

# TARI MERAK MEDIA PROMOSI PARIWISATA JAWA BARAT

**Ai Mulyani S.Sn,MSi**

Prodi Tari Institut Seni Budaya Indonesia (ISBI) Bandung  
aimulyanii@yahoo.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menemukan fenomena yang menarik, tari Merak media promosi pariwisata Jawa Barat, sebagai paket seni pertunjukan dan iklan pariwisata yang memiliki pesona, keunikan dan daya tarik. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis kualitatif, sebagai langkah awal pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi lapangan. Hal ini menitikberatkan pada pengamatan yang didukung dengan wawancara dan perekaman kejadian. Wawancara dilakukan dengan pelaku, tokoh yang terlibat langsung dan tokoh seniman yang terlibat didalamnya. Teknik wawancara yang mendalam dengan cara memilih informan kunci guna mendapatkan validitas data yang menghasilkan deskriptif yang lebih utuh dan menyeluruh.

**Kata Kunci:** Tari Merak, Promosi, Pariwisata, Jawa Barat.

## **A. PENDAHULUAN**

Tari Merak yang hidup dan berkembang di Jawa Barat mendapat respon masyarakat dengan baik, hal ini terbukti dengan kecepatannya berkembang dan sangat digemari diberbagai kalangan.

Tari Merak ini tidak hanya terkenal di wilayah Jawa Barat saja, tetapi juga keseluruh Indonesia bahkan ke luar negeri yang

telah dilakukan sekitar mulai tahun 1950-an, yaitu dengan adanya misi-misi kesenian ke luar negeri.

Keberadaan tari Merak ini sekarang masih terus terpelihara dan berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, tari-tarian ini masih sering dipertunjukkan baik di dalam maupun di luar negeri. Tari Merak ini menjadi salah satu tari-tarian yang dipelajari disetiap sekolah atau perguruan tinggi formal seperti SMKI, ISBI, ISI diseluruh Indonesia dan menjadi materi yang hampir selalu diajarkan di sanggar-sanggar tari Sunda yang ada di Jawa Barat

Eksistensi tari Merak tak lepas dari kepiawaian penari Sunda murid R. Tjetje Somantri, Irawati Durban dalam dunia seni tari tentu sudah tidak asing lagi, beliau selain penari juga kreator tari, karya-karyanya yang monumental dapat dinikmati sepanjang masa dari generasi ke generasi hingga saat ini dan kini salah satu tariannya menjadi ikon tari Sunda di Jawa Barat, yaitu Tari Merak Gubahan Irawati Durban.

Tari-tarian R. Tjetje Soemantri memberikan kontribusi terhadap perkembangan tari pertunjukan di Jawa Barat, tari karya Tjetje Somantri merupakan tonggak sejarah alur perkembangan tari-tarian putri, yang sebelumnya didominasi oleh tari-tarian putra. Karya-karyanya memiliki ciri yang khas sebagai pembeda yang terlihat dalam gaya tarinya. Adapun gaya dalam kesenian menunjukkan pada kompleksitas ciri yang menunjukan suatu sintesis, sehingga tampak adanya kolerasi dan konsistensi (Kartodirdjo, Sartono, 1993:175).

Tari merak buah karya Gubahan Irawati Durban, kiranya patut kita hargai karena kiprahnya bukan sekedar melestarikan dengan mengkonservasi tari kreasi baru karya R. Tjetje Soemantri yang telah mengisi genre tari sunda namun juga mengembangkannya menjadi lebih elegan, dinamis, aktratif dan indah (Ai Mulyani, 2017: 22).

Mengkaji permasalahan keberadaan tari Merak gubahan Irawati Durban di masyarakat Jawa Barat, fokus pembahasan mengungkap tari Merak media promosi pariwisata Jawa Barat secara holistik. Tujuan penelitian temuan popularitas dan diminati masyarakat tari Merak Media promosi seni budaya Jawa Barat.

## **B. METODE PENELITIAN DAN LANDASAN TEORI**

Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan multidisiplin dengan menggunakan perspektif sejarah, sosiologi, komposisi dan seni pertunjukan yang memanfaatkan teori-teori konsep yang relevan dari bidang-bidang tersebut sebagai suatu sistem penjelasan dengan analisis secara tekstual dan kontekstual. Kemudian secara akurat untuk mendapatkan sumber-sumber data yang diperlukan, baik secara langsung maupun tidak langsung peneliti terlibat sebagai pengamat.

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif analisis kualitatif, sebagai langkah awal pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan observasi lapangan. Hal ini menitikberatkan pada pengamatan yang didukung dengan wawancara dan

perekaman kejadian. Data kualitatif untuk penelitian seni pertunjukan juga dapat didapatkan dari sumber-sumber tertulis, sumber lisan, peninggalan sejarah serta sumber-sumber rekaman (Soedarsono, 1999:192).

Untuk mendapatkan data kualitatif ditetapkan narasumber berdasarkan pertimbangan, dipilihnya wilayah Jawa Barat khususnya di Ibu kota propinsi Kota Bandung sebagai lokasi penelitian; (1) Kota Bandung sebagai pusat seni budaya di Priangan merupakan sentral pertunjukan seni tari-tari Kreasi Karya R. Tjetje Soemantri yang memiliki populasi terbanyak dibandingkan dengan daerah lainnya; (2) Para narasumber berdomisili di Kota Bandung; (3) Kota Bandung, populasi promosi perusahaan, pemerintahan, Bank memakai jasa iklan tari Merak tumbuh dan berkembang dengan baik, dan diidentifikasi tari Merak merupakan *icon* Jawa Barat.

Mekanisme penelitian dilakukan sebelum terjun ke lapangan terlebih dahulu studi pustaka atau *library research* dilanjutkan dengan berupaya memahami obyek untuk mengamati dan berinteraksi. Dikarenakan peneliti sebagai pemilik budaya tersebut, kegiatan ini telah dipahami dalam obyek yang diteliti. Hasil pengamatan yang didapat kemudian dianalisis dengan rujukan hasil wawancara dan rekaman video.

Wawancara dilakukan dengan pelaku, tokoh yang terlibat langsung dan tokoh seniman yang terlibat didalamnya. Teknik wawancara yang mendalam dengan cara memilih informan kunci

guna mendapatkan validitas data yang menghasilkan deskripsi yang lebih utuh dan menyeluruh, para informan dalam penelitian ini terbagi atas tiga macam, yaitu; informan pangkal, informan ahli dan informan biasa (Abu Hamid, 1989:7). Informan pangkal adalah orang yang mempunyai pengetahuan luas tentang berbagai persoalan yang ada dalam masyarakat, misalnya budayawan. Informan ahli adalah tokoh yang terlibat langsung didalamnya, yang memiliki pengetahuan tentang seluk-beluk tari Merak dan manajemen marketing bidang promosi, sedangkan informan biasa adalah penari, pendukung yang tergabung dalam ruang lingkup tari Merak.

Dari data yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, oleh karena itu dilakukan pengolahan data secara kualitatif. Dari analisis data yang didapat, kembali dikonfirmasi kebenarannya pada tokoh yang lebih tahu tentang data itu, selanjutnya dilakukan, interpretasi khususnya tari Merak sebagai media promosi pariwisata Jawa Barat terhadap tindakan yang ada dalam obyek.

Berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan diperlukan landasan teori yang dapat dijadikan pijakan dalam mendeskripsikan tari Merak Media Promosi Jawa Barat. Landasan Teori Pengertian Promosi adalah Promosi merupakan kegiatan *Marketing Mix* yang terakhir. Dalam kegiatan inisiatif bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Promosi adalah

kegiatan menawar (Kasmir, 2004: 176). Menurut Bashu Swasta Dh. (1999; 238) Promotional *mix* adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan, personal *selling* alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk tujuan program penjualan. Adapun definisi promosi menurut William J. Stanton (2001:410) adalah: '*Promosi is the element in an organization marketing mix that eroves to inform, persuade, and remind the market of the organization or product*'. (Promosi adalah unsur dari bauran pemasaran suatu organisasi yang bertujuan memberitahukan, membujuk dan mengingatkan pasar dari organisasi/produk). Bauran Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dari bauran pemasaran. Untuk memasarkan suatu produk seorang pemasar harus mengembangkan program komunikasi yang efektif yang ditujukan kepada konsumen untuk mengkomunikasikan informasi yang ada dan dirancang untuk menghasilkan tindakan konsumen yang mengarah kepada keuntungan perusahaan. Menurut Stanton bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan perseorangan, periklanan, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat. (William J. Stanton, 2001: 456). Dari beberapa definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi adalah bentuk-bentuk komunikasi yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi tentang adanya suatu produk beserta kelebihanannya atau manfaatnya. Kemudian membujuk, mempengaruhi, dan meyakinkan konsumen agar mau membeli dan menggunakan

produk tersebut serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang produk atau jasa yang ditawarkan sehingga akan meningkatkan volume penjualan barang/jasa.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan industri pariwisata dalam menggali potensi seni budaya untuk pesona Indonesia dan *wonderful* Indonesia yang dicanangkan oleh Pemerintahan dewasa ini, tanda-tanda telah menunjukkan grafik yang terus meningkat, potensi SDM dan Budaya khususnya di Jawa Barat. Pariwisata telah menjadi industri sipil telah banyak terserap yang kini bekerja di industri jasa ini secara langsung maupun tidak langsung.

Naluri manusia untuk melintas ruang dan waktu, merupakan bawaan yang berusaha dipenuhinya dengan berbagai cara. Melalui upacara, seni, teknologi, mistik dan yang paling lazim, melalui tradisi perjalanan. Setiap masyarakat mempunyai tradisi perjalanannya masing-masing, yang disesuaikan dengan situasi budayanya. Perjalanan menjadi simbol untuk menaklukan ruang dan waktu.

Berbeda dengan kebiasaan masyarakat untuk mengelola perjalanan secara naluriah; industri pariwisata telah meringkas tradisi ini dimensinya yang baru. Perjalanan dikemas sebagai kultur baru, sebuah gaya hidup yang didukung oleh sistem

produksi yang kompleks. Jika sebelumnya perjalanan diselenggarakan untuk memenuhi tujuan di luar dirinya baik untuk alasan religius atau ideologis maka industri pariwisata dirancang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dan kepuasan psikologis; penganan rasa ingin tahu dan kesenangan. Jika tradisi perjalanan dianggap sebagai suatu proses melakukan kreasi, maka pariwisata dipandang sebagai masa jeda dari kerja atau apa yang disebut rekreasi.

Jika tradisi perjalanan diarahkan untuk mengalami dan terlibat dalam peristiwa, maka peristiwa justru mengemas peristiwa dijadikan bagian dari pengalaman pribadi. Berdasarkan aspek-aspek tersebut diatas, tak mengherankan jika pariwisata sangat tergantung pada sebagaimana yang terjadi pada seni pertunjukan presentasi dan interpretasi. Melalui presentasi, peristiwa kebudayaan dan sosial diringkas untuk dihidangkan kepada tamu, yang kemudian ditresprestasikan sesuai dengan latar belakang kebudayaannya. Namun proses interpretasi ini tetap dikemas pada kerangka tertentu, apakah melalui guide atau fasilitas jasa hotel, travel, iklan, buku perjalanan serta perangkat industri ini yang lain, sehingga pertemuan antara yang didatangkan dengan yang mendatangi terjadi dalam suatu drama sosial yang kedua belah pihak telah saling mengandalkan. Dapat

dikatakan dalam dunia pariwisata, citra memegang peranan penting dalam membangun pemahaman realitas.

Pembahasan artikel ini difokuskan benang merah antara dunia peristiwa dengan seni pertunjukan tari, seni pertunjukan sebagai salah satu paket penyelenggaraan industri pariwisata mendapat porsi sebagai salah satu pendukung keberhasilan industri pariwisata betapa pariwisata kini bertindak sebagai kekuatan budaya yang paling progresif mempengaruhi sistem sosial-ekonomi. Salah satu kasus Tari Merak Gubahan R.Irawati Durban.

Berdasarkan narasumber, tari Merak R.Tjetje Soemantri yang awalnya dibuat untuk menyambut tamu Konferensi Afrika yang pertama tahun 1955 di Kota Bandung sebagai sajian utama dalam pertunjukan di Konferensi Asia Afrika dengan jumlah penari lima orang. Setelah tari Merak dipertunjukan di acara Konferensi Asia Afrika juga ditampilkan dalam penyambutan Presiden Virsilop dari Rusia tanggal 10 Mei 1957 bertempat di Gedung Pakuan dan pada tanggal 17 November 1958 di Yayasan Pusat Kebudayaan (YPK) jalan Naripan (Irawati, *Pikiran Rakyat*, 5 Mei 2005, juga dalam Irawati, 2008:66). Tari Merak berkarakter putri lanyap, bentuknya tari rampak, lagu pengiringnya Bendrong Sorog, tari Merak menggambarkan merak yang sedang memperlihatkan keindahan bulunya yang sedang menari di alam bebas (Irawati, 2008:73). Gerakan yang ditampilkan dalam Tarian Merak pada saat

itu sangat sederhana tapi yang teringat ada *gerakan-gerakan kokoer, kembang kuray, terbang*. Selebihnya gerakan itu seperti umumnya tarian kupu-kupu dan gerakan tarian putri (Irawati, wawancara, Bandung, 10 April 2015).

Irawati Durban mengemas tari Merak R. Tjetje Soemantri pada tahun 1965, tari Merak menjadi konsep baru dari R. Tjetje Soemantri baik dari teknik maupun dari penampilannya, mampu memberi kesegaran baru kebebasan bentuk serta kesemarakkan baik dalam gerak. Iringan maupun penampilan dari aspek iringan lagu Macal Ucul aransemen Aim Abdurachim yang diarahkan oleh Mang Koko Koswara Maestro Karawitan Wanda Anyar, Aim sebagai composer tari menata karawitan tari Merak dengan atraktif dan dinamis, memberi warna suasana lain yang bergairah caranya unik menabuh *bonang* ditabuh dengan pemukul dibalik letak *bonangnya* sehingga menimbulkan suara yang lain yang bisa menunjang gerakan tari Merak yang lincah (Irawati Durban, wawancara, Bandung, 12 Mei 2016).

Ditangan Irawati Durban tari Merak boleh dikatakan *Masterpiece* tarian gaya R. Tjetje Soemantri trend di Kota Bandung. Sebagai penari profesional yang matang dan kaya akan pengalaman. Irawati mempunyai andil besar dalam merevitalisasi tari Merak, sehingga tari Merak menjadi tarian yang digemari masyarakat luas hingga saat ini. Irawati Durban menginovasi gerakannya artinya ada beberapa gerak tari Merak yang masih diingat, diolah kembali dengan menambah gerakan-gerakan yang

baru sesuai dengan daya interprestasinya serta membuat desain baru dari segi busananya agar tampak lebih hidup dan menunjang gerakan tari. Irawati Durban secara khusus menonjolkan property bagian ekor burung merak yang merupakan ciri khas keindahan burung tersebut, semula kostum itu lebih menyerupai burung yang sedang berjalan dengan anggun sambil memamerkan keindahan bulu-bulunya.

Penyebaran tari Merak gubahan Irawati Durban sangat cepat di masyarakat Kota Bandung dan umumnya se-Jawa Barat, di Kota Bandung sebagai pusat pelatihan tari (PUSBITARI) pimpinan Irawati Durban, Studio Indra pimpinan Indrawati, Sekar Pakuan R. Yuyun Kusumadinata adalah sanggar tari yang mengajarkan tari-tarian R. Tjetje Soemantri. Ketiga sanggar tari ini terkenal di Kota Bandung untuk pertunjukan ke luar negeri, menyambut tamu di Istana Negara, menyambut tamu di Gubernuran Jawa Barat, pertunjukan di Pelangi Nusantara TMII Jakarta, penyambutan tamu di Hotel-hotel berbintang di Kota Bandung dan Jakarta.

Tari Merak sebagai tari pertunjukan merupakan tari lepas yang disajikan dalam bentuk kelompok. Namun dalam perkembangan selanjutnya tari Merak sebagai tari prosesi upacara pernikahan. Hal ini diakuinya oleh Irawati Durban sebagai fenomena yang luar biasa tari Merak semarak disajikan dalam prosesi pernikahan, bahwa tari Merak trend sebagai seni pertunjukan tari prosesi pernikahan adat Sunda.

Awal mulanya tari Merak bagian dari prosesi upacara pernikahan adat Sunda, Irawati Durban menuturkan sebagai berikut diawali dengan ide sebagai suatu kebutuhan yang tidak disengaja. Pada tahun 1988 keponakan menikah di Balai Kartini Jakarta, sebagai pengantar ke pelaminan saya membuat upacara *jajap panganten* sederhana. Dua orang keponakan yang lain masih remaja disiapkan untuk menyambut pengantin dengan memakai kostum tari Merak. Kedua penari Merak berkeliling dan meloncat-loncat mengitari pengantin sampai ke tempat duduk. Di pentas seperti itu, kedua Merak berperan sebagai binatang piaraan dari "raja sehari", yaitu kedua mempelai (Irawati Durban, 2015: 5). Perkembangan selanjutnya, Pusbitari sering diundang prosesi dalam upacara adat pengantin di Kota Bandung dan sekitarnya, dengan menyajikan kedua ekor Merak diperankan oleh penari yang mengitari pengantin dengan barisan *mamayang*, kemudian menari di depan pelaminan setelah *mamayang* selesai menari.

Kegiatan Pasanggiri tari Merak yang diselenggarakan tahun 2000 oleh Universitas Pasundan dan Pusbitari merupakan tolak ukur kepopuleran tari Merak di masyarakat, turut serta sanggar-sanggar tari di Jawa Barat mengikuti pasanggiri tersebut, penyebaran secara alamiah tari Merak ada dimana-mana dalam berbagai bentuk dan kualitas itulah yang menjadikan tari Merak sebagai ikon Jawa Barat.

Selanjutnya tanggal 4 - 10 Juni 2015 tiga lembaga. Yayasan Pusbitari, Universitas Pendidikan (UPI) Bandung, Institut Seni

Budaya Indonesia (ISBI) Bandung menyelenggarakan Festival Tari Merak 50 tahun, rangkaian kegiatan berupa Seminar Internasional “Tari Merak Dalam Perbandingan”, *Workshop* tari Merak, Lomba Pameran Foto tari Merak, Lomba lukisan dan gambar tari Merak, Bazar dan pertunjukan. Khusus acara pertunjukan tari Merak ini merupakan pertunjukan fenomenal yakni menyajikan tari Merak secara kolosal. Hari Minggu tanggal 13 Desember 2015 masih dalam rangkaian Festival Tari Merak, pertunjukan di arena jalan Asia-Afrika di depan Gedung Merdeka Bandung di area *Car Free Day* menampilkan tari Merak secara kolosal dengan jumlah penari 1.509 penari yang bertajuk *Sarewu Merak Tandang* (Retno Heriyanto, *Pikiran Rakyat*, hal 1, 14 Desember 2015), boleh jadi bagi menjadi hari yang bersejarah tari kreasi maestro tari kreasi Sunda Irawati Durban. Tari Merak karya R. Tjetje Soemantri (1955) yang kemudian digubah dan dikembangkan 10 tahun kemudian (1965) mampu menorehkan sejarah.

Kali ini kebahagiaan tak dirasakan Irawati Durban sendirian, sebanyak 1.509 penari tari Merak bertajuk “*Sarewu Merak Tandang*” tampak terharu. Para penari sebagian besar anak-anak itu terlihat saling berpelukan dan sebagian lainnya mengungkapkan kegembiraan dengan berteriak. Semuanya terjadi saat perwakilan Original Rekor Indonesia (ORI) menyatakan bahwa ; “*Sarewu Merak Tandang*” masuk catatan rekor penari tari Merak terbanyak dan ide kegiatan pertama kali menari di jalanan.

Para pendukung tari *Sarewu Merak Tandang* dari 80 sanggar di Kota dan Kabupaten Bandung dan sejumlah Kota/Kabupaten di Jawa Barat, DKI Jakarta dan Jawa Tengah, yang menarik ke ikut sertaan partisipan anggota Polisi Wanita (Polwan) berbaris yang memakai siger Merak. Pangrawit yang mengiringi tari Merak, yaitu kelompok Musik Samba Sunda yang dipimpin oleh Ismet Ruhimat.

Merujuk hal tersebut tari Merak gubahan Irawati Durban di Jawa Barat banyak peminatnya. Begitu pula dalam kegiatan berbagai peristiwa budaya di Kota Bandung dalam kegiatan ceremony, *helaran* Kemilau Nusantara tari Merak ditampilkan dan *Sarewu Merak Tandang*.

Perkembangan selanjutnya dari segi ekonomi sosok tari Merak menarik minat perusahaan ajang promosi produk dijadikan iklan. Perusahaan pertama yang memuat foto tari Merak sebagai media promosi adalah perusahaan penerbangan Garuda Indonesia Airways, Irawati Durban merasa bangga karyanya dijadikan daya tarik penumpang luar negeri, namun ada perasaan geli juga ketika melihat sikap penarinya agak membungkuk, dengan ekspresi malu-malu, tidak kelihatan ekspresi angkuh burung Merak. Perusahaan kedua; perusahaan Telekomunikasi produk kartu Halo dengan wajah penari Merak yang cantik. Perusahaan yang ketiga; perusahaan produk sarung cap Gajah Duduk berupa *billboard* dengan tiga orang penari Merak kostum baju merak memakai sarung cap Gajah Duduk, *billboard* dipasang di jalan Soekarno Hatta. Foto iklan yang besar tari Merak dengan kostum kuning

wajah yang cantik dipasang di Bandara Hussein Sastra Negara terpampang ketika dipintu sebelah kanan kedatangan pesawat dengan tulisan "Welcome to Bandung". Perusahaan yang lainnya dari Bank Jabar ; BANK JABAR *billboard* di Jalan Setia Budi Bandung dan Stasiun Kereta Api Bandara di Medan penari Merak kostum warna kostum kuning dengan wajah cantik. Hotel Preanger Bandung menempatkan patung perunggu (Irawati Durba 2015: 43).

Tari Merak sebagai ikon Jawa Barat dideklarasikan oleh Kadisbudpar Jawa Barat Budiana, diwujudkan dengan menampilkan secara kolosal tari Merak dalam event Kemilau Nusantara tahun 2006. Momen ini dimanfaatkan oleh Garuda Indonesia dengan menempatkan foto tari Merak di sampul depan majalah Garuda. Selain itu pula Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat memampangkan poster tari Merak (Irawati Durban, 2015: 46).

#### **D. KESIMPULAN**

Tari Merak sebagai media promosi Pariwisata Jawa Barat, pemasangan iklan dirasakan mampu memberi nilai ekonomis dan image bagi perusahaan maupun Pemerintahan Jawa Barat.

Sebagai produk wisata produk seni pertunjukan tari Merak dengan penampilannya yang meliputi tidak saja aspek rupa tetapi juga gerak dan musik. Bentuk seni mempunyai faktor dependensi diantara pendukungnya terhadap sarana yang ada. Keunikan

keunggulan daya tarik penampilan inilah yang menyebabkan hampir setiap paket wisata selalu menghadirkan tari Merak, dalam program wisata (*tour programe*) pementasan suatu seni pertunjukan Jawa Barat, kehadirannya dinilai mampu memberi nilai tambah ekonomis bagi penyelenggara paket wisata tersebut.



Gambar.1  
Penari Merak “Sarewu Merak Tandang”  
(Dokumentasi: Ai Mulyani)



Gambar.1  
Penari Merak “Sarewu Merak Tandang”  
(Dokumentasi: Ai Mulyani)



Gambar.3  
Partisipasi Polwan dalam helaran “Sarewu Merak Tandang”  
(Dokumentasi: Ai Mulyani)



Gambar.3  
Partisipasi Polwan dalam helaran “Sarewu Merak Tandang”  
(Dokumentasi: Ai Mulyani)



## E. DAFTAR PUSTAKA

- Caturwati, Endang. (2000). *R. Tjetje Somantri (1892-1963) Tokoh Pembaharu Tari Sunda*. Yogyakarta: Tarawang.
- Durban, Irawati. (2015). "Tari Merak Sunda ", dalam prosiding Seminar Internasional Tari Merak Dalam Perbandingan. Bandung: Pusbi tari Press.
- Heriyanto, Retno. (2015). "Sarebu Merak Tandang" . Koran Pikiran Rakyat. Bandung: PR Press.
- Hamid, Abu. (1989). *Wawasan Metodologi Penelitian*. Program Pascasarjana Hasanudin Ujung Pandang.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: PT. Kencana.
- Mulyani, Ai. (2017). *Tari Merak*: Bandung: ISBI Bandung.
- Sedyawati, Edy. (1981). *Masyarakat Sunda dan Kebudayaan*. Jakarta: Giri Mukti Pusaka.

- Swasta, Bashu. (1999). *Azaz Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Stanton, William J. (2001). *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Soedarsono. (1999). *Metodologi Seni Pertunjukan dan Seni Rupa*.  
Bandung: Masyarakat Pertunjukan Indonesia (MSPI)