



STRATEGI PENGEMBANGAN URBAN NIGHT TOURISM STUDY CASE: RAMINTEN CABARET SHOW JOGJAKARTA

Andari Tirtadidjaja^{1*}, Rendy Sarudin¹

¹Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

History Article

Article history:

Received August 2, 2023
Approved December 2, 2023

Keywords:

city branding, tourist attraction, visit intention, raminten cabaret show, daya tarik wisata, minat berkunjung

ABSTRACT

The Raminten Cabaret Show is an entertainment-based tourist attraction that presents the humorous behavior of actors and actresses who appear on stage where visitors can see various parodies of various famous figures. This makes The Raminten Cabaret Show one of the unique Night Life Tourism Attractions or Urban Night Tourism in the City of Jogjakarta and provides adding values as City Branding to the City of Jogjakarta and can increase interest in visiting the city of Jogjakarta. This study uses a qualitative descriptive research method, namely by using primary data collection techniques through interviews with visitors to The Raminten cabaret show and in-depth literature study. The results of this study are strategies that can develop Urban Night Tourism in Jogjakarta by focusing on City Branding, Development of Tourist Attractions and Increasing visits to the city of Jogjakarta. The Raminten Cabaret Show can be used as an alternative for tourism in Jogjakarta because it has a style that is different from other types of tourism and can make City Branding Jogjakarta stronger as a tourist city that has various tourist attractions and can increase interest in visiting the city of Jogjakarta.

ABSTRAK

Raminten Cabaret Show adalah salah satu daya Tarik wisata berbasis hiburan yang menyajikan tingkah jenaka aktor dan aktris yang tampil di panggung disana pengunjung bisa melihat berbagai parodi berbagai tokoh terkenal hal tersebut menjadikan Raminten Cabaret Show menjadi salah satu Daya Tarik Wisata Malam atau Urban Night Tourism di Kota Jogjakarta yang unik dan memberikan adding values sebagai City Branding kepada Kota Jogjakarta serta dapat meningkatkan minat berkunjung ke kota Jogjakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif Kualitatif yaitu dengan menggunakan Teknik pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pengunjung raminten cabaret show serta studi pustaka secara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dapat mengembangkan Urban Night Tourism yang ada di Jogjakarta

dengan menitik beratkan kepada City Branding, Pengembangan Daya Tarik Wisata serta Peningkatan kunjungan dikota Jogjakarta. Raminten Cabaret Show dapat dijadikan alternatif pariwisata di Jogjakarta karena mempunya corak yang berbeda dengan jenis pariwisata lainnya serta dapat membuat City Branding Jogjakarta semakin kuat sebagai kota wisata yang memiliki daya Tarik wisata yang beragam dan dapat meningkatkan minat berkunjung ke kota Jogjakarta.

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: atirtadidjaja@bundamulia.ac.id

PENDAHULUAN

Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua di Indonesia setelah Bali. Berdasarkan Data yang dari Warta Jogja pada tahun 2022, terjadi kenaikan wisatawan yang sangat signifikan dengan total wisatawan sebanyak 5,1 Juta Wisatawan yang berkunjung ke Jogjakarta. Yogyakarta disamping dikenal sebagai sebutan kota perjuangan, pusat kebudayaan dan pusat pendidikan juga dikenal dengan kekayaan pesona alam dan budayanya. Destiniasi yang terkenal seperti candi Prambanan dan Ratu Boko, Keraton Kasultanan Yogyakarta Hadiningrat, Kota Tua Kota Gedhe, Makam Raja-raja Mataram Kota Gedhe, museum-museum, dan adat-istiadat serta kesenian tradisionalnya, sampai sekarang kekayaan tersebut masih terjaga/lestari. Begitu juga dengan potensi keindahan alam Yogyakarta yang sangat mempesona, seperti kawasan Kaliurang dan gunung Merapi, kawasan Nglanggeran, Tahura Bunder, puncak Suroloyo/ perbukitan Menoreh, gunung Gambar, pegunungan Karst, Gumuk Pasir, maupun keindahan pantai selatan.

Salah satu yang sedang dikembangkan Wisata Perkotaan, Urban Tourism adalah merupakan kegiatan pariwisata yang berlangsung di ruang dalam kota dengan atribut ekonomi selain pertanian, seperti administrasi, manufaktur, perdagangan dan jasa, juga transportasi. Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) mendeskripsikan rupa wisata urban adalah pengalaman melalui produk budaya, arsitektur, teknologi, sosial, dan alam yang luas dan beraneka ragam untuk liburan dan bisnis.

Salah satu Urban Night Tourism yang ada di Jogjakarta adalah Raminten Cabaret Show Kabaret berasal dari Prancis, namun sejarahnya juga pernah ada di Indonesia. Kabaret adalah sebuah wujud kebudayaan berupa pertunjukan atau pementasan budaya sebagai bentuk hasil karya intangible. Pementasan seni yang Kabaret berasal dari Dunia Barat yang muncul pada masa peralihan abad ke 20. Kabaret dapat berupa seni peran yang dibawakan secara lingsing , Kabaret juga dapat berupa musik, komedi dan seringkali sandiwara dan atau tari-tarian dengan ciri khas biasanya ditampilkan di restoran atau kelap malam dengan seting panggung pertunjukan dan penontonnya duduk mengelilingi meja-meja (sering kali sambil makan atau minum) dan menyaksikan pertunjukanya Raminten Cabaret Show adalah satu-satunya grup kabaret yang masih aktif di Indonesia Berlokasi di gedung yang juga menjadi restorannya di Jalan Malioboro, Yogyakarta, Raminten Cabaret Show digelar setiap Jumat dan Sabtu malam, dalam Raminten Show Dalam Raminten Cabaret Show menyajikan tingkah jenaka aktor dan aktris yang tampil di panggung disana pengunjung bisa melihat berbagai parodi berbagai tokoh terkenal seperti Beyonce, Rihanna, Anggun C. Sasmi, dan banyak lainnya. Hal tersebut menjadikan Raminten Cabaret Show Menjadi salah satu Daya Tarik Wisata Malam di Kota Jogjakarta yang menarik dan memberikan adding values bagi City Branding Kota Jogjakarta. Pariwisata adalah sector yang paling represntatif dalam mempromosikan serta menjadi identitas dari suatu kota tersebut. City Branding dari kota Jogjakarta adalah kota sangat kenal dengan adat

istiadat Jawa serta keramahan dari masyarakat menjadikan kota Jogjakarta salah satu pilihan berwisata bagi masyarakat. Daya tarik wisata merupakan unsur terkuat dalam pariwisata. Ketika adanya suatu hal yang menarik perhatian wisatawan tentunya membuat wisatawan ingin berkunjung. Raminten Cabaret Show menjadi objek wisata yang wajib dikunjungi oleh penikmat wisata Urban Night Tourism di Yogyakarta karena menjadi pembeda dari corak budaya yang kental yang ada di Yogyakarta dan sangat bisa dikembangkan untuk menjadikan Yogyakarta menjadi salah satu destinasi Urban Night Tourism di Indonesia. Oleh karena itu menjadi suatu ketertarikan tersendiri bagi penulis untuk meneliti mengenai pengembangan Urban Night Tourism di Kota Jogjakarta dengan mengangkat Raminten Cabaret Show dengan menitikberatkan kepada City Branding, Daya Tarik Wisata serta Minat Berkunjung ke Kota Jogjakarta.

METODE

1. Subjek Penelitian adalah Wisatawan yang berkunjung Raminten Cabaret Show serta masyarakat Jogjakarta.
2. Objek Penelitian adalah Raminten Cabaret Show yang beralamat di Jl. Margo Mulyo No.9, Ngupasan, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55122 memiliki konsep yang berbeda dari negara lain. Dimana para pemain cabaret show ini menggunakan konsep cross-dresser.
3. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode. Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang sistematis untuk meningkatkan sejumlah pengetahuan, juga merupakan suatu usaha yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban.

Untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini, Penulis menggunakan Metode Penelitian Deskriptif dengan pendekatan Kualitatif. Penelitian Deskriptif Kualitatif termasuk salah satu jenis penelitian kualitatif. Nazir (2014), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat hubungan antarfenomena yang diselidiki.

Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Berdasarkan sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview, observasi. Sedangkan sumber sekunder adalah data yang diperoleh/dikumpulkan dan

disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain, biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

Bila dilihat dari cara atau teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan gabungan keempatnya. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alamiah, sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperanserta dan wawancara mendalam (Sugiyono, 2019).

Berikut ini akan diuraikan beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh Peneliti, yaitu:

a. Teknik Observasi

Teknik ini memungkinkan peneliti menarik inferensi (kesimpulan) makna dan sudut pandang narasumber, kejadian, peristiwa, atau proses yang diamati. Lewat observasi ini, peneliti akan melihat sendiri pemahaman yang tidak terucapkan (*tacit understanding*), bagaimana teori digunakan langsung (*theory-in-use*) dan sudut pandang narasumber yang mungkin tidak terungkap lewat wawancara atau survei.

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2012). Adapun narasumber dalam melakukan wawancara adalah Pengunjung Raminten Cabaret Show

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada narasumber atau tempat, dimana narasumber bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya (Sukardi, 2015).

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih kredibel/dapat dipercaya (Sugiyono, 2019).

d. Studi Pustaka

Yaitu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, majalah-majalah, jurnal-jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian. Dalam studi pustaka penelitian ini, Peneliti menggunakan sumber buku-buku mengenai metodologi penelitian, kepariwisataan serta Jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. City Branding

City Branding didefinisikan sebagai manajemen yang memberikan citra pada sebuah wilayah yang mana akan dipercaya oleh wisatawan. Yogyakarta merupakan salah satu kota yang terkenal di Indonesia. Yogyakarta memiliki daya tarik wisatawan dikarenakan, Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota perjuangan, pusat Pendidikan, dan pusat kebudayaan, oleh karena itu menjadi salah satu kekayaan pesona alam dan kebudayaan. Menjadi keunikan

tersendiri Jogjakarta dalam mengembangkan Urban Night Tourism dengan pengaruh dalam Identitas Kota Jogjakarta atau City Branding keefektifitas pada City Branding di Yogyakarta yang berkaitan dengan Urban Night Tourism Raminten Cabaret Show, sebagai berikut :

a. Presence

Kehadiran Raminten Cabaret Show menjadi pembeda dari ragam daya Tarik wisata yang ada Jogjakarta dengan menggabungkan modernitas dan tradisional. Raminten Cabaret Show adalah sebuah pertunjukkan kabaret yang berisi berbagai penampilan mulai dari menyanyi, drama, komedi, dan lainnya yang tentunya sangat seru untuk ditonton. Hal ini merupakan salah satu bentuk implementasi dari sebuah strategi dimana dengan adanya kehadiran Raminten Carbaret Show dapat menjadi salah satu pembeda dari daya tarik wisata lainnya.

b. Potential

Raminten Cabaret Show sebuah peluang yang bisa dipertimbangkan secara internal maupun eksternal. Yogyakarta memiliki peluang sebagai Wisata alternatif yaitu Urban Night Tourism / Wisata Malam yang dikembangkan dengan segmentasi Wisatawan yang datang ke Jogjakarta untuk mencari hiburan. Hal tersebut merupakan implementasi strategi bahwa Yogyakarta memiliki potensi peluang sebagai wisata alternatif sebagai wisata malam / Urban Night Tourism.

c. Place

Raminten Cabaret Show berada di Gedung Hamzah Batik yang berada di Kawasan Malioboro yang menjadi jantung pariwisata di Kota Jogjakarta karean dekat Kawasan kuliner dan cagar budaya. Hal tersebut merupakan hasil implementasi strategi bahwa kawasan Malioboro merupakan jantung pariwisata bagi kota Jogjakarta, sehingga ramai oleh pengunjung.

d. People

Raminten Cabaret Show terdapat hiburan cross-dresser yang dimana para pemain menggunakan pakaian lawan jenisnya. Didukung dengan hospitality dari setiap artis cabaret yang sangat ramah terhadap setiap pengunjung dengan melakukan swafoto bersama sebagai bentuk engagement. Sehingga hal tersebut merupakan implementasi dari strategi sikap ramah tamah yang dapat dilihat dari pengunjung dapat berswafoto dengan para pemain Raminten.

e. Pulse

Raminten Cabaret Show menjadi daya tarik pada sebuah kota yang bisa menarik wisatawan untuk datang/dicari oleh Wisatawan karena kunikan dari cabaret show yang dibalut dengan khas budaya jawa dan sedikit sentuhan modern yang membuat caberet ini banyak digandrungi oleh masyarakat. Sehingga hal tersebut merupakan implementasi dari strategi masyarakat Yogyakarta maupun masyarakat luar kota yang bersifat heterogen dengan berbagai macam latar belakang.

f. Prerequisite

Raminten Cabaret Show Fasilitas pendukung yang ada di Raminten Cabaret Show adalah Toko oleh-oleh dan souvenir, Makanan, Toilet yang bersih serta didukung di area pariwisata Malioboro dengan banyaknya hotel-hotel disekitar area. Sehingga hal tersebut merupakan implementasi dari strategi berbagai macam fasilitas yang disediakan seperti adanya toko souvenir yang menyediakan oleh-oleh makanan, toilet, serta akomodasi.

2. Daya Tarik Wisata Raminten Cabaret Show

Daya Tarik Wisata, Daya Tarik Wisata didefinisikan sebagai sesuatu yang memiliki nilai keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang memiliki keunikan yang diminatin oleh wisatawan untuk dikunjungi. Kota Yogyakarta sangat mempertahankan konsep tradisional dan kebudayaan Jawa yang sangat kental dan terjaga dengan baik. Meskipun kota Yogyakarta tidak begitu memiliki banyak destinasi alamnya, tetapi Yogyakarta memiliki kekayaan seni budaya dan keberagaman objek yang unik yang diolah oleh masyarakat Yogyakarta memiliki nilai jual yang bisa diberikan untuk para wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta. Ditambah dengan adanya Wisata Perkotaan yang sedang dikembangkan oleh pemerintah Yogyakarta yaitu Urban Tourism yang bisa berlangsung didalam kota yang memiliki atribut ekonomi seperti administrasi, manufaktur, perdagangan dan berbagai jasa seperti transportasi. Pengalaman yang diberikan melalui produk berupa budaya, arsitektur, sosial, alam, dan teknologi yang luas dan beragam untuk melakukan bisnis dan liburan.

Menurut Suryo didalam Purba & Simarmata (2018) ada tiga indikator yang diperlukan untuk mengukur daya tarik wisata ke Raminten Cabaret Show, sebagai berikut :

a. Something to see

Sesuatu yang bisa dilihat, yang meliputi sebuah pemandangan alam, kesenian, dan atraksi wisata. Yogyakarta memiliki berbagai macam destinasi wisata contohnya aktraksi wisata yang bisa menjadi daya tarik wisata salah satunya “Raminten Cabaret Show”, meskipun kabaret berasal dari negara Prancis, kabaret merupakan sebuah pertunjukan atau pementasan budaya yang bersifat intangible. Raminten Cabaret Show menawarkan pengalaman menonton show dari mulai sampai selesai, para cabaretier atau pemain kabaret itu melakukan lipsync atau menirukan orang suara penyanyi dari musik, dengan mengekspresikan gerak mulut, mimik wajah, dan gerak tubuh sambil melakukan tarian atau akrobatik di atas panggung. Raminten Show ini juga sedang naik daun dan sangat menarik perhatian sejak pembukaannya, sehingga Raminten Cabaret Show menjadi salah satu objek wisata yang wajib dikunjungi oleh penikmat wisata Urban Night Tourism di Yogyakarta.

b. Something to do

Sesuatu yang bisa dilakukan, dimana sebuah destinasi wisata tersebut menyediakan berbagai tempat yang bisa dilakukan, dilihat, dan disaksikan dengan menyediakan fasilitas yang nyaman sehingga bisa membuat wisatawan betah berlama-lama di tempat tersebut. Yogyakarta memiliki menyediakan berbagai fasilitas mulai untuk anak-anak sampai orang dewasa. Raminten Cabaret Show juga cocok dikunjungi oleh anak-anak yang berusia 7 tahun sampai orang dewasa, Raminten Cabaret Show terletak di Jalan Malioboro dimana para wisatawan bisa dengan mudah menemukan lokasi show tersebut, Keunikan dari pertunjukan Kabaret ini terletak dari pemain Cabaret show terletak di cross-dresser, yang berarti para pemain menggunakan pakaian lawan jenisnya. Wisatawan yang datang bisa menonton pertunjukan yang berlangsung kurang lebih 110 menit, yang diawali dari lima nyanyian kroncong yang dimainkan oleh Teras Band, lalu adanya tarian tradisional sebagai opening/pembuka acara. Keunikan, lainnya yaitu dari para penari laki-laki menggunakan kemeja batik perempuan, lalu para pemain akan menunjukkan perfromen dengan melakukan lipsync dari para artis-artis besar seperti artis Indonesia yaitu Krisdayanti, lalu artis luar negeri seperti Nicki Minaj, Lady Gaga, sampai Celine Dion yang sangat diikuti secara totalitas mulai dari gaya kostumnya, make upnya,

aksesoris, mimik, dan bahkan sampai gerakan tubuhnya. Raminten Cabaret Show juga menunjukkan aksi akrobat dan juga berinteraksi antara para pemain dengan para pengunjung, dan bahkan para pengunjung bisa diajak keatas panggung untuk bernyanyi dan menari Bersama para pemain. Tidak hanya itu saja setelah selesai pertunjukan para pengunjung bisa berfoto bersama para pemain, tetapi untuk berfoto bersama para pemain para pengunjung harus membayar biaya tambahan.

c. Something to buy

Sesuatu yang bisa dibeli, dimana pada sebuah destinasi pasti menjual jasa ataupun barang. Yogyakarta memiliki berbagai macam jasa dan barang yang bisa dibeli. Raminten Cabaret Show memiliki paket pertunjukan yaitu Reservasi dan On the Spot, dimana perbedaan dari kedua tiket tersebut Sebagian berikut: Reservasi dengan harga Rp 180.000, Paket makna malam (bisa pilih makanan), Lantai 2/ lantai 4 (tempatnya lebih nyaman) dan Tidak perlu antri tiket (fast track) On The Spot dengan harga Rp 100.000 Tiket pertunjukan (harus ngantri untuk pembelian tiket) bisa memiliki tempat duduk secara random. Sehingga strategi yang di implementasikan dalam daya tarik Raminten yaitu:

- 1) Mengembangkan potensi sebuah daerah wisata dengan memunculkan sebuah atraksi yang berbeda dari sebelumnya atau yang sudah ada.
- 2) Menyediakan berbagai fasilitas yang bisa dinikmati oleh semua umur mulai dari anak-anak hingga dewasa.
- 3) Menyediakan berbagai macam cendera mata yang dapat menjadikan sebuah ciri khas.

3. Minat Berkunjung Raminten Cabaret Show

Minat Berkunjung Wisatawan, Minat Berkunjung Wisatawan didefinisikan sebagai sesuatu dorongan atau motivasi seseorang untuk melakukan sebuah kunjungan pada wisatawan, Daya Tarik wisata menjadi unsur terkuat pada industri pariwisata, dimana sesuatu yang menarik akan menjadi perhatian para wisatawan, sehingga menciptakan sebuah keinginan/minat untuk dikunjungi wisatawan. Berkaitan dengan daya tarik yang dimiliki Raminten Cabaret Show akan menimbulkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke Raminten Cabaret Show yang memiliki daya tarik yang sangat menarik.

Menurut Ferdinand didalam Sari & Edriana Pangestuti (2018) ada tiga indikator dalam proses minat beli pada individu ke Raminten Cabaret Show, sebagai berikut :

- a. Minat Transaksional, Setiap wisatawan yang datang yang berwisata memiliki keinginan untuk membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Wisatawan yang ingin menonton pertunjukan Raminten Cabaret Show mengeluarkan biaya sebesar Rp 100.000 – Rp 180.000 tergantung dari kebutuhan para wisatawan. Dimana adanya pembelian jasa untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan.
- b. Minat Preferensial, Setiap wisatawan yang datang yang berwisata memiliki keinginan yang dipengaruhi oleh faktor lain seperti lebih terkenal atau lebih bagus. Biasanya wisatawan yang ingin berpergian kesesuatu tempat akan melakukan pencarian informasi dengan bertanya dengan teman ataupun membaca dari media sosial sehingga wisatawan tersebut mendapatkan referensi dari teman ataupun media sosial. Wisatawan yang menonton pertunjukan Raminte Cabaret Show biasanya mendapatkan referensi dari orang-orang terdekat ataupun dari influencer melalui media sosial, sehingga Ketika ke Yogyakarta, wisatawan memiliki referensi untuk ketempat tersebut.

- c. Minat Eksploratif, Setiap wisatawan yang datang yang berwisata memiliki keinginan untuk mengetahui produk yang terkait sehingga wisatawan mencari informasi secara lengkap. Wisatawan yang datang ke Yogyakarta pastinya akan memplaning destinasi apa saja yang akan dikunjungi, dan pastinya akan mencari destinasi-destinasi menarik untuk dikunjungi, lalu Ketika dalam pencarian tersebut akan ada rekomendasi dari orang-orang sehingga kita Wisatawan akan melakukan pencarian secara detail tentang destinasi tersebut. Wisatawan pasti salah satu rekomendasi yaitu Raminten Cabaret Show lalu wisatawan akan mencari informasi-informasi Raminte Cabaraet Show, lokasinya dimana, harga tiket masuknya berapa, review dari orang-orang seperti apa sehingga dan melakukan pencarian informasi lain yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Sehingga strategi yang di implementasikan oleh Raminten yaitu :

- 1) Agar pengunjung dapat kembali datang Raminten Cabaret Show menciptakan sebuah branding daya tarik wisata Yogyakarta sebagai salah satu daya tarik wisata malam yang menarik untuk dikunjungi.
- 2) Melakukan sebuah promosi melalui instagram atau media sosial untuk memperkenalkan daya tarik wisata Raminten Carbaret Show agar dikenal oleh wisatawan.
- 3) Memberikan penawaran beberapa pilihan paket harga sesuai dengan keuntungan yang didapatkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah diteliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini: (1) Pariwisata adalah sektor yang paling representatif dalam mempromosikan serta menjadi identitas dari suatu kota tersebut. City Branding dari kota Jogjakarta adalah kota sangat kenal dengan adat istiadat jawa serta keramahan dari masyarakat menajdikan kota Jogjakarta salah satu satu pilihan berwisata bagi masyarakat. Daya tarik wisata merupakan unsur terkuat dalam pariwisata, ketika adanya suatu hal yang menarik perhatian wisatawan tentunya membuat wisatawan ingin berkunjung. Raminten Cabaret Show menjadi Objek wisata yang wajib dikunjungi oleh penikmat wisata Urban Night Tourism di Yogyakarta karena menjadi pembeda dari corak budaya yang kental yang ada di Yogyakarta dan sangat bisa dikembangkan untuk menjadikan Yogyakarta menjadi salah satu destinasi Urban Night Tourism di Indonesia; (2) City Branding didefinisikan sebagai manajemen yang memberikan citra pada sebuah wilayah yang mana akan dipercaya oleh wisatawan. Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota perjuangan, pusat Pendidikan, dan pusat kebudayaan, oleh karena itu menjadi salah satu kekayaan pesona alam dan kebudayaan. Yogyakarta menjadi keunikan tersendiri dalam mengembangkan Urban Night Tourism dengan pengaruh dalam Identitas Kota Yogyakarta atau City Branding keefektifitas pada City Branding di Yogyakarta yang berkaitan dengan Urban Night Tourism Raminten Cabaret Show. Kehadiran Raminten Cabaret Show menjadi pembeda dari ragam daya Tarik wisata yang ada Jogjakarta dengan menggabungkan modernitas dan tradisional. Raminten Cabaret Show adalah sebuah pertunjukkan kabaret yang berisi berbagai penampilan mulai dari menyanyi, drama, komedi, dan lainnya yang tentunya sangat seru untuk ditonton. Hal ini merupakan salah satu bentuk implementasi dari sebuah strategi dimana dengan adanya kehadiran Raminten Carbaret Show dapat menjadi salah satu pembeda dari daya tarik wisata lainnya; (3) Daya Tarik Wisata didefinisikan sebagai sesuatu yang memiliki nilai keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang memiliki keunikan yang diminatin oleh wisatawan untuk dikunjungi. Kota Yogyakarta sangat mempertahankan

konsep tradisional dan kebudayaan Jawa yang sangat kental dan terjaga dengan baik. Meskipun kota Yogyakarta tidak begitu memiliki banyak destinasi alamnya, tetapi Yogyakarta memiliki kekayaan seni budaya dan keberagaman objek yang unik yang diolah oleh masyarakat Yogyakarta memiliki nilai jual yang bisa diberikan untuk para wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta. Aktraksi wisata yang bisa menjadi daya tarik wisata salah satunya “Raminten Cabaret Show”, meskipun kabaret berasal dari negara Prancis, kabaret merupakan sebuah pertunjukan atau pementasan budaya yang bersifat intangible. Raminten Cabaret Show menawarkan pengalaman menonton show dari mulai sampai selesai, para cabaretier atau pemain kabaret itu melakukan lipsync atau menirukan orang suara penyanyi dari musik, dengan mengekspresikan gerak mulut, mimik wajah, dan gerak tubuh sambil melakukan tarian atau akrobatik di atas panggung. Raminten Show ini juga sedang naik daun dan sangat menarik perhatian sejak pembukaannya, sehingga Raminten Cabaret Show menjadi salah satu objek wisata yang wajib dikunjungi oleh penikmat wisata Urban Night Tourism di Yogyakarta; (4) Minat Berkunjung Wisatawan didefinisikan sebagai sesuatu dorongan atau motivasi seseorang untuk melakukan sebuah kunjungan pada wisatawan, Daya Tarik wisata menjadi unsur terkuat pada industri pariwisata, dimana sesuatu yang menarik akan menjadi perhatian para wisatawan, sehingga menciptakan sebuah keinginan/minat untuk dikunjungi wisatawan. Berkaitan dengan daya tarik yang dimiliki Raminten Cabaret Show akan menimbulkan minat para wisatawan untuk berkunjung ke Raminten Cabaret Show yang memiliki daya tarik yang sangat menarik. Strategi yang di implementasikan oleh Raminten agar pengunjung dapat kembali datang Raminten Cabaret Show yaitu menciptakan sebuah branding daya tarik wisata Yogyakarta sebagai salah satu daya tarik wisata malam yang menarik untuk dikunjungi, melakukan sebuah promosi melalui instagram atau media sosial untuk memperkenalkan daya tarik wisata Raminten Cabaret Show agar dikenal oleh wisatawan, serta memberikan penawaran beberapa pilihan paket harga sesuai dengan keuntungan yang didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrid. (2022). <https://phinemo.com/>. Retrieved from <https://phinemo.com/raminten-cabaret-show-pertunjukkan-lady-boy/>
- Batik, H. (2023, 08 14). <https://hamzahbatik.co.id/>. Retrieved from <https://hamzahbatik.co.id/pertunjukanseniramintencabaretshowyangmemukaujad/>
- Deandra, M. (2022, 01 04). Retrieved from <https://www.hipwee.com/narasi/raminten-cabaret-show-melawan-diskriminasi-profesi-di-diy/>
- Fajarwati, D. S. (2021). Brand Image Dan Reputasi Melalui Customer Capital (Studi Kasus: Pertunjukan Raminten Cabaret Yogyakarta). *DESKOVI: Art and Design Journal*, 4(2), 7–11.
- Fathinnah, A., Rochani, A., & Karmilah, M. (2022). Strategi City Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(1).
- Ilang, Y. K., Putra, N. D., & Sunarta, I. N. (2018). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Desa Waturaka, Kabupaten Ende, Flores. *JUMPA*, 4(2), 297–309.
- Insonesiana. (2020, 12 09). Retrieved from <https://www.indonesiana.id/read/144359/raminten-cabaret-show-kabaret-jogja-yang-wajib-anda-tonton>
- Indriani, J., & Kuswoyo, C. (2017). Pengaruh city branding pada city image dan keputusan berkunjung wisatawan ke Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 17(1), 41–52.

- Mahendrayani, I., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(2), 240–247.
- Murdana, I. M., Fauzan, R., Damanik, D., Sucandrawati, N. L. K. A. S., Febrianto, R. S., Pujilestari, S., Rosalina, T., Evita, R., Kusnadi, I. H., & Nuria, H. (2023). Ekonomi Pariwisata. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Novitaningtyas, I., Giovanni, A., & Lionora, C. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan Di Kawasan Balkondes Borobudur. *Jurnal Pariwisata*, 9(1), 28–36.
- Ramadhan, A. H., Suharyono, S., & Kumadji, S. (2015). Pengaruh city branding terhadap minat berkunjung serta dampaknya pada keputusan berkunjung (survei pada wisatawan kota Surabaya 2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Purwadhanita, A. (2022, 08 16). <https://wisata.app/>. Retrieved from <https://wisata.app/diary/raminten-cabaret-show>
- Sabandar, S. (2022, 04 11). <https://www.liputan6.com/>. Retrieved from <https://www.liputan6.com/regional/read/4936142/menonton-kabaret-raminten-pertunjukan-cross-dresser-di-yogyakarta>
- Sutantri, S. C. (n.d.). Pencak Malioboro Festival Sebagai Soft Power Dalam Promosi Pariwisata di Yogyakarta. *Prosiding Vennas X 2019*, 23.