

## Opini Umat Hindu Indonesia Dalam Membangun Brand Image Candi Prambanan Sebagai Pusat Rumah Ibadah Dunia



Untung Suhardi <sup>1✉</sup>, Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari <sup>2</sup>, I Wayan Kantun Mandara <sup>3</sup>, Rustang <sup>4</sup>

<sup>1</sup> Sekolah Tinggi Agama Hindu Dharma Nusantara Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Budi Luhur, Indonesia

<sup>3</sup> Sekolah Tinggi Agama Hindu Dharma Nusantara Jakarta, Indonesia

<sup>4</sup> Sekolah Tinggi Agama Hindu Dharma Nusantara Jakarta, Indonesia

### Abstrak

Eksistensi Candi Prambanan menjadi warisan dunia yang harus dilestarikan oleh seluruh warga negara Indonesia, khususnya adalah umat Hindu. Namun demikian berbagai langkah yang dilakukan kurang mendapatkan citra yang positif dari kalangan umat bahkan pengunjung. Dalam penelitian ini menhadirkan dua pokok permasalahan (1) Opini umat Hindu Indonesia terkait Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia dan (2) Upaya masyarakat Hindu dalam membangun brand image Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori makna dan teori brand image dengan metode analisis kualitatif yang pengumpulan data menggunakan wawancara kepada informan dan teknis analisis mulai dari reduksi data, penyajian, dan simpulan. Temuan utama mencakup apresiasi umat Hindu terhadap Candi Prambanan yang telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Dunia dan simbol keagamaan yang mempersatukan umat. Dan temuan kedua, berbagai upaya strategis diidentifikasi, seperti pengemasan acara internasional (misalnya Mahasiwaratri dan Abhiseka), peningkatan publikasi melalui media sosial, dan kerja sama antar kementerian untuk mempromosikan Candi Prambanan. Temuan ini menunjukkan implikasi teoritik bahwa eksistensi candi Prambanan yang membutuhkan citra positif yang dibangun oleh seluruh umat Hindu dan element pendukungnya. Studi ini juga memberikan implikasi bahwa citra positif dimulai dari pengelola candi prambanan, pemerintah daerah, pemerintah pusat dan dukungan dari seluruh umat Hindu dan rakyat indonesia sebagai bagian dari warisan budaya dunia.

**Kata Kunci:** *Citra; Rumah Ibadah; Opini; Prambanan*

### Abstract

The existence of Prambanan Temple is a world heritage that must be preserved by all Indonesian citizens, especially Hindus. However, various steps taken have not received a positive image from the community and even visitors. This study presents two main problems (1) The opinion of Indonesian Hindus regarding Prambanan Temple as a world worship center and (2) Efforts by the Hindu community to build the brand image of Prambanan Temple as a world worship center. The theory used in this study is the theory of meaning and brand image theory with a qualitative analysis method that collects data using interviews with informants and analysis techniques ranging from data reduction, presentation, and conclusions. The main findings include the appreciation of Hindus towards Prambanan Temple which has been recognized by UNESCO as a World Cultural Heritage and a religious symbol that unites people. And the second finding, various strategic efforts were identified, such as packaging international events (eg Mahasiwaratri and Abhiseka), increasing publication through social media, and cooperation between ministries to promote Prambanan Temple. This finding shows the theoretical implication that the existence of Prambanan Temple requires a positive

---

image built by all Hindus and their supporting elements. This study also provides implications that a positive image starts from the Prambanan temple management, local government, central government and support from all Hindus and Indonesian people as part of the world's cultural heritage.

**Keywords:** *Image; House of Worship; Opinion; Prambanan*

Copyright (c) 2024 Untung Suhardi

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license

✉ Corresponding author: Untung Suhardi

Email Address : [untungsuhardi18@gmail.com](mailto:untungsuhardi18@gmail.com)

Received 20 August 2024, Accepted 5 September 2024, Published 9 September 2024

DOI: <https://doi.org/10.55115/purwadita.v8i2.54>

Publisher: Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja



## PENDAHULUAN

Eksistensi Candi Prambanan, salah satu situs warisan budaya dunia yang terletak di Jawa Tengah, Indonesia, adalah kompleks candi Hindu terbesar di Indonesia. Dibangun pada abad ke-9 Masehi oleh raja-raja dari kerajaan Mataram Kuno, Candi Prambanan merupakan contoh penting dari arsitektur Hindu-Jawa yang megah dan kaya akan nilai sejarah, budaya, dan spiritual. Candi Prambanan, yang juga dikenal sebagai Candi Rara Jonggrang, adalah salah satu kompleks candi Hindu terbesar dan paling megah di Indonesia. Terletak sekitar 17 kilometer timur laut Yogyakarta, di Provinsi Jawa Tengah, Candi Prambanan merupakan salah satu simbol penting dari warisan budaya Indonesia. Sejarah Candi Prambanan dapat ditelusuri kembali ke abad ke-9 Masehi, pada masa kejayaan Kerajaan Mataram Kuno. Menurut penelitian arkeologi, pembangunan Candi Prambanan dimulai pada masa pemerintahan Rakai Pikatan dan kemudian diperluas oleh penguasa-penguasa berikutnya, terutama di bawah pemerintahan Rakai Balitung (Soekmono, 1976).

Kompleks candi ini terdiri dari sejumlah candi utama yang didedikasikan untuk Trimūrti Hindu, yaitu Śiva, Viṣṇu, dan Brahmā, serta candi-candi kecil yang mengelilinginya. Candi utama, yang terdiri dari Candi Śiva, Candi Viṣṇu, dan Candi Brahmā, merupakan contoh yang menakjubkan dari arsitektur Hindu klasik (Soekmono, 1976). Arsitektur Candi Prambanan sangat menarik perhatian para peneliti dan arkeolog. Struktur-struktur batu yang megah, relief-relief yang halus, dan ukiran-ukiran yang indah menunjukkan tingkat keahlian dan keterampilan tinggi para pembangunnya. Relief-relief di dinding candi menggambarkan berbagai cerita dari mitologi Hindu, termasuk kisah Rāmāyaṇa yang terkenal (Van der Laan, 2005). Candi Prambanan dirancang menggunakan referensi dari Vāstu. Vāstu adalah sebuah konsep dalam tradisi arsitektur Hindu yang berasal dari India kuno. Istilah "Vāstu" sendiri berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti "tempat tinggal" atau "tempat kediaman". Dalam konteks arsitektur dan perencanaan lingkungan, Vāstu mengacu pada aturan-aturan, prinsip-prinsip, dan pedoman-pedoman yang digunakan dalam merancang bangunan dan lingkungan agar sejalan dengan prinsip-prinsip spiritual, keseimbangan, dan harmoni.

