



.....
**STRATEGI PROMOSI WISATA EDUKASI BERBASIS WAYANG TRADISIONAL
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA
SIDOWARNO KABUPATEN KLATEN PROVINSI JAWA TENGAH**

Oleh

Wisnu Bawa Tarunajaya¹, Sukmadi², Haryadi Darmawan³, Anwari Masatip⁴
Poltekpar NHI Bandung

Email: ¹wisnutarunajaya@yahoo.com, ²ads.stpnhi@gmail.com,
³haryadidarmawan@poltekpar-nhi.ac.id, ⁴Anm_stpb@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Sidowarno, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan observasi, penelitian ini menemukan beberapa temuan penting. Pertama, partisipasi masyarakat lokal merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pengelolaan wisata edukasi, khususnya melalui keterlibatan aktif dalam pelatihan, pertunjukan, dan pengembangan daya tarik berbasis budaya lokal. Kedua, pengembangan produk wisata edukasi yang berkelanjutan, seperti workshop pembuatan wayang dan cerita interaktif, mampu memberikan pengalaman unik bagi wisatawan. Ketiga, strategi promosi yang terintegrasi melalui platform digital, media sosial, dan kerja sama dengan agen perjalanan terbukti efektif dalam menarik perhatian target wisatawan. Kendala yang dihadapi mencakup keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur, dan kesadaran masyarakat akan potensi pariwisata. Terakhir, pemberdayaan masyarakat lokal memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi, menciptakan efek berganda bagi komunitas sekitar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam merancang strategi promosi yang holistik untuk mengoptimalkan potensi wisata berbasis budaya lokal di desa wisata lainnya.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Wisata Edukasi, Wayang Tradisional, Partisipasi Masyarakat Lokal Dan Pengembangan Produk Pariwisata Berkelanjutan

PENDAHULUAN

Wisata edukasi merupakan salah satu bentuk pariwisata yang tidak hanya menawarkan kesenangan dan rekreasi, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam bentuk pengetahuan dan keterampilan kepada wisatawan. Dalam konteks global yang semakin kompetitif dan terhubung, kebutuhan akan wisata yang memberikan pengalaman belajar menjadi semakin penting. Wisata edukasi memungkinkan wisatawan untuk memperoleh pengetahuan baru, memahami budaya dan tradisi lokal, serta mengembangkan keterampilan praktis yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.

Di era digital ini, minat terhadap wisata edukasi terus meningkat, terutama di kalangan wisatawan yang mencari pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna. Wisata edukasi juga dianggap sebagai alat penting untuk mempromosikan pelestarian budaya dan warisan lokal, serta mendorong keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Melalui wisata edukasi, nilai-nilai budaya dan tradisi dapat dipertahankan dan diwariskan kepada generasi muda, sekaligus menarik minat wisatawan domestik maupun internasional.

Desa Sidowarno, yang terletak di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, memiliki



.....

potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata edukasi berbasis budaya. Desa ini dikenal dengan tradisi pembuatan wayang kulit yang telah diwariskan secara turun-temurun. Wayang kulit bukan hanya merupakan bentuk seni pertunjukan, tetapi juga simbol dari kekayaan budaya dan identitas masyarakat Jawa. Pembuatan wayang kulit memerlukan keterampilan khusus dan pemahaman mendalam tentang filosofi dan cerita yang diwakilinya.

Desa Sidowarno memiliki komunitas pengrajin wayang yang terampil dan berpengalaman, yang mampu menciptakan karya seni bernilai tinggi. Keahlian ini tidak hanya penting untuk pelestarian budaya, tetapi juga dapat dijadikan daya tarik utama dalam wisata edukasi. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Sidowarno dapat belajar langsung dari para pengrajin tentang proses pembuatan wayang kulit, mulai dari pemilihan bahan, pengukiran, pewarnaan, hingga tahap akhir penyelesaian wayang. Pengalaman ini tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang budaya Jawa dan seni tradisional.

Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Sidowarno, diperlukan strategi promosi yang efektif dan komprehensif. Promosi wisata tidak hanya harus menyampaikan informasi yang menarik, tetapi juga mampu menggugah minat dan antusiasme wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Dalam konteks wisata edukasi berbasis wayang tradisional, promosi harus menonjolkan keunikan dan keistimewaan pengalaman yang ditawarkan, serta menggaris bawahi nilai edukatif dan budaya yang dapat diperoleh oleh wisatawan.

Salah satu elemen kunci dalam strategi promosi adalah pemasaran digital. Mengingat tingginya penggunaan internet dan media sosial, platform digital menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pembuatan konten menarik seperti video tutorial pembuatan wayang, cerita budaya di

balik wayang, dan testimoni dari wisatawan yang pernah berkunjung dapat membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik Desa Sidowarno. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat digunakan untuk berbagi konten tersebut, serta untuk berinteraksi langsung dengan calon wisatawan.

Selain pemasaran digital, kolaborasi dengan institusi pendidikan juga penting dalam mempromosikan wisata edukasi. Sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan lainnya dapat diajak bekerja sama untuk mengadakan kunjungan edukatif ke Desa Sidowarno. Program-program seperti workshop, pelatihan, dan pertunjukan wayang dapat dirancang khusus untuk pelajar dan mahasiswa, memberikan mereka kesempatan untuk belajar langsung dari sumbernya. Kerjasama ini tidak hanya akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat posisi Desa Sidowarno sebagai pusat pendidikan budaya wayang tradisional.

