

## PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP PERGELARAN TARI KREASI DI KOTA SEMARANG

*(Tourists' Preferences for Creative Dance Performance in Semarang City)*

**IRA RESMAYASARI<sup>1</sup>, ASSIFA SALSABILA<sup>2</sup>, RINI UNTARI<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Vokasi IPB, Jl. Kumbang No. 14 Bogor

**E-mail** : resmayasari@apps.ipb.ac.id, salsabilaassifa@gmail.com,  
riniuntari@apps.ipb.ac.id

Diterima : 16 Agustus 2022/Disetujui : 16 Oktober 2022

### **ABSTRACT**

*Not only entertain and please the audience, especially during this pandemic, creative dance performances can also promote and preserve the richness of art and culture in Semarang city. These show the importance of performing arts to be held. Event Organizers need to plan a strategy to attract tourists. This research was conducted to determine the creative dances in Semarang city and to know the tourists' preferences in their decisions to visit creative dance performances. The methods used in this research were observations, interviews, and the distribution of questionnaires. The data was processed using the Likert scale and One Score One Criteria Scoring System. The results show that Semarang city has eight creative dance resources. Tourists prefer to visit a dance performance held for one day on weekends for 3-5 hours to celebrate the anniversary of Semarang city with their friends. Tourists prefer the performance to be held at the Semarang State University Auditorium. They prefer to buy the tickets directly at the venue or online and pay via an electronic money application. The results of this study can be used as a reference for Event Organizers in planning dance performances in Semarang city.*

**Keywords** : *creative dance, dance performance, preferences, Semarang city*

### **ABSTRAK**

Pergelaran tari kreasi dapat mempromosikan dan melestarikan kekayaan seni dan budaya sekaligus memberi hiburan dan kesenangan bagi wisatawan, terutama pada masa yang masih pandemi ini. Hal ini menunjukkan pentingnya pertunjukan seni tari kreasi untuk diselenggarakan. Pihak penyelenggara perlu menyusun strategi untuk menarik minat wisatawan. Studi ini dilakukan dengan tujuan mengetahui sumberdaya tari kreasi Kota Semarang dan mengetahui preferensi wisatawan dalam keputusannya untuk mengunjungi pertunjukan tari kreasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Data diolah secara kualitatif deskriptif menggunakan skala Likert dan *One Score One Criteria Scoring System*. Hasil studi menunjukkan bahwa Kota Semarang memiliki delapan sumberdaya tari kreasi. Wisatawan memilih untuk mengunjungi pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang yang diadakan selama satu hari saja pada akhir pekan selama 3-5 jam dalam rangka merayakan hari jadi Kota Semarang. Wisatawan memilih mengunjungi pertunjukan di Auditorium Universitas Negeri Semarang bersama teman dengan tiket yang bisa

dibeli secara langsung ataupun secara *online* dengan metode pembayaran melalui aplikasi uang elektronik. Hasil studi ini dapat dijadikan acuan bagi penyelenggara *event* dalam merencanakan pertunjukan seni tari di Kota Semarang.

**Kata kunci:** Kota Semarang, pertunjukan tari, preferensi, tari kreasi

## PENDAHULUAN

Pertunjukan seni tari menjadi daya tarik tersendiri bagi sekelompok orang untuk mengahdirinya, terlebih bagi mereka yang merupakan para antusias, yaitu orang-orang yang sangat tertarik pada kegiatan atau subjek tertentu. Pertunjukan seni tari merupakan tontonan menghibur yang tidak hanya menampilkan keindahan gerak penari tetapi juga keindahan kostum dan cerita atau filosofi, berpadu dengan kemenarikan penataan panggung; sebagaimana disimpulkan oleh Pratiwi *et al.* (2020), tari adalah ekspresi jiwa manusia yang diungkapkan melalui gerak ritmis yang indah dalam ruang.

Restu (2021) menulis bahwa berdasarkan *genrenya*, seni tari di Indonesia terdiri dari tiga jenis, yaitu tari tradisional, tari kontemporer dan tari kreasi baru. Tari kreasi disorot dalam penelitian ini dikarenakan kesesuaiannya sebagai sumberdaya utama untuk dipertunjukkan dalam suatu pertunjukan. Tidak seperti jenis tari tradisional, tari kreasi berdurasi lebih pendek sehingga pertunjukan dapat menyuguhkan tarian dengan jumlah yang lebih banyak. Tari kreasi juga memiliki unsur kemenarikan yang lebih karena mempertontonkan kreativitas penari atau seniman dalam memodifikasi tarian aslinya (tari tradisional). Hal ini sejalan dengan pengertiannya tari kreasi sebagai suatu bentuk gerak tari baru yang diciptakan serta perpaduan dari tari tradisi yang dikembangkan sesuai kreativitas penciptanya (Agustina dan Sumarni 2017). Kota Semarang sendiri memiliki sejumlah tari tradisi yang terus berkembang sejalan dengan kreatifitas para seniman dan penari dalam memadukannya dengan gerakan-gerakan baru.

Tari kreasi di Kota Semarang berpotensi untuk dijadikan daya tarik wisata dalam mendatangkan wisatawan, baik wisatawan yang berasal dari Kota Semarang, dari luar Kota Semarang, bahkan wisatawan mancanegara yang secara khusus ingin mengetahui atau mengenal seni dan budaya yang dimiliki Kota Semarang. Hal ini tentu saja dapat membawa manfaat positif bagi Kota Semarang. Secara historis dan empiris seni tari, baik tari tradisional, kreasi baru maupun kontemporer memiliki peranan penting dalam menentukan harkat dan martabat suatu daerah yang berbudaya dan beradab (Cerita 2020). Terlebih dengan tren budaya luar yang cenderung mempengaruhi generasi muda Indonesia, tarian daerah terancam tidak diketahui bahkan tidak diminati. Tarian daerah menjadi penting untuk terus dipertunjukkan kepada masyarakat, khususnya jenis tari kreasi yang bisa menyesuaikan dengan selera wisatawan berusia muda melalui modifikasinya. Pribadi mencintai budaya daerah atau nasional dapat terbentuk melalui tari kreasi. Salah satu cara memperkenalkan dan melestarikan tari kreasi daerah adalah dengan mempertontonkannya secara rutin melalui sebuah pertunjukan. Seni pertunjukan dan pertunjukan dalam proses berkesenian sulit dipisahkan, karena pertunjukan adalah implementasi seni pertunjukan untuk ditampilkan kepada penonton (Purnomo dan Subari 2019).

Pertunjukan tari kreasi juga penting dipertontonkan kepada wisatawan yang berasal dari luar Kota Semarang, tidak hanya untuk wisatawan lokal, yaitu wisatawan yang memang tinggal di Kota Semarang. Kepentingan ini didasari atas beragam tujuan seperti mempromosikan kekayaan budaya yang dimiliki Kota Semarang, selain juga memberi hiburan dan kesenangan. Melalui pertunjukan atau pertunjukan, para seniman atau penari juga terfasilitasi untuk berekspresi dan memperkenalkan hasil karya tarinya kepada masyarakat luas. Hal ini sejalan dengan klasifikasi fungsi seni pertunjukan yang terdiri dari fungsi primer dan sekunder. Fungsi primer yaitu: (1) sebagai sarana ritual yang penikmatnya adalah kekuatan yang tak kasat mata; (2) sebagai sarana hiburan pribadi; (3) sebagai presentasi estetis; dan fungsi sekunder yaitu: (1) sebagai pengikat solidaritas masyarakat; (2) sebagai pembangkit rasa solidaritas bangsa; (3) sebagai media komunikasi; (4) sebagai media keagamaan; (5) sebagai media propaganda politik; (6) sebagai media propaganda pemerintah; (7) sebagai media meditasi; (8) sebagai sarana terapi; dan (9) sebagai sarana produktivitas (RM Soedarsono dalam Prasetya dan Karyawanto 2020).

Salah satu hal yang menjadikan suatu *event* berhasil dilaksanakan adalah terpenuhinya selera pengunjung sehingga pihak penyelenggara (*event organizer*) perlu menyusun strategi untuk menarik minat wisatawan. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memahami betul aspek *supply* dan *demand*. Seiring dengan hal ini, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui sumberdaya tari kreasi yang ada di Kota Semarang, dan mengetahui hal apa saja yang menjadi preferensi wisatawan dalam keputusannya untuk mengunjungi pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penyelenggara *event* dalam merencanakan pertunjukan seni tari di Kota Semarang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2021 di Kota Semarang, Jawa Tengah. Data yang dikumpulkan terdiri dari sumberdaya tari kreasi dan preferensi pengunjung atau wisatawan di Kota Semarang. Data sumberdaya tari kreasi yang ada di Kota Semarang bersumber dari pengelola sanggar tari di Kota Semarang melalui observasi dan wawancara yang dilakukan secara langsung guna mendapatkan data yang lebih akurat. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *snowball sampling* sesuai arahan awal dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Semarang. Data sumberdaya tari kreasi kemudian dinilai oleh sebelas (11) orang asesor, yaitu pengelola sanggar tari di Kota Semarang yang dapat dipercaya untuk melakukan penilaian, untuk mengetahui tari kreasi mana yang paling berpotensi atau unggul. Penilaian ini dilakukan melalui kuesioner terbuka dan tertutup, diolah dengan sistem penilaian *one score one criteria*, yaitu analisis melalui pengembangan elaborasi rangkaian kuesioner tertutup dalam pengumpulan data dan mengevaluasi berbagai variabel yang telah ditetapkan oleh peneliti (Avenzora 2008). Skor yang digunakan berskala 1-7, skor 1 menunjukkan nilai terendah yang artinya Sangat Tidak Setuju dan skor 7 menunjukkan nilai

tertinggi yang artinya Sangat Setuju. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing indikator penilaian.

Tabel 1 Indikator penilaian sumberdaya wisata

No.	Aspek	Kriteria
1.	Keunikan	Menggambarkan nilai eksistensi suatu objek atau <i>event</i> dalam konteks kepariwisataan
2.	Kelangkaan	Representasi komparatif dari <i>intangibile</i> suatu objek wisata terhadap objek sejenis lainnya
3.	Keindahan	Merupakan <i>extrinsic value</i> dan <i>intrinsic value</i> yang dimiliki suatu objek dalam menyuplai kepuasan wisatawan dalam melihat benda tersebut
4.	Seasonalitas	Menggambarkan waktu ketersediaan suatu objek untuk dapat diakses wisatawan dalam memenuhi kepuasan dari kegiatan wisata yang dilakukan
5.	Aksesibilitas	Menggambarkan rentang kondisi dan proses yang harus dilakukan wisatawan untuk mendatangi objek wisata
6.	Sensitifitas	Representasi tata nilai <i>sustainable tourism</i> dalam menilai pengaruh kegiatan wisata terhadap keberlanjutan objek itu sendiri maupun elemen lingkungan sekitarnya
7.	Fungsi Sosial	Memberikan pemaparan tentang adanya berbagai dampak sosial yang terjadi pada kegiatan wisata

Data preferensi wisatawan bersumber dari 80 orang yang sedang berwisata di beberapa destinasi dan sanggar tari di Kota Semarang. Penentuan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Wisatawan menyampaikan preferensi mereka dengan mengisi kuesioner berjenis *close-ended*. Pertanyaan yang diajukan adalah preferensi pengunjung atau wisatawan pada aspek waktu pelaksanaan, lokasi, bentuk kunjungan, tiket, dan promosi. Data preferensi wisatawan terhadap beberapa aspek terkait rencana pergelaran tari kreasi dianalisis dengan metode kualitatif deskriptif menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei (Suwandi 2019). Skala 5 mewakili nilai tertinggi (sangat setuju), dan 1 sebagai nilai terendah (sangat tidak setuju).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sumberdaya Tari Kreasi di Kota Semarang

Melalui observasi dan wawancara terhadap pengelola sanggar tari di Kota Semarang, terdapat delapan tari kreasi yang dapat ditawarkan oleh pihak penyelenggara sebagai faktor penarik wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi suatu pergelaran tari kreasi di Kota Semarang. Berikut merupakan deskripsi dari masing-masing tari kreasi.

**Denok Deblong.** Tari Denok Deblong diciptakan oleh koreografer Yoyok Bambang Priyambodo pada tahun 1996, disusun ulang pada tahun 2000. Denok merupakan sebutan atau panggilan untuk anak perempuan kota Semarang, sedangkan Deblong adalah ucapan yang diucapkan oleh ibu pada saat menimbang buah hati yang bermakna kecantikan dan kepandaian dengan harapan menjadi putri yang berbakti kepada orang tua, agama dan negaranya. Gerak dalam tari

Denok Deblong dipengaruhi oleh gerak-gerak tari tradisi Jawa yang berkembang di Semarang serta dipengaruhi tari daerah lain seperti tari Betawi dan Jawa Barat. Ragam gerak tari Denok Deblong adalah gerak kaki, gerak tangan, gerak pinggul dan gerak kepala.

**Gambang Semarang.** Tari Gambang Semarang termasuk ke dalam tari kreasi kerakyatan yang bermula dari penelitian Dhanang Respati Puguh tahun 1999 mengenai Penataan Kesenian Gambang Semarang. Tari Gambang Semarang diangkat dari gerak tubuh Nyonya Sam dan Heny yang dahulunya terkenal erotis. Heny merupakan generasi penerus dari Ong Sam Nio (Nyonya Sam). Gerakan khas dari tari ini yaitu ragam *gerak ngeyek*, *ngondhek* dan *genjot*. Penambahan ragam gerak tangan *linggar* sedikit mengurangi kesan keerotisan. *Linggar* diartikan sebagai bentuk pengendalian emosi diri manusia.

**Geol Denok.** Tari Geol Denok diciptakan oleh Rimasari Paramesti Putri, ketua Sanggar Kedhaton di Kecamatan Banyumanik. Tari Geol Denok menceritakan kelincahan anak gadis di Semarang yang biasa dipanggil Denok atau Nok. Geol berarti gerak pinggul. Tarian ini menggunakan gerakan-gerakan yang lincah dan bervariasi yang menekankan pada bagian kaki dan pinggul, sehingga banyak *geolannya*. Gerakan pokok dalam tari Geol Denok yaitu *jalan tepak*, *ngeyek* dan *ngondek* yang dipadukan dengan gerakan silat dari gaya Jaipongan, Semarangan dan Banyumasan.

**Kuntul Blekok.** Tari Kuntul Blekok bermula dari keinginan seniman bernama Yoyok B Priyambodo untuk membuat tarian dan memperkenalkan kepada masyarakat atas keberadaan fauna khas Kota Semarang yaitu burung Kuntul Blekok atau Kuntul Perak (*Egretta intermedia*). Burung Kuntul Blekok sampai saat ini masih dilestarikan di wilayah Srandol, Kecamatan Banyumanik. Gerakan dalam tarian ini terinspirasi dari gerakan burung Kuntul Blekok saat mengepakkan sayap, gerakan kepala dan gerakan saat berjalan.

**Manggar Warak.** Tari Manggar Warak merupakan tarian kreasi Kota Semarang yang diciptakan oleh koreografer Bapak Yoyok Bambang Priyambodo, Ketua Sanggar Greget Kota Semarang. *Event* tahunan Dugderan di Kota Semarang menjelang bulan Ramadhan menggunakan Warak sebagai maskotnya. Warak adalah hewan rekaan sebagai wujud akulturasi budaya Jawa, Cina, dan Arab. Warak memiliki makna persatuan dan kesatuan serta saling menghargai. Manggar juga muncul dalam *event* Dugderan. Manggar digambarkan sebagai bunga kelapa yang bermakna cikal bakal buah yang akan menghasilkan hal baik dan bermanfaat. Gerak tari Manggar Warak menggunakan gaya Semarangan dan gaya Surakarta yang sudah ada, seperti gerak *seblak*, *kebyok*, *laku telu* dan *pacak gulu*, akan tetapi terdapat gerakan yang memang merupakan gerakan kreasi baru.

**Putri Brintik.** Tari Putri Brintik diciptakan oleh Yoyok Bambang Priyambodo pada tahun 2006. Tari Putri Brintik terinspirasi dari legenda yang ada di Kota Semarang. Pada masa pemerintahan Adipati Pandanaran, sosok Nyai Brintik dianggap meresahkan masyarakat karena memiliki kekuatan sihir dan konon bisa berubah menjadi kelelawar dengan sosok yang kasar dan menyeramkan. Atas kebijakan Adipati Pandanaran, Putri Brintik dirangkul hingga menjadi sosok yang berperan dalam kesetaraan *gender*. Karakter Nyai Brintik yang muncul pada tarian ini yaitu garang dan tegas namun tetap lincah dan ceria.

**Rebana Pancawarna.** Tari Rebana Pancawarna diciptakan oleh Yoyok Bambang Priambodo pada tahun 2013. Tari Rebana Pancawarna biasanya dilakukan untuk menyambut tamu ataupun pada acara hiburan. Penggarapan tari Rebana Pancawarna berorientasi pada budaya yang berkembang di masyarakat dan seni tradisi yang berbasis kearifan lokal, dengan sentuhan irama rebana, gamelan, tembang, dan perpaduan busana islami. Tari Rebana Pancawarna menggunakan gerakan yang sudah ada dan hanya ditambahkan sedikit modifikasi.

**Sekar Rinonce.** Tari Sekar Rinonce diciptakan pada tahun 2017 oleh Yoyok Bambang Priambodo. Tari Sekar Rinonce diambil dari kata Sekar yang dalam bahasa Jawa berarti "bunga" dan Rinonce berarti "disatukan". Sekar Rinonce bermakna bunga atau gerak yang berpadu, lincah, dan tetap cantik serta menarik. Tarian ini bermakna rasa persatuan meskipun Kota Semarang memiliki keberagaman etnis, agama, budaya dan kesenian.

Delapan sumberdaya tari kreasi yang terdapat di Kota Semarang dinilai oleh 11 assesor dengan indikator keunikan, kelangkaan, keindahan, *seasonality*, sensitifitas, aksesibilitas dan fungsi sosial. Hasil penilaian menunjukkan bahwa tari kreasi di Kota Semarang yang memiliki skor tertinggi adalah tari Manggar Warak dan yang terendah adalah tari Rebana Pancawarna. Tari Manggar Warak mendapatkan nilai 7 pada aspek keunikan (sangat unik) dikarenakan tarian tersebut menjadi ikon tradisi Dugderan di Kota Semarang yang diadakan dengan melakukan arak-arakan untuk menyambut bulan suci Ramadhan. Keunikan lainnya yaitu pada atribut tarian yang digunakan, yaitu hewan *warak ngendhog* yang menyerupai hewan berkaki empat seperti kambing yang mempunyai kepala naga. Penilaian kelangkaan tari Manggar Warak mendapatkan nilai 6 (langka) dikarenakan tarian tersebut biasanya hanya dapat dilihat atau disaksikan di acara tradisi Dugderan Kota Semarang. Penilaian keindahan tari Manggar Warak mendapatkan nilai 7 (sangat indah) dikarenakan gerakan tarian, kostum, dan juga tata rias yang digunakan. Penilaian *seasonality* tari Manggar Warak mendapatkan nilai 6 (musiman) dikarenakan tarian tersebut tidak terlalu sering ditampilkan di setiap acara dan hanya dapat ditemukan di acara tradisi Dugderan yang dilakukan sekali dalam setahun. Penilaian sensitifitas tari Manggar Warak mendapatkan nilai 7 (sangat sensitif) dikarenakan tarian tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap kepekaan budaya seni tari di Kota Semarang. Penilaian aksesibilitas tari Manggar Warak mendapatkan penilaian 6 (terjangkau) dikarenakan tarian tersebut dapat mudah dijangkau untuk siapapun yang ingin belajar atau mengenal tarian tersebut di sanggar tari yang berada di Kota Semarang. Penilaian fungsi sosial tari Manggar Warak mendapatkan nilai 7 (sangat bermanfaat) dikarenakan tarian tersebut dapat memberikan manfaat bagi perkembangan budaya Kota Semarang khususnya terhadap budaya seni tari.

Tabel 2 Penilaian sumberdaya tari kreasi Kota Semarang

No.	Sumberdaya	Indikator Penilaian							Rata-Rata
		A	B	C	D	E	F	G	
1.	Tari kreasi Manggar Warak	7	6	7	6	7	6	7	6,5
2.	Tari kreasi Kuntul Blekok	7	5	7	6	4	6	7	6
3.	Tari kreasi Putri Brintik	7	6	7	4	4	6	7	5,8

No.	Sumberdaya	Indikator Penilaian							Rata-Rata
		A	B	C	D	E	F	G	
4.	Tari kreasi Gambang Semarang	6	4	7	6	5	5	7	5,7
5.	Tari kreasi Geol Denok	6	4	7	6	5	5	7	5,7
6.	Tari kreasi Denok Deblong	7	4	7	4	4	6	6	5,4
7.	Tari kreasi Sekar Rinonce	6	4	7	4	4	6	6	5,2
8.	Tari kreasi Rebana Pancawarna	6	4	6	5	4	6	6	5,2

Keterangan:

- A Keunikan : 1. Sangat tidak unik, 2. Tidak unik, 3. Agak tidak unik, 4. Biasa saja, 5. Agak unik, 6. Unik, 7. Sangat unik.  
 B Kelangkaan : 1. Sangat tidak langka, 2. Tidak langka, 3. Agak tidak langka 4. Biasa saja, 5. Agak langka, 6. Langka. 7. Sangat langka.  
 C Keindahan : 1. Sangat tidak indah, 2. Tidak indah, 3. Agak tidak indah, 4. Biasa saja, 5. Agak indah, 6. Indah, 7. Sangat indah.  
 D Seasonality : 1. Sangat tidak musiman, 2. Tidak musiman, 3. Agak tidak musiman, 4. Biasa saja, 5. Agak musiman, 6. Musiman, 7. Sangat musiman.  
 E Sensitifitas : 1. Sangat tidak sensitif, 2. Tidak sensitif, 3. Agak tidak sensitif, 4. Biasa saja, 5. Agak sensitif, 6. Sensitif, 7. Sangat sensitif.  
 F Aksesibilitas : 1. Sangat tidak terjangkau, 2. Tidak terjangkau, 3. Agak tidak terjangkau, 4. Biasa saja, 5. Agak terjangkau, 6. Terjangkau, 7. Sangat terjangkau.  
 G Fungsi Sosial : 1. Sangat tidak bermanfaat, 2. Tidak bermanfaat, 3. Agak tidak bermanfaat, 4. Biasa saja, 5. Agak bermanfaat, 6. Bermanfaat, 7. Sangat bermanfaat.

## Preferensi Wisatawan

### Karakteristik

Sampel wisatawan atau pengunjung berjumlah 80 orang dengan data karakteristik meliputi jenis kelamin, usia, status pernikahan, lama tinggal, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan. Penelitian ini dilakukan pada saat pandemi Covid19 menyerang, oleh karena itu semua wisatawan atau pengunjung yang ditemui di beberapa tempat wisata dan sanggar tari di Kota Semarang secara kebetulan adalah wisatawan lokal, yaitu mereka yang berasal dari Kota Semarang. Sebagian besar wisatawan telah tinggal di Kota Semarang selama lebih dari 10 tahun. Jenis kelamin responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan berjumlah 65 orang. Usia responden didominasi oleh usia 20-35 tahun berjumlah 38 orang. Status pernikahan responden didominasi oleh yang belum menikah berjumlah 53 orang. Pendidikan terakhir responden didominasi oleh lulusan SMA/SMK berjumlah 45 orang. Pekerjaan responden didominasi oleh pelajar atau mahasiswa berjumlah 53 orang. Pendapatan responden didominasi oleh pendapatan di bawah Rp500 000 berjumlah 53 orang.

Tabel 3 Karakteristik pengunjung atau wisatawan

No.	Karakteristik	N	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	15	19
	Perempuan	65	81
2.	Usia		
	16-19 tahun	23	29
	20-35 tahun	38	47
	36-45 tahun	19	24
3.	Status Pernikahan		
	Sudah menikah	27	34
	Belum menikah	53	66
4.	Pendidikan Terakhir		
	SMP	20	25

No.	Karakteristik	N	Persentase (%)
	SMA/SMK	45	56
	S1/S2/S3	15	19
5.	Pekerjaan		
	Pelajar/Mahasiswa	53	66
	PNS	15	19
	Pegawai Swasta	12	15
6.	Pendapatan		
	< Rp500 000	53	66
	Rp3 000 000-5 000 000	19	24
	>Rp 5 000 000	8	10
7.	Lama Tinggal		
	3-5 tahun	3	4
	6-10 tahun	4	5
	>10 tahun	73	91

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, sebagian besar responden sangat setuju dengan rencana diadakannya pergelaran seni tari di Kota Semarang. Pergelaran tari kreasi dapat mendatangkan wisatawan lokal dan mancanegara. Kekayaan seni tari kreasi yang dimiliki Kota Semarang juga dapat secara efektif terpromosikan melalui kegiatan wisata ini. Potensi penyelenggaraan pergelaran ini didukung juga dengan cukup banyaknya pegiat seni tari. Laman Diskominfo (2022) memperlihatkan bahwa Kota Semarang memiliki 140 pegiat seni pada tahun 2021.

No	Elemen Data	Satuan	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Pegiat Seni Dan Budaya</b>							
1	Seni Rupa	Kelompok		34	34	36	36
2	Seni Tari/Gerak	Kelompok		107	111	123	138
3	Seni Suara/Vocal	Kelompok		13	13	18	31

Gambar 1 Jumlah pegiat seni tari di Kota Semarang  
 (Sumber : data.semarangkota.go.id)

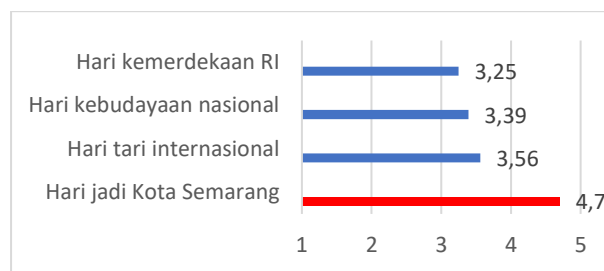
Wisatawan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Bab I Pasal 1 didefinisikan sebagai orang yang melakukan wisata. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sebagai subjek yang menikmati daya tarik, preferensi wisatawan menjadi penting sebagai pertimbangan untuk menyelenggarakan pergelaran tari kreasi. Preferensi didefinisikan sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen (Assael 1992). Preferensi yang ingin diketahui dari wisatawan meliputi waktu, lokasi, bentuk kunjungan, tiket, dan promosi.

#### *Preferensi terhadap waktu penyelenggaraan*

Preferensi wisatawan pada aspek waktu penyelenggaraan *event*/pergelaran tari kreasi diklasifikasikan lagi menjadi empat kategori. Kategori pertama bertujuan untuk mengetahui hari khusus yang dipilih oleh wisatawan untuk



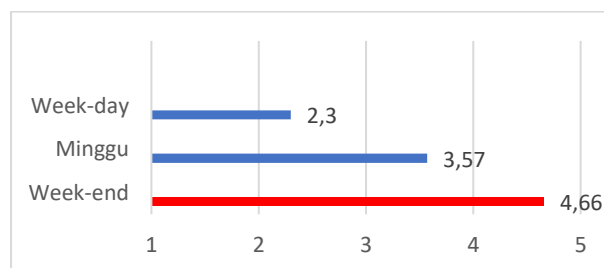
menyelenggarakan pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang. Hari khusus yang dimaksud adalah hari besar atau hari penting yang dirayakan oleh orang banyak untuk memperingati peristiwa tertentu. Berdasarkan hasil penilaian, sebagian besar wisatawan tertarik apabila pertunjukan tari kreasi diselenggarakan dalam rangka memperingati atau merayakan Hari Jadi Kota Semarang. Hari Jadi Kota Semarang sendiri jatuh pada tanggal 2 Mei. Pilihan selanjutnya diikuti oleh Hari Tari Internasional pada tanggal 29 April, lalu Hari Kebudayaan Nasional pada tanggal 5 September, dan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia di tanggal 17 Agustus. Preferensi wisatawan terhadap waktu penyelenggaraan *event* dalam rangka memperingati hari besar terdapat pada Gambar 2.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 2 Preferensi terhadap hari perayaan

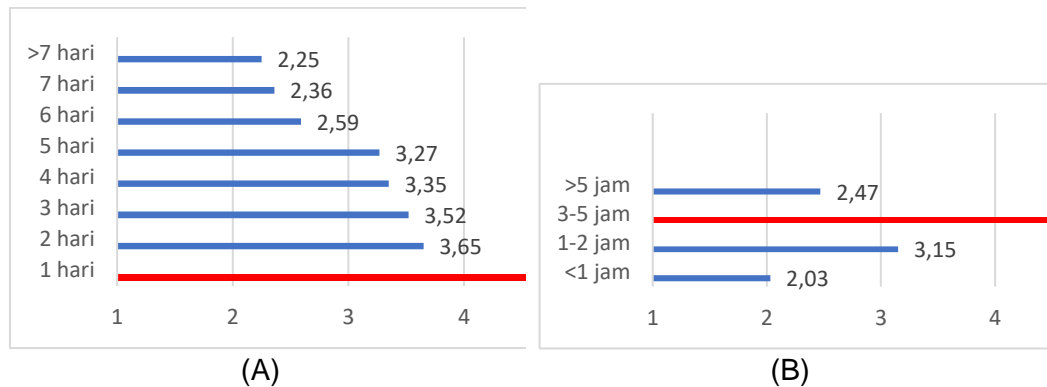
Hal yang ingin diketahui pada kategori ke-dua adalah hari yang secara umum dalam satu pekan dipilih wisatawan untuk diselenggarakannya pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang. Berdasarkan tiga pilihan yang ada, sebagian besar wisatawan tertarik jika pertunjukan dilaksanakan pada akhir pekan (Sabtu). Hari yang dipilih selanjutnya yaitu di sepanjang Minggu dengan penilaian 'biasa saja'. Penilaian terkecil yaitu pada hari kerja (*weekday* : Senin sampai Jumat). Preferensi wisatawan terhadap hari penyelenggaraan *event* terdapat pada Gambar 3.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 3 Preferensi terhadap hari pelaksanaan

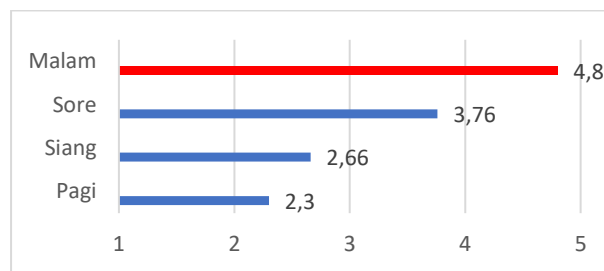
Durasi pertunjukan adalah preferensi yang ingin diketahui pada kategori selanjutnya, baik durasi hari (Gambar 4A) maupun durasi jam (Gambar 4B). Wisatawan dominan memilih pertunjukan yang hanya diselenggarakan selama 1 (satu) hari. Wisatawan tidak setuju jika pertunjukan diselenggarakan selama lebih dari tujuh hari. Lama atau durasi jam yang dipilih oleh wisatawan adalah tiga sampai lima jam pelaksanaan.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 4 Preferensi terhadap durasi hari (A) dan durasi jam (B)

Preferensi terhadap waktu yang ingin diketahui pada kategori terakhir adalah waktu dimulainya pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang. Waktu mulai acara yang paling banyak dipilih oleh pengunjung atau wisatawan yaitu pada malam hari. Waktu yang dipilih selanjutnya yaitu pada waktu sore hari dengan penilaian 'biasa saja' dan waktu pagi hari dengan penilaian 'tidak setuju' mendekati 'biasa saja'.



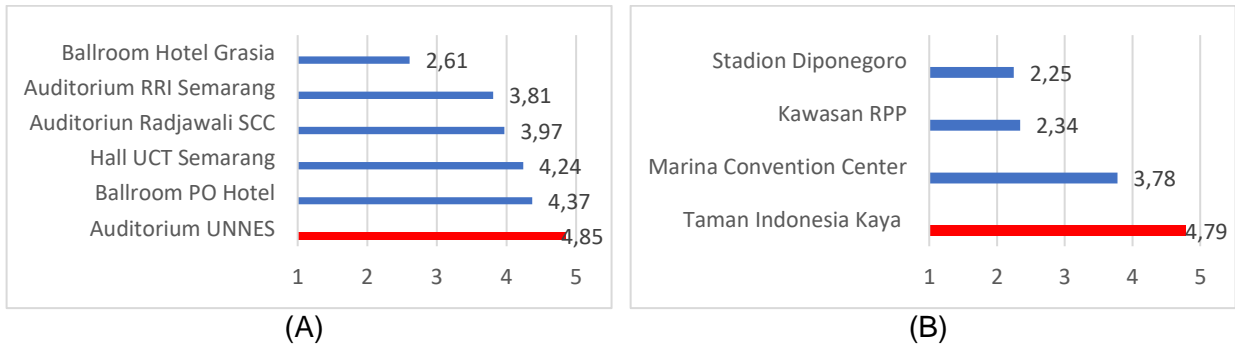
Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 5 Preferensi terhadap waktu mulai

#### Preferensi terhadap lokasi atau venue pertunjukan

Venue merupakan tempat atau lokasi penyelenggaraan pertunjukan. Venue yang baik, layak dan strategis tentu diperlukan dalam menampung peserta atau pengunjung yang datang ke pertunjukan, jenisnya dapat berbentuk *indoor* ataupun *outdoor*. Penilaian preferensi wisatawan terhadap venue menjadi penting untuk mengetahui tempat yang disenangi wisatawan untuk diselenggarakannya pertunjukan seni tari kreasi di Kota Semarang. Venue *indoor* dengan penilaian tertinggi terpilih pada Auditorium Universitas Negeri Semarang (sekarang bernama Gedung Prof. Wuryanto). Auditorium Universitas Negeri Semarang terletak di Kampus Universitas Negeri Semarang, Kecamatan Gunung Pati, Kelurahan Sekaran, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Auditorium UNNES dapat diakses dengan mudah, dan dapat menampung banyak pengunjung. Preferensi selanjutnya diikuti oleh *Ballroom* PO Hotel, Hall UCT Semarang, Auditorium Radjawali SCC, Auditorium RRI Semarang, lalu *Ballroom* Hotel Grasia. Venue *Outdoor* yang paling banyak dipilih oleh wisatawan adalah Taman Indonesia Kaya

dengan nilai rata-rata 4.79. Penilaian selanjutnya diikuti oleh Marina Convention Center, Kawasan RPP, lalu Stadion Diponegoro.

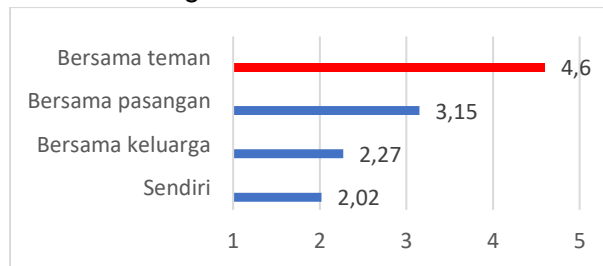


Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 6 Preferensi terhadap lokasi indoor (A) dan outdoor (B)

### Preferensi terhadap bentuk kunjungan

Bagi banyak orang, mengunjungi dan menikmati suatu event akan terasa lebih menyenangkan apabila dilakukan bersama-sama bahkan beramai-ramai. Berdasarkan hasil penilaian, wisatawan lebih menyukai untuk mendatangi pertunjukan tari kreasi bersama teman. Bentuk kunjungan lainnya diikuti oleh kunjungan bersama pasangan, bersama keluarga, dan yang terendah adalah melakukan kunjungan sendiri saja tanpa ditemani orang lain.

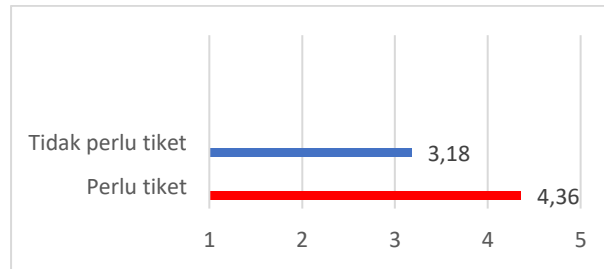


Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 7 Preferensi terhadap bentuk kunjungan

### Preferensi terhadap tiket

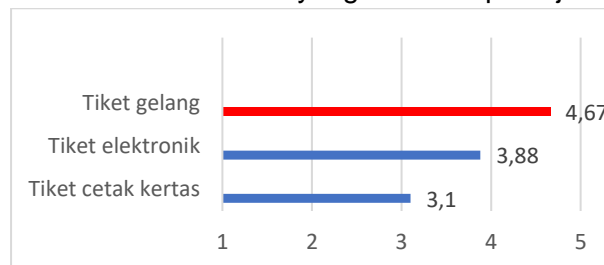
Tiket merupakan tanda bukti yang akan digunakan pengunjung atau wisatawan untuk memasuki area pertunjukan. Pengunjung atau wisatawan tidak dapat menikmati pertunjukan secara langsung di dalam venue jika tiket masuk dikenakan. Preferensi pengunjung terhadap tiket masuk sangat dibutuhkan untuk menentukan perlu atau tidaknya memberlakukan tiket masuk pada suatu pertunjukan seni tari di Kota Semarang. Melalui penyebaran kuesioner, diketahui bahwa sebagian besar responden menyadari akan perlunya pemberlakuan tiket masuk, meski sebagian kecil terdapat wisatawan yang memilih mengunjungi pertunjukan yang tidak berbayar atau gratis.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 8 Preferensi terhadap pemberlakuan tiket masuk

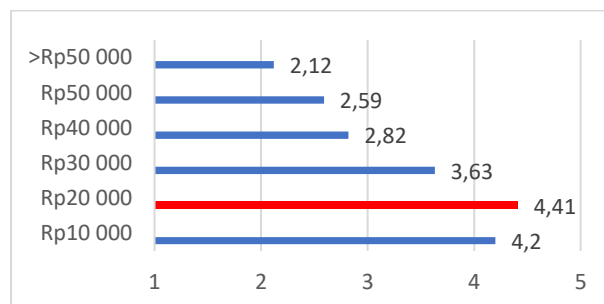
Bentuk tiket untuk memasuki suatu acara tidak hanya berupa kertas yang dicetak, tetapi juga ada yang berjenis gelang dan tiket elektronik. Penilaian terhadap ketiga jenis tiket didominasi oleh responden yang memilih tiket gelang sebagai tanda atau bukti bahwa mereka diizinkan untuk memasuki area pertunjukan. Penilaian berikutnya yaitu jenis tiket elektronik dan yang terendah pada jenis tiket cetak kertas.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 9 Preferensi terhadap jenis tiket

Menyambung perlunya tiket untuk memasuki dan menikmati langsung pertunjukan seni tari, harga tiket perlu ditentukan oleh pihak penyelenggara. Berdasarkan hasil penilaian, preferensi wisatawan terhadap harga tiket mengarah pada harga Rp20 000 per tiket per orang. Melihat karakteristik responden (Tabel 3), preferensi ini sesuai dengan tingkat pendapatan yang sebagian besar di bawah Rp500 000.

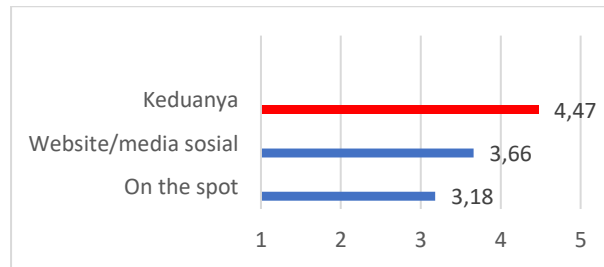


Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 10 Preferensi terhadap harga tiket

Kebutuhan biaya untuk menyelenggarakan pertunjukan seni tari kreasi dapat terbantu dengan tiket masuk yang dapat terjual dalam jumlah banyak bahkan melebihi target, dengan demikian dukungan sarana penjualan tiket yang dapat mempermudah

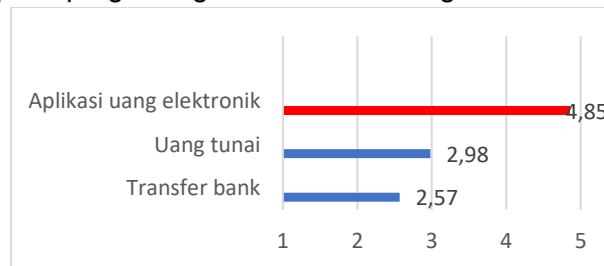
calon pengunjung atau wisatawan perlu diperhatikan. Seiring manfaat perkembangan teknologi, calon pengunjung atau wisatawan bisa mendapatkan tiket melalui *website* atau media sosial. Bagi para senior yang tidak terlalu paham dengan penggunaannya, penyediaan tiket secara konvensional sebaiknya tidak ditiadakan. Hal ini sesuai dengan hasil yang didapatkan dari kuesioner, bahwa yang dipilih oleh sebagian besar responden adalah media penjualan tiket yang disediakan dengan cara keduanya, baik melalui *website*/media sosial ataupun secara langsung dibeli di *venue* atau lokasi penjualan tiket.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 11 Preferensi terhadap media penjualan tiket

Kemudahan pada aspek *ticketing* juga diperlukan dalam metode pembayarannya. Metode pembayaran tiket dibagi menjadi tiga pilihan, yaitu dengan aplikasi uang elektronik, uang tunai, dan transfer bank. Metode pembayaran tiket yang dipilih responden didominasi oleh metode pembayaran melalui aplikasi uang elektronik seperti GoPay, ShopeePay, dan lain-lain. Uang elektronik merupakan alat pembayaran yang dapat digunakan secara lebih efisien melalui media elektronik seperti telepon genggam. Pengguna dapat melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun tanpa perlu pergi mengantri ke bank atau gerai ATM.



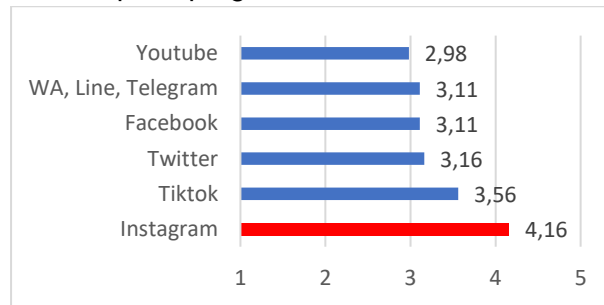
Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 12 Preferensi terhadap metode pembayaran tiket

#### *Preferensi terhadap pemasaran dan promosi*

Perkembangan teknologi di masa sekarang telah mengubah cara para pebisnis dalam mempromosikan produknya. Media konvensional seperti koran, majalah, televisi, dan lain-lain beralih ke digital marketing, salah satunya adalah media sosial. *“The role of marketing in the development of business is intact but the way it was executed is radically changing due to contributions made by satellite communication and extensively developed scientific devices. Social Media is best defined in the context of the previous industrial media paradigm”* (Saravanakumar dan SuganthaLakshmi 2012).

Beriklan di media sosial merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pihak penyelenggara dalam rangka mengingatkan, menyampaikan, memberitahukan mengingatkan, menawarkan dan mengajak (calon) pengunjung atau wisatawan untuk menghadiri pertunjukan seni tari kreasi di Kota Semarang. Ragam media sosial yang dijadikan pilihan bagi responden adalah Instagram, Tiktok, Twitter, Facebook, Whatsapp/Telegram, dan Youtube. Gambar 13 menunjukkan bahwa pengunjung atau wisatawan lebih suka melihat iklan pertunjukan melalui media sosial Instagram dalam mendapatkan informasi seputar pertunjukan seni tari kreasi di Kota Semarang.



Keterangan: 1. Sangat tidak setuju, 2. Tidak setuju, 3. Biasa saja, 4. Setuju, 5. Sangat setuju

Gambar 13 Preferensi terhadap marketing melalui media sosial

## SIMPULAN

Maraknya budaya asing saat ini dapat mempengaruhi generasi muda untuk tidak mengenali seni dan budaya lokal. Pertunjukan seni tari kreasi yang diselenggarakan secara rutin merupakan salah satu cara agar seni dan budaya nasional tidak terkikis. Penyelenggara pertunjukan perlu mempertimbangkan pentingnya *supply* dan *demand* agar pertunjukan dapat terselenggara dengan sukses sesuai dengan tujuan. Sumberdaya tari kreasi di Kota Semarang sebagai aspek *supply* terdiri dari tari Denok Deblong, Gambang Semarang, tari Geol Denok, tari Kuntul Blekok, tari Manggar Warak, tari Putri Brintik, tari Rebana Pancawarna dan tari Sekar Rinonce. Tari kreasi yang paling diunggulkan berdasarkan hasil penilaian dari asesor adalah tari kreasi Manggar Warak. Aspek *demand* dapat diketahui melalui preferensi atau ketertarikan pengunjung/wisatawan pada aspek waktu pelaksanaan pertunjukan, *venue* atau lokasi pertunjukan, bentuk kunjungan, tiket, dan promosi. Berdasarkan hasil penilaian preferensi, wisatawan/pengunjung tertarik untuk menghadiri pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang. Wisatawan memilih pertunjukan yang dilaksanakan pada akhir pekan di bulan Mei selama satu hari saja dengan durasi 3-5 jam di malam hari, bersama teman, dalam rangka memperingati hari jadi Kota Semarang. *Venue* atau lokasi *indoor* yang dipilih adalah Auditorium Universitas Negeri Semarang dan lokasi *outdoor* terpilih adalah Taman Indonesia Kaya. Wisatawan setuju untuk membayar tiket masuk, memilih tiket berjenis tiket gelang seharga Rp20 000 yang pembeliannya dapat dilakukan baik melalui *website*/media sosial maupun secara langsung di lokasi penjualan. Wisatawan memilih opsi pembayaran tiket melalui aplikasi uang elektronik, juga memilih media sosial Instagram dalam mendapatkan informasi seputar pertunjukan tari kreasi di Kota Semarang.

## SARAN

Penelitian lanjutan terhadap jumlah sumberdaya tari kreasi di Kota Semarang perlu dilakukan karena tari kreasi terus berkembang sejalan dengan ide dan kreatifitas dari seniman tari generasi penerus. Deskripsi sumberdaya tari kreasi perlu dilakukan secara lebih detil untuk mengidentifikasi aspek-aspek modifikasi tari tradisional. Aspek preferensi juga perlu digali lebih dalam guna mengetahui tambahan atraksi apa saja yang dapat membuat calon pengunjung tertarik untuk menghadiri pertunjukan tari kreasi. *Event organizers* perlu mempertimbangkan batasan usia pengunjung pertunjukan tari kreasi yang menampilkan tari Gambang Semarang yang berlatarbelakang erotisme meskipun kemudian dimodifikasi agar tidak terlalu berkesan erotis. Pemerintah dan masyarakat khususnya para pegiat seni perlu untuk terus mendukung penyelenggaraan pertunjukan seni tari di Kota Semarang agar keragaman budaya yang ada dapat selalu terpromosikan, tidak terkikis dikarenakan ketertarikan generasi muda terhadap budaya luar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina T, Sumarni S. 2017. Peningkatan Keterampilan Sosial Melalui Tari Kreasi pada Anak Kelompok B di TK Kartika X-6 Puslatpur Martapura Oku Timur. *Tumbuh Kembang: Kajian Teori dan Pembelajaran PAUD*. 4(2):75-83. doi: <https://doi.org/10.36706/jtk.v4i2.8177>
- Assael H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ed ke-4. Boston (US): PWSKENT Publishing Company.
- Avenzora R. 2008. *Ekoturisme: Teori dan Praktek*. Banda Aceh: BRR NAD-Nias.
- Cerita IN. 2020. *Tari Kontemporer dalam Pesta Kesenian Bali: Antara Eksistensi, Hegemoni dan Marginalisasi*. Denpasar: PT. Japa Widya Duta.
- [Diskominfo] Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Semarang. 2022. Satu Data Indonesia Tingkat Kota Semarang: Kategori Data Pariwisata dan Budaya. [diakses 2022 Aug 12]. <https://data.semarangkota.go.id/data/list/4?kelompok=35&tahunAwal=2017&tahunAkhir=2021>
- Koranti K, Sriyanto S, Lestiyono S. 2017. Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 22(3):242-254.  
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/view/1757>
- Saravanakumar M, SuganthaLakshmi T. 2012. Social Media Marketing. *Life Science Journal*. 9(4):4444-4451.  
<http://www.lifesciencesite.com/life0904/>
- [PRI] Pemerintah Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Prasetya DV, Karyawanto HY. 2020. Eksistensi Musik Oklek Karang Taruna Pohagung Terhadap Sosial Masyarakat Dukuh Pohagung Desa

- Campurejo. *Apron Jurnal Pemikiran Seni Pertunjukan*. 1(15):1-15.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/apron/article/view/32656>
- Pratiwi AS, Respati R, Giyartini R. 2020. Tari Egrang Batok di Sekolah Dasar. *PEDADIDAKTIKA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. 7(3):257-266.  
<https://ejournal.upi.edu/index.php/pedadidaktika/article/view/26195>
- Purnomo H, Subari L. 2019. Manajemen Produksi Pertunjukan: Peranan Leadership dalam Komunitas Seni Pertunjukan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*. 3(2):111-124.  
<https://doi.org/10.22219/satwika.v3i2.9951>
- Restu. 2021. Seni Tari: Pengertian, Unsur-Unsur, Fungsi, dan Jenis. *Gramedia. Sosial Budaya*. [diakses 2022 Agu 4].  
<https://www.gramedia.com/literasi/seni-tari/>.
- Suwandi E, Imansyah F, Dasril. 2019. Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome. *Jurnal Teknik Elektro Universitas Tanjungpura*. 1(1):1-11.  
<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jteuntan/article/view/31191>