Candi Prambanan adalah tempat pemujaan suci bagi aliran Śaiva. Prasasti Śivagr̥ha adalah salah satu artefak penting yang memberikan pemahaman yang dalam tentang peran Candi Prambanan sebagai tempat pemujaan Śiva. Prasasti ini ditemukan di kompleks candi tersebut dan menjadi saksi sejarah yang berharga tentang keberadaan dan pengaruh aliran Śaiva dalam kehidupan agama dan budaya di Indonesia kuno. Prasasti Śivagr̥ha diperkirakan berasal dari abad ke-9 Masehi, periode kejayaan Kerajaan Mataram Kuno. Prasasti ini ditulis dalam bahasa Sanskerta dengan aksara Pallawa, dan memberikan deskripsi tentang pembangunan kuil untuk dewa Śiva, yang dikenal sebagai "Śivagr̥ha" atau "rumah Śiva". Prasasti ini juga menyebutkan sumbangan yang diberikan oleh raja dan bangsawan setempat untuk pembangunan kuil tersebut (Mundardjito, 2008).

---

Selain Prasasti *Śivagrha*, terdapat beberapa prasasti lain yang ditemukan di sekitar kompleks Candi Prambanan yang memberikan wawasan tambahan tentang sejarah, pembangunan, dan penggunaan candi tersebut. Prasasti Sojiwan ditemukan di sekitar Candi Sojiwan, yang terletak tidak jauh dari Candi Prambanan (Setiawan, 2022). Prasasti Sojiwan memberikan informasi tentang pembangunan kuil dan sumbangan yang diberikan oleh penguasa setempat untuk mendukung kegiatan keagamaan di daerah tersebut. Prasasti Bokoharjo memberikan informasi tentang pembangunan dan perbaikan yang dilakukan pada Candi Bokoharjo, yang merupakan bagian dari kompleks Candi Prambanan. Prasasti ini juga menyebutkan sumbangan yang diberikan oleh penguasa setempat untuk pembangunan candi. Prasasti Lumbung ditemukan di sekitar Candi Lumbung, prasasti ini memberikan informasi tentang pembangunan dan perawatan Candi Lumbung serta sumbangan yang diberikan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam proyek tersebut. Prasasti Kelurak ditemukan di desa Kelurak, dekat kompleks Candi Prambanan. Meskipun prasasti ini tidak secara langsung terkait dengan Candi Prambanan, tetapi memberikan gambaran tentang aktivitas keagamaan dan sumbangan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar.

Prasasti-prasasti ini memberikan bukti tertulis tentang pentingnya Candi Prambanan dalam kehidupan masyarakat pada masa lalu, serta memberikan informasi tambahan tentang sejarah, pembangunan, dan perawatan candi tersebut. Mereka menjadi saksi bisu dari masa lalu yang berharga dan menjadi bahan studi bagi para sejarawan, arkeolog, dan peneliti yang tertarik dalam memahami warisan budaya Indonesia. Dalam kompleks candi Prambanan, Candi Śiva menjadi pusat perhatian, dengan arsitektur dan relief-reliefnya yang megah menggambarkan kebesaran dan kekuatan para dewa-dewi Hindu. Relief-relief yang menghiasi dinding candi mengisahkan berbagai cerita dari mitologi Hindu, yang termasuk di antaranya adalah kisah tentang Śiva dan istrinya, Pārvatī, serta berbagai adegan dari epik Rāmāyaṇa dan Mahābhārata. Selain Candi Śiva, kompleks Candi Prambanan juga menampilkan candi-candi lain yang didedikasikan untuk dewa-dewa lain dalam pantheon Hindu, seperti Viṣṇu dan Brahmā (IBRAHIM, 1996). Namun, keberadaan Candi Śiva yang dominan menunjukkan pentingnya peran Śiva dalam kehidupan spiritual dan keagamaan masyarakat Jawa kuno. Candi Prambanan tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan keagamaan, sosial, dan budaya. Di sekitar kompleks candi, ditemukan berbagai artefak dan peninggalan yang menunjukkan kegiatan upacara, ritual, dan persembahan yang dilakukan oleh masyarakat setempat untuk menghormati dewa Śiva dan memohon berkah serta perlindungan.

Peran Candi Prambanan sebagai tempat pemujaan Śiva sangatlah penting dalam konteks agama Hindu di Indonesia. Sebagai salah satu candi Hindu terbesar dan paling megah di Asia Tenggara, Candi Prambanan dianggap sebagai salah satu pusat keagamaan utama bagi penganut agama Hindu pada masa lalu. Hingga hari ini, Candi Prambanan tetap menjadi tempat pemujaan yang penting bagi umat Hindu di Indonesia, serta menjadi tujuan ziarah dan wisata yang populer bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Keindahan arsitektur, keberagaman relief-relief, dan atmosfer keagamaan yang kental menjadikan Candi Prambanan sebagai salah satu warisan budaya terpenting dan tersohor di Indonesia. Surat Keputusan Bersama (SKB) 5 Menteri terkait Candi Prambanan merupakan sebuah inisiatif penting dalam upaya pelestarian, pengembangan, dan pengelolaan warisan budaya Indonesia. SKB ini diterbitkan oleh lima kementerian terkait, yaitu Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Agama, Kementerian Perhubungan, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Tujuan utama dari SKB ini adalah untuk menyelaraskan upaya-upaya dari berbagai kementerian dalam rangka menjaga keberlangsungan dan meningkatkan manfaat dari kompleks Candi Prambanan secara menyeluruh. Dengan adanya kerjasama lintas sektoral, diharapkan pengelolaan candi dapat dilakukan secara terkoordinasi dan efektif. Salah satu aspek yang diatur dalam SKB ini adalah perlindungan terhadap struktur fisik candi, termasuk bangunan, relief, dan patung-patung di dalam kompleks candi. Langkah-langkah

---

pemeliharaan dan perbaikan diprioritaskan untuk menjaga keutuhan dan keindahan arsitektur candi yang megah (Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016). Selain itu, SKB ini juga menekankan pentingnya pengembangan infrastruktur dan fasilitas pendukung di sekitar Candi Prambanan. Ini termasuk peningkatan aksesibilitas, fasilitas transportasi, akomodasi, dan informasi yang diperlukan oleh pengunjung untuk memperkaya pengalaman wisata mereka di tempat ini (Indonesia, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Jordaan, Roy E (1996) yang berjudul *In Praise Of Prambanan: Dutch Essay On The Lorjonggrang Temple Complex*, Leiden: KITLV Press (Jordan, 1996). Penelitian yang merupakan kumpulan essay dari banyak penulis yang membicarakan tentang pendekatan culture-historis, seni dan relief yang ada dalam candi Prambanan, proses pendirian dan teori arsitektur. Penggambaran dari relief yang ada pada candi Rorojonggrang yang lebih mengarah pada kehidupan Rama yang digambarkan secara simbolik. Selain itu, ada pemahaman tentang rekonstruksi candi Siwa yang dilakukan mulai dari penyatuan batu dari awal sampai dengan bentuk candi Siwa utuh yang ada pada saat ini. Kontribusi dalam penelitian ini adalah untuk menunjang pemahaman peneliti tentang struktur, genealogi, dan arsitektur candi Prambanan yang dibangun atas pemikiran adiluhung yang harus diletakkan oleh masyarakat pada era saat ini dan masa yang akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim, Maulana (1996) yang berjudul *Komplek Candi Prambanan Dari Masa Ke Masa*, Jakarta: Kemdikbud, Direktorat Perlindungan dan Pembinaan Peninggalan Sejarah dan Purbakala (Ibrahim, 1996). Dalam pembahasannya mengetengahkan tentang Halaman dan bangunan candi, pemugaran candi, temuan arca, dan relief dalam candi prambanan. Kontribusi yang dilakukan dalam penelitian Ibrahim ini adalah adanya pembahasan yang mengetengahkan tentang komplek candi Prambanan sampai dengan bentuk dan temuan candi yang disusun dengan bahasa yang mudah dipahami. Kritik penelitian ini adalah adanya sisi pembahasan yang belum ada dalam kaitannya dengan pemaknaan dan persepsi masyarakat tentang *brand image* yang harusnya menjadi pembahasan tentang masa depan candi Prambanan dan bentuk riil dari dinamika masyarakat yang ada di sekitar Prambanan.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Suwetha (2020) yang berjudul *Upaya Menjadikan Prambanan Sebagai Destinasi Unggulan Melalui Pengembangan Cultural Tourism Di Kawasan Candi Prambanan*, dalam Prosiding Seminar Nasional di STHD Klaten (Darma, 2020). Temuan penelitian ini adalah Wisatawan yang datang ke Prambanan dapat menemukan berbagai atraksi yang digabungkan, termasuk kalam, budaya, dan minat unik. Daya tarik utama Candi Prambanan adalah pemandangannya dan penampilan sendratari Ramayana. titik utama kunjungan ke Candi Prambanan. Hampir setiap hari, pagelaran sendratari diadakan di panggung terbuka dan tertutup. Untuk meningkatkan kunjungan wisata, berbagai pameran dan festival juga dilakukan. Namun upaya menjadikan Prambanan sebagai pusat festival budaya belum ada, padahal potensi dan kekuatan utama Candi Prambanan terletak pada daya saing budaya dan keragaman potensi budaya yang dimiliki. Oleh karena itu, Festival Budaya Prambanan diharapkan dapat menjadikan Prambanan sebagai destinasi wisata budaya dan wisata budaya yang unggul.

Selanjutnya penelitian oleh Setiawan (2022) dengan judul *Candi Prambanan: Kejayaan, Keruntuhan, Dan Kebangkitannya Kembali* dalam jurnal Veda Jyotih: Jurnal Agama dan Sains Vol. 1 No. 1 April 2022 (Setiawan, 2022). Temuan penelitian ini bersifat kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan dokumen terkait. Candi Prambanan adalah tempat ibadah utama Kerajaan Mataram Kuno. Namun, setelah pusat pemerintahan dipindahkan ke Jawa Timur, ia menjadi tua dan rusak karena kurangnya perawatan. Pemerintah Hindia Belanda mulai memulihkan reruntuhan Candi Prambanan setelah ratusan tahun terbengkalai dan runtuh akibat gempa bumi; pemerintah Republik Indonesia kemudian melanjutkannya. Candi Prambanan harus kembali ke fungsinya sebagai tempat ibadah Hindu karena merupakan reruntuhan kompleks percandian yang pada akhirnya dipugar kembali. Kontribusi penelitian ini adalah sudah adanya kajian pendahulu

---

tentang sketsa tentang aspek historis Candi Prambanan dan proses pengembalian kepada fungsinya dengan adanya dukungan pemerintah dan kepala daerah untuk menjadikan Candi Prambanan adalah tempat ibadah sekaligus sebagai destinasi wisata. Kritik penelitian ini adalah belum ada pembahasan opini dan makna pemujaan Siwa sebagai *brand image* di Candi Prambanan di era kontemporer karena baru membahas aspek historis dan pemanfaatannya.

Merujuk pada kajian pustaka ini bahwa pembahasan tentang Candi Prambanan masih sangat minim, dan belum ada yang membahas secara mendalam tentang persepsi masyarakat dan pemaknaan candi Prambanan di era kontemporer. Penelitian yang relevan ini digunakan oleh penulis untuk menentukan posisi penelitian yang akan dilakukan, sehingga jenis penelitian eksploratoris atau pengembangan dari penelitian sebelumnya untuk mengungkap fenomena sosial tentang pemaknaan pemujaan Siwa sebagai *brand image* di candi Prambanan di era Kontemporer.

Pemujaan terhadap Śiwa, salah satu dewa utama dalam agama Hindu, memegang peranan sentral dalam konteks keagamaan di Candi Prambanan. Śiwa dianggap sebagai dewa pemusnah dalam Trimūrti Hindu, bersama dengan Brahmā sebagai dewa pencipta dan Wiṣṇu sebagai pemelihara. Pemujaan terhadap Śiwa mencakup beragam praktik keagamaan, termasuk pemujaan arca, ritual persembahan, dan upacara keagamaan. Dalam konteks penelitian akademis mengenai pemujaan Śiwa di Candi Prambanan, terdapat sejumlah aspek yang dapat diteliti secara mendalam. Ini termasuk analisis terhadap struktur dan desain arsitektur candi yang membuktikan adanya ritual-ritual Hindu tertentu. Selain itu, penelitian juga berfokus pada konteks kini Candi Prambanan sebagai tempat wisata yang tidak lagi merupakan tempat pemujaan Hindu yang aktif. Dengan menggali lebih dalam tentang pemujaan Śiwa di Candi Prambanan, penelitian akademis ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang kompleksitas dan keberagaman warisan keagamaan dan budaya di Indonesia, serta kontribusinya terhadap pemahaman global tentang ritual pemujaan agama Hindu kuno dan arsitektur Hindu-Jawa. Dengan adanya SKB 5 Menteri, penelitian ini berupaya untuk mendalami konteks sejarah dan agama Candi Prambanan hingga dapat diterapkan pada strategi Candi Prambanan.

Berdasarkan gambaran referensi dan data yang disajikan maka, dalam penelitian ini berfokus pada a) opini masyarakat Candi Prambanan sebagai pemujaan Siwa dan b) makna kesakralan pemujaan Siwa sebagai brand image candi Prambanan di era kontemporer. Opini masyarakat Candi Prambanan sebagai pemujaan Siwa, melalui wawancara, penelitian ini berusaha untuk mencatat opini masyarakat yang berkunjung ke kompleks Candi Prambanan dan perspektif mereka. Mengingat bahwa kini Candi Prambanan adalah tempat wisata dan cagar budaya, penting juga untuk disampaikan bahwa Candi tersebut sedang berjuang kembali menjadi tempat ibadah dan tempat sakral umat Hindu. Dalam proses perubahan perspektif tersebut, dibutuhkan proses *rebranding* atau proses mengubah tampilan, identitas, atau citra suatu produk yang sudah ada.

Kajian ini menggunakan teori Makna dan teori brand image, esensi teori makna tidak dapat dipisahkan dengan objek yang membawanya. Untuk mengartikan sebuah makna, harus memahami peristiwa yang menjadi tujuan objek tersebut diciptakan. Brodbeck mengungkapkan, bahwa makna memiliki tiga corak, yaitu: 1) Makna inferensial, yaitu makna satu kata (lambang) adalah objek, pikiran, gagasan, konsep yang ditunjukkan lambang (disebut rujukan atau referen). Satu lambang dapat menunjukkan banyak rujukan. 2) Makna significance atau suatu istilah dihubungkan dengan konsep-konsep lain. Dan 3) Makna intensional, yaitu makna yang dimaksud oleh seseorang pemakai lambang. Makna ini tidak dapat divalidasi secara empiris atau dicarikan rujukannya. Makna ini terdapat pada pikiran orang, hanya dimiliki dirinya saja. Dua makna intensional boleh jadi serupa tapi tidak sama (Sobur, 2004). Berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis tentang opini masyarakat tentang keberadaan Candi Prambanan yang gunakan untuk pemujaan Siwa dan upaya riil yang dilakukan untuk mengembalikan kesakralan Candi secara arsitektur dan juga spiritual.

---

Teori Brand Image Menurut Kotler and Keller (2012:315), Brand image adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Suatu brand image yang kuat dapat memberikan keunggulan utama bagi bank salah satunya dapat menciptakan keunggulan bersaing. Brand image merupakan persepsi konsumen terhadap merek suatu produk yang dibentuk dari informasi yang didapatkan konsumen melalui pengalaman menggunakan produk tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa suatu merek akan kuat apabila didasarkan pada pengalaman dan mendapat informasi yang banyak. Brand Image (citra merek) adalah persepsi atau kesan baik buruknya oleh konsumen kepada suatu produk atau jasa yang diterima konsumen. Brand Image berkaitan erat dengan persepsi dan bukan sekedar pertarungan produk, tetapi dengan menciptakan suatu citra merek yang positif dan dapat mempengaruhi penilaian konsumen bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya tetapi juga dapat memberikan kepuasan yang maksimal. Indikator Brand Image : 1. Produk memiliki nilai dan rasa di benak konsumen (mudah diingat). 2. Merek Produk mudah dibaca. 3. Harga, satuan nilai produk yang sesuai ditentukan dengan nilai rupiah. 4. Produk memiliki daya tarik atau penampilan produk yang menarik 5. Produk memiliki kredibilitas (kualitas yang bagus). 6. Fungsi, kegunaan dari produk sesuai dengan fungsi/manfaat yang tertera di kemasan (Wulandari, 2016). Teori ini akan digunakan untuk menganalisis permasalahan yang berkaitan dengan brand image Candi Prambanan sebagai pemujaan Siwa di era kontemporer yang secara khusus akan mengetengahkan tentang solusi yang ditawarkan terkait dengan posisi tawar Candi Prambanan pada masa kini dan mendatang. Penting adanya informasi yang jelas, yang berbasis penelitian, untuk menjabarkan ritus-ritus dan prosesi pemujaan di Candi Prambanan pada masa abad ke-9 agar Candi Prambanan dapat dipandang kembali sebagai tempat ibadah dan agar informasi tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk berlangsungnya kembali ritus-ritus keagamaan Hindu di Candi Prambanan pada masa kini, sebagai tempat wisata religi (tirtha-yatra atau ziarah). Pemahaman dari problem penelitian ini akan menjadi titik awal untuk mengeksplorasi berbagai aspek pemujaan Siwa di Candi Prambanan secara mendalam dalam penelitian akademis.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dalam penelitian ini maka pokok permasalahan dari penelitian ini adalah: Bagaimana opini umat Hindu Indonesia terkait dengan Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia? Bagaimana upaya masyarakat Hindu dalam membangun *Brand Image* Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia?

## METODE

Sudut sifat penelitian merupakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat eksploratori yaitu mengeksplorasi fenomena secara mendalam dan komprehensif yang terjadi pada dinamika pemaknaan Candi Prambanan agama Hindu pendalaman penelitian terkait dengan permasalahan sosial yang ada. Penelitian ini menggunakan 2 sumber data untuk memperoleh data yang akurat dan kredibel yaitu : sumber data primer dan sumber data skunder. Data primer atau data utama dari penelitian yang diperoleh dari hasil observasi partisipan terhadap aktifitas mulai dari pengelola Candi prambanan, pengunjung, tim pokja nasional Candi Prambanan, budayawan, praktisi, akademisi, tokoh umat Hindu, dan masyarakat umum. Sumber data skunder dalam penelitian ini didapat dari beberapa hasil penelitian tentang Candi Prambanan, buku-buku referensi tentang Prambanan seperti hasil penelitian, jurnal, prosiding serta buku-buku terkait yang dianggap relevan untuk pengkajian penelitian ini. Dalam wawancara tidak berstruktur dengan informan juga membuat pedoman wawancara sebagai panduan dalam memperoleh data. Sebagai informan pokok, peneliti memilih Tim Kelompok Kerja Prambanan. Karena penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi maka, Data wawancara yang diperlukan 7 individu terdiri dari: tim pokja nasional Candi Prambanan (1), arkeolog (1), Ditjen Bimas Hindu/mewakili Kementerian (1), Akademisi (1), PHDI (1), TIK GDHI (1) dan masyarakat umum (1).

---

Penentuan informan yang dilakukan pada awal penelitian ini adalah sampel bertujuan (*purposive sampling*). Hal ini ditentukan berdasarkan: 1) penguasaan pengetahuan, 2) pihak yang terlibat terkait dengan Candi Prambanan, 3) waktu dan kesanggupan dalam memberikan informasi. Setelah ditentukan subyek penelitiannya ini, kemudian berkembang menjadi *snowballing sampling* dari subyek yang terlibat dalam proses pembinaan sampai adanya kesamaan data dari para informan (kejujuran data). Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Tahapan analisis 1) Reduksi data pada tahap ini, kegiatan pengumpulan dan analisis data 2) Penyajian data tahap ini peneliti melihat munculnya paradigma bahwa adanya opini dan pemaknaan tentang pemujaan Siwa di Candi Prambanan. 3) penarikan simpulan pada tahap ini, kegiatan penelitian hampir mirip dengan tahap *display data* dengan tujuan akhir dari penelitian, yaitu membentuk kesimpulan teoritis tentang pemujaan Siwa di Candi Prambanan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Opini umat Hindu Indonesia terkait dengan Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia

#### a) Candi Prambanan sebagai Warisan Budaya Dunia

Keberadaan candi Prambanan sebagai bagian yang terpisahkan terkait dengan pemahaman dari nilai yang tertuang dari eksistensi yang ada dalam kehidupan sosial keagamaan. Pandangan ini dikemukakan oleh Informan 1 menyatakan bahwa: sudah mulai dikenal di Indonesia sebagai candi Hindu berkat adanya berbagai event keagamaan belakangan ini (Wawancara, 7 Mei 2024). Pandangan yang disampaikan oleh informan 1 ini menjelaskan tentang event keagamaan yang ada di areal Prambanan. Hal lain juga disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa:

Candi Prambanan merupakan bangunan cagar budaya tingkat nasional dan pada saat ini telah diakui oleh UNESCO sebagai *World Cultural Heritage* (Warisan Budaya Dunia). Dengan demikian, Candi Prambanan bukan hanya milik umat Hindu, tetapi milik bangsa Indonesia pada khususnya, sekaligus salah satu bukti perkembangan peradaban dunia (Wawancara, 9 Mei 2024).

Penegasan yang disampaikan dalam keberadaan Candi Prambanan bahwa eksistensinya sebagai warisan budaya dunia yang dimiliki oleh seluruh umat manusia. Pandangan yang lain disampaikan oleh Informan 3 menyatakan bahwa: Menurut saya kebijakan Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia sudah cukup baik mengingat sejarahnya Hindu di Indonesia pernah menjadi agama terbesar yang dianut penduduknya pada masa Kerajaan Majapahit (wawancara, 21 Mei 2024). Keberadaan Hindu yang ada di Indonesia menjadi bagian yang tidak terpisahkan lantaran menjadi jumlah Hindu yang pada masa lalu terutama pada kerajaan Majapahit. Pandangan yang lain juga disampaikan oleh Informan 4 menyatakan bahwa: Candi Prambanan adalah Candi Hindu peninggalan sejarah peradaban nusantara yang di kelola oleh BUMN pengelolaan wisata dan merupakan salah satu cagar budaya sehingga dikelola juga oleh Balai Pelestari Cagar Budaya (Wawancara, 24 Mei 2024). Eksistensi Prambanan menjadi cikal bakal dari membuka peluang tidak hanya secara khusus untuk memberikan pemahaman secara ekonomi melainkan untuk pelestarian budaya.

Pandangan informan sebelumnya juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari nilai yang ada dalam keberadaan Prambanan sebagai warisan budaya dunia yang dijelaskan oleh Informan 5 menyatakan bahwa:

Candi Prambanan memang dikenal sebagai Candi Siwa atau Siwa Geraha sesuai dengan prasasti yang ada di Candi Prambanan itu. salah satu upaya yang kita bisa lakukan untuk mengenalkan Candi Prambanan sebagai tempat ibadah dunia yaitu

---

dengan melakukan Maha Siwaratri yang biasanya jatuh pada bulan Maret ya. Bulan Maret dimana itu dirayakan oleh umat Hindu di India dan juga seluruh dunia. Dan ini bisa menjadi momen penting untuk mendatangkan umat Hindu di dunia. Sehingga Candi Prambanan dikenal. Bahwa itu adalah candi Hindu dan juga bisa mengenal bahwa bangsa Indonesia tidak hanya mayoritas Islam Tetapi ada Hindu yang memang dari dulu berbasis agama Hindu khususnya Siwais (wawancara, 24 Juli 2024).

Penjelasan dari informan 5 ini menegaskan bahwa keberadaan candi Prambanan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kesan dari negara lain yang berkunjung ke Indonesia tentang eksistensi Hindu yang ada di dalamnya.

**b) Simbol keagamaan yang mempersatukan umat**

Simbol keagamaan yang ada dalam eksistensi Hindu menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari upaya untuk mempersatukan nusantara, hal ini dikemukakan oleh Informan 1 menyatakan bahwa: bentuknya yang artistik menyerupai bentuk gunung atau tumpeng di Bali (wawancara, 7 Mei 2024). Hindu dengan figural yang ada dalam kehidupan ini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari nilai artistik yang ada dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan sains. Pandangan lain juga disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa:

Kebijakan ini sudah tepat, karena Candi Prambanan setelah selesai dipugar tidak hanya untuk kegiatan pariwisata, tetapi “dihidupkan kembali” dengan dimanfaatkan untuk kegiatan keagamaan. Kebijakan ini juga akan meningkatkan kunjungan wisatawan Hindu dari negara-negara lain yang akan beribadah di Candi Prambanan (wawancara, 9 Mei 2024).

Penjelasan informan 3 menunjukkan bahwa eksistensi Prambanan sebenarnya sudah ada dalam konteks budaya yang dikembangkan dalam proses kehidupan sosial keagamaan yang tetap eksis dalam konteks sosial dan budaya. Pandangan lain juga disampaikan oleh Informan 3 menyatakan bahwa:

Menurut saya, saat ini Candi Prambanan lebih hidup, seperti memiliki jiwa Kembali pasca diperbolehkannya umat Hindu melaksanakan persembahyangan di kompleks utama Candi Prambanan. Umat Hindu dari seluruh Indonesia yang sempat sembahyang ke Candi Prambanan membangkitkan Kembali aura atau vibrasi positif dari Candi Prambanan (Wawancara, 21 Mei 2024).

Pemaparan yang disampaikan oleh informan 3 menegaskan bahwa proses persembahyangan yang ada dalam kehidupan sosialkeagamaan untuk vibrasi kesucian seseorang. Pandangan lain juga disampaikan oleh Informan 4 menyatakan bahwa: Dari sejarah dan perkembangan mengenai Candi Prambanan terkini melalui media sosial dan media lainnya (wawancara, 24 Mei 2024). Sejarah dan perkembangan Hindu mengusung konsep budaya yang ada dalam konteks kekinian, hal ini seperti disampaikan oleh Informan 5 menyatakan bahwa:

Kebijakan ini sangat penting karena dengan demikian Candi Prambanan akan dikenal sebagai Candi Hindu yang terbesar di Indonesia. Dan ini akan bisa mendatangkan seluruh umat Hindu di dunia. Untuk melakukan ritual-ritual yang memang untuk purifikasi bagi personil ataupun umat Hindu. Program ini sangat bagus menurut saya, tetapi langkah-langkah menuju ke sana perlu perjuangan yang kuat (wawancara, 24 Juli 2024).

Penjelasan informan 5 menegaskan tentang vibrasi kesucian yang ada dalam upaya seseorang untuk melakukan ritual yang ada dan ada upaya penegasan bahwa kehidupan ini ada upaya untuk meningkatkan kualitas diri. Pada sisi lain juga adanya pemujaan yang dilakukan oleh umat Hindu yang dipimpin oleh Sulinggih dalam melangsungkan kegiatan ritual misalnya dalam upacara abhiseka.



**Gambar 1 Suasana Sakral pada saat Pemujaan Abhiseka di Candi Prambanan**  
Sumber: Dok. Panitia, 2024.

**c) Media promosi internasional**

Penjelasan yang disampaikan oleh seluruh informan ini menandakan adanya media yang promosi yang dilakukan secara internasional. Penjelasan Informan 1 menyatakan bahwa perlu penanganan secara profesional orang berkunjung dan sebagainya akan berkunjung bukan hanya dari Indonesia tapi dunia (Wawancara, 7 Mei 2024). Pengelolaan yang disampaikan oleh informan 1 media promosi dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada seluruh pengunjung yang tidak hanya dalam negeri melainkan juga luar negeri. Hal ini juga disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa: Belum ada promosi yang cukup gencar untuk diinformasikan kepada umat Hindu seluruh dunia. Sehingga penyelenggaraan upacara-upacara yang dapat dibawa ke skala internasional, yakni Mahasiwaratri dan Abhiseka Siwagrha, belum dapat mendatangkan banyak wisatawan Hindu dari negara-negara lain (wawancara, 9 Mei 2024).

Penjelasan informan 2 menunjukkan ada promosi secara nilai keagamaan yang justru sebagai penarik wisatawan tidak hanya luar negeri maupun dalam negeri yaitu adanya ritual mahasiwaratri dan abhiseka siwagrha. Pendapat lain juga dikuatkan oleh Informan 3 menyatakan bahwa:

Untuk memperkenalkan Candi Prambanan sebagai Pusat Ibadah Dunia di kancan internasional dapat dilakukan dengan cara : 1) membuat sarana media publikasi yang menarik mengenai kebijakan tersebut; 2) Memperbanyak even di Candi Prambanan, terutama even berskala internasional; 3) Publikasi media lebih difokuskan kepada penganut Siwaisme pada tahap awal, selanjutnya dari segmented umat tersebut dapat dikembangkan kepada umat Hindu dunia pada umumnya (wawancara, 24 Mei 2024).

Penjelasan dari informan 3 ini jelas menunjukkan bahwa berbagai upaya yang dilakukan mulai dari media promosai melalui sosial media dan adanya event sejenislainnya.

---

Pandangan yang lain juga disampaikan oleh Informan 4 menyatakan bahwa: Candi prambanan saat ini Sudah digunakan juga, tidak hanya sebagai pariwisata tetapi juga ibadah atau sembahyang oleh umat hindu terutama orang yang melakukan tirtayatra ataupun saat tawur kesanga (wawancara, 24 Juli 2024).

Pendapat yang disampaikan oleh informan 4 ini memberikan pemahaman tentang penggunaan Prambanan yang tidak hanya untuk kepentingan spiritual, namun kegiatan yang terkait dengan pengenalan cagar budaya kepada setiap pengunjung juga dilakukan sebagai upaya pelayanan. Keberadaan media promosi ini membawa dampak tersendiri dengan adanya penambahan pemasukan untuk income pengelola Prambanaan dan juga sebagai sarana promosi yang dilakukan kepada publik tentang pelayanan yang tersedia.

**d) Pengelolaan yang profesional**

Pengelolaan pasraman sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari manajemen yang dilakukan internal pengelola Candi Prambanan. Hal ini disampaikan juga oleh Informan 1 menyatakan bahwa: bisa dilakukan dengan memilih lokasinya sbg event internasional. Letaknya yg dekat dengan Jogja dan solo hal ini akan sangat mendukung terutama dari fasilitas akomodasi (wawancara, 7 Mei 2024). Pandangan informan 1 ini memberikan ruang kepada seluruh pengunjung terutama yang aad disekitar Yogya dan Solo untuk ikut meramaikan tentang wahana Prambanan untuk promosi spiritual dan pariwisata. Pandangan lain disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa: Menurut saya terkait pengelolaan Candi Prambanan saat ini sebagai pusat ibadah dunia sudah cukup baik. Pengelolaan untuk pusat ibadah bagi umat Hindu di Indonesia sudah berjalan dengan baik dan tertib mengingat Candi Prambanan Warisan Budaya Dunia (World Heritage) (Wawancara, 21 Mei 2024). Pandangan yang disampaikan oleh informan 2 ini juga menjadi bagian yang dalam pengembangan dari pengelolaan adalah hal yang penting terutama dalam hal pengelolaan yang lebih profesional. Pendapat yang senada juga disampaikan oleh Informan 3 menyatakan bahwa:

Pengelolaan Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia belum dipahami sepenuhnya oleh seluruh komponen Kementerian/Lembaga yang memiliki kewenangan, tugas pokok dan fungsi pengelola candi Prambanan. Perlu kolaborasi lebih mendalam antar Kementerian dan Lembaga untuk saling mendukung dan memperkuat upaya pengelolaan Candi Prambanan sebagai pusat ibadah duina. Perlu Kajian yang lebih mendalam dengan melibatkan komponen masyarakat Hindu dunia sebagai subject/responden untuk mengetahui pandangan responden agar tercipta kesepemahaman para pihak mengenai Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia (wawancara, 24 Mei 2024).

Pendapat yang disampaikan oleh informan 3 ini jelas menunjukkan bahwa pengelolaan candi Prambanan perlu adanya upaya kolaborasi yang dilakukan terutama dengan stakeholder yang ada di sekitar Prambanan baik pihak swasta maupun pemerintah. Hal lain juga disampaikan oleh Informan 4 menyatakan bahwa:

Sangat penting kita mendudukkan langkah-langkah yang kita lakukan satu dari sisi legalitas harus cukup kuat Kemudian yang kedua Bagaimana kerjasama dengan seluruh kementerian ini kita duduk bareng menyusun SOP dan juga event yang akan kita gunakan Atau kita laksanakan sehingga menarik bagi umat hindu di dunia Dan akan menjadi pusat ibadah dunia Tentu ini perlu ada kebijakan-kebijakan khusus dari pemerintan dan juga perlu ada komunikasi intensif antara stakeholder, pemangku jabatan dan juga Tim yang kuat dan juga tentunya didukung oleh anggaran yang cukup karena ini perlu kita lakukan dengan baik. Saya kira langkah-langkah ini akan kita lakukan, tetapi banyak tentu kendala yang kita hadapi (Wawancara, 24 Juli 2024).

---

Pendapat yang disampaikan oleh informan 4 ini jelas bahwa bentuk kerjasama yang dilakukan dalam pengelolaan dari pihak pengelola Prambanan dan Pemerintah perlu ada upaya serius untuk mengembangkan kemajuan Prambanan pada masa mendatang.

**2) Upaya masyarakat Hindu dalam membangun *Brand Image* Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia**

**a) Pengemasan acara internasional (Mahasiwaratri dan Abhiseka)**

Pengemasan acara internasional dilakukan sebagai upaya dalam memberikan pemahaman kepada seluruh pihak, hal ini disampaikan oleh Informan 1 menyatakan bahwa untuk menjaga kelestarian lingkungan alangkah baiknya jika perayaannya secara nasional dilakukan di sana misalnya dg penataan lingkungan agar lbh asri (wawancara, 7 Mei 2024). Hal yang disampaikan oleh informan 1 menekankan tentang pentingnya penataan lokasi yang lebih asri dan tempat yang lebih nyaman. Hal lain juga disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa: Dimulai dengan pengemasan upacara Mahasiwaratri dan Abhiseka secara sederhana sebagai rintisan, kemudian dipromosikan melalui organisasi-organisasi Hindu dunia. Maka hal ini akan menarik minat umat Hindu dari negara-negara lain untuk ikut hadir dan berpartisipasi dalam upacara-upacara tersebut (wawancara, 9 Mei 2024). Pandangan dari informan 2 ini menunjukkan adanya pentingnya pengemasan acara seperti pada pelaksanaan acara abhiseka yang dilaksanakan dalam promosi internasional.



**Gambar 2** Prosesi Pelaksanaan Abhiseka di Candi Prambanan

Sumber: Dok. Panitia, 2024

Pada sisi lain menunjukkan adanya pandangan yang senada juga disampaikan oleh Informan 3 menyatakan bahwa: Saya memaknai Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia saat ini bahwa seluruh umat Hindu di Indonesia dan dunia boleh, dapat dan wajib sembahyang di Candi Prambanan (wawancara, 24 Mei 2024). Penekanan yang disampaikan oleh informan 3 ini mengajak kepada seluruh umat Hindu di Indonesia untuk mengunjungi Prambanan. Dan hal yang sama juga disampaikan oleh Informan 4 menyatakan bahwa: Dalam mind saya saat ini ialah membuat rencana disertai evaluasi dampak candi Prambanan sebagai tempat ibadah Hindu. Memaknai dengan membuat karya yang terinspirasi dari relief candi Prambanan (wawancara, 21 Mei 2024). Informan 4 ini menunjukkan adanya pemikiran bahwa pelaksanaan yang dilakukan harus terukur dan ada upaya evaluasi untuk perbaikan pada masa mendatang untuk proses perbaikan.

---

Penekanan jawaban yang disampaikan oleh informan lain juga disampaikan oleh Informan 5 menyatakan bahwa: Kesan itu dibentuk dari aksi nyata berbagai bentuk kegiatan ibadah umat Hindu dunia sebagai wujud implementasi Kebijakan Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia. Event/kegiatan dapat berupa kegiatan ritual, seminar, workshop, eksebhisi, pertunjukan seni dan budaya (wawancara, 24 Mei 2024). Pandangan yang disampaikan oleh informan 5 ini menunjukkan adanya upaya bahwa sebagai pusat ibadah dunia tidak hanya dilakukan untuk kegiatan keagamaan melainkan ada kegiatan penunjang seperti seminar, workshop dan kegiatan pendukung lainnya. Pandangan lain yang senada juga disampaikan oleh Informan 6 menyatakan bahwa:

Tentu dengan menyelenggarakan event dalam tanda kutip rangkaian ritual yang memang dikenal oleh seluruh umat Hindu dunia. Kita akan memberikan pesan bahwa seluruh umat Hindu bisa hadir di Candi Prambanan, khususnya Candi Siwa, untuk melaksanakan Maha Siwaratri. Dengan ritual tertentu, sehingga setiap individu bisa memberikan kesan tidak hanya secara fisik, tetapi juga kesan secara spiritual. Nah kesan-kesan ini yang nantinya kita tularkan kepada seluruh pemadak ataupun umat Hindu yang hadir di Candi Siwa perambanan ini Dengan begitu ini pelan-pelan akan dikenal oleh seluruh umat Hindu di dunia Dan ini menguntungkan bagi kita semua terutama umat Hindu karena akan memberikan manfaat sejari, silaturahmi, dan juga tentunya menghasilkan atau menguatkan secara ekonomi (wawancara, 24 Juli 2024).

Pandangan informan 6 ini sangat komprehensif bahwa penyelenggaraan event ini tidak hanya memberikan upaya pengenalan melainkan ada strategi pelestarian bangunan dan tradisi yang selama ini jarang dikenal oleh masyarakat.

**b) Peningkatan Publikasi Melalui Media Sosial**

Peran publikasi dalam sosial media menjadi kata kunci dalam proses penyebaran informasi yang dalam hal ini lebih awal disampaikan oleh Informan 1 menyatakan bahwa: perlu publikasi agar event yg dilakukan di sana itu memang bernuansa hindu melalu brosur dan media sosial (wawancara, 7 Mei 2024). Pendapat yang disampaikan oleh informan 1 ini memberikan pemahaman bahwa perlunya media sosial untuk mengembangkan akses informasi kepada seluruh khalayak. Pandangan yang senada juga disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa: Candi Prambanan telah diakui sebagai *World Cultural Heritage* (Warisan Budaya Dunia) oleh UNESCO pada tahun 1991. Karena telah diakui sebagai *World Cultural Heritage*, maka candi ini telah menjadi milik masyarakat dunia. Ketika diajukan sebagai pusat ibadah bagi umat Hindu, maka skalanya pun adalah skala dunia (Wawancara, 9 Mei 2024). Informan 2 ini memberikan pemahaman bahwa dengan adanya Prambanan sebagai warisan budaya dunia ini maka secara nilai spiritual juga perlu untuk di terapkan pemahaman khususnya kepada umat Hindu sehingga pengenalan tidak hanya medos melainkan adanya pengunjung yang melakukan persembahyangan di sana.

Peran media sosial yang digunakan oleh pengelola Candi Prambanan ini juga menjadi andil pemikiran yang harus dilakukan, hal ini disampaikan oleh Informan 3 menyatakan bahwa: Cara saya memperkenalkan Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia adalah dengan sebisa mungkin mengikuti kegiatan kegiatan di Candi Prambanan dan mempromosikannya melalui media sosial (wawancara, 21 Mei 2024). Pandangan yang sama tentang penggunaan media sosial juga dikemukakan oleh Informan 4 menyatakan bahwa:

Dengan cara membuat sarana media komunikasi dan informasi yang menarik tentang candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia. Media ini dibuat dengan berbagai Bahasa sebagai sarana “mendekatkan” Candi Prambanan kepada masyarakat dari berbagai negara dan dunia (wawancara, 24 Mei 2024). Informasi penting yang disampaikan oleh

---

informan 3 dan 4 ini memberikan informasi kepada penulis bahwa media sosial ini harus dilakukan mengingat bahwa seluruh lapisan umat Hindu sebagian besar sudah menggunakan media sosial dan bahkan harus ada publikasi yang bersifat multi platform.

Pendapat yang senada tentang penggunaan media sosial ini juga disampaikan oleh Informan 5 menyatakan bahwa:

Candi Perambanan atau Siwa Geraha tentu adalah pemujaan bagi Siwa. Walaupun di sana memang ada Candi Brahma dan juga Candi Wisnu gitu ya. Tetapi Candi terbesarnya adalah Candi Perambanan atau Siwa Geraha, pemujaan terhadap Siwa. Nah, dengan... Membuat event yang bisa menyatukan umat Hindu seluruh dunia yaitu Mahasiwaratri tentunya. Nah untuk menyusun ini kita perlu membuat atau menyucikan candi siwa. Nah ini yang perlu kita duduk dengan Dirjen Bimas Hindu dan juga seluruh stakeholder apakah memungkinkan kita menyucikan candi siwa ini. Sehingga tidak seluruh wisatawan bisa masuk ke candi siwa dan hanya diperuntukkan bagi umat Hindu yang memang melakukan persembahyangan. Nah setelah penyucian candi siwa ini kemudian kita tentu membuat semacam *virtual reality* atau VR nya sehingga wisatawan bisa melihat dari bawah saja untuk melihat candi siwa ini. Kemudian yang ketiga tentu kita harus menyusun event yang kuat. sehingga bisa menarik seluruh umat Hindu dunia untuk datang ke Candi Prambanan dalam melakukan event Mahasiwarathri. Tentu event ini harus dikemas dengan baik sehingga dirasakan tidak hanya fisik tetapi secara spiritual (wawancara, 24 Juli 2024).

Pandangan yang disampaikan oleh informan 5 ini memberikan pemaknaan bahwa penggunaan media sosial juga perlu adanya dukungan dari teknologi yang mumpuni sehingga eksistensi Candi Prambanan ini dapat dirasakan oleh seluruh umat Hindu secara spiritual dan pengunjung yang lain.

**c) Kerja sama antar kementerian untuk mempromosikan Candi Prambanan**

Proses kerjasama yang dilakukan dalam upaya untuk menunjukkan adanya pemahaman yang lebih serius untuk memberikan informasi penting dikemukakan oleh Informan 1 menyatakan bahwa: harus ada niat kita bersama untuk membangun citra candi prambanan sbg pusat ibdadah Hindu melalui kegiatan bersama umat beragama disana (wawawancara, 7 Mei 2024). Pandangan yang sama juga disampaikan oleh Informan 2 menyatakan bahwa: Saya memaknai symbol-simbol yang melekat pada Candi Prambanan sebagai pusat Ibadah Dunia sebagai symbol-simbol universal yang menyatukan dunia ditengah-tengah keberagamaannya (Wawancara, 24 Mei 2024). Pendapat yang disampaikan oleh informan 1 dan 2 memberikan pemahaman bahwa konteks kerjasama yang dilakukan dengan dilakukan dari dalam pengelola Candi Prambanan yang harus kompak terlebih dahulu yang kemudian dilanjutkan dalam bentuk upaya riil dengan lembaga berwenang untuk mendukung prosesnya.

Pandangan lain juga disampaikan oleh Informan 3 menyatakan bahwa:

Kita akan kerjasama dengan arkeolog tentu dan juga pelaku wisata khususnya wisatawan umat Hindu. Kemudian kita akan membuat semacam ritual tertentu yang memang terkait dengan ajaran siwais, dengan selam, dengan tahapan-tahapan tertentu sehingga setiap insan umat Hindu yang hadir di sana merasakan tahapan-tahapan itu memberikan makna. secara spiritual bagi dia karena hadir di Candi Perambanan khususnya Candi Siwa. Dan tentu karena ini adalah umat Hindu internasional, seluruhnya kita akan menggunakan bahasa internasional atau bahasa Inggris sehingga dipahami oleh seluruh umat Hindu yang hadir di sana. Tidak cukup dilaksanakan secara tahunan, tetapi mungkin perlu ada semacam kajian-kajian lagi sehingga event-event internasional itu bisa dilaksanakan setiap triwulan.

---

sehingga banyak umat Hindu yang bisa menyaksikan kemegahan dari Candi Prambanan khususnya Candi Siwa. Simbol-simbol ini kita akan jelaskan secara gamblang dalam bahasa Inggris atau bahasa yang memang digunakan di dalam pariwisata. Untuk mewujudkan ini kita akan bekerjasama dengan pemerintah, kemudian arkeolog tentunya, pelaku-pelaku pariwisata. Dan kemarin kebetulan kita ketemu salah satu pelaku pariwisata dan kita akan menyusun program kecil untuk memulai hal tersebut (wawancara, 24 Juli 2024).

Pemahaman yang disampaikan oleh informan 3 ini memberikan upaya secara khusus bahwa kerjasama antar kementerian sudah dilakukan dengan adanya surat keputusan bersama. Namun dalam mengkawal legalitas ini secara de facto harus ada upaya ekstra untuk meneruskan bagian yang penting yaitu menjadikan Prambanan tidak hanya untuk peribadatan umat Hindu melainkan dapat mendatangkan devisa negara pada masa mendatang.

**a. Pembahasan**

**1) Opini umat Hindu Indonesia terkait dengan Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia**

Candi Prambanan sebagai Warisan Budaya Dunia, Candi Prambanan merupakan salah satu situs budaya paling penting di Indonesia dan Asia Tenggara. Ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia oleh UNESCO pada tahun 1991, kompleks candi Hindu ini memiliki makna historis, budaya, dan spiritual yang tinggi (Wigati, 2018). Sebagai objek wisata yang terkenal di dunia, Candi Prambanan tidak hanya memiliki nilai sejarah tetapi juga memainkan peran penting dalam citra merek budaya Indonesia di mata internasional. Teori makