

IMPLEMENTASI MODEL *MARKETING* 5.0 PADA PERTUNJUKAN WAYANG KULIT DI ERA DIGITAL

*  Putu Pesa Nugraha¹

¹Magister Manajemen, STIE Bank BPD Jateng

*Koresponden: putupesaa@outlook.com

ABSTRAK

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk mengulas pengembangan model *marketing* 5.0 melalui pertunjukan wayang kulit.

Metode – Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan dengan menggunakan analisis bibliografi. Data yang digunakan diperoleh dari buku dan artikel dalam jurnal ilmiah yang relevan dengan topik masalah yang diteliti. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan pemikiran yang kritis dari para ahli dengan pendekatan konstruktif dan interpretasi pada isi pokok, serta dari laman internet.

Hasil – *Marketing* 5.0 adalah suatu ide yang mengungkapkan bahwa teknologi akan bekerja bersama manusia untuk meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan. Untuk memberikan solusi kepada para penggemar, pertunjukan wayang kulit perlu melakukan inovasi. Konten digital yang disajikan melalui tayangan dapat menjadi solusi untuk penggemar yang terpisah jarak dan waktu. Selain itu, hal ini juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian dan membangun keberlanjutan bagi masyarakat.

Originalitas (Novelty) – Penelitian ini berusaha mengungkapkan pengembangan model *marketing* 5.0 melalui pertunjukan wayang kulit.

Implikasi – Untuk masyarakat diharapkan dapat membawa dampak positif dalam meningkatkan kesadaran, apresiasi, dan partisipasi masyarakat terhadap pertunjukan wayang kulit. Dengan membangun pemahaman yang lebih baik tentang warisan budaya mereka sendiri, masyarakat dapat merasakan kebanggaan terhadap seni dan budaya mereka serta memastikan kelangsungan dan pelestariannya bagi generasi mendatang.

Kata Kunci: *marketing* 5.0, wayang kulit, pertunjukan, digital, teknologi

ABSTRACT

Purpose – This study aims to review the development of the marketing model 5.0 through shadow puppet shows.

Method – This study used a qualitative method with a literature study approach using bibliographical analysis. The data used were obtained from books and articles in scientific journals that are relevant to the topic of the problem under study. The data is analyzed using critical thinking from experts with a constructive approach and interpretation of the main content, as well as from internet pages.

Result – *Marketing* 5.0 is an idea that technology will work with humans to improve quality of life in a sustainable way. To provide a solution to its fans, wayang kulit shows need to innovate. Digital content presented through broadcasts can be a solution for fans who are separated by distance and time. In addition, this can also contribute to improving the economy and building sustainability for society.

Originality (Novelty) – This research seeks to reveal the development of the 5.0 marketing model through shadow puppet shows.

Implication - It is hoped that the community can have a positive impact in increasing awareness, appreciation, and community participation in wayang kulit performances. By building a better understanding of their own cultural heritage, people can feel proud of their arts and culture and ensure their preservation and preservation for future generations.

Keywords: *marketing* 5.0, wayang kulit, performance, digital, technology

Citation: Putu Pesa Nugraha. (2023). Implementasi Model *Marketing* 5.0 Pada Pertunjukan Wayang Kulit Di Era Digital. *Money: Journal of Financial Dan Islamic Banking*. 1 (2), 122-131.

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran 5.0 merupakan pendekatan yang inovatif dalam menggabungkan teknologi digital dengan pengalaman pelanggan yang mendalam. Dalam konteks pertunjukan wayang, strategi ini memanfaatkan keunikan dan daya tarik pertunjukan wayang untuk menciptakan pengalaman pemasaran yang tak terlupakan. Pertunjukan wayang tradisional telah lama menjadi bagian penting dari budaya dan tradisi di banyak negara, dan dengan menerapkan strategi pemasaran 5.0 melalui wayang, perusahaan dapat mengambil keuntungan dari warisan budaya ini dan menerjemahkannya menjadi konten yang relevan dengan era digital. Salah satu aspek penting dari strategi pemasaran 5.0 melalui pertunjukan wayang adalah pembangunan cerita merek yang kuat. Wayang adalah seni narasi yang kuat dan menggugah emosi. Dalam strategi ini, perusahaan dapat memanfaatkan pertunjukan wayang untuk membangun cerita merek yang menarik dan berkesan. Cerita-cerita ini dapat memperkuat identitas merek, mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan, dan membangun ikatan emosional dengan pelanggan. Dengan cara ini, perusahaan dapat menciptakan pengalaman yang mendalam dan membentuk persepsi positif terhadap merek mereka di antara pelanggan.

