untuk meningkatkan minat wisatawan yang tertarik dengan cerita adat, tradisi, kuliner, dan budaya destinasi wisata tersebut. Narasi storynomic tourism yang dapat disajikan untuk menarik minat wisatawan dan mengisi keunikan cerita Wayang Wong ialah terkait sejarah lokasi, kearifan lokal, serta mitos yang terkandung di area tersebut.

Melalui strategi storynomic tersebut, peneliti membuat sebuah output berupa pamphlet yang berisi cerita dari Wayang Wong yang nantinya dicantumkan sebuah QR-Code yang dapat di scan sehingga terhubung ke sebuah blog yang akan menjelaskan lebih detail mengenai inofrmasi tentang Wayang Wong dan juga sebagai media promosi melalui strategi storynomic.

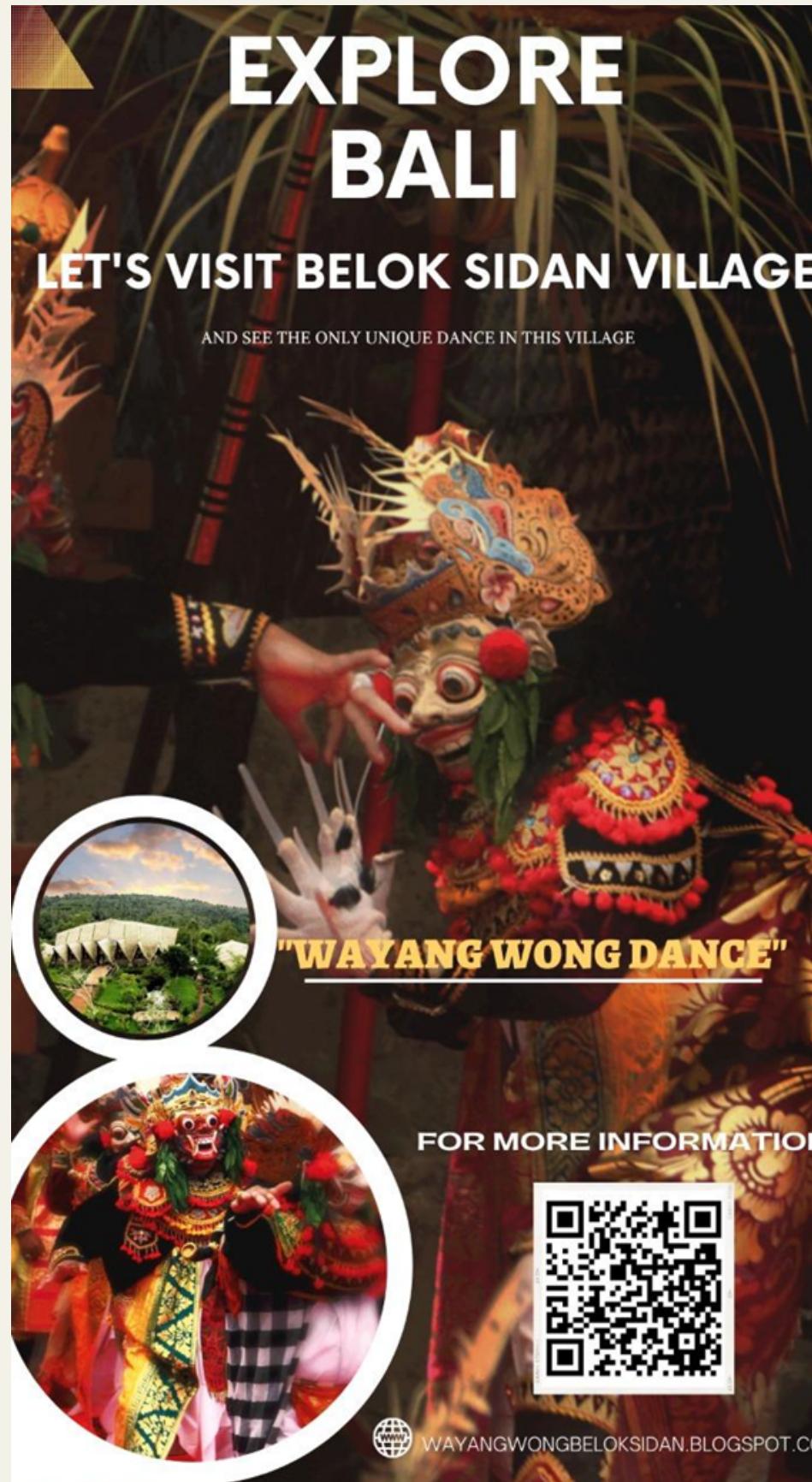


Kesimpulan

Desa Belok Sidan dengan atraksi wisata budayanya yang unik dan aksesibilitas yang cukup baik sudah sangat berpotensi untuk berkembang menjadi desa wisata yang menarik bagi wisatawan. Namun adanya kekurangan terutama dalam seni pertunjukan Wayang Wong yang terbatas dalam lingkup ruang dan waktu, dan juga termasuk informasi seputar Wayang Wong yang masih minim. Oleh karena itu, strategi pengembangan dan promosi berbasis storynomics dapat meningkatkan peluang terbesar bagi Desa Belok Sidan dengan Wayang Wongnya untuk berkembang dengan potensi wisata budayanya agar dapat memiliki daya saing yang tinggi.



Pamflet dan Blog



**EXPLORE
BALI**

LET'S VISIT BELOK SIDAN VILLAGE

AND SEE THE ONLY UNIQUE DANCE IN THIS VILLAGE

"WAYANG WONG DANCE"

FOR MORE INFORMATION



 WAYANGWONGBELOKSIDAN.BLOGSPOT.COM

≡ WAYANG WONG DI DESA BELOK SIDAN TELUSURI



UNGULAN



Juni 17, 2022

WAYANG WONG DI DESA BELOK SIDAN

—

Desa Belok Sidan, memiliki berbagai macam budaya kearifan lokal, salah satunya yang menjadi unggulan adalah wayang wong atau wayang orang. Wayang Wong adalah nama sebuah drama tari yang terdapat di beberapa daerah di Indonesia. Di Bali, Wayang Wong merupakan drama tari bertopeng yang menggunakan dialog Bahasa Kawi yang selalu menampilkan Wiracarita Ramayana (Soedarsono, 2002). Sebenarnya Wayang Wong di Bali terbagi menjadi dua jenis yaitu Wayang Wong Parwa dan Wayang Wong Ramayana. Perbedaannya terletak terutama pada dua hal yaitu ...

Berbagi Posting Komentar [READ MORE »](#)

POSTINGAN TERBARU



Juni 17, 2022

SEJARAH WAYANG WONG

Berbagi Posting Komentar

 Diberdayakan oleh Blogger

Dokumentasi



Keterangan : Foto dokumentasi dengan Informan



thank you!