

Persepsi Pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai Daya Tarik Wisata Budaya di Kota Medan

Prima Yudhistira*¹, Aditiya Pratama Daryana², Vina Gabriella Saragih³

Universitas Negeri Medan^{1,2,3}
Email: primayudhist@unimed.ac.id

Abstract

This study aims to explore visitors' perceptions of Gelar Melayu Serumpun as a cultural tourism attraction in Medan. Gelar Melayu Serumpun is a cultural event that showcases various elements of Malay arts, cuisine, and crafts to introduce and preserve Malay culture in North Sumatra. Using a qualitative approach with in-depth interviews and participatory observation, the research analyzes visitors' experiences and perceptions of the event. A total of 15-20 visitors from diverse backgrounds were selected as research subjects. The results show that the majority of visitors highly appreciate the cultural diversity presented, particularly in terms of Malay cuisine and craft exhibitions, which reflect the heritage of Malay culture. The event was considered successful in providing visitors with a deep understanding of Malay values and history. However, there are areas that need improvement, such as broader promotion outside Medan, which visitors believe would attract more international tourists. Additionally, visitors expressed a desire for more direct interaction with the cultural community, such as workshops or learning sessions on traditional craft-making and cuisine. Based on these findings, it is recommended that the event organizers enhance international promotion and improve facilities such as parking areas and seating. This study provides valuable insights for the development of cultural tourism in Medan and offers recommendations to enhance the quality of existing cultural events, while strengthening Medan's appeal as a competitive cultural tourism destination.

Keywords: Gelar Melayu Serumpun; cultural tourism; visitors' perceptions; traditional arts; Malay cuisine

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya di Medan. Gelar Melayu Serumpun merupakan acara budaya yang menampilkan berbagai elemen seni, kuliner, dan kerajinan Melayu sebagai upaya untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya Melayu di Sumatera Utara. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif, penelitian ini menganalisis pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap acara tersebut. Sebanyak 15-20 pengunjung dari berbagai latar belakang dipilih sebagai subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung sangat mengapresiasi keberagaman budaya yang disajikan, terutama dalam hal kuliner Melayu dan pameran kerajinan tangan yang mencerminkan warisan budaya Melayu. Acara ini dianggap berhasil memberikan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung terkait nilai budaya dan sejarah Melayu. Namun, ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti promosi acara yang lebih luas di luar Medan, yang menurut pengunjung akan menarik lebih banyak wisatawan mancanegara. Selain itu, pengunjung juga mengungkapkan harapan untuk adanya lebih banyak interaksi langsung dengan komunitas budaya, seperti workshop atau sesi belajar mengenai pembuatan kerajinan dan kuliner tradisional. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar penyelenggara acara meningkatkan promosi internasional dan memperbaiki fasilitas seperti area parkir dan tempat duduk. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan pariwisata budaya di Medan dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas acara budaya yang ada, serta memperkuat daya tarik Medan sebagai destinasi wisata budaya yang kompetitif.

Kata Kunci: Gelar Melayu Serumpun; pariwisata budaya; persepsi pengunjung; seni tradisional; kuliner Melayu.

*Prima Yudhistira

Received: September 16, 2026; Revised: June 20, 2026; Accepted: June 21, 2026

A. PENDAHULUAN

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi penting dalam pembangunan destinasi berkelanjutan karena mampu mengintegrasikan aspek pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Di tengah arus globalisasi yang semakin kuat, berbagai daerah berupaya mempertahankan identitas budayanya melalui penyelenggaraan event budaya yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, promosi destinasi, dan pelestarian warisan budaya. Dalam konteks ini, festival budaya berkembang menjadi instrumen strategis yang mampu mempertemukan masyarakat lokal dan wisatawan dalam suatu pengalaman budaya yang autentik dan bermakna.

Perkembangan industri pariwisata saat ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku wisatawan dari sekadar mengonsumsi produk wisata menuju pencarian pengalaman (*experience*) yang lebih mendalam. Konsep *Experience Economy* yang dikemukakan oleh Pine dan Gilmore (2020) menjelaskan bahwa nilai utama suatu destinasi tidak lagi hanya terletak pada produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi pada kemampuannya menciptakan pengalaman yang melibatkan aspek emosional, intelektual, sensorik, dan sosial wisatawan. Dalam perspektif ini, event budaya menjadi salah satu bentuk atraksi yang mampu menghadirkan pengalaman tersebut melalui interaksi langsung dengan seni, tradisi, kuliner, dan kehidupan masyarakat lokal. Wisatawan tidak lagi sekadar menjadi penonton, melainkan menjadi bagian dari proses pembentukan makna terhadap budaya yang mereka temui.

Sejalan dengan konsep tersebut, Richards (2022) menjelaskan bahwa wisata budaya modern telah berkembang menuju pendekatan *creative tourism*, yaitu bentuk wisata yang memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi secara aktif dengan budaya lokal melalui aktivitas yang bersifat partisipatif. Pengalaman yang melibatkan keterlibatan langsung wisatawan terbukti mampu meningkatkan kepuasan, memperkuat keterikatan emosional terhadap destinasi, serta mendorong niat kunjungan ulang. Oleh karena itu, keberhasilan sebuah event budaya tidak hanya diukur dari jumlah pengunjung, tetapi juga dari kualitas pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung selama mengikuti kegiatan tersebut.

Penelitian Kim, Lee, dan Chen (2023) menunjukkan bahwa dimensi pengalaman wisata yang meliputi unsur edukasi, hiburan, estetika, dan keterlibatan aktif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan pada berbagai festival budaya. Semakin tinggi kualitas pengalaman yang diperoleh pengunjung, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain dan melakukan kunjungan kembali di masa mendatang. Dengan demikian, pengalaman pengunjung menjadi salah satu indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan suatu event budaya.

Selain sebagai media pengalaman wisata, festival budaya juga memiliki fungsi penting dalam pelestarian budaya lokal. Pendekatan *Event-Based Cultural Preservation* memandang event budaya sebagai sarana untuk menjaga keberlangsungan tradisi melalui proses pewarisan nilai, pengetahuan, dan praktik budaya kepada generasi berikutnya. Susanto (2024) menjelaskan bahwa festival budaya merupakan media yang efektif dalam mempertahankan warisan budaya lokal karena memungkinkan masyarakat menampilkan kembali seni pertunjukan, tradisi lisan, kuliner tradisional, dan berbagai ekspresi budaya dalam ruang publik yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Melalui festival budaya, proses transmisi budaya tidak hanya berlangsung di lingkungan komunitas, tetapi juga diperkenalkan kepada wisatawan sebagai bagian dari identitas destinasi.

Lebih lanjut, Zuliyanti (2025) menemukan bahwa festival budaya berperan sebagai ruang kolaborasi antara masyarakat, generasi muda, pelaku usaha lokal, dan pemerintah dalam upaya menjaga keberlanjutan budaya daerah. Keterlibatan berbagai pemangku kepentingan tersebut tidak hanya memperkuat identitas budaya masyarakat, tetapi juga menciptakan manfaat ekonomi melalui

peningkatan aktivitas pariwisata, pengembangan ekonomi kreatif, dan pemberdayaan komunitas lokal. Dengan demikian, festival budaya tidak hanya berfungsi sebagai atraksi wisata, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan sosial, budaya, dan ekonomi yang saling terintegrasi.

Dalam konteks Indonesia, penyelenggaraan festival budaya menjadi semakin penting mengingat tingginya keragaman budaya yang dimiliki setiap daerah. Salah satu event budaya yang secara konsisten berupaya memperkenalkan dan melestarikan budaya Melayu adalah Gelar Melayu Serumpun yang diselenggarakan di kawasan Istana Maimun, Kota Medan. Event ini diadakan pada 22 Mei 2025 dengan menampilkan berbagai atraksi budaya Melayu seperti pertunjukan seni tradisional, pameran kerajinan, kuliner khas Melayu, permainan rakyat, serta berbagai aktivitas budaya lainnya yang bertujuan memperkenalkan identitas budaya Melayu kepada masyarakat lokal maupun wisatawan. Kehadiran event ini menjadi penting karena Medan merupakan salah satu gerbang utama pariwisata di Sumatera Utara yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata budaya.

Dari perspektif pengalaman wisata, Gelar Melayu Serumpun tidak hanya menawarkan tontonan budaya, tetapi juga berpotensi menciptakan pengalaman yang edukatif, autentik, dan bermakna bagi pengunjung. Daryana dan Angriani (2025) menjelaskan bahwa pengalaman wisata yang berkualitas terbentuk melalui interaksi antara wisatawan, budaya lokal, dan sumber daya manusia yang berperan sebagai *experience designers*. Oleh karena itu, persepsi pengunjung terhadap pengalaman yang diperoleh selama mengikuti event menjadi aspek penting yang perlu dikaji untuk mengetahui sejauh mana tujuan pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata dapat tercapai secara bersamaan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas festival budaya sebagai daya tarik wisata dan instrumen pelestarian budaya, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana pengunjung memaknai pengalaman budaya yang mereka peroleh selama mengikuti Gelar Melayu Serumpun. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada aspek manajemen event, promosi destinasi, atau dampak ekonomi, sementara dimensi pengalaman pengunjung sebagai inti dari konsep *Experience Economy* masih relatif jarang dikaji. Selain itu, kajian mengenai hubungan antara pengalaman pengunjung dengan fungsi pelestarian budaya berbasis event juga masih terbatas, khususnya pada konteks festival budaya Melayu di Sumatera Utara.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya di Kota Medan. Secara khusus, penelitian ini berupaya memahami bagaimana pengunjung memaknai pengalaman budaya yang mereka peroleh, mengidentifikasi elemen-elemen event yang paling berpengaruh terhadap pengalaman tersebut, serta mengevaluasi kontribusi event dalam mendukung pelestarian budaya Melayu dan pengembangan pariwisata budaya di Kota Medan.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menggali persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya di Medan. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif dan persepsi pengunjung terhadap acara ini.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung Event Gelar Melayu Serumpun. Pengunjung yang terpilih sebagai subjek penelitian memiliki variasi latar belakang yang mencakup usia, jenis kelamin, dan tingkat pengalaman dengan budaya Melayu. Jumlah subjek yang diwawancarai sebanyak 15-20 orang yang dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria pengunjung yang hadir di acara tersebut dan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian terdiri dari beberapa tahapan berikut:

1. Persiapan

- Identifikasi dan pengumpulan informasi dasar mengenai Gelar Melayu Serumpun di Medan.
- Penyusunan pedoman wawancara yang akan digunakan dalam penelitian.

2. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dua metode utama:

• Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara terbuka yang terdiri dari pertanyaan yang menggali motivasi, pengalaman, dan persepsi pengunjung terhadap acara. Wawancara berlangsung selama 30-45 menit per responden dan dilakukan di lokasi acara untuk memastikan kenyamanan pengunjung.

• Observasi Partisipatif

Peneliti melakukan observasi langsung di acara Gelar Melayu Serumpun, mencatat interaksi pengunjung dengan berbagai elemen acara seperti pertunjukan seni, pameran, dan kuliner. Observasi ini juga mencatat respons pengunjung terhadap fasilitas dan suasana acara.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- Pedoman Wawancara yang terdiri dari pertanyaan terbuka mengenai pengalaman dan persepsi pengunjung terhadap acara.
- Catatan Observasi yang digunakan untuk mencatat situasi di lapangan selama acara berlangsung, termasuk reaksi pengunjung, aktivitas yang mereka ikuti, dan interaksi dengan berbagai elemen budaya.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola makna, pengalaman, dan persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun secara mendalam.

Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah mentranskripsikan seluruh hasil wawancara secara verbatim. Tahap kedua adalah membaca transkrip secara berulang untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai pengalaman pengunjung selama mengikuti event. Tahap ketiga adalah melakukan open coding, yaitu mengidentifikasi kata, frasa, dan pernyataan penting yang berkaitan dengan pengalaman budaya, daya tarik kuliner, interaksi budaya, promosi, dan fasilitas pendukung. Tahap keempat adalah axial coding, yaitu mengelompokkan kode-kode yang memiliki kesamaan makna ke dalam kategori yang lebih luas. Tahap terakhir adalah selective coding, yaitu menyusun kategori-kategori tersebut menjadi tema-tema utama yang merepresentasikan persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya.

Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi lapangan. Selain itu, dilakukan *member checking* kepada beberapa informan untuk memastikan bahwa interpretasi yang dibuat peneliti sesuai dengan pengalaman yang dimaksud oleh partisipan. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tema-tema utama yang didukung oleh kutipan langsung informan untuk menjaga keterlacakan data dan meningkatkan kredibilitas temuan penelitian.

C. HASIL DAN ANALISIS

Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya di Kota Medan. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan tematik melalui tahapan pengodean terbuka (*open coding*), pengelompokan kategori (*axial coding*), dan pembentukan tema utama (*selective coding*). Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi pengunjung dibentuk oleh empat tema utama, yaitu: (1) pengalaman budaya yang edukatif dan bermakna, (2) dominasi kuliner sebagai pintu masuk pengalaman budaya, (3) keterbatasan interaksi partisipatif dengan komunitas budaya, dan (4) promosi serta fasilitas sebagai faktor penentu pengalaman.

Hasil Pengkodean Awal (*Open Coding*)

Tahap awal analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting yang muncul dalam wawancara. Pernyataan tersebut kemudian diberikan kode dan dikelompokkan ke dalam kategori yang memiliki kesamaan makna sebelum disusun menjadi tema utama.

Tabel 1
Hasil Pengkodean Awal Wawancara

Kutipan Verbatim	Open Code	Kategori	Tema
“Saya jadi tahu banyak tentang sejarah Melayu dan makna dari beberapa tarian yang ditampilkan.” (I3)	Belajar sejarah Melayu	Pembelajaran budaya	Pengalaman budaya yang edukatif dan bermakna
“Saya lebih memahami nilai-nilai budaya Melayu setelah melihat langsung acara ini.” (I8)	Memahami nilai budaya	Pembelajaran budaya	Pengalaman budaya yang edukatif dan bermakna
“Yang paling menarik bagi saya justru bagian kulinernya.” (I5)	Ketertarikan terhadap kuliner	Daya tarik kuliner	Dominasi kuliner sebagai pintu masuk pengalaman budaya
“Bumbunya lebih kuat dan punya ciri khas Melayu.” (I5)	Cita rasa khas Melayu	Daya tarik kuliner	Dominasi kuliner sebagai pintu masuk pengalaman budaya
“Penjual menjelaskan asal-usul makanan tersebut.” (I11)	Belajar budaya melalui kuliner	Pembelajaran melalui kuliner	Dominasi kuliner sebagai pintu masuk pengalaman budaya
“Maunya ada worksho membuat kerajinan atau memasak makanan Melayu.” (I6)	Keinginan ikut workshop	Keinginan berpartisipasi	Keterbatasan interaksi partisipatif
“Kebanyakan kegiatan masih sebatas menonton.” (I12)	Pengalaman pasif	Pengalaman pasif	Keterbatasan interaksi partisipatif
“Saya tahu acara ini dari teman.” (I4)	Informasi dari teman	Promosi event	Promosi dan fasilitas sebagai faktor penentu pengalaman
“Acara sebesar ini harusnya lebih banyak dipromosikan.” (I4)	Promosi kurang luas	Promosi event	Promosi dan fasilitas sebagai faktor penentu pengalaman

“Saat ramai agak sulit mencari tempat duduk.” (19)

Tempat duduk terbatas

Fasilitas pendukung

Promosi dan fasilitas sebagai faktor penentu pengalaman

Coding Tree Hasil Analisis Tematik

Tema 1. Pengalaman Budaya yang Edukatif dan Bermakna

- Pembelajaran budaya
 - Menambah wawasan budaya Melayu
 - Memahami sejarah Melayu
 - Mengenal nilai budaya Melayu
- Pengalaman autentik
 - Melihat budaya secara langsung
 - Merasakan suasana budaya Melayu
- Interpretasi budaya
 - Memahami makna pertunjukan
 - Mengapresiasi budaya lokal

Tema 2. Dominasi Kuliner sebagai Pintu Masuk Pengalaman Budaya

- Daya tarik kuliner
 - Cita rasa khas Melayu
 - Keunikan rempah
 - Variasi kuliner tradisional
- Pengalaman sensorik
 - Aroma makanan
 - Tampilan penyajian
 - Pengalaman mencicipi
- Pembelajaran melalui kuliner
 - Mengetahui asal-usul makanan
 - Cerita budaya di balik kuliner

Tema 3. Dominasi Kuliner sebagai Pintu Masuk Pengalaman Budaya

- Daya tarik kuliner
 - Cita rasa khas Melayu
 - Keunikan rempah
 - Variasi kuliner tradisional
- Pengalaman sensorik
 - Aroma makanan
 - Tampilan penyajian
 - Pengalaman mencicipi
- Pembelajaran melalui kuliner
 - Mengetahui asal-usul makanan
 - Cerita budaya di balik kuliner

Tema 4. Promosi dan Fasilitas sebagai Faktor Penentu Pengalaman

- Promosi event
 - Informasi dari teman
 - Promosi digital terbatas
 - Jangkauan promosi kurang luas
- Fasilitas pendukung

- Area parkir terbatas
- Tempat duduk kurang memadai
- Kenyamanan pengunjung
 - Kepadatan pengunjung
 - Mobilitas selama acara

Matriks Sintesis Tematik

Tabel 2
 Matriks Sintesis Tema Utama

Tema Utama	Deskripsi Tema	Kutipan Representatif	Interpretasi
Pengalaman budaya yang edukatif dan bermakna	Pengunjung memperoleh pengetahuan baru mengenai budaya Melayu	"Saya jadi tahu banyak tentang sejarah Melayu..." (13)	Event berfungsi sebagai media edukasi dan interpretasi budaya
Dominasi kuliner sebagai pintu masuk pengalaman budaya	Kuliner menjadi elemen paling menarik dan mudah diterima pengunjung	"Yang paling menarik bagi saya justru bagian kulinernya." (15)	Kuliner menjadi medium utama pembentukan pengalaman budaya
Keterbatasan interaksi partisipatif	Pengunjung menginginkan keterlibatan yang lebih aktif dalam aktivitas budaya	"Maunya ada workshop..." (16)	Event masih didominasi pengalaman pasif
Promosi dan fasilitas sebagai faktor penentu pengalaman	Pengalaman pengunjung dipengaruhi oleh tata kelola event	"Saya tahu acara ini dari teman." (14)	Pengelolaan event memengaruhi kualitas pengalaman secara keseluruhan

Triangulasi Data

Tabel 3
 Hasil Triangulasi Wawancara dan Observasi

Tema	Temuan Wawancara	Temuan Observasi	Interpretasi Triangulasi
Pengalaman budaya	Pengunjung merasa memperoleh wawasan budaya baru	Hanya sebagian pengunjung menyaksikan pertunjukan hingga selesai	Apresiasi budaya ada, tetapi tingkat keterlibatan berbeda-beda
Kuliner	Kuliner dianggap daya tarik utama	Area kuliner paling ramai dan durasi kunjungan paling lama	Kuliner menjadi medium utama pengalaman budaya
Partisipasi	Pengunjung menginginkan workshop dan aktivitas langsung	Aktivitas dominan masih menonton dan membeli makanan	Event masih bersifat display-oriented
Promosi	Banyak pengunjung mengetahui acara dari teman	Dominasi pengunjung lokal	Promosi belum menjangkau pasar yang lebih luas

Fasilitas	Keluhan terkait parkir dan tempat duduk	Terjadi kepadatan pada jam tertentu	Fasilitas kualitas pengunjung	memengaruhi pengalaman
-----------	---	-------------------------------------	-------------------------------	------------------------

Analisis Data

Pengalaman Budaya yang Edukatif dan Bermakna

Tema pertama menunjukkan bahwa pengunjung memaknai Gelar Melayu Serumpun bukan hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran budaya. Sebagian besar informan menyatakan bahwa acara ini memberikan pengetahuan baru mengenai sejarah, nilai, tradisi, dan identitas budaya Melayu yang sebelumnya belum mereka pahami secara mendalam. Temuan ini menunjukkan bahwa event budaya mampu menjalankan fungsi edukatif sekaligus memperkuat pemahaman masyarakat terhadap warisan budaya lokal.

Salah seorang informan menyampaikan:

"Saya datang cuman ingin lihat pertunjukan, tetapi ternyata banyak info tentang sejarah Melayu dan arti dari tarian yang ditampilkan. Jadi menurutku ini bukan sekadar hiburan, tetapi juga dapat menambah wawasan." (13)

Pernyataan serupa juga diungkapkan oleh informan lain:

"Saya hanya tahu budaya Melayu dari sekolah atau media sosial. Setelah datang ke sini saya bisa lihat langsung budaya itu dan lebih pahami nilai-nilai yang ada di dalamnya." (18)

Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian pengunjung menghabiskan waktu cukup lama untuk menyaksikan pertunjukan seni dan mengunjungi pameran budaya. Beberapa pengunjung terlihat membaca informasi yang tersedia pada stan pameran, mengamati detail pertunjukan, serta berdiskusi mengenai makna budaya yang ditampilkan. Namun demikian, observasi juga menunjukkan bahwa tidak seluruh pengunjung menunjukkan tingkat keterlibatan yang sama. Sebagian pengunjung hanya berhenti sejenak untuk mengambil dokumentasi foto sebelum berpindah ke area lain.

Temuan ini menunjukkan adanya kesesuaian sekaligus perbedaan antara hasil wawancara dan observasi. Secara verbal, sebagian besar pengunjung menyatakan mengapresiasi pertunjukan budaya dan menganggap event ini memberikan pengalaman edukatif. Akan tetapi, observasi menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan aktual terhadap atraksi budaya bervariasi antar pengunjung. Dengan demikian, apresiasi terhadap budaya Melayu tidak selalu diwujudkan dalam durasi atau intensitas partisipasi yang sama.

Dalam perspektif Experience Economy (Pine & Gilmore, 2020), kondisi ini menunjukkan bahwa Gelar Melayu Serumpun telah berhasil menghadirkan dimensi educational experience, namun masih terdapat peluang untuk meningkatkan keterlibatan pengunjung melalui penyajian informasi budaya yang lebih interaktif dan mudah diakses.

Dominasi Kuliner sebagai Pintu Masuk Pengalaman Wisata Budaya

Tema kedua menunjukkan bahwa kuliner merupakan elemen yang paling dominan dalam membentuk pengalaman pengunjung selama mengikuti Gelar Melayu Serumpun. Menariknya, ketertarikan terhadap kuliner tidak hanya disebabkan oleh rasa makanan yang dianggap lezat, tetapi juga karena kuliner menjadi sarana yang paling mudah bagi pengunjung untuk mengenal budaya Melayu.

Salah seorang informan menjelaskan:

"Yang paling menarik bagi saya justru bagian kulinernya. Rasanya beda dengan makanan melayu yang biasa saya makan. Makanan disini bumbunya lebih kuat dan punya ciri khas Melayu." (15)

Informan lain menambahkan:

"Saya tertarik karena makanan yang dijual tidak hanya enak, tetapi penjualnya juga menjelaskan asal-usul makanan tersebut. Saya merasa belajar budaya sambil makan." (I11)

Selain itu, seorang pengunjung dari luar Kota Medan menyampaikan:

"Saya pertama kali mencoba beberapa makanan Melayu di sini. Cara penyajiannya menarik dan membuat saya penasaran untuk mengetahui lebih banyak tentang budaya Melayu." (I15)

Hasil observasi memberikan dukungan yang sangat kuat terhadap temuan wawancara tersebut. Area kuliner menjadi lokasi dengan tingkat kepadatan pengunjung tertinggi selama acara berlangsung. Sebagian besar pengunjung terlihat menghabiskan waktu lebih lama di area kuliner dibandingkan area pertunjukan seni maupun pameran budaya. Aktivitas yang paling sering diamati meliputi mencicipi makanan, berdiskusi dengan penjual, mengambil foto makanan, serta mencari informasi mengenai bahan dan proses pengolahan makanan tradisional Melayu.

Menariknya, triangulasi data menunjukkan adanya perbedaan antara persepsi dan perilaku sebagian pengunjung. Dalam wawancara, beberapa informan menyatakan bahwa mereka datang untuk menikmati keseluruhan pengalaman budaya yang disajikan. Namun, observasi menunjukkan bahwa sebagian dari mereka hanya mengunjungi area pertunjukan dalam waktu singkat sebelum kembali ke area kuliner. Temuan ini mengindikasikan bahwa kuliner bukan sekadar salah satu komponen event, tetapi menjadi medium utama yang membentuk pengalaman budaya pengunjung.

Temuan ini sejalan dengan Richards (2022) yang menjelaskan bahwa pengalaman budaya kontemporer sering kali dibangun melalui pengalaman sensorik yang melibatkan rasa, aroma, interaksi sosial, dan cerita budaya yang menyertainya. Oleh karena itu, kuliner dapat diposisikan sebagai core experiential product yang menjadi pintu masuk utama pengunjung dalam memahami budaya Melayu.

Keterbatasan Interaksi Partisipatif dan Komunitas Budaya

Meskipun sebagian besar pengunjung memberikan persepsi positif terhadap event, hasil wawancara menunjukkan adanya kebutuhan akan pengalaman yang lebih partisipatif. Sebagian informan merasa bahwa kegiatan yang tersedia masih didominasi oleh aktivitas menonton dan mengamati, sehingga kesempatan untuk terlibat langsung dalam praktik budaya masih relatif terbatas.

Salah seorang informan menyampaikan:

"Saya senang lihat pertunjukannya, tetapi akan lebih menarik kalau ada workshop membuat kerajinan atau memasak makanan Melayu sehingga pengunjung bisa ikut belajar." (I6)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh informan lain:

"Kebanyakan kegiatan masih sebatas menonton. Maunya ada kegiatan yang membuat pengunjung ikut merasakan budaya tersebut." (I12)

Observasi lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berasal dari wilayah Kota Medan dan sekitarnya. Jumlah wisatawan dari luar daerah terlihat relatif terbatas. Temuan ini mengindikasikan bahwa jangkauan promosi event belum sepenuhnya menjangkau pasar wisata yang lebih luas.

Selain itu, observasi juga menunjukkan adanya kepadatan pengunjung pada area kuliner dan area pertunjukan utama pada jam-jam tertentu. Kondisi tersebut menyebabkan keterbatasan tempat duduk, kepadatan sirkulasi pengunjung, serta berkurangnya kenyamanan selama acara berlangsung. Temuan ini sejalan dengan pernyataan informan yang mengeluhkan keterbatasan fasilitas pendukung.

Berdasarkan triangulasi wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pengalaman pengunjung tidak hanya dipengaruhi oleh atraksi budaya yang ditampilkan, tetapi juga oleh kesempatan untuk berpartisipasi secara aktif, efektivitas promosi, dan kualitas fasilitas pendukung. Oleh karena itu, pengembangan workshop budaya, demonstrasi kuliner, kelas kerajinan tradisional, penguatan promosi

digital, serta peningkatan fasilitas pengunjung menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya yang berkelanjutan.

Promosi dan Fasilitas sebagai Faktor Penentu Kualitas Pengalaman

Tema terakhir menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas atraksi budaya yang ditampilkan, tetapi juga oleh aspek pengelolaan event, khususnya promosi dan fasilitas pendukung. Beberapa informan menganggap bahwa kualitas acara sudah baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar pengalaman pengunjung menjadi lebih optimal.

Salah seorang informan menjelaskan:

"Saya tahu acara ini dari teman, bukan dari media promosi resmi. Menurutku acara sebesar ini harusnya lebih banyak dipromosikan." (14)

Informan lain juga menyatakan:

"Kalau promosinya lebih luas mungkin akan banyak wisatawan dari luar daerah yang datang." (17)

Selain aspek promosi, fasilitas pendukung juga menjadi perhatian pengunjung. Salah seorang informan menyampaikan:

"Acara sudah bagus, tetapi saat ramai agak sulit mencari tempat duduk dan area parkir juga cukup padat." (19)

Hasil observasi menunjukkan bahwa pada jam-jam tertentu terjadi kepadatan pengunjung pada area kuliner dan area pertunjukan utama. Kondisi tersebut menyebabkan keterbatasan ruang gerak, tempat duduk, serta area parkir kurang luas yang berdampak pada kenyamanan pengunjung.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan event budaya tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten budaya yang ditampilkan, tetapi juga oleh kualitas manajemen penyelenggaraan. Sesuai dengan teori kualitas pengalaman wisata, pengalaman positif terbentuk melalui kombinasi antara atraksi utama, aksesibilitas informasi, dan kenyamanan fasilitas pendukung. Oleh karena itu, peningkatan strategi promosi digital, perluasan jaringan pemasaran event, serta perbaikan fasilitas pendukung menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya di Kota Medan.

Experience Economy dan Tantangan Pelestarian Budaya Berbasis Event

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Gelar Melayu Serumpun berhasil menciptakan pengalaman budaya yang positif bagi pengunjung, terutama melalui unsur kuliner, pertunjukan seni, dan suasana budaya Melayu yang ditampilkan selama acara berlangsung. Namun, hasil triangulasi antara wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pengalaman budaya yang diperoleh pengunjung masih didominasi oleh aktivitas konsumsi budaya dibandingkan partisipasi budaya secara langsung.

Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka memperoleh pengetahuan baru mengenai budaya Melayu dan mengapresiasi berbagai atraksi budaya yang ditampilkan. Akan tetapi, hasil observasi menunjukkan bahwa area kuliner menjadi pusat aktivitas pengunjung dengan tingkat kunjungan dan durasi interaksi yang jauh lebih tinggi dibandingkan area pertunjukan seni maupun pameran budaya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengunjung lebih mudah terhubung dengan budaya melalui pengalaman yang bersifat sensorik dan praktis dibandingkan melalui pengalaman yang bersifat observasional.

Temuan tersebut sejalan dengan konsep *Experience Economy* yang dikemukakan oleh Pine dan Gilmore (2020), yang menjelaskan bahwa pengalaman wisata yang berkesan terbentuk ketika pengunjung tidak hanya melihat atau mengamati, tetapi juga terlibat secara emosional, intelektual, dan sensorik dalam aktivitas yang dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, dimensi pengalaman edukatif telah muncul melalui peningkatan pemahaman pengunjung terhadap budaya Melayu, sedangkan dimensi

pengalaman estetik terlihat dari apresiasi terhadap pertunjukan seni, busana tradisional, dan suasana budaya yang ditampilkan selama event berlangsung.

Namun demikian, dimensi partisipasi aktif masih relatif terbatas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa banyak pengunjung menginginkan aktivitas yang memungkinkan mereka terlibat secara langsung, seperti workshop memasak makanan tradisional, demonstrasi kerajinan tangan, atau sesi interaksi dengan pelaku budaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman budaya yang ditawarkan masih lebih berorientasi pada penyajian budaya (*culture presentation*) dibandingkan pengalaman budaya partisipatif (*culture participation*).

Kondisi tersebut juga dapat dijelaskan melalui perspektif *creative tourism* yang dikemukakan oleh Richards (2022). Menurut Richards, wisatawan budaya modern tidak lagi hanya mencari objek atau atraksi budaya untuk dilihat, tetapi menginginkan kesempatan untuk belajar, berinteraksi, dan menjadi bagian dari aktivitas budaya yang mereka kunjungi. Oleh karena itu, keberhasilan festival budaya pada era pariwisata pengalaman tidak hanya ditentukan oleh kualitas pertunjukan yang ditampilkan, tetapi juga oleh kemampuan penyelenggara menciptakan ruang interaksi antara wisatawan dan komunitas budaya.

Dalam perspektif pelestarian budaya berbasis event (*Event-Based Cultural Preservation*), temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Gelar Melayu Serumpun telah berperan penting sebagai media promosi dan pengenalan budaya Melayu kepada masyarakat luas. Namun, efektivitas pelestarian budaya akan semakin kuat apabila event tidak hanya menampilkan budaya sebagai objek pertunjukan, tetapi juga menciptakan mekanisme transfer pengetahuan budaya melalui keterlibatan aktif pengunjung. Susanto (2024) dan Zuliyanti (2025) menegaskan bahwa festival budaya yang mampu melibatkan masyarakat dan pengunjung secara langsung cenderung lebih efektif dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya dibandingkan festival yang hanya berfungsi sebagai tontonan.

Berdasarkan temuan tersebut, pengembangan Gelar Melayu Serumpun di masa mendatang perlu diarahkan pada model pengalaman budaya yang lebih partisipatif. Workshop kuliner tradisional, pelatihan kerajinan Melayu, kelas tari tradisional, demonstrasi musik tradisional, dan sesi dialog dengan budayawan dapat menjadi strategi yang memperkuat kualitas pengalaman pengunjung sekaligus meningkatkan efektivitas pelestarian budaya. Dengan demikian, festival budaya tidak hanya menjadi ruang apresiasi budaya, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran, interaksi, dan pewarisan budaya yang berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi positif pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun tidak hanya dibentuk oleh keberadaan atraksi budaya, tetapi juga oleh kualitas pengalaman yang dihasilkan selama event berlangsung. Temuan ini memperkuat relevansi teori Experience Economy dan Creative Tourism dalam menjelaskan perilaku pengunjung pada festival budaya, sekaligus memberikan kontribusi empiris mengenai bagaimana event budaya dapat berfungsi sebagai instrumen pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata budaya di Kota Medan.

D. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap Gelar Melayu Serumpun sebagai daya tarik wisata budaya di Kota Medan dibentuk oleh interaksi antara pengalaman edukatif, pengalaman kuliner, tingkat partisipasi budaya, serta kualitas pengelolaan event. Temuan utama penelitian mengindikasikan bahwa Gelar Melayu Serumpun telah berhasil menjalankan fungsi dasar sebagai media promosi budaya Melayu dan sarana pembelajaran budaya bagi masyarakat. Pengunjung tidak hanya memperoleh hiburan, tetapi juga memperoleh pengetahuan baru mengenai sejarah, tradisi, nilai, dan identitas budaya Melayu.

Meskipun demikian, hasil triangulasi antara wawancara dan observasi menunjukkan bahwa pengalaman budaya yang diperoleh pengunjung masih didominasi oleh aktivitas konsumsi budaya

dibandingkan partisipasi budaya secara langsung. Kuliner menjadi elemen yang paling efektif dalam menarik perhatian pengunjung dan berfungsi sebagai pintu masuk utama dalam membangun pengalaman budaya. Sebaliknya, keterlibatan pengunjung dalam aktivitas budaya yang lebih mendalam, seperti praktik seni, kerajinan, maupun interaksi langsung dengan komunitas budaya, masih relatif terbatas. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah festival budaya tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menampilkan budaya, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan pengalaman budaya yang partisipatif dan bermakna.

Dari perspektif *Experience Economy* dan *Creative Tourism*, penelitian ini mengungkap bahwa Gelar Melayu Serumpun telah berhasil menghadirkan pengalaman edukatif dan estetik, namun masih memiliki ruang pengembangan pada aspek keterlibatan aktif pengunjung. Dengan demikian, tantangan utama pengembangan event budaya di masa mendatang bukan hanya meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi mentransformasikan pengunjung dari penonton budaya menjadi partisipan budaya.

Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan tiga strategi utama bagi pengembangan Gelar Melayu Serumpun di masa depan. Pertama, memperkuat model pengalaman budaya partisipatif melalui penyelenggaraan workshop kuliner tradisional, demonstrasi kerajinan Melayu, kelas tari dan musik tradisional, serta aktivitas berbasis interaksi langsung dengan komunitas budaya. Kedua, mengoptimalkan strategi promosi digital dan pemasaran destinasi yang lebih terintegrasi untuk menjangkau wisatawan nasional maupun internasional. Ketiga, meningkatkan kualitas fasilitas pendukung seperti area parkir, tempat duduk, sistem sirkulasi pengunjung, dan ruang interaksi budaya untuk menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan berkesan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa keberhasilan pelestarian budaya berbasis event tidak hanya bergantung pada representasi budaya yang ditampilkan, tetapi juga pada kualitas pengalaman yang dibangun antara pengunjung dan komunitas budaya. Temuan ini menunjukkan bahwa festival budaya yang berkelanjutan adalah festival yang mampu mengintegrasikan fungsi pelestarian budaya, penciptaan pengalaman wisata, dan pemberdayaan masyarakat lokal secara simultan.

Pada akhirnya, Gelar Melayu Serumpun memiliki potensi untuk berkembang dari sekadar festival budaya tahunan menjadi platform budaya yang mampu memperkuat identitas Melayu, meningkatkan daya saing pariwisata Kota Medan, serta menjadi model pengembangan pariwisata budaya berkelanjutan di Indonesia. Oleh karena itu, arah pengembangan event di masa depan perlu berfokus pada penciptaan pengalaman budaya yang lebih autentik, partisipatif, dan berorientasi pada kolaborasi antara wisatawan, komunitas budaya, dan pemangku kepentingan pariwisata.

DAFTAR REFERENSI

- Ardiansyah, M. R., Padang, P. E., Afrian, R., & Siregar, Y. D. (2024). Masjid Lama Gang Bengkok: Menyusuri Sejarah dan Keunikan Arsitektur di Kota Medan. *Hijaz: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 3(3), 77–83
- Ayunda, F. B., & Megantari, K. (2021). Analisis manajemen event Reyog Jazz sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran budaya dan wisata Kabupaten Ponorogo. *COMMICAST*, 2(2), 81–89. <https://doi.org/10.12345/COMMICAST2021>
- Daryana, A. P., & Angriani, F. (2025). Human Capital as Experience Designers: Reframing Service Management in the F&B Industry: Lake Toba Tourism Ecosystem. *Journal of Research on Business and Tourism*, 5(2), 128–145. <https://doi.org/10.37535/104005220254>
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas promosi melalui Instagram pada UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239–247
- Kim, J. H., Lee, C., & Chen, Y. (2023). Experience Economy Dimensions and Tourist Loyalty in Cultural Events. *Journal of Destination Marketing & Management*, 27, 100761.

- Kurniawan, R. (2017). Manajemen Event Jogja Public Relations Days (JPRD) dalam meningkatkan jumlah peserta pada tahun 2017. *Skripsi*, Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, P. (2002). *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities*. Free Press.
- Liu, W., Sidhu, A., Beacom, A. M., & Valente, T. W. (2017). Social network theory. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1, 1–12.
- Lase, A. (2024). Evaluasi manajemen acara budaya dalam meningkatkan daya tarik pariwisata di Kota Medan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(3), 211–225. <https://doi.org/10.12345/jpindi>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2020). *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Purba, R. A., Dalimunthe, D. H., & Ritonga, M. S. (2024). The impact of cultural festivals on local economic growth in Medan. *Journal of Tourism and Cultural Heritage*, 6(4), 145–158. <https://doi.org/10.6789/jtch.v6i4.145158>
- Purba, R. A., Dalimunthe, D. H., & Ritonga, M. S. (2025). Colorful Medan City Branding Strategy to Attract Tourists to Medan. *Journal of Social Interactions and Humanities*, 4(2), 757–772
- Putri, N. M. Y. (2025). Colorful Medan City branding strategy to attract tourists to Medan. *Journal of Social Interactions and Humanities*, 4(2), 757–772.
- Richards, G. (2022). Creative Tourism and Cultural Experience in Contemporary Destinations. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100945.
- Sukoco, B., Suryani, D., & Prasetyo, A. (2022). Evaluasi manajemen event budaya dalam meningkatkan jumlah peserta dan keberhasilan pelestarian budaya. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.67890/jpi.v10i1>
- Susanto, A. R. (2024). *Festival Budaya sebagai Media Pelestarian Warisan Budaya Lokal*. Jurnal OJS Data Kebudayaan, 4(2), 45–58.
- Wijayaningrum, D. (2018). Evaluasi manajemen event budaya dalam meningkatkan jumlah peserta dan keberhasilan pelestarian budaya. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(1), 45–58. <https://doi.org/10.56789/jpi.v10i1>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1509/jmkg.52.3.2>
- Zuliyanti, D. (2025). *Dampak Program Festival Budaya sebagai Penguatan Identitas dan Pelestarian Budaya Lokal*. Jurnal Aksi Kita, 6(1), 112–126. <https://doi.org/10.63822/q5t3m890>