Pengembangan brand dan positioning yang kuat juga merupakan bagian penting dari strategi promosi. Desa Sidowarno perlu diposisikan sebagai destinasi utama untuk wisata edukasi wayang tradisional, dengan menekankan keunikan dan keaslian pengalaman yang ditawarkan. Branding yang konsisten dan menarik dapat membantu menciptakan identitas yang kuat dan membedakan Desa Sidowarno dari destinasi wisata lainnya.

Pengembangan wisata edukasi berbasis wayang tradisional di Desa Sidowarno tidak hanya bermanfaat bagi wisatawan, tetapi juga membawa dampak positif yang signifikan bagi masyarakat lokal. Salah satu manfaat utama adalah peningkatan ekonomi lokal. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, pendapatan masyarakat dari sektor pariwisata akan meningkat. Hal ini dapat terjadi melalui penjualan kerajinan wayang, jasa penginapan (homestay), kuliner lokal, dan jasa pemandu wisata.



Selain manfaat ekonomi, wisata edukasi juga dapat berkontribusi pada pelestarian budaya lokal. Dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan wisata edukasi, pengetahuan dan keterampilan tentang pembuatan wayang kulit dapat diwariskan kepada generasi muda. Hal ini penting untuk memastikan bahwa tradisi dan seni pembuatan wayang tetap hidup dan berkembang di masa depan. Wisata edukasi juga dapat meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya mereka sendiri, serta mendorong rasa bangga dan identitas komunitas yang kuat.

Partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan wisata edukasi juga dapat memberdayakan mereka, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang manajemen pariwisata, pemasaran, dan pelayanan wisatawan. Program pelatihan dan workshop yang diselenggarakan sebagai bagian dari pengembangan wisata edukasi dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat lokal, membantu mereka untuk lebih profesional dan kompetitif dalam industri pariwisata.

Pengembangan infrastruktur lokal juga dapat didorong oleh peningkatan jumlah wisatawan. Fasilitas seperti jalan, sarana transportasi, tempat parkir, dan fasilitas umum lainnya dapat ditingkatkan untuk mendukung kegiatan pariwisata. Infrastruktur yang baik tidak hanya akan meningkatkan pengalaman wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari masyarakat lokal.

METODELOGI

Untuk mengeksplorasi dan mengembangkan strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional di Desa Sidowarno, jenis penelitian yang cocok adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Jenis penelitian ini sangat tepat karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses, fenomena, dan dinamika yang terjadi di dalam konteks spesifik, yaitu promosi wisata edukasi berbasis budaya di Desa Sidowarno. Berikut penjelasan

mengenai jenis penelitian yang dapat digunakan.

1. Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial atau budaya dengan menggali informasi dari sudut pandang partisipan, mendalam dan detail. Pendekatan ini biasanya digunakan untuk menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" suatu fenomena terjadi. Dalam konteks topik penelitian ini, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai pandangan masyarakat lokal, pelaku industri pariwisata, serta wisatawan terkait dengan pengembangan dan promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional.

Pendekatan kualitatif sangat cocok karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi mendalam tentang bagaimana strategi promosi dapat dirancang dan diimplementasikan di Desa Sidowarno. Penelitian ini akan melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen untuk memahami persepsi dan pengalaman berbagai pemangku kepentingan.

Metode pengumpulan data dapat dilakukan seperti wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pengrajin wayang, tokoh masyarakat, wisatawan, dan pengelola desa wisata. Wawancara ini akan memberikan wawasan tentang persepsi mereka terhadap wisata edukasi berbasis wayang dan efektivitas strategi promosi yang ada. Selain wawancara peneliti melakukan observasi langsung terhadap aktivitas wisata edukasi dan cara promosi yang dilakukan di Desa Sidowarno. Observasi ini memberikan data empiris yang mendalam tentang interaksi dan respons wisatawan terhadap kegiatan yang diselenggarakan.

Selain wawancara dan observasi langsung juga dilakukan dengan dokumentasi dimana Pengumpulan dan analisis dokumen seperti brosur promosi, konten media sosial, laporan kunjungan wisata, dan lain-lain untuk



memahami sejauh mana strategi promosi telah dilaksanakan dan dampaknya terhadap kunjungan wisatawan.

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan metode analisis tematik. Ini melibatkan pengelompokan data berdasarkan tema-tema yang muncul, mengidentifikasi pola, dan membuat interpretasi mendalam tentang fenomena yang diteliti.

2. Pendekatan Studi Kasus

Studi kasus adalah pendekatan penelitian yang digunakan untuk melakukan eksplorasi mendalam terhadap suatu kasus tunggal atau beberapa kasus dalam konteks kehidupan nyata. Pendekatan ini sangat efektif ketika peneliti ingin memahami fenomena yang kompleks dalam konteks tertentu, dan sangat relevan untuk penelitian yang menitik beratkan pada eksplorasi strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional di Desa Sidowarno.

Dengan menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti dapat memfokuskan penelitian pada satu desa, yakni Desa Sidowarno, sebagai objek penelitian utama. Ini memungkinkan peneliti untuk menggali berbagai aspek yang mempengaruhi keberhasilan atau tantangan dalam mengembangkan dan mempromosikan wisata edukasi berbasis wayang tradisional di desa tersebut.

Justifikasi Penggunaan Studi Kasus, adalah konteks unik dimana Desa Sidowarno memiliki keunikan sebagai pusat pembuatan wayang tradisional, yang menjadi daya tarik utama wisata edukasi. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana karakteristik budaya dan lokalitas Desa Sidowarno mempengaruhi strategi promosi.

Keterbatasan geografis dan fokus penelitian dilakukan secara lebih mendalam, serta memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai aspek sosial, ekonomi, dan

budaya yang mempengaruhi efektivitas promosi.

Penelitian akan dimulai dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder melalui kajian literatur dan dokumen. Selanjutnya akan dilakukan analisis data dengan pendekatan analisis deskriptif dan interpretatif untuk mengidentifikasi tema-tema kunci yang muncul dari data. Dengan pendekatan studi kasus, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang: Bagaimana strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional dirancang dan dilaksanakan di Desa Sidowarno. Bagaimana respon masyarakat lokal, pengunjung, dan pemangku kepentingan lainnya terhadap strategi promosi tersebut. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi strategi promosi di desa tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Sidowarno merupakan gabungan dari dua desa yang menjadi satu yaitu Desa Sidomulyo bagian selatan dan Desa Warnorejo bagian utara, kedua desa tersebut kemudian digabung menjadi satu desa dengan mengambil nama depan pada kedua desa tersebut. Yaitu Sido dan Warno yang selanjutnya dinamakan Desa Sidowarno. Sidowarno memiliki makna *Sido* yang berarti Menjadi, *Warno* yang berarti Berwarna, dengan nama tersebut, dikandung maksud Desa Sidowarno dengan berbagai kekayaan sosial dan budaya mampu memberikan warna kepada desa untuk menjadi Desa yang semakin maju dengan keaneka warna sosial dan budaya. Ada beberapa temuan yang dapat di pertimbangkan untuk dijadikan kebijakan dalam pengambilan keputusan untuk menjadikan desa Sidowarno sebagai wisata edukasi berbasis wayang tradisional yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke desa Sidowarno:

1. Partisipasi dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Wisata Edukasi



Partisipasi dan keterlibatan masyarakat lokal merupakan fondasi utama dalam keberhasilan pengembangan wisata edukasi di Desa Wisata Sidowarno, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Keterlibatan ini mencerminkan tanggung jawab, kepemilikan, serta keterkaitan emosional warga dengan warisan budaya mereka, khususnya dalam melestarikan wayang tradisional. Berikut temuan mengapa partisipasi aktif masyarakat lokal menjadi kunci pengembangan yang berkelanjutan:

a. Keterlibatan Aktif Masyarakat Lokal:

Pembahasan mengenai sejauh mana masyarakat lokal terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan wisata edukasi berbasis wayang sangat penting. Partisipasi masyarakat di Desa Sidowarno dapat melibatkan beberapa kegiatan seperti pelatihan untuk menjadi pemandu wisata, pengrajin wayang, atau bahkan menjadi bagian dari tim promosi wisata. Perlu dijelaskan bagaimana keterlibatan ini dirancang untuk memberdayakan masyarakat, baik dalam aspek ekonomi maupun sosial.

Agar masyarakat lokal dapat dilibatkan dan terpantau kontribusi atas partisipasinya maka diperlukan pembentukan komunitas atau kelompok seniman lokal yang fokus pada pelestarian dan pengembangan wayang sebagai sebuah gerakan kolektif. Komunitas ini dapat berfungsi sebagai wadah untuk melaksanakan pertunjukan wayang secara rutin, mengadakan lokakarya seni untuk masyarakat dan wisatawan, melakukan inovasi dalam bentuk pertunjukan wayang agar tetap relevan dengan perkembangan zaman, seperti mengintegrasikan teknologi atau cerita-cerita modern, dan berkolaborasi dengan komunitas lain untuk berbagi pengetahuan dan memperluas jaringan. Kelompok ini juga dapat bertindak sebagai penghubung antara masyarakat dan pemerintah dalam melaksanakan program budaya.

Menggunakan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan kesadaran akan pentingnya budaya wayang dan keterlibatan masyarakat lokal. Masyarakat dapat membuat konten yang menarik seperti video pendek, foto, dan cerita di balik pembuatan wayang untuk diunggah ke platform seperti Instagram, YouTube, dan Facebook. Menggunakan influencer atau duta budaya dari kalangan generasi muda untuk menarik perhatian publik terhadap budaya wayang. Melakukan kampanye digital yang mengundang wisatawan untuk datang dan berpartisipasi dalam kegiatan budaya wayang. Dengan menggunakan platform digital ini, masyarakat dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan Desa Wisata Sidowarno sebagai destinasi wisata edukasi berbasis budaya.

Agar partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya wayang berkelanjutan, generasi muda harus dilibatkan secara aktif. Mereka dapat berperan sebagai duta budaya atau "champion" yang mengajarkan seni wayang kepada generasi muda lainnya, menggunakan platform digital untuk mempromosikan budaya wayang ke khalayak global, terlibat dalam pertunjukan, festival, atau event wayang untuk meningkatkan kesadaran publik akan pentingnya melestarikan tradisi ini. Melibatkan generasi muda juga akan membantu memastikan bahwa budaya wayang tetap hidup dan relevan di masa depan.

b. Pemberdayaan Melalui Pelatihan dan Pendidikan:

Temuan lapangan dibutuhkan program pelatihan atau pendidikan keterampilan yang diberikan kepada masyarakat lokal untuk mendukung wisata edukasi wayang. Misalnya, pelatihan dalam pembuatan kerajinan wayang, pementasan wayang, manajemen pariwisata, atau keterampilan komunikasi yang relevan untuk berinteraksi dengan wisatawan. Selain itu, penting untuk mengevaluasi dampak



dari program pelatihan ini, apakah mereka telah mampu meningkatkan keterampilan dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata.

c. Struktur Organisasi Pengelolaan Wisata

Desa: Dalam rangka memfasilitasi partisipasi masyarakat, maka perlu ditata dengan baik organisasi atau kelompok pengelola wisata yang telah dibentuk di desa tersebut, seperti kelompok sadar wisata (Pokdarwis) atau organisasi lain yang aktif dalam pengelolaan wisata edukasi wayang, dan diberikan peluang yang besar untuk melakukan promosi wisata dan memberdayakan masyarakat lokal menjadi penting.

Berikut adalah penjelasan detail mengenai keterlibatan dan pentingnya peran organisasi pengelola desa wisata dalam pengembangan wisata edukasi berbasis wayang seperti Peran sebagai fasilitator kolaborasi, mengelola dan mengembangkan program wisata edukasi, pemasaran dan promosi produk wisata, pengembangan infrastruktur pendukung wisata, memperkuat keterlibatan masyarakat lokal, monitoring dan evaluasi Program Wisata, dan membangun komunitas wisata yang tangguh

d. Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat terhadap Kesejahteraan Ekonomi Lokal:

Pemberdayaan masyarakat melalui pariwisata harus berdampak pada peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal. Pengembangan wisata edukasi wayang dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat, meningkatkan pendapatan dari penjualan produk wisata, serta memperkuat ekonomi desa. Berikut adalah beberapa poin penting mengenai pengaruh pemberdayaan masyarakat terhadap kesejahteraan ekonomi local seperti menciptakan lapangan kerja baru, mendorong pertumbuhan UMKM lokal, memperkuat ketahanan ekonomi lokal, mengurangi tingkat pengangguran dan

urbanisasi, dan memupuk kemandirian ekonomi masyarakat.

e. Hambatan dan Tantangan dalam Pemberdayaan Masyarakat:

tantangan atau hambatan yang dihadapi dalam memberdayakan masyarakat lokal untuk terlibat aktif dalam pengembangan wisata edukasi. Hambatan tersebut bisa berupa kurangnya keterampilan, keterbatasan modal, minimnya akses pasar, atau kurangnya dukungan dari pihak eksternal seperti pemerintah daerah. Dalam pengembangan wisata edukasi berbasis budaya dan tradisi wayang di Desa Wisata Sidowarno, Kabupaten Klaten, keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat lokal sangat penting. Namun, terdapat berbagai hambatan yang dihadapi oleh masyarakat dalam ikut serta dan berpartisipasi aktif dalam pengembangan wisata edukasi ini. Berikut adalah beberapa hambatan utama yang mungkin dihadapi seperti kurangnya pengetahuan dan keterampilan, keterbatasan akses terhadap modal dan investasi, keterbatasan waktu dan sumber daya, dan terbatasnya kepemimpinan lokal

2. Pengembangan Produk Wisata Edukasi

Dalam temuan lapangan terkait pengembangan produk wisata edukasi pada topik penelitian strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Sidowarno, beberapa aspek penting ditemukan bahwa:

a. Kurikulum atau Struktur Kegiatan Edukasi:

Detail mengenai konten edukasi yang akan diberikan kepada wisatawan. Apakah wisatawan hanya akan menonton pertunjukan wayang, atau akan diajak berpartisipasi aktif dalam kegiatan seperti belajar membuat wayang, memahami cerita wayang, atau berlatih memainkan wayang. Pembagian waktu antara kegiatan edukatif dan kegiatan wisata, serta bagaimana setiap sesi tersebut



- dikemas agar menarik dan mendidik bagi berbagai kelompok usia, khususnya anak-anak dan pelajar.
- b. **Interaktivitas Produk Wisata:**
Bagaimana cara menciptakan pengalaman wisata yang interaktif bagi wisatawan, misalnya dengan mengajak wisatawan ikut dalam lokakarya pembuatan wayang kulit, berlatih memainkan gamelan, atau mengikuti sesi mendalang singkat. Pengembangan ini harus dipertimbangkan untuk memberikan nilai tambah dan daya tarik. Pembahasan lebih lanjut mengenai bagaimana interaktivitas ini dikaitkan dengan edukasi dan pelestarian budaya, serta bagaimana bentuk kegiatan tersebut dapat disesuaikan dengan berbagai latar belakang pengunjung.
- c. **Diversifikasi Produk Wisata Berbasis Wayang:**
Produk wisata edukasi perlu beragam agar dapat menarik berbagai segmen wisatawan. Misalnya, selain pertunjukan wayang tradisional, apakah ada pengembangan dalam bentuk animasi wayang, virtual reality wayang, atau permainan edukasi berbasis cerita wayang. Selain itu, adanya cinderamata yang unik berbasis wayang juga dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan menciptakan kenangan yang bisa mereka bawa pulang. Hal ini perlu diperinci dalam bentuk jenis produk, proses pengembangan, dan keterlibatan masyarakat lokal dalam produksinya.
- d. **Kualitas dan Keunikan Produk Wisata.**
Detail tentang bagaimana produk wisata edukasi yang ditawarkan di Desa Sidowarno memiliki keunikan dibandingkan desa wisata lain. Keunikan bisa berasal dari cerita-cerita wayang lokal yang khas, pendekatan edukasi yang unik, atau metode interaktif yang belum banyak diterapkan di tempat lain. Analisis lebih dalam mengenai bagaimana kualitas dari pertunjukan atau kegiatan wisata yang ada, seperti kualitas dalang, alat musik, tempat pertunjukan, hingga fasilitas pendukung lainnya.
- e. **Infrastruktur Penunjang Kegiatan Edukasi:**
Pengembangan produk wisata edukasi tidak lepas dari infrastruktur yang mendukung kegiatan tersebut. Apakah fasilitas belajar seperti laboratorium seni, studio pertunjukan, atau workshop kerajinan sudah memadai. Bagaimana infrastruktur ini dapat menunjang pengalaman edukasi yang maksimal bagi wisatawan. Temuan juga perlu mencakup analisis fasilitas penunjang lainnya seperti pusat informasi wisata, fasilitas akomodasi, transportasi, dan sarana makan minum yang mendukung kenyamanan wisatawan selama mengikuti program edukasi.
- f. **Pengalaman Wisata Holistik:**
Selain edukasi, wisatawan juga mencari pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan. Pengembangan produk wisata edukasi perlu membahas bagaimana seluruh pengalaman wisata dikemas dari awal hingga akhir, mulai dari kedatangan wisatawan, kegiatan inti edukasi, hingga penyambutan akhir. Hal ini termasuk interaksi dengan masyarakat, pengalaman makan khas lokal, serta suasana desa yang disajikan. Wisata edukasi yang baik harus memberikan kesan yang mendalam bagi wisatawan, sehingga mereka merasa mendapatkan sesuatu yang bermanfaat dan juga menyenangkan.
- g. **Sustainability Produk Wisata:**
Produk wisata edukasi yang dikembangkan harus memperhatikan aspek keberlanjutan. Temuan lapangan harus membahas bagaimana keberlanjutan ini dijaga, baik dari segi



kelestarian budaya wayang itu sendiri maupun dari segi lingkungan. Misalnya, apakah bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan wayang ramah lingkungan? Apakah ada upaya untuk melestarikan sumber daya alam setempat yang menjadi bagian dari daya tarik wisata?

h. Paket Wisata Terpadu:

Wisata edukasi bisa dikembangkan dalam bentuk paket wisata yang terintegrasi. Paket ini bisa mencakup kunjungan ke lokasi-lokasi terkait budaya wayang, pengalaman interaktif, dan aktivitas pendukung lainnya. Temuan harus mencakup detail mengenai bagaimana paket wisata ini dikemas dan ditawarkan kepada pasar, serta bagaimana cara mengkomunikasikan nilai-nilai edukatif yang ada di dalamnya kepada calon wisatawan.

i. Evaluasi dan Feedback Wisatawan:

Penting untuk mencatat bagaimana wisatawan merespons produk wisata yang ada. Apakah ada survei atau mekanisme pengumpulan feedback dari wisatawan yang dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan produk wisata edukasi lebih lanjut. Pembahasan mengenai data kepuasan wisatawan dan rekomendasi perbaikan dari wisatawan perlu diperinci untuk mengidentifikasi kelemahan produk wisata yang telah dikembangkan.

3. Strategi Promosi Wisata Edukasi Berbasis Budaya dan Tradisi Wayang

Dalam temuan lapangan terkait strategi promosi wisata edukasi berbasis budaya dan tradisi wayang pada topik penelitian tentang promosi wisata edukasi di Desa Sidowarno, aspek-aspek berikut perlu dibahas lebih detail:

a. Pemasaran Digital (Digital Marketing).

- Penggunaan Media Sosial: Rincian tentang platform yang digunakan,

seperti Instagram, Facebook, TikTok, atau YouTube, untuk mempromosikan wisata edukasi berbasis wayang. Analisis mengenai strategi konten yang efektif, seperti video pendek tentang pertunjukan wayang, kisah di balik layar, atau tutorial singkat pembuatan wayang.

- SEO (Search Engine Optimization): Penting untuk memastikan situs web atau halaman media sosial desa wisata mudah ditemukan oleh pengguna internet. Temuan bisa mengkaji penggunaan kata kunci terkait "wisata edukasi wayang" dan bagaimana optimasi SEO dilakukan.
 - Iklan Berbayar (Digital Ads): Apakah iklan berbayar (misalnya Google Ads atau Instagram Ads) digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas? Pembahasan tentang target pasar yang dituju (keluarga, pelajar, turis budaya) dan bagaimana efektivitasnya dalam menarik perhatian wisatawan.
 - Pemasaran Konten (Content Marketing): Strategi pembuatan konten yang berkualitas, seperti artikel blog, video edukatif, atau seri web, yang membahas keunikan tradisi wayang di Desa Sidowarno. Konten yang dapat mendidik dan sekaligus menarik minat wisatawan untuk datang.
- #### **b. Kemitraan (Partnership).**
- Kemitraan dengan Institusi Pendidikan: Rincian tentang kerja sama dengan sekolah atau universitas untuk mengembangkan program kunjungan belajar atau field trip yang terkait dengan budaya wayang. Diskusi tentang bagaimana kemitraan ini bisa berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan dan edukasi generasi muda.
 - Kemitraan dengan Industri Pariwisata: Temuan yang mendetailkan kerja sama dengan agen perjalanan, hotel, dan



penyedia jasa tur lainnya. Bagaimana kemitraan ini dapat menciptakan paket wisata yang menarik, seperti "Paket Wisata Edukasi Wayang Sidowarno" yang memadukan pengalaman edukasi dan wisata.

- Kemitraan dengan Pemerintah dan Lembaga Budaya: Kemitraan dengan pemerintah daerah dan lembaga-lembaga budaya yang mendukung pelestarian tradisi wayang perlu didiskusikan. Bagaimana upaya kolaboratif ini dapat digunakan untuk mengakses dana promosi dan mendapatkan dukungan infrastruktur.

c. Event dan Festival.

- Festival Wayang Tradisional: Detail tentang rencana atau pelaksanaan event yang menonjolkan pertunjukan wayang dalam skala besar. Pembahasan lebih dalam mengenai kalender event tahunan yang bisa menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Strategi untuk menarik pengunjung dengan memanfaatkan festival sebagai daya tarik utama.
- Penyelenggaraan Lokakarya dan Pelatihan Wayang: Rincian kegiatan yang memungkinkan wisatawan untuk belajar membuat wayang atau memahami seni dalang. Event semacam ini bisa meningkatkan daya tarik wisata edukasi dan menambah pengalaman unik bagi pengunjung.
- Kolaborasi dengan Seniman Wayang Nasional: Diskusi lebih lanjut tentang event yang melibatkan dalang atau seniman wayang terkenal dari seluruh Indonesia. Hal ini bisa menciptakan magnet wisata yang lebih besar dan meningkatkan eksposur media.

d. Branding dan Positioning.

- Identitas Desa Sidowarno Sebagai Destinasi Wisata Edukasi Wayang: Pengembangan identitas yang jelas dan

kuat tentang bagaimana Desa Sidowarno diposisikan sebagai pusat pembelajaran dan pelestarian wayang. Branding ini perlu dibangun berdasarkan nilai-nilai tradisi, edukasi, dan pelestarian budaya.

- Penciptaan Logo, Slogan, dan Citra Visual yang Kuat: Temuan yang membahas strategi penciptaan logo atau slogan yang mudah diingat, yang menggambarkan Desa Sidowarno sebagai destinasi edukasi wayang terkemuka. Branding ini harus mencerminkan keunikan wayang dan budaya setempat.
 - Pengalaman Pengunjung sebagai Bagian dari Brand: Bagaimana pengunjung merasakan keseluruhan pengalaman wisata edukasi di desa ini. Rincian mengenai cara menciptakan pengalaman yang berkesan, yang membuat pengunjung berbagi cerita mereka di media sosial dan merekomendasikan kunjungan ke Desa Sidowarno.
- e. Penggunaan Influencer dan Duta Pariwisata.**
- Influencer Marketing: Strategi yang menggunakan influencer lokal maupun nasional untuk mempromosikan desa dan wisata edukasi berbasis wayang. Penggunaan figur publik atau influencer yang memiliki pengaruh di media sosial bisa membantu meningkatkan kesadaran publik tentang destinasi ini.
 - Pengembangan Duta Pariwisata: Diskusi tentang cara melibatkan generasi muda atau tokoh masyarakat setempat untuk menjadi duta promosi budaya wayang. Duta ini bisa berperan sebagai champion yang memperkenalkan keunikan Desa Sidowarno ke pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN



Kesimpulan dari penelitian terkait strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional di Desa Sidowarno, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah, menekankan beberapa poin penting yang berkaitan dengan partisipasi masyarakat lokal, pengembangan produk wisata edukasi, serta strategi promosi yang efektif. Berikut adalah kesimpulan utama dari penelitian tersebut:

1. Pentingnya Partisipasi Masyarakat Lokal

Keterlibatan masyarakat lokal adalah kunci sukses dalam pengembangan wisata edukasi berbasis budaya dan tradisi. Masyarakat Desa Sidowarno memiliki peran sentral dalam melestarikan dan mengembangkan budaya wayang sebagai produk wisata. Partisipasi aktif masyarakat dalam berbagai aspek, mulai dari pelestarian seni wayang hingga menjadi duta promosi wisata, akan memastikan keberlanjutan program wisata edukasi ini. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, peningkatan keterampilan, dan akses terhadap sumber daya merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam pengembangan pariwisata.

