

**Upaya Promosi Kesenian Tari Gending Sriwijaya Sebagai Objek Dan Daya Tarik
Wisata Budaya di Kota Palembang Sumatera Selatan**

Arifah Inayah Wulandari¹, Budi Purnomo², Michelle Risha Purwanty S.³

¹Mahasiswa, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

²Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

³Dosen, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta

ABSTRAK

Kesenian Tari Gending Sriwijaya merupakan tari sambut yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Selatan. Keunikan dan kemewahan yang melekat pada kesenian ini sarat dengan sejarah yang menjadikannya sangat menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Bentuk upaya promosi kesenian tari Gending Sriwijaya yang dilakukan oleh Dinas Kesenian Sumatera Selatan, (2) Faktor-faktor yang menjadi kendala dalam mempromosikan kesenian tari Gending Sriwijaya, dan (3) Upaya pengembangan potensi kesenian tari Gending Sriwijaya. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan disertai beberapa analisis lainnya seperti pendekatan 4A, analisis SWOT dan Matriks SWOT. Dari hasil pengolahan data, maka didapatkan hasil (1) Potensi yang dimiliki kesenian Tari Gending Sriwijaya dapat ditemukan dalam gerak dan latar belakang yang mengikutinya, (2) Kendala yang ditemukan dalam promosi kesenian Tari Gending Sriwijaya dapat ditanggulangi dengan mengoptimalkan sumber daya, serta (3) Upaya promosi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan teknologi serta pengadaan pagelaran seni baik nasional maupun internasional. Hasil analisis data yang diolah dalam pembahasan disimpulkan bahwa kesenian tari Gending Sriwijaya memiliki potensi besar sebagai objek dan daya tarik wisata budaya dan juga mampu bersaing dengan kesenian lainnya. Disisi lain kesenian ini memiliki nilai pendidikan yang tinggi terhadap sejarah masa lampau.

Kata kunci: Upaya Promosi, Tari Gending Sriwijaya, Wisata Budaya

PENDAHULUAN

Warisan Budaya Takbenda Indonesia merupakan bukti perkembangan kebudayaan masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, untuk melestarikannya adalah mengetahui, mengenali sehingga terbangun rasa memiliki dan menghargai warisan budaya tersebut. Seperti kata pepatah "tak kenal maka tak sayang".Selanjutnya pelestarian terhadap warisan budaya takbenda dapat dilakukan dalam bentuk perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan.

Kesenian merupakan warisan budaya "tak benda" yang berarti meliputi segala praktek, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, serta alat-alat, benda (alamiah), artefak dan ruang-ruang budaya terkait dengannya, yang diakui oleh berbagai komunitas, kelompok, dan dalam hal tertentu perseorangan sebagai bagian warisan budaya mereka. Warisan budaya takbenda ini, yang diwariskan dari generasi ke generasi, senantiasa diciptakan kembali oleh berbagai

komuniti dan kelompok sebagai tanggapan mereka terhadap lingkungannya, interaksinya dengan alam, serta sejarahnya, dan memberikan mereka rasa jati diri dan keberlanjutan, untuk memajukan penghormatan keanekaragaman budaya dan daya cipta insani.

Dengan semakin maraknya kompetisi *dance* di berbagai daerah yang mengkolaborasikan musik modern dengan gerakan yang begitu keras, kesenian tradisional yang telah ada menjadi semakin tenggelam. Antusiasme dan minat masyarakat umumnya dan remaja khususnya telah banyak teralihkan oleh budaya modern dari barat.

Seiring dengan semakin majunya teknologi di segala aspek kehidupan masyarakat, mengakibatkan banyaknya pergeseran yang membuat masyarakat tidak sadar dengan hal baru yang mereka miliki (teknologi) membuat mereka juga kehilangan sesuatu yang pernah dimilikinya (budaya). Benturan yang terjadi dalam dinamika kehidupan masyarakat banyak menjadikan terpecahnya suatu kebudayaan menjadi komponen-komponen kecil yang dikembangkan menjadi sesuatu yang ideal untuk menarik minat orang yang dikehendaki.

LANDASAN TEORI

Definisi Pariwisata

Pariwisata menurut undang-undang RI No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata dewasa ini merupakan ajang mega bisnis. Jutaan orang rela mengeluarkan triliunan dollar Amerika,

meninggalkan rumah dan pekerjaan hanya untuk memuaskan diri (*pleasure*) dan untuk menghabiskan waktu luang (*leisure*). “*The activities of persons travelling to and staying in place outside their usual environment for not more than one consecutive years for leisure, business and other purposes*” (WTO dalam Richardson & Flicker, 2004: 6).

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan wisata dimana didalamnya telah mencakup semua komponen pendukung yang diperlukan oleh pelaku pariwisata yang bertujuan untuk memberikan pengalaman baru bagi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah, kota atau negara.

Definisi Promosi

Dalam promosi diperlukan strategi, strategi promosi yang dikemukakan oleh Swastha (1999: 239) *promotion mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi lainnya, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan. Komponen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Periklanan

Yaitu bentuk penyajian dan promosi non pribadi tentang ide barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.

2. *Personal Selling*

Penyajian informasi secara lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih pembeli yang ditujukan untuk mencapai target penjualan.

3. Promosi Penjualan

Yaitu suatu kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain

peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

4. Publisitas

Yaitu usaha mendorong permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor yang tidak dibebani biaya secara langsung.

Jadi jelas kiranya bahwa dalam promosi tidak dapat lepas dari faktor-faktor yang mengikat dalam menentukan kombinasi terbaik, guna memperoleh efektivitas yang terbaik dalam pemasaran.

Klasifikasi Pariwisata

Banyak jenis pariwisata yang ada di dunia ini. Host and Guest (1989) dalam Kusumaningrum (2009: 3) mengklasifikasikan jenis pariwisata sebagai berikut:

1. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*), yaitu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
2. Pariwisata Budaya (*Cultural Tourism*), yaitu perjalanan untuk meresapi atau untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
3. Pariwisata Rekreasi (*Recreation Tourism*), yaitu kegiatan pariwisata yang berkisar pada olahraga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak sosial dengan suasana santai.
4. Pariwisata Alam (*Eco Tourism*), yaitu perjalanan ke suatu tempat yang relatif masih asli atau belum tercemar, dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, menikmati pemandangan, tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
5. Pariwisata Kota (*City Tourism*), yaitu perjalanan dalam suatu kota untuk menikmati pemandangan, tumbuhan

dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.

6. *Resort City*, yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan persediaan tamasya lainnya.
7. Pariwisata Agro (*Agro Tourism* yang terdiri dari *Rural Tourism* atau *Farm Tourism*), yaitu merupakan perjalanan untuk meresapi dan mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan mengajak wisatawan memikirkan alam dan kelestariannya.

Definisi Wisatawan

Menurut WTO dalam Kusumaningrum (2009: 17) membagi wisatawan ke dalam tiga bagian, yaitu:

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh negara yang dikunjunginya.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - a. Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
 - b. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.
3. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di negara yang

dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa wisatawan (*tourist*) adalah seorang atau sekumpulan orang yang melakukan perjalanan dari daerah domisilinya selama kurun waktu tertentu guna mencari pengalaman yang menyenangkan dengan beberapa karakteristik tempat pilihan.

Pengertian Obyek dan Daya Tarik Wisata

Banyaknya kesenian tradisional yang dimiliki bangsa Indonesia, dan beraneka ragam jenis, bentuk, maupun isi adalah suatu hal yang menakjubkan apabila dikemas dengan tidak meninggalkan makna atau filosofi kesenian tradisional itu sendiri.

Kesenian tradisional adalah kesenian yang diciptakan oleh masyarakat banyak yang mengandung unsur keindahan yang hasilnya menjadi milik bersama (Alwi, 2003: 1038).

Berdasarkan nilai artistik garapannya, tari dibedakan menjadi tiga yaitu:

1. Tari Primitif, yaitu tarian yang sangat sederhana dalam arti belum mengalami penggarapan koreografis secara baik mulai dari bentuk gerakannya maupun iringannya, serta busana dan tata riasnya kurang diperhatikan. Tari primitif sudah jarang dipentaskan dan jarang dijumpai keberadaannya, kemungkinan hanya di daerah terpencil atau pedalaman saja.
2. Tari Klasik, yaitu tari yang sudah baku baik gerak, maupun iringannya. Oleh karena itu, tari klasik merupakan garapan kalangan raja atau bangsawan yang telah mencapai nilai artistik yang tinggi dan telah menempuh perjalanan yang cukup panjang.

3. Tari Rakyat, yaitu tarian yang sederhana dengan pola langkah dan gerakan badan yang relatif mudah dan sudah mengalami penggarapan koreografis menurut kemampuan penyusunnya. Tari rakyat terlahir dari budaya masyarakat pedesaan atau luar tembok Keraton, dan tidak mengacu pada pencapaian standar estetika yang setinggi-tingginya sebagaimana tari klasik (Humardani, 1983: 6).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang disebut sebagai tari tradisional adalah tari yang keberadaannya sudah cukup lama dalam kehidupan manusia. Tari tradisi sebagai bagian dari seni adalah wujud dari karya yang dihasilkan sejak puluhan tahun lalu.

Potensi Pengembangan Tari Tradisional di Indonesia

Seni tradisi bukan hanya sebagai seni praktis yang secara visual terlihat, tetapi dibalik itu semua dapat mengungkapkan perilaku manusia, yang tersusun dengan maksud tertentu (Suhartono 1981: 41). Banyak nilai yang dapat diambil dari yang terkandung dan terungkap melalui karya seni tradisional. Seni tradisi dapat memulihkan keseimbangan manusia dengan kehidupan. Bila secara wajar seni tradisi dapat digunakan untuk terapi, hiburan, atau sebagai ungkapan disiplin seni, maka dapat digunakan untuk alat sebagai proses atau sebagai produk dalam pendidikan (Suhartono 1981: 52).

Sisi yang menguntungkan saat ini, dengan terjadinya proses internasionalisasi dari masyarakat global adalah tambahan minat terhadap kebudayaan lain, di samping juga kemajuan dalam bidang transportasi dan teknologi yang berarti bahwa orang dari kelas menengah ke atas sekarang dapat pergi kemana-mana. Indonesia terkenal

sebagai negara yang paling menarik di bidang wisata budaya dibandingkan dengan negara lain di Asia Tenggara (Spillane 2001:10).

Upaya untuk memajukan kepariwisataan khususnya pariwisata minat khusus, perlunya kerjasama antara komunitas para seniman dan industri pariwisata. Kerjasama tersebut diantaranya dalam upaya penyelamatan kesenian tradisional yang dilakukan oleh pariwisata seperti batik, tarian klasik, tarian kerakyatan. Pemandu wisata harus berusaha secara kritis. Pihak seniman, pengelola seni maupun seniman perlu kerja yang terencana, dan terprogram, sehingga baik penyelenggara wisata maupun pengelola seni ada sinergi yang berkesinambungan.

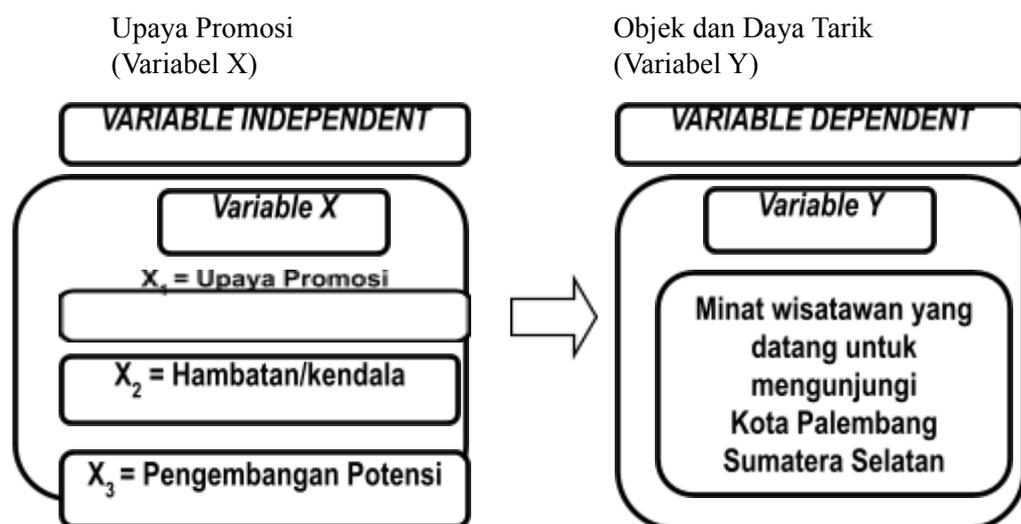
Kondisi Kesenian Tari Tradisional di Indonesia

Kesenian yang pendukungnya mulai surut pelan-pelan akan lenyap dari muka bumi dan akan tergantikan dengan jenis kesenian yang baru. Kondisi semacam ini adalah yang mengkhawatirkan. Hanya kesenian yang mampu beradaptasi dengan perubahanlah

yang akan tetap eksis. Adaptasi dengan perubahan zaman biasanya dilakukan dengan modifikasi agar sesuai dengan tuntutan zaman

Eksistensi kesenian tradisional sangat tergantung kepada bagaimana generasi tua dalam menyiapkan generasi penerus yang akan mengelola kesenian tradisional tersebut di kemudian hari. Jika mereka tidak menyiapkan regenerasi kesenian tradisional dengan baik, terutama untuk para pemainnya, maka masa depan kesenian tradisional tersebut akan terancam.

Banyak orang yang pesimis dengan masa depan kesenian tradisional. Masalahnya banyak kasus menunjukkan bahwa kesenian tradisional seolah-olah hidup segan mati tak mau akibat tergilas oleh zaman. Bagaimana dengan kesenian tradisional yang sudah terlanjur mati akibat desakan arus modernisasi? Seni tersebut bisa kita hidupkan kembali dengan modifikasi baru dan disesuaikan dengan selera yang baru pula. Tangan-tangan kreatif para seniman pasti mampu untuk menghidupkan kembali kesenian tradisional yang telah mati tersebut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa upaya promosi kesenian tari Gending Sriwijaya meliputi variabel independen antara lain upaya promosi, kendala/hambatan dan pengembangan kesenian tari Gending Sriwijaya berpengaruh terhadap terwujudnya kota Palembang Sumatera Selatan sebagai kota wisata kreatif yang dapat ditarik sebagai variabel dependen yaitu kota wisata kreatif.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hal ini disebabkan konsep upaya promosi kesenian tari Gending Sriwijaya merupakan bahan kajian yang sangat kualitatif. Hasil dari penelitian ini nantinya berupa analisa data-data kualitatif yang akan penulis gunakan untuk mendeskripsikan tentang upaya promosi kesenian tari Gending Sriwijaya sebagai objek dan daya tarik wisata budaya di Kota Palembang Sumatera Selatan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah segala hal yang terdapat dalam komponen kesenian Tari Gending Sriwijaya, yaitu tokoh seni tari, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pemilik

sanggar tari, penari dan masyarakat sekitar.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yakni memilih narasumber yang mengetahui dan memahami seluk beluk sumber data. Sedangkan sampelnya peneliti mengambil sampel 6 orang, yakni Drs. H. Z. Khusni Karana selaku Tokoh Seni Tari Sumatera Selatan yang juga merupakan seorang mantan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lahat, Ibu Sari Aprilianti, S.Sn selaku staf Dinas Pariwisata bidang Kesenian Daerah Sumatera Selatan dan pemilik sanggar tari Nusa Kirana, Paramitha Utami selaku penari Gending Sriwijaya, Ayu dan Fitri yang merupakan masyarakat setempat.

Teknik Analisis

Data yang penulis peroleh dari lapangan akan dianalisa lebih lanjut untuk mencari cara pemecahan masalahnya. Analisis akan disajikan dalam bentuk tulisan deskriptif kualitatif, yaitu mempelajari, mengumpulkan data, dan menggambarkan objek penelitian untuk mendapatkan gambaran/data sebagai sumber informasi yang berhubungan dengan “Upaya Promosi Kesenian Tari Gending Sriwijaya Sebagai Objek dan Daya Tarik Budaya di Kota Palembang”.

Tabel 1.Data Hasil Observasi Kesenian Tari Gending Sriwijaya berdasarkan Pendekatan Analisis 4A

No	Komponen	Keterangan
1	Atraksi	

	a. Alam Sungai Musi dan bentang alam di Provinsi Sumatera Selatan	Terletak di jantung Kota Palembang yang membelah Kota Palembang menjadi 2 bagian besar yaitu hulu dan hilir. Bentang alam di Provinsi Sumatera Selatan memberikan suguhan tersendiri bagi para pecinta wisata, dengan objek yang tidak kalah menarik dari objek wisata lainnya yang tersebar di seluruh penjuru Provinsi Sumatera Selatan.
	b. <i>Historical Kerajaan</i> Bumi Sriwijaya	Merupakan sejarah yang tidak dapat dilupakan, dimana kerajaan ini pernah memimpin Nusantara hingga namanya terdengar sampai ke Madagaskar. Dan peninggalan-peninggalan berupa candi tersebar hingga ke tanah Jawa.
	c. Budaya Kesenian Tari Gending Sriwijaya	Kesenian tari Gending Sriwijaya merupakan seni tari sambut di Provinsi Sumatera Selatan, dengan latar belakang sejarah yang panjang yang mengikuti penciptaan Gending Sriwijaya. Tersusun dari gerak lincah dengan pakaian adat lengkap menunjukkan keagungan Bumi Sriwijaya. Durasi yang dimainkan yaitu 15 menit. Kesenian Tari Gending Sriwijaya adalah salah satu kekayaan budaya yang terdapat di Provinsi Sumatera Selatan khususnya dan Indonesia pada umumnya. Menggambarkan kekhasan masyarakat Palembang dan citra diri dari bangsa Indonesia.
2.	Aksesibilitas	
	a. Transportasi	Transportasi menuju Provinsi Sumatera Selatan dapat ditempuh melalui jalur darat dan udara. Yang mana telah dihubungkan dan dilengkapi dengan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai sekaligus jalanan yang lancar. Dan dapat diakses dengan sangat mudah dari berbagai penjuru kota.
3.	Amenitas	

	a. Fasilitas	Tersedia lengkap fasilitas penunjang yang disediakan oleh Pemkot Provinsi Sumatera Selatan guna membantu para wisatawan yang datang, seperti akomodasi, tempat ibadah, dan fasilitas lainnya.
	b. Sarana Pendukung	Terdapat pusat kuliner sebagai pilihan wisata, taman kota, pusat perbelanjaan, pusat kerajinan tangan dan juga pusat informasi pariwisata.
4.	Aktivitas	
	a. Wisatawan	Kegiatan wisatawan ketika berkunjung ke Provinsi Sumatera Selatan adalah mengenal kembali kejayaan masa lampau Kota Palembang melalui situs-situs budaya yang ada di Provinsi Sumatera Selatan. Belajar memahami dan menarikan tari Gending Sriwijaya serta tari sambut lainnya yang ada di Provinsi Sumatera Selatan.
	b. Masyarakat	Masyarakat dapat membantu para wisatawan yang datang untuk memahami setiap objek yang ada di Provinsi Sumatera Selatan. Mengajarkan mereka tentang gerak daripada tari sambut Gending Sriwijaya dan tari sambut yang lainnya dan juga membantu mengelola kesenian yang telah ada dan melestarikan kebudayaan tersebut.

Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam upaya promosi kesenian tari Gending Sriwijaya sebagai objek dan daya tarik wisata budaya di Kota Palembang sesuai dengan pendapat Basu Swastha (1999: 239) bahwa sebuah promosi harus memiliki kombinasi strategi yang baik paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi lainnya, yang kesemuanya direncanakan untuk

mencapai program penjualan, sehingga sasaran yang dituju tertarik.

Promosi yang dilakukan dalam kesenian Tari Gending Sriwijaya ternyata harus lebih ditingkatkan. Potensi yang terdapat pada tari Gending Sriwijaya ini sangat besar jika dikembangkan, unik, dan menarik, sebagai tari yang sarat dengan latar belakang sejarah dan nilai-nilai sakral serta budayanya. Namun dalam hal promosinya masih menemukan kendala,

seperti kurangnya durasi waktu yang diberikan dalam pementasan tari Gending Sriwijaya, kurangnya minat remaja terhadap kesenian daerah, batasan pada peraturan Pemerintah yang menjadi kendala serta kekuatan kesenian ini, serta kurangnya kerjasama dari para *stakeholder* terhadap perkembangan kesenian tari Gending Sriwijaya ini sendiri.

Dengan adanya pengelolaan yang lebih baik dan terorganisir, diharapkan semua kendala yang ada dapat diatasi dengan baik. Disamping itu, perlu ditingkatkan pengemasan upaya promosi agar nilai budaya dibalik tari Gending Sriwijaya dapat lebih ditonjolkan.

Upaya yang dilakukan harus mengacu pada kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman (analisis SWOT) yang terdapat dalam kesenian tari Gending Sriwijaya sehingga dapat diupayakan pengembangan yang lebih kompleks. Dilihat dari upaya yang dilakukan Pemerintah baik pusat maupun daerah adalah dengan cara melindungi tari Gending Sriwijaya ini dengan beberapa peraturan baku yang mengharuskan untuk ditaati. Selain itu promosi yang dilakukan juga melalui festival-festival kesenian khususnya dalam kancah internasional. Studi banding sebagai pengenalan budaya daerah ke khalayak umum.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Bentuk upaya promosi yang dilakukan oleh pemerintah khususnya Dewan Kesenian Sumatera Selatan masih terbilang belum maksimal. Promosi tersebut masih bersifat standar seperti umumnya sebuah promosi. Dengan melihat dari sisi nilai budaya yang terkandung di dalam kesenian tari Gending Sriwijaya ini serta kesakralan tari ini

pemerintah dapat mengemas kembali kesenian tari Gending sriwijaya tersebut sebagai salah satu objek dan daya tarik wisata budaya di Kota Palembang.

2. Terdapat faktor kendala dalam pengembangan kesenian tari Gending Sriwijaya ini yang berasal dari faktor internal, yaitu Peraturan Pemerintah yang mengikat serta batasan-batasan tertentu yang menyatakan bahwa kesenian ini hanya boleh dipentaskan ketika penyambutan Presiden RI dan Wakil Presiden serta tamu agung dari luar negeri, durasi waktu yang kurang saat pementasan secara utuh, juga terdapat faktor eksternal yaitu kurangnya minat remaja dalam mengenal kesenian daerah, kurangnya minat sanggar tari dalam menggali kembali kesenian ini, kemudian kurangnya kerjasama dengan *stakeholder* dalam pemecahan solusinya.
3. Kesenian tari Gending Sriwijaya memiliki potensi wisata budaya yang menarik dan sarat dengan cerita/*story telling* dibalik penciptaanya. Jika pemerintah tidak dapat mengemas kesenian ini dengan baik serta mempersiapkan generasi penerus yang potensial maka dapat dimungkinkan bahwa kesenian ini akan tenggelam kemudian hilang juga dibutuhkan kerjasama yang baik dalam upaya pengembangan kesenian tari Gending Sriwijaya sehingga dapat bertahan mengikuti arus globalisasi tanpa menghilangkan originalitasnya.

Saran

1. Mengembalikan keutuhan kesenian tari Gending Sriwijaya secara keseluruhan (originalitas), seperti durasi waktu saat pementasan.

2. Memasukkan kesenian tari Gending Sriwijaya dalam agenda tahunan peringatan Hari Ulang Tahun Kota Palembang dengan asumsi pada saat itu pasti hadir tamu-tamu kenegaraan.
3. Pemerintah hendaknya lebih teliti dan tegas terhadap pelanggaran pementasan tari Gending Sriwijaya ini yang tidak mengikuti aturan atau prosedural yang telah ada.
4. Sumber daya manusia yang potensial harus dipersiapkan agar seni tari ini tidak meredup seperti halnya seni tari lain yang telah hilang.
5. Meningkatkan frekuensi promosi dengan mengadakan *workshop* dan seminar-seminar terbuka tentang kesenian daerah serta memperbanyak detail informasi tentang filosofi dan *story telling* tari Gending Sriwijaya.
6. Membuat seni tari Gending Sriwijaya sebagai salah satu pengembangan destinasi wisata budaya di Kota Palembang dengan menonjolkan *story telling* dibalik filosofi penciptaan tariannya.
7. Merangkul semua *stakeholder* agar dapat ikut serta dalam pengembangan kesenian tari Gending Sriwijaya tanpa melihat unsur SARA.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Cetakan kedua: Jakarta: Pradnya Paramita.
- Basu, Swastha DH, 1999. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Buchari, Alma. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Instruksi Presiden No. 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata.
- Johan, Hanafiah. 2002. *Makalah Untuk Diskusi Panel Kebudayaan*. Badan Pariwisata Sumatera Selatan.
- Kotler, Philip. 1996. *Marketing*. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari *Marketing Essential*). Diterjemahkan oleh : Penerbit Erlangga.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gajah Mada.
- Marpaung, Happy. 2000. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Spillane, James J. 1994. *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyono. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Wallace, Alfred Russel. 2015. *Sejarah Nusantara The Malay Archipelago*. Yogyakarta: Indoliterasi Group.
- WTO. 1980. *Social and Cultural impact of Tourist Movements*. World Tourism Organization. Madrid: WTO (Dikutip oleh Richardson & Flicker. 2004:6).
- Yoeti, Oka A. 1993. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sumatera_Selatan/2015

<http://tamanismailmarzuki/tokoh.co.id/tokoh/kumari.html>

<http://balitbangnovdasumsel.com/warisanbudaya/budaya/9>
www.sumselprov.go.id/mobile/index.php?module=content&id=1

<http://m-aulia-r.blogspot.com/?m=1/2015>