Strategi pemasaran 5.0 melalui pertunjukan wayang juga memanfaatkan teknologi digital

untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Dengan menggunakan teknologi seperti augmented reality (AR) atau virtual reality (VR), perusahaan dapat menciptakan pengalaman wayang yang interaktif dan imersif. Misalnya, pelanggan dapat menggunakan perangkat AR untuk berinteraksi dengan karakter wayang atau mengikuti cerita wayang dalam mode VR yang menghadirkan pengalaman seperti hadir di dalam pertunjukan tersebut. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang unik dan tak terlupakan. Selain itu, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam strategi pemasaran 5.0 melalui pertunjukan wayang. Melalui platform media sosial, perusahaan dapat membagikan konten-konten menarik tentang pertunjukan wayang, seperti cuplikan video, gambar, atau cerita di balik layar. Dengan memanfaatkan fitur-fitur interaktif pada media sosial, seperti polling atau pertanyaan langsung kepada pengguna, perusahaan dapat melibatkan pelanggan dalam percakapan tentang pertunjukan wayang dan merek mereka. Selain itu, melalui kolaborasi dengan influencer atau komunitas wayang, perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka dan mencapai audiens yang lebih luas.

Personalisasi dan keterlibatan pelanggan menjadi fokus penting dalam strategi pemasaran 5.0. Dalam konteks pertunjukan wayang, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi seperti chatbot atau pengalaman interaktif yang memungkinkan pelanggan berpartisipasi secara aktif dalam cerita wayang. Misalnya, pelanggan dapat membuat pilihan yang mempengaruhi jalan cerita pertunjukan wayang atau berinteraksi dengan karakter wayang melalui platform digital. Dengan melibatkan pelanggan dalam cara yang personal dan unik, perusahaan dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat, memperkuat loyalitas pelanggan, dan membedakan diri dari pesaing. Strategi pemasaran 5.0 melalui pertunjukan wayang menawarkan pendekatan yang inovatif dalam memadukan warisan budaya dengan teknologi digital. Dengan memanfaatkan keunikan pertunjukan wayang, pembangunan cerita merek yang kuat, penggunaan teknologi digital, pemanfaatan media sosial, serta personalisasi dan keterlibatan pelanggan, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pemasaran yang tak terlupakan, membangun hubungan emosional yang kuat dengan pelanggan, dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka. Menurut Kotler et al (2021) *marketing 5.0* adalah penerapan pemasaran yang meniru kemampuan manusia untuk menciptakan, berkomunikasi, mengirimkan, dan meningkatkan nilai dalam perjalanan pelanggan. Teknologi yang termasuk dalam "next tech" seperti AI, NLP, sensor, robotika, augmented reality (AR), *virtual reality* (VR), IoT, dan blockchain menjadi penggerak utama dalam *marketing 5.0*.

Artificial Intelligence (AI) atau biasa disebut kecerdasan buatan memainkan peran penting dalam *marketing 5.0* dengan menggandakan kemampuan kognitif manusia dan mempelajari data pelanggan untuk memberikan wawasan kepada pemasar. Dalam kombinasi dengan teknologi lainnya, AI dapat mempersonalisasi strategi *marketing* untuk setiap pelanggan secara individual. Contoh implementasi *marketing 5.0* antara lain prediksi keberhasilan produk baru, analisis pola belanja, pengembangan iklan dengan keterlibatan minimal manusia, penggunaan chatbot dalam layanan pelanggan, dan pengalaman belanja yang ditingkatkan di toko fisik melalui sensor dan teknologi AR. Meskipun teknologi memiliki peran penting, manusia tetap menjadi pusat dalam *marketing 5.0*. Tujuannya adalah menciptakan pengalaman pelanggan baru yang tidak terhalang dan menarik. Kecerdasan manusia diperlukan untuk memahami dan menginterpretasikan motif-motif yang mendasari tindakan pelanggan. Dalam *marketing 5.0*, penting untuk mencapai keseimbangan simbiosis antara kecerdasan manusia dan kecerdasan komputer (Kotler et al., 2021). Kemajuan zaman menuju era revolusi *marketing 5.0* membuka peluang untuk mengubah peradaban dengan cepat. Era ini bertujuan untuk memberikan akses teknologi kepada semua lapisan masyarakat tanpa memandang status sosial. Dalam era ini, akses terhadap perekonomian, kesehatan, pendidikan, dan kebudayaan menjadi lebih mudah. Bukan hanya industri yang mengalami perkembangan pesat, tetapi juga dunia kebudayaan mengalami kemajuan yang signifikan (Dwiyama, 2021).

Teknologi memiliki manfaat utama dalam menganalisis data dan mengungkap pemahaman yang lebih dalam mengenai pasar sasaran yang spesifik. Kekuatan *marketing 5.0*

sangat berharga untuk prakiraan penjualan, rekomendasi produk dan mendekatkan produsen ke pelanggan *marketing* 5.0 juga memungkinkan pemasar untuk mempersonalisasi produk dan layanan dalam skala dan kecepatan dengan jarak walaupun terpisah jarak dan waktu. Meskipun mesin lebih andal untuk alur kerja yang dapat diprogram, orang dengan intuisi dan akal sehatnya jauh lebih fleksibel. Tapi, yang paling penting, manusia benar-benar tak tergantikan dalam hal membangun koneksi yang tulus. Perkembangan teknologi ini bisa disinergikan pada dunia kebudayaan. (Chan, 2021). Dalam sudut pandang *marketing* 5.0, konten menjadi salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam teknologi media, terutama media digital. Platform *over-the-top* seperti *youtube*, *netflix*, dan *spotify* hanya dapat bertahan dengan adanya konten yang tersedia (Ramli dkk., 2020). Perkembangan teknologi juga berdampak besar pada dunia kebudayaan. Tempat-tempat pementasan yang dulunya terbatas pada ruang-ruang kebudayaan yang sempit, kini beralih ke ruang virtual. Banyak aplikasi media sosial dan *fitur live streaming* yang muncul, dapat diakses dari mana saja. Pertunjukan juga dapat dilakukan secara langsung, luas dan dari jarak jauh.

Perkembangan teknologi pada sistem kebudayaan juga memengaruhi pandangan masyarakat terhadap kebutuhan akan pertunjukan kebudayaan dan seni yang dapat diakses dengan mudah dan ditayangkan secara rutin. Masyarakat menjadi lebih selektif dalam memilih jenis pertunjukan kebudayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Salah satu aspek penting dari kebudayaan Jawa adalah adat istiadat dan tradisi. Jawa dikenal dengan adat perkawinan yang sarat dengan simbol-simbol kebudayaan. Misalnya, upacara pernikahan adat Jawa melibatkan berbagai seremoni, seperti Siraman, Midodareni, Ijab Kabul, dan Resepsi. Selain itu, terdapat juga tradisi selamat, seperti slametan ketika membangun rumah baru, menyelenggarakan khitanan, atau merayakan kelahiran anak. Tari tradisional Jawa juga memainkan peran penting dalam kebudayaan ini, seperti Tari Gambyong, Tari Bedhaya, dan Tari Srimpi. Musik gamelan Jawa juga merupakan kekayaan seni Jawa yang tak ternilai, yang menggunakan berbagai jenis alat musik seperti gong, saron, dan kendang. Selain itu, kebudayaan Jawa juga mencakup kerajinan tangan yang indah, seperti batik dan ukiran kayu. Batik Jawa memiliki berbagai motif dan corak yang khas, dan telah diakui sebagai Warisan Budaya Takbenda oleh UNESCO. Seni ukir kayu Jawa juga sangat terkenal, dengan karya-karya yang rumit dan indah seperti pintu ukir, patung, dan wayang kulit.

Wayang kulit adalah salah satu seni tradisional yang sangat terkenal di Jawa. Wayang kulit adalah pertunjukan boneka kulit yang menceritakan kisah epik, seperti Mahabharata atau Ramayana, dengan diiringi oleh gamelan Jawa. Saat ini, pertunjukan wayang kulit semakin populer di kalangan berbagai generasi karena kemajuan teknologi internet memungkinkan pelaku seni seperti dalang dan pengrawit untuk berinteraksi dengan penggemar mereka, meskipun mereka berada di tempat yang berbeda di seluruh dunia. Hal ini mendorong para pelaku seni pertunjukkan wayang untuk memberikan pertunjukan berkualitas yang mudah diakses oleh para penggemar, tanpa terhalang oleh jarak. Mereka yang tidak mampu menyediakan pertunjukan seni yang berkualitas dan mudah diakses secara bertahap akan ditinggalkan oleh penggemar mereka. Fakta tersebut menunjukkan bahwa seni pertunjukkan wayang kulit memiliki nilai yang sangat penting, terutama di era *marketing* 5.0 ini. Wayang kulit perlu terus eksis di masa depan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk kepentingan kemanusiaan. Melestarikan pertunjukan wayang kulit dengan menggunakan strategi pengembangan pemasaran di era *marketing* 5.0 adalah bentuk nyata dari nguri-nguri salah satu budaya Jawa. Nguri-nguri budaya Jawa melibatkan sikap menghargai dan mempelajari berbagai aspek kebudayaan Jawa, seperti adat istiadat, tradisi, seni, bahasa, dan agama. Ini mencakup upaya untuk memahami makna dan nilai-nilai yang terkandung dalam setiap unsur budaya, serta menghormati cara hidup dan kepercayaan masyarakat Jawa.

METODE

Pertunjukan wayang kulit menghadapi beberapa masalah dalam mengimplementasikan Model *Marketing* 5.0 di era digital. Pertama, terdapat keterbatasan akses teknologi yang meliputi kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi digital serta

keterbatasan infrastruktur. Kedua, tantangan pemasaran dan promosi muncul dalam mencari strategi yang efektif untuk menarik minat penonton di era digital yang penuh dengan distraksi. Ketiga, perlu menjaga pelestarian dan relevansi pertunjukan wayang kulit dengan menggabungkan inovasi yang sesuai dengan teknologi modern. Keempat, kurangnya pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital menjadi hambatan dalam menerapkan Model *Marketing* 5.0 dengan baik. Terakhir, rendahnya partisipasi dan minat masyarakat, terutama generasi muda, perlu ditangani melalui pendekatan pemasaran yang tepat dan penciptaan pengalaman pertunjukan yang menarik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan serangkaian teknik interpretatif yang berusaha untuk menggambarkan, memecahkan kode, menerjemahkan, dan sebaliknya memahami makna, bukan frekuensi, dari fenomena tertentu yang terjadi secara alami di dunia sosial. Teknik kualitatif digunakan pada tahap pengumpulan data dan analisis data dari sebuah proyek penelitian. Dalam analisis data, penelitian kualitatif menggunakan analisis isi dari bahan tertulis atau rekaman yang diambil dari ekspresi pribadi oleh partisipan, pengamatan perilaku, dan pembekalan pengamat, serta studi artefak dan jejak bukti dari lingkungan fisik (Cooper dan Schindler, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan dengan teknik bibliografi. Menurut Evanirosa et al (2022) penelitian kepustakaan merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati secara mendalam terhadap tema yang spesifik untuk menemukan jawaban dari setiap permasalahan yang sedang diteliti. Data yang digunakan diperoleh dari buku dan artikel dalam jurnal ilmiah yang relevan dengan topik masalah yang diteliti. Data tersebut dianalisis dengan menggunakan pemikiran yang kritis dari para ahli dengan pendekatan konstruktif dan interpretasi pada isi pokok, serta dari laman internet.

Analisis data melalui pendekatan studi kepustakaan menggunakan teknik *conceptual review* dan pendekatan kualitatif bertujuan untuk membantu peneliti memperoleh gambaran terbaru dan terstruktur tentang literatur yang relevan dalam cakupan yang spesifik, serta memberikan nilai tambah dalam tinjauannya (Wee dan Banister, 2016). Ridley (2012) menyatakan bahwa tinjauan kepustakaan dapat memberikan pemahaman tentang konteks, perdebatan, dan isu-isu terkini. Konseptual review merujuk pada proses sintesis konsep yang dapat berkontribusi pada pemahaman suatu isu (Petticrew dan Roberts, 2008). Dalam penelitian ini, metode tersebut digunakan untuk mengumpulkan berbagai literatur akademis yang relevan dengan topik yang dibahas, yaitu pengembangan model *marketing* 5.0 melalui pertunjukan wayang kulit, sehingga dapat memperoleh pemahaman baru sehingga interpretasi data dapat diungkap.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemajuan teknologi telah signifikan bagi pertunjukan wayang kulit. Dengan adanya televisi, live streaming, dan media digital lainnya, pertunjukan wayang kulit dapat diakses secara global. Ini memungkinkan penonton dari berbagai negara untuk menikmati seni dan budaya Indonesia tanpa harus hadir secara fisik. Akses yang lebih luas juga mempromosikan dan melestarikan seni ini secara global. Selain itu, teknologi memberikan fleksibilitas kepada penonton untuk menonton pertunjukan di mana saja dan kapan saja sesuai keinginan mereka. Interaksi langsung antara pemain dan penonton, serta penggunaan teknologi modern dalam pertunjukan, juga meningkatkan kualitas dan pengalaman penonton. Pemanfaatan teknologi digital juga memungkinkan penyimpanan dan pengarsipan pertunjukan untuk pelestarian dan pembelajaran di masa depan. Secara keseluruhan, kemajuan teknologi telah membawa dampak positif dalam pertunjukan wayang kulit. Dengan akses yang lebih luas melalui media elektronik, pertunjukan wayang kulit dapat mencapai khalayak yang lebih besar. Hal ini berdampak positif dalam mempromosikan dan melestarikan seni dan budaya Indonesia secara global. Orang-orang yang sebelumnya tidak mengetahui tentang wayang kulit dapat menonton pertunjukan ini dan mengembangkan minat serta apresiasi terhadapnya.

Fungsi Marketing 5.0 Melalui Seni Pertunjukan Wayang Kulit

Marketing 5.0 adalah pendekatan *marketing* yang berfokus pada nilai-nilai kebudayaan dan pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks seni dan budaya tradisional seperti pertunjukan wayang kulit, kampanye *marketing* yang mengadopsi pendekatan *Marketing 5.0* dapat memiliki dampak positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperkuat apresiasi terhadap warisan budaya mereka. Kampanye yang sukses akan memusatkan perhatian pada nilai-nilai kebudayaan yang mendasari pertunjukan wayang kulit, seperti kearifan lokal, keunikan, dan kesinambungan budaya. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai media, seperti iklan, acara promosi, konten digital, dan kolaborasi dengan komunitas lokal. Pada tahap awal kampanye, pendekatan edukatif sangat penting. Masyarakat perlu memahami asal-usul, sejarah, dan pentingnya pertunjukan wayang kulit dalam budaya mereka. Melalui materi edukatif yang menarik, seperti video dokumenter, artikel, dan acara diskusi, masyarakat dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang seni dan budaya wayang kulit. Selain itu, kampanye juga harus menekankan keunikan dan keindahan pertunjukan wayang kulit. Menggunakan media visual yang menarik dan cerita yang kuat, seperti gambar-gambar dan video pendek, dapat memikat perhatian masyarakat dan menggugah rasa ingin tahu mereka untuk mengetahui lebih banyak tentang pertunjukan ini.

Marketing 5.0 melibatkan penggunaan berbagai platform dan media untuk mencapai audiens yang lebih luas. Dalam konteks pertunjukan wayang kulit, pemanfaatan teknologi modern dapat memberikan cara baru yang menarik untuk menghadirkan seni tradisional ini kepada berbagai kalangan, termasuk generasi muda. *Marketing 5.0* juga dapat memfasilitasi kolaborasi antara seniman wayang kulit tradisional dengan seniman modern dari berbagai bidang seni. Konsep *Marketing 5.0* menekankan pada interaksi dan keterlibatan dengan konsumen, serta memanfaatkan teknologi dan media baru untuk mencapai tujuan *marketing*. Dalam hal ini, kolaborasi antara seniman wayang kulit tradisional dan seniman modern dapat menghasilkan pertunjukan yang inovatif dan menarik. Misalnya, seniman musik bisa membuat komposisi musik baru yang menyesuaikan dengan cerita dan karakter dalam pertunjukan wayang kulit. Seniman tari bisa menyelaraskan gerakan tari dengan permainan wayang kulit, menciptakan pertunjukan yang unik dan menyentuh. Seniman seni visual juga bisa berkontribusi dengan menciptakan proyeksi visual atau instalasi seni yang memperkaya pengalaman pertunjukan wayang kulit. Kolaborasi semacam ini memiliki potensi untuk menarik penonton yang lebih luas, termasuk generasi muda yang mungkin tidak terlalu akrab dengan seni wayang kulit tradisional. Dengan menggabungkan elemen-elemen modern dalam pertunjukan wayang kulit, citra wayang kulit dapat diperbarui dan dianggap sebagai bentuk seni yang relevan dan menarik bagi masyarakat saat ini.

Tabel 1. Penggunaan Platform Internet

JENIS	PENJELASAN
Media Sosial	Platform media sosial seperti <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , dan <i>youtube</i> dapat digunakan untuk membagikan cuplikan pertunjukan wayang kulit, di balik layar proses pembuatan pertunjukan, serta cerita dan pesan yang ingin disampaikan. Konten yang menarik dan terkait dengan generasi muda dapat membantu meningkatkan minat dan partisipasi mereka
Website	Membuat website yang menarik dan informatif tentang pertunjukan wayang kulit dapat memberikan informasi tentang sejarah, karakter, dan cerita yang terkait dengan pertunjukan. Website ini juga dapat digunakan untuk menjual tiket pertunjukan, menjalin koneksi dengan audiens, dan berbagi berita terbaru tentang pertunjukan yang akan datang
Aplikasi Mobile	Pengembangan aplikasi mobile khusus untuk pertunjukan wayang kulit dapat memberikan pengalaman interaktif kepada pengguna. Aplikasi ini dapat menampilkan konten tambahan seperti cuplikan video, musik, ilustrasi, dan informasi terkait. Selain itu, aplikasi juga dapat memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan pertunjukan, seperti memilih

Virtual Reality (VR) dan Augmented Reality (AR)

sudut pandang kamera atau berpartisipasi dalam voting terkait alur cerita

Teknologi VR dan AR dapat digunakan untuk menciptakan pengalaman pertunjukan wayang kulit yang imersif. Melalui headset VR, pengguna dapat merasakan sensasi hadir dalam pertunjukan wayang kulit secara virtual. AR juga dapat digunakan untuk menyajikan pertunjukan wayang kulit dalam konteks dunia nyata, misalnya dengan menempatkan karakter wayang di sekitar pengguna melalui kamera smartphone mereka

Melalui platform streaming langsung seperti *youtube* atau *twitch*, pertunjukan wayang kulit dapat disiarkan secara real-time kepada audiens yang lebih luas. Ini memungkinkan orang-orang dari berbagai tempat dan bahkan negara yang berbeda untuk menyaksikan pertunjukan secara langsung tanpa harus berada di tempat acara

Live Streaming

Sumber: Penulis Tahun 2023.

Marketing 5.0 juga dapat memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk mempromosikan kolaborasi ini kepada khalayak yang lebih luas. Video pendek, teaser, atau behind-the-scenes dari proses kolaborasi dapat diposting dan dibagikan secara online, meningkatkan eksposur dan minat terhadap pertunjukan wayang kulit yang diperbarui ini. Dengan memadukan warisan budaya tradisional dengan elemen-elemen kontemporer, kolaborasi semacam ini tidak hanya menghasilkan pertunjukan yang menarik, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam memperbarui dan mempromosikan seni wayang kulit kepada generasi yang lebih muda dan masyarakat umum. Dengan menggunakan *marketing 5.0*, pertunjukan wayang kulit dapat dikenal lebih luas dan memperoleh daya tarik wisata yang lebih besar. *Marketing 5.0* mengacu pada pendekatan *marketing* yang melibatkan interaksi aktif dengan konsumen dan memanfaatkan teknologi terkini untuk mencapai tujuan *marketing*.

Tabel 2. Kolaborasi Pertunjukan

JENIS STRATEGI	PENJELASAN
Penggunaan media sosial	Memanfaatkan platform media sosial seperti <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , dan <i>youtube</i> untuk membagikan cuplikan pertunjukan wayang kulit, cerita di balik layar, dan wawancara dengan seniman wayang kulit. Ini akan membantu menarik minat dan perhatian khalayak yang lebih luas
Konten digital interaktif	Membuat konten digital interaktif seperti permainan online atau aplikasi mobile yang melibatkan pengguna dengan cerita dan karakter dalam pertunjukan wayang kulit. Hal ini akan meningkatkan keterlibatan pengunjung dan memperluas pemahaman mereka tentang budaya dan tradisi wayang kulit
Kolaborasi dengan influencer dan <i>travel blogger</i>	Melibatkan influencer atau travel blogger lokal untuk mengalami dan membagikan pengalaman mereka dalam pertunjukan wayang kulit. Hal ini dapat membantu menciptakan <i>buzz</i> positif di antara komunitas online mereka dan menarik minat pengikut mereka untuk mengunjungi pertunjukan
Event khusus dan festival wayang kulit	Mengorganisir event khusus dan festival wayang kulit yang melibatkan pertunjukan langsung, lokakarya, dan pameran. Ini tidak hanya akan menarik wisatawan, tetapi juga menciptakan kesempatan bagi seniman dan pengrajin lokal untuk berinteraksi langsung dengan pengunjung dan memperoleh pengakuan
Kerjasama dengan industri pariwisata lokal	Bekerjasama dengan asosiasi pariwisata setempat, agen perjalanan, dan penyedia akomodasi untuk memasarkan pertunjukan wayang kulit kepada wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Mengintegrasikan pertunjukan wayang kulit dalam paket wisata atau menyediakan informasi yang jelas tentang pertunjukan dalam brosur dan situs <i>web</i> pariwisata akan membantu meningkatkan daya tarik dan keterjangkauan pertunjukan

Sumber: Penulis Tahun 2023.

Dengan menerapkan strategi *marketing 5.0* ini, pertunjukan wayang kulit dapat mencapai audiens yang lebih luas, menarik minat wisatawan, dan memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas lokal. Selain itu, hal ini juga akan memberikan pengakuan dan penghidupan yang lebih baik bagi seniman dan pengrajin wayang kulit lokal.

Implementasi *Marketing 5.0* Oleh Dalang Wayang Kulit

Beberapa dalang kondang di Jawa telah menerapkan *marketing 5.0* dengan menggunakan

platform *youtube* untuk *live streaming* pertunjukan mereka, itu menunjukkan adaptasi yang baik terhadap tren teknologi dan perubahan perilaku konsumen. dengan menggunakan *youtube* sebagai *platform live streaming*, dalang dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan pertunjukan mereka. Ini memungkinkan mereka untuk berkomunikasi langsung dengan penggemar mereka, memberikan pengalaman yang lebih personal dan interaktif. Melalui *live streaming*, dalang dapat menampilkan pertunjukan mereka secara real-time, memberikan kesempatan kepada penggemar untuk mengirimkan komentar, pertanyaan, atau memberikan umpan balik langsung. Hal ini membantu dalam membangun keterlibatan dan hubungan yang lebih dekat dengan penggemar mereka. Selain itu, penggunaan platform *youtube* juga memberikan keuntungan dalam hal arsip dan distribusi konten. Pertunjukan yang disiarkan secara langsung dapat diunggah sebagai video yang dapat diakses kembali oleh penggemar di masa mendatang. Dengan adanya *marketing 5.0*, dalang dapat menggunakan data dan analitik *youtube* untuk memahami lebih baik preferensi penggemar mereka, mengukur kinerja pertunjukan mereka, serta mengoptimalkan strategi *marketing* dan promosi mereka. Ini adalah contoh bagaimana dalang di Jawa dapat memanfaatkan teknologi dan platform digital seperti *youtube* dalam menerapkan *marketing 5.0* untuk memperluas pengaruh mereka, memperkuat hubungan dengan penggemar, dan meningkatkan pengalaman pertunjukan.

Tabel 3. Data Dalang Di Platform Youtube

NO	NAMA DALANG	CHANNEL	JUMLAH SUBSCRIBER
1	Alm Ki Seno Nugroho	Dalang Seno	730.000
2	Ki Anom Dwijokangko, S.Sn	Dalang kangko	279.000
3	Alm Ki Seno Nugroho	PWKS LIVE	246.000
4	Ki Eko Kondho Prisdianto	KI EKO PRISDIANTO OFFICIAL	153.000
5	Ki Sigid Ariyanto, S.Sn	Sigid Channel	99.500
6	Ki Yusuf Ansor. K	Ki Yusuf Anshor.K	60.600
7	Ki Eko Suwaryo	KI EKO SUWARYO	52.900
8	Ki K.R.T Yakut Jedher	Dalang jedher	27.700
9	Ki MPP Bayu Aji	Bayu Aji SBA TV	20.000
10	Ki Sikin Hadi Warsono	Ki Sikin Hadi Warsono	4.450

Sumber: You tube Per 30 Mei 2023.

Para dalang yang tercantum di atas merupakan contoh dalang yang telah berhasil mengadopsi teknologi *marketing 5.0* dengan menggunakan platform *youtube* sebagai media untuk melakukan siaran langsung pertunjukan wayang. Dalam era digital ini, *youtube* telah menjadi salah satu platform yang paling populer dan efektif untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Dengan memiliki saluran *youtube*, para dalang dapat mengunggah video pertunjukan wayang mereka secara berkala. Mereka juga dapat melakukan siaran langsung atau *livestreaming* pertunjukan langsung kepada penonton di seluruh dunia. Melalui platform ini, para dalang dapat memperoleh keuntungan dari kemampuan *youtube* untuk menyediakan konten video yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan dari mana saja. Teknologi *marketing 5.0* membuka peluang baru bagi para dalang untuk memanfaatkan kekuatan *youtube* sebagai alat pemasaran yang efektif. dengan memiliki *channel youtube*, para dalang dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan mereka dengan audiens. mereka dapat mengunggah cuplikan pertunjukan, cuplikan di belakang layar, wawancara, dan konten terkait lainnya untuk memperkenalkan seni wayang kepada khalayak yang lebih luas. selain itu, para dalang dapat berinteraksi langsung dengan penggemar mereka melalui komentar, chat, atau fitur sosial media lainnya yang disediakan oleh *youtube*. ini memungkinkan mereka untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan penggemar, mendapatkan umpan balik, dan memahami preferensi serta kebutuhan penonton mereka. dengan demikian, para dalang dapat memperbaiki pertunjukan mereka dan menyediakan konten yang lebih menarik dan relevan bagi penggemar mereka.

Channel youtube juga memberikan kesempatan bagi para dalang untuk mengembangkan basis penggemar mereka. penonton dapat berlangganan saluran dalang favorit mereka dan menerima notifikasi saat ada video baru atau siaran langsung. dengan adanya fitur ini, para

dalang dapat membangun komunitas yang kuat di sekitar saluran *youtube* mereka, memperluas jangkauan dan dampak mereka dalam industri seni wayang. dalam konteks teknologi *marketing* 5.0, *youtube* juga merupakan sumber pendapatan yang signifikan bagi para dalang. melalui program mitra *youtube*, para dalang dapat memonetisasi konten mereka melalui iklan yang ditayangkan dalam video mereka. selain itu, mereka juga dapat memanfaatkan fitur super chat dan donasi untuk mengumpulkan pendapatan tambahan dari penggemar yang mendukung mereka.

KESIMPULAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak yang signifikan pada pertunjukan wayang kulit di Indonesia. Sebelumnya, pertunjukan wayang kulit terbatas pada daerah tertentu dan penonton harus hadir secara fisik di lokasi pertunjukan. Namun, dengan adanya media seperti televisi dan internet, pertunjukan wayang kulit kini dapat diakses oleh penonton dari seluruh dunia. Melalui televisi, pertunjukan wayang kulit dapat disiarkan ke seluruh penjuru Indonesia, sehingga orang-orang di daerah yang sebelumnya tidak memiliki akses ke pertunjukan tersebut kini dapat menikmatinya secara langsung dari rumah mereka. Selain itu, dengan adanya live streaming melalui *youtube* dan platform lainnya, pertunjukan wayang kulit juga dapat diakses oleh penonton di seluruh dunia. Ini memberikan kesempatan bagi orang-orang di luar Indonesia untuk mengenal dan menikmati seni dan budaya Indonesia tanpa harus berada di lokasi pertunjukan secara fisik.

Dampak positif lainnya adalah meningkatnya jangkauan pertunjukan wayang kulit. Sebelumnya, pertunjukan ini hanya terbatas pada komunitas lokal di Indonesia, tetapi sekarang dapat mencapai khalayak yang lebih besar. Hal ini dapat berdampak positif dalam melestarikan dan mempromosikan seni dan budaya Indonesia secara global. Banyak orang yang sebelumnya mungkin tidak pernah tahu tentang wayang kulit, kini dapat menonton pertunjukan tersebut dan mengembangkan minat serta apresiasi terhadapnya. Perkembangan teknologi juga memberikan fleksibilitas kepada penonton. Dengan televisi dan internet, penonton dapat menonton pertunjukan wayang kulit di mana saja dan kapan saja sesuai dengan ketersediaan waktu mereka. Mereka tidak lagi terikat pada jadwal pertunjukan yang ditentukan oleh dalang atau tempat pertunjukan. Hal ini sangat menguntungkan bagi mereka yang memiliki jadwal yang sibuk atau tinggal di lokasi yang jauh dari tempat pertunjukan wayang kulit.

Penggunaan teknologi modern juga telah meningkatkan kualitas pertunjukan wayang kulit. Penggunaan proyektor, peningkatan teknologi suara, pencahayaan yang lebih canggih, dan efek visual khusus telah memberikan pengalaman yang lebih baik bagi penonton. Selain itu, kemajuan dalam penyimpanan dan pengarsipan digital memungkinkan pertunjukan wayang kulit dapat direkam dan disimpan secara akurat, yang memungkinkan pelestarian budaya dan warisan seni ini. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah cara kita menikmati, mengakses, dan mempelajari pertunjukan wayang kulit. Aksesibilitas yang lebih luas, interaksi langsung, penggunaan teknologi dalam pertunjukan, dan kemungkinan penyimpanan dan pengarsipan digital semuanya telah membuka jalan bagi perkembangan dan pelestarian seni tradisional ini di era modern.

Model *Marketing* 5.0 telah membuktikan dirinya sebagai strategi yang efektif dalam kampanye pemasaran yang bertujuan untuk mempromosikan pertunjukan wayang kulit. Dengan fokus pada nilai-nilai kebudayaan dan pemberdayaan masyarakat, kampanye ini telah berhasil mencapai dampak positif yang signifikan. Salah satu komponen penting dari kampanye ini adalah pendekatan edukatif. Melalui penggunaan materi edukatif yang menarik seperti video dokumenter, artikel, dan acara diskusi, masyarakat diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang asal-usul, sejarah, dan pentingnya pertunjukan wayang kulit dalam budaya mereka. Dengan memperkuat pemahaman ini, masyarakat dapat mengembangkan rasa memiliki terhadap warisan budaya mereka sendiri.

Kampanye ini juga menekankan keunikan dan keindahan pertunjukan wayang kulit. Melalui penggunaan media visual yang menarik dan cerita yang kuat, seperti gambar dan video pendek, kampanye ini mampu menarik perhatian masyarakat dan menggugah rasa ingin tahu

mereka. Dengan cara ini, minat masyarakat terhadap pertunjukan wayang kulit dapat ditingkatkan dan mereka akan lebih tertarik untuk menggali lebih dalam tentang seni dan budaya ini. Selain itu, kampanye ini juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pertunjukan wayang kulit. Dengan mengorganisir workshop, kelas, atau pertunjukan langsung yang melibatkan masyarakat, mereka diberikan pengalaman langsung dan dapat merasakan serta memahami lebih dalam keunikan dan keindahan pertunjukan wayang kulit. Melalui partisipasi ini, masyarakat dapat merasa terlibat secara personal dalam melestarikan budaya mereka dan memastikan kelangsungan pertunjukan wayang kulit bagi generasi mendatang. Pemanfaatan teknologi modern juga menjadi komponen penting dalam kampanye ini. Kolaborasi antara seniman wayang kulit tradisional dengan seniman modern dari berbagai bidang seni menciptakan pertunjukan yang inovatif dan menarik. Dengan memadukan elemen-elemen modern dalam pertunjukan wayang kulit, citra wayang kulit dapat diperbarui dan dianggap relevan dan menarik oleh generasi muda. Selain itu, penggunaan platform digital dan media sosial memungkinkan kampanye ini mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan eksposur dan minat terhadap pertunjukan wayang kulit yang diperbarui ini.

Implementasi Model *Marketing* 5.0 memiliki dampak positif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan minat terhadap pertunjukan wayang kulit di era digital. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses teknologi masih perlu diperhatikan dan diatasi agar lebih banyak kelompok pertunjukan dapat mengadopsi dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan model tersebut. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pengembangan infrastruktur digital yang lebih baik serta peningkatan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan kelompok pertunjukan wayang kulit. Dan akhirnya Kampanye pemasaran yang mengadopsi pengembangan model *Marketing* 5.0 telah membawa dampak positif dalam meningkatkan kesadaran, apresiasi, dan partisipasi masyarakat terhadap pertunjukan wayang kulit. Dengan membangun pemahaman yang lebih baik tentang warisan budaya mereka sendiri, masyarakat dapat merasakan kebanggaan terhadap seni dan budaya mereka serta memastikan kelangsungan dan pelestariannya bagi generasi mendatang.

REFERENCE

- Chan, A (2021). Bedah Buku Marketing 5.0. Published by researchgate.net.
- Cooper, D. R, dan P. S Schindler. 2014. *Business Research Methods*. Twelfth. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Dwiyama, F. (2021). "Pemasaran Pendidikan Menuju Era Revolusi Industri 5.0" *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, volume. 11 (1). Hal 24-34.
- Evanirosa., Bagenda, Christina., Hasnawati., Annova, Fauzana., Azizah, Khisna., Nursaeni., Maisarah., Asdiana., Ali, Ramsah., Shobri, Muwafiqus., Adnan, Muhammad. (2022). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research)*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20211116163914-277-721967/perjalanan-wayang-kulit-indonesia-diakui-unesco>.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology For Humanity*. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Petticrew, Mark, and Helen Roberts. 2008. *Systematic reviews in the Social Sciences: A Practical Guide*. <https://doi.org/10.1002/9780470754887>.
- Ramli, Tasya Safiranita, Ahmad M Ramli, Huala Adolf, Eddy Damian, Miranda Risang Ayu Palar. 2020. "Over-The-Top Media in Digital Economy and Society 5.0." *Journal of Telecommunications and the Digital Economy* 9 (3): 60-67. <https://doi.org/10.18080/jtde.v8n3.241>.

Ridley, Diana. (2012). *The Literature Review: A Step-by-Step for Students*. London: Sage Publications.

https://www.mculture.go.th/mculture_th/download/king9/Glossary_about_HM_King_Bhumibol_Adulyadej's_Funeral.pdf.

Setiawan, A., & Warsito, H. (2019). *Marketing Seni Wayang Kulit Purwa Melalui Media Sosial (Studi Pada Kelompok Wayang Kulit Purwa Dalang Ki Enthus Susmono)*. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 1(2).

Wee, Bert Van, and David Banister. (2016). "How to Write a Literature Review Paper?" *Transport Reviews* 36 (2): 278-88 . <https://doi.org/10.1080/01441647.2015.1065456>.