

ABSTRACT

The growth of tourism can be seen from the emergence of various tourist attractions offered in a region. Tourism industries are currently competing to deliver a unique, memorable, and long-lasting experience. One of the tourism industry managers who applied the concept of memorable experience was PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, and Ratu Boko through The Legend of Roro Jonggrang Ballet Show. Although the show was newly introduced at the end of 2018, it was highly received with 13.812 visitors in 2019. This ultimately brings a question about how tourism experience in the attraction managed by Unit Teater Pentas becomes memorable for tourists, especially for domestic tourists. Therefore, this study aims to figure out the memorable experiences by domestic tourists at The Legend of Roro Jonggrang Ballet Show. For the methodology, this study examines the impressions of domestic tourists through eight aspects of Memorable Tourism Experiences (MTEs) proposed by Sthapit (2013). The indicators consist of hedonism, novelty, local culture, refreshment, meaningfulness, involvement, knowledge, and adverse feelings. Purposive sampling method is used to obtain domestic respondents with age over 17 years, who are visiting the show. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents and further analyzed in a quantitative descriptive. Results show that the experiences by domestic tourists belong "to the high category," with local culture and meaningfulness as the most dominant aspect. Meanwhile, the adverse feelings by domestic tourists are relatively low. Furthermore, data indicate that memorable tourism experiences tend to be obtained higher by tourists aged 33 - 40 years and there are different trends between each age group.

Keywords: domestic tourism, Memorable Tourism Experiences, The Legend of Roro Jonggrang

ABSTRAK

Pertumbuhan pariwisata di suatu daerah salah satunya ditandai dengan munculnya beragam atraksi wisata yang ditawarkan. Pengelola industri pariwisata saat ini berlomba-lomba untuk menawarkan pengalaman yang unik, mengesankan, dan dapat bertahan lama dalam ingatan wisatawan. Salah satu pengelola industri pariwisata yang menerapkan konsep tersebut adalah PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko melalui pertunjukan drama tari Legenda Roro Jonggrang. Walaupun baru diperkenalkan kepada publik pada akhir tahun 2018, pertunjukan ini memperoleh respon positif yang tinggi, terlihat dari 13.812 angka kunjungan pada tahun 2019. Hal ini mendatangkan pertanyaan tentang bagaimana pengalaman wisata di atraksi yang dikelola oleh Unit Teater Pentas menjadi berkesan bagi wisatawan, khususnya wisatawan domestik. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu pengalaman berkesan yang diperoleh wisatawan domestik pada pertunjukan Legenda Roro Jonggrang. Penelitian ini mengkaji kesan wisatawan domestik melalui delapan aspek pengalaman wisata yang dikembangkan oleh Sthapit (2013), yaitu hedonisme, kebaruan, budaya lokal, penyegaran, kebermaknaan, keterlibatan, pengetahuan, dan perasaan negatif. Metode *purposive sampling* digunakan untuk mendapatkan responden domestik berusia 17 tahun dan/atau lebih. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata yang diperoleh wisatawan domestik termasuk dalam kategori tinggi, dengan budaya lokal dan kebermaknaan sebagai aspek yang paling dominan. Sementara itu perasaan negatif yang diperoleh tergolong rendah. Selanjutnya, diketahui bahwa pengalaman berkesan cenderung diperoleh lebih tinggi oleh wisatawan berusia 33 - 40 tahun dan terdapat kecenderungan yang berbeda-beda pada setiap kelompok usia.

Kata kunci: wisatawan domestik, pengalaman wisata berkesan, Legenda Roro Jonggrang