

2. IDENTIFIKASI

2.1. Identifikasi Data

2.1.1. Data Produk

2.1.1.1. Nama Produk

Wayang Orang Sriwedari

Wayang berasal dari bahasa Jawa Kuna yang berarti bayangan

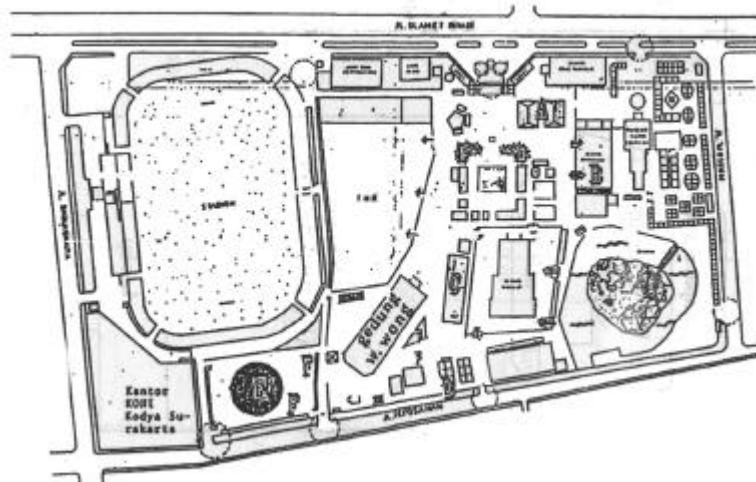
Jadi dapat diartikan sebuah pertunjukan Wayang yang pelaku – pelakunya dimainkan oleh manusia.

Wayang Orang Sriwedari mempunyai banyak variasi pertunjukan yang beraneka ragam dengan epos Ramayana dan Mahabarata sebagai acuan utama lakon dari Wayang Orang Sriwedari dengan ritus – ritus keagamaan Hindu.

2.1.1.2. Pengelola

- Di bawah Keraton Kasunanan Surakarta (1901-1946)
- Di bawah Pemerintah Kotamadya Surakarta, Dinas Pendapatan Daerah (1946-1980)
- Di bawah Pemerintah Kotamadya Surakarta, Dinas Pariwisata Kotamadya (1980-sekarang)

2.1.1.3. Lokasi



Gambar 2.1.1.3.1. Peta Lokasi Taman Sriwedari

Wayang Orang Sriwedari terletak di sebelah barat museum Radya Pustaka, di sebelah timur terletak Stadion Sriwedari, yang kesemuanya terletak di dalam Taman Sriwedari, dimana letak Taman Sriwedari secara geografis dibatasi oleh jalan-jalan yaitu sebelah utara Jalan Slamet Riyadi, sebelah timur Jalan Museum, sebelah selatan Jalan Teposan, dan sebelah barat Jalan Bhayangkara.

2.1.1.4. Potensi Produk

Wayang Orang Sriwedari yang merupakan suatu kebudayaan Jawa yang masih merupakan bagian dari identitas Jawa, yang karena Jawa adalah bagian hakiki dalam identitas nasional Indonesia, maka wayang bahkan merupakan unsur dalam identitas Bangsa Indonesia.

Wayang Orang Sriwedari berpotensi untuk menjadi salah satu seni tradisional yang menjadi ciri khas dan salah satu andalan obyek pariwisata kota Surakarta, sehingga menjadikan kota Surakarta menjadi lebih dikenali dan mempunyai citra yang baik.

2.1.2. Data Pemasaran

2.1.2.1. Potensi Pasar

Istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka-ragam. Ada yang mendefinisikannya sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadinya perpindahan kepemilikan. Pengertian pasar yang lebih spesifik dan dari sudut pandang pemasaran adalah bahwa pasar terdiri atas semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan sanggup untuk melibatkan diri dalam proses pertukaran guna memuaskan kebutuhan atau keinginan tersebut.

Wayang Orang Sriwedari berpotensi untuk dapat mempunyai konsumen yang banyak, karena *target audience* dari seni tradisional ini adalah semua kalangan, dengan kata lain semua kalangan dapat menjadi konsumen yang loyal bagi seni tradisional ini, mencakup masyarakat Surakarta sendiri, turis domestik maupun mancanegara.

Potensi pasar ini dapat terlihat pada saat penyajian masih sangat bermutu dengan kondisi para seniman yang masih dipenuhi semangat dan banyak ahli

Wayang di tahun 1986 – 1989, dimana angka kunjungan obyek wisata menunjukkan angka yang cukup besar dan lebih unggul dibanding obyek wisata lainnya .

2.1.2.1.1. Angka kunjungan obyek wisata tahun 1988 – 1989 (Data diperoleh dari Dinas Pariwisata Kotamadya Surakarta) :

No	Obyek Wisata	1988		1989	
		domestik	mancanegara	domestik	mancanegara
1	Museum Keraton Surakarata	90.198	8.290	54.569	13.600
2	Museum Mangkunegaran	8.895	8.947	8.798	13.491
3	Museum Radyapustaka	5.419	1.367	5.294	1.480
4	Monumen Pers	-	-	4.327	101
5	Taman Sriwedari	21.658	-	14.271	-
6	Wayang Orang Sriwedari	308.810	2.533	476.153	3.357
7	Taman Hiburan Rakyat	15.869	1.247	11.186	1.375
8	Anekaria Srimulat	62.012	-	81.833	-
9	Taman Satwa Taru Jurug	397.672	-	464.816	-
10	Pemandian Balekambang	7.233	-	4.259	-

Tabel diatas berfungsi menjadi gambaran bahwa ketika Wayang orang Sriwedari masih dipenuhi oleh para seniman yang mempunyai motivasi yang tinggi dan mutu penyajian yang bagus, maka Wayang Orang Sriwedari merupakan obyek wisata yang dapat mengungguli obyek wisata lainnya.

Dengan budaya Wayang yang menarik dan penuh kaidah – kaidah estetis, sehingga berpotensi untuk menjadi andalan obyek wisata yang menarik, yang dapat berguna untuk menarik perhatian para turis mancanegara untuk mengunjungi pentas Wayang, sehingga dengan adanya seni budaya tradisional yang menarik dapat menaikkan citra bangsa Indonesia, dan pilihan para turis mancanegara untuk dikunjungi, hal ini sudah terlihat pada bahwa betapa antusiasnya para turis mancanegara untuk mengunjungi pulau Bali yang menyajikan seni budaya yang tersaji dengan mutu yang baik, seperti tari Barong, tari Kecak dan banyak seni budaya lainnya, Wayang Orang Sriwedari sebenarnya punya potensi untuk menjadi obyek wisata yang mampu menyedot perhatian para

turis, apabila digarap secara serius dan profesional seperti yang telah dilakukan di pulau Bali.

2.1.2.2. Produk yang Dipasarkan

Wayang Orang Sriwedari mempunyai banyak variasi pertunjukan yang beraneka ragam dengan epos Ramayana dan Mahabharata sebagai acuan utama lakon dari Wayang Orang Sriwedari dengan ritus – ritus keagamaan Hindu. Wayang Orang Sriwedari dimulai pada malam hari di setiap harinya kecuali hari minggu.

2.1.2.3. Posisi Produk

Posisi produk atau *positioning* adalah strategi yang berusaha menciptakan deferensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran, sehingga terbentuk citra atau *image* merek (produk) yang lebih unggul.

Posisi Wayang Orang Sriwedari sebagai seni budaya tradisional dengan kaidah-kaidah nilai estetis yang tersimpan di dalamnya, merupakan filosofi hidup yang berguna, Dengan dikenal dan populernya Wayang Orang Sriwedari, maka terdapat banyak keuntungan, selain demi melestarikan seni budaya tradisional bangsa Indonesia, sehingga tidak punah ditelan oleh modernitas, juga untuk mempertahankan identitas dari bangsa Indonesia, karena budaya Wayang merupakan cerminan dari bangsa Indonesia, disamping itu juga menunjukkan pada dunia bahwa bangsa Indonesia mempunyai budaya yang bagus sebagai cerminan dari kepribadian bangsa Indonesia.

Sebagai kesenian yang digemari oleh para turis domestik maupun mancanegara, dengan jalan melakukan promosi yang baik dan tepat sasaran, sehingga seni tradisional ini menjadi suatu seni yang menjadi ciri khas dan salah satu andalan obyek pariwisata kota Surakarta.

2.1.2.4. Pesaing

Wayang Orang sebagai sebuah seni budaya tradisional mempunyai saingan yang sangat kuat yaitu modernitas, yang dengan adanya modernitas

menyebabkan dilupakannya seni tradisional ini, namun bukan berarti dengan majunya Wayang Orang Sriwedari akan menyebabkan modernitas menjadi hilang, Jadi seperti yang telah ditulis di bagian latar belakang masalah, bahwa banyak negara lainnya yang sudah ditentukan oleh budaya modernitas, seperti misalnya pesawat terbang, televisi, internet, *Mc Donald*, dan sebagainya, tetap masih ada kebudayaan lokal yang khas, sehingga dapat dikatakan bahwa budaya tradisional dapat berdiri bersama dengan modernitas, bahkan saling mendukung, misalnya karena dengan adanya modernitas menyebabkan kemudahan para turis baik domestik maupun mancanegara untuk menjangkau kota Surakarta dengan mudah.

2.1.2.5. Sarana Komunikasi Visual yang Telah Ada

Sarana komunikasi yang telah ada sekarang ini hanya terlihat di sekitar wilayah Taman Sriwedari saja sehingga kurang dapat menjangkau konsumen dalam jumlah yang besar, dan publikasi dilakukan seadanya, dalam bentuk yang sederhana sehingga kurang dapat menarik perhatian masyarakat.

Sarana komunikasi Visual yang masih dilakukan sekarang ini hanyalah papan publikasi yang kotak dengan kaca transparan didalamnya terdapat judul penayangannya, yang terletak di lobi gedung auditorium, dengan poster tentang penayangan yang terletak di sebelah kiri dari papan publikasi tersebut.

Apabila ada pentas pada hari – hari tertentu seperti misalnya 1 Sura, ulang tahun Wayang Orang Sriwedari dan lain sebagainya, biasanya terdapat billboard yang menginformasikan acara yang akan berlangsung, namun billboard hanya terdapat di dekat daerah Sriwedari saja, sehingga kurang komunikatif.

2.2. Analisis Data

2.2.1. Tinjauan Teoritis Analisis

Menggunakan metode analisis SWOT (*Strong, Weakness, Opportunities, Threat*) Untuk menunjang karya desain pada Wayang Orang Sriwedari ditinjau dari segi SWOT adalah sebagai berikut :

Strength:

Merupakan suatu seni tradisional yang elite

Mengandung filosofi dalam kehidupan manusia

Mempunyai banyak pakem cerita yang variatif
Merupakan bagian dari identitas bangsa Indonesia

Weakness:

Kurangnya promosi
Kurangnya minat dari target audience
Kurangnya regenerasi

Opportunities:

Menjadi andalan obyek pariwisata kota Solo

Threat:

Semakin banyaknya hiburan lain yang variatif

2.2.2. Kesimpulan Analisis Data

Jadi dengan kekuatan dan kelebihan dari Wayang Orang Sriwedari sebagai suatu seni tradisional yang elite, mengandung filosofi dalam kehidupan manusia, mempunyai banyak pakem cerita yang variatif dan merupakan bagian dari identitas bangsa Indonesia, maka Wayang Orang Sriwedari berpeluang dan berpotensi untuk menjadi andalan obyek wisata kota Surakarta atau bahkan bangsa Indonesia, akan tetapi Wayang Orang Sriwedari sekarang ini kurang digemari, yang kemungkinan dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan dengan serius dan kurangnya regenerasi yang dilakukan. Apabila Wayang Orang Sriwedari tidak segera bernenah untuk mengatasi segala kelemahan dan kekurangannya, maka dapat terancam punah seiring dengan semakin banyaknya hiburan dan modernitas lainnya yang sangat variatif.