2. Pengembangan Produk Wisata Edukasi yang Berkelanjutan

Produk wisata edukasi yang berbasis budaya wayang harus terus dikembangkan agar tetap relevan dan menarik bagi wisatawan. Produk ini mencakup tidak hanya pertunjukan wayang tradisional, tetapi juga pengalaman edukatif yang memberikan wawasan tentang sejarah, nilai-nilai, dan keterampilan seni wayang. Pengembangan ini melibatkan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan pelaku pariwisata untuk menciptakan produk yang dapat menarik berbagai segmen wisatawan, baik lokal maupun internasional.

3. Strategi Promosi yang Terintegrasi

Promosi wisata edukasi harus dilakukan secara terintegrasi dengan memanfaatkan berbagai saluran, termasuk pemasaran digital, kemitraan strategis, penyelenggaraan event dan festival, serta

branding dan positioning yang kuat. Penggunaan media sosial dan situs web sebagai alat pemasaran sangat penting untuk meningkatkan visibilitas Desa Sidowarno di kalangan wisatawan. Selain itu, kemitraan dengan pihak lain, seperti lembaga pendidikan, komunitas budaya, dan agen pariwisata, dapat memperluas jangkauan promosi. Event dan festival yang menampilkan seni wayang sebagai atraksi utama dapat menjadi daya tarik tambahan untuk menarik kunjungan wisatawan secara berkala.

4. Kendala dan Tantangan

Penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala yang menghambat partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata edukasi, seperti keterbatasan pengetahuan, keterampilan, modal, dan infrastruktur. Selain itu, ada tantangan dalam hal adaptasi masyarakat terhadap perubahan yang terjadi seiring dengan meningkatnya wisatawan yang datang. Kendala birokrasi dan regulasi juga menjadi hambatan yang harus diatasi dengan dukungan pemerintah.

5. Pengaruh Pemberdayaan Terhadap Kesejahteraan Ekonomi

Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan wisata edukasi berbasis budaya wayang berdampak positif terhadap kesejahteraan ekonomi lokal. Dengan terlibat aktif dalam berbagai aspek pengembangan pariwisata, masyarakat dapat memperoleh manfaat ekonomi langsung, seperti peningkatan pendapatan dari usaha lokal, seperti homestay, cinderamata, dan kuliner khas. Selain itu, pemberdayaan masyarakat juga meningkatkan kapasitas mereka untuk berinovasi dan menciptakan produk-produk wisata baru yang dapat meningkatkan daya tarik desa wisata.

Pengembangan wisata edukasi berbasis wayang tradisional di Desa Sidowarno memerlukan partisipasi aktif masyarakat, pengembangan produk wisata yang



berkelanjutan, serta promosi yang efektif dan terintegrasi. Dengan mengatasi hambatan-hambatan yang ada dan memperkuat pemberdayaan masyarakat, program wisata edukasi ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal sekaligus melestarikan budaya wayang sebagai warisan budaya yang berharga. Kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta sangat penting untuk mewujudkan keberhasilan jangka panjang dalam pengembangan desa wisata Sidowarno sebagai destinasi wisata edukasi berbasis budaya yang unggul.

SARAN.

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi promosi wisata edukasi berbasis wayang tradisional di Desa Sidowarno, beberapa saran yang dapat diungkap untuk memperbaiki dan mengembangkan program ini secara berkelanjutan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Kapasitas dan Keterampilan Masyarakat Lokal

- a. Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat: Pemerintah daerah dan pihak terkait harus lebih banyak memberikan pelatihan kepada masyarakat Desa Sidowarno, terutama dalam bidang pemasaran digital, pengelolaan usaha wisata, dan pengelolaan budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Peningkatan keterampilan ini akan membantu masyarakat menjadi lebih mandiri dalam mempromosikan produk wisata dan mengelola usaha terkait pariwisata, seperti homestay, pembuatan cinderamata, dan penyelenggaraan event lokal.
- b. Peningkatan Pengetahuan Budaya dan Wayang: Masyarakat lokal, khususnya generasi muda, perlu lebih banyak diberikan pelatihan tentang seni dan nilai-nilai wayang agar mereka dapat menjadi duta budaya yang tidak hanya mempromosikan desa mereka, tetapi

juga melestarikan seni wayang sebagai warisan budaya.

2. Penguatan Infrastruktur dan Fasilitas Wisata

- a. Pengembangan Infrastruktur Pendukung: Diperlukan perbaikan dan peningkatan infrastruktur desa wisata, termasuk akses transportasi, jaringan internet, tempat parkir, dan fasilitas umum lainnya yang mendukung kenyamanan wisatawan. Hal ini akan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung dan meningkatkan daya tarik Desa Sidowarno sebagai destinasi wisata.
- b. Pembangunan Pusat Edukasi Budaya: Desa Sidowarno dapat membangun pusat edukasi atau museum kecil yang berfokus pada seni wayang dan tradisi lokal, di mana pengunjung dapat belajar dan berinteraksi secara langsung. Pusat edukasi ini bisa menjadi aset penting dalam program wisata edukasi dan memberikan nilai tambah kepada wisatawan.

3. Penerapan Strategi Promosi yang Terintegrasi

- a. Peningkatan Pemasaran Digital: Mengingat era digital yang terus berkembang, disarankan agar Desa Sidowarno lebih aktif menggunakan platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi wisata untuk mempromosikan potensi pariwisata desa. Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) dan media sosial influencer juga bisa menjadi cara yang efektif untuk menarik wisatawan dari berbagai daerah.
- b. Pembuatan Konten Kreatif: Pengelola desa wisata dapat membuat konten yang lebih kreatif dan interaktif tentang seni wayang, seperti vlog, dokumenter, atau tutorial singkat tentang seni pembuatan wayang atau pertunjukan wayang. Hal ini akan menarik minat wisatawan yang



lebih muda dan mendigitalisasi warisan budaya agar lebih mudah diakses dan dipromosikan.

4. Kolaborasi dan Kemitraan Strategis

- a. Kemitraan dengan Industri Pariwisata dan Pendidikan: Desa Sidowarno dapat menjalin kerjasama dengan agen-agen perjalanan, hotel, dan sekolah-sekolah atau universitas untuk menjadikan wisata edukasi berbasis wayang sebagai bagian dari paket wisata atau program edukasi. Hal ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, terutama kelompok pelajar yang ingin belajar lebih dalam tentang budaya dan seni wayang.
- b. Kerjasama dengan Komunitas Budaya: Pihak desa bisa memperkuat kolaborasi dengan komunitas atau organisasi budaya, baik di tingkat lokal maupun nasional, untuk mengadakan event budaya yang lebih besar dan mengundang partisipasi dari berbagai daerah.

5. Pengadaan Event dan Festival Berkala

- a. Penyelenggaraan Festival Wayang Tahunan: Mengadakan festival tahunan yang menampilkan seni wayang dari berbagai daerah dapat menjadi daya tarik wisata yang besar. Festival ini dapat mencakup tidak hanya pertunjukan wayang, tetapi juga kompetisi seni tradisional, pameran kerajinan, dan bazar kuliner khas.
- b. Diversifikasi Atraksi Wisata: Selain pertunjukan wayang, desa dapat mengembangkan atraksi wisata lain seperti workshop pembuatan wayang, pelatihan gamelan, atau kegiatan budaya yang dapat melibatkan wisatawan secara langsung, sehingga meningkatkan pengalaman mereka dan memperpanjang durasi kunjungan.

6. Meningkatkan Kesadaran dan Kepedulian Generasi Muda

- a. Program Pendidikan untuk Generasi Muda: Penting untuk melibatkan generasi muda dalam proses pelestarian budaya wayang, baik melalui program edukasi formal di sekolah-sekolah maupun kegiatan nonformal di desa. Program duta budaya bagi generasi muda juga perlu dikembangkan untuk melatih mereka dalam berperan sebagai promotor budaya desa.
- b. Pembuatan Platform Digital untuk Wayang: Desa Sidowarno dapat bekerja sama dengan pengembang teknologi untuk menciptakan aplikasi atau platform yang khusus menampilkan konten edukasi tentang wayang. Dengan demikian, anak-anak muda akan lebih tertarik untuk mempelajari wayang melalui media yang mereka sukai.

7. Pengukuran Dampak dan Evaluasi Berkala

Evaluasi Dampak Ekonomi dan Sosial: Pemerintah desa bersama dengan pengelola wisata harus melakukan evaluasi rutin terhadap dampak ekonomi dari program wisata edukasi terhadap kesejahteraan masyarakat. Selain itu, dampak sosial dari program ini, seperti pelestarian budaya dan partisipasi masyarakat, perlu diukur agar dapat melakukan penyesuaian strategi promosi dan pengembangan wisata di masa mendatang.

Dengan strategi yang tepat, peningkatan kapasitas masyarakat, pengembangan infrastruktur, promosi yang kreatif, dan keterlibatan seluruh pihak, wisata edukasi berbasis wayang di Desa Sidowarno dapat tumbuh secara berkelanjutan. Melibatkan masyarakat lokal secara aktif dan mempromosikan warisan budaya wayang melalui berbagai strategi promosi digital serta kerjasama lintas sektor dapat membantu meningkatkan kesejahteraan



masyarakat dan menjaga kelestarian budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
- [2] Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- [3] Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- [4] Clifton, J., & Benson, A. (2006). Planning for sustainable ecotourism: The case for research ecotourism in developing country destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 238-254.
- [5] Day, G. S. (2011). Closing the Marketing Capabilities Gap. *Journal of Marketing*, 75(4), 183-195.
- [6] Fill, C., & Turnbull, S. (2016). *Marketing Communications: discovery, creation and conversations*. Pearson.
- [7] Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2018). *Learning from Museums*. Rowman & Littlefield.
- [8] Getz, D. (2012). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge.
- [9] Hootsuite. (2020). *The Social Media Management Handbook*. Wiley.
- [10]
- [11] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- [12] Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson Education.
- [13] Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22.
- [14] Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152.
- [15] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- [16] Richards, G., & Wilson, J. (2007). The creative turn in regeneration: Creative spaces, spectacles and tourism in cities. *Tourism, Culture & Communication*, 7(2), 111-123.
- [17] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- [18] Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
- [19] Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- [20] Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (2012). Social media in travel, tourism and hospitality: Theory, practice and cases. Ashgate Publishing, Ltd.
- [21] Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.



.....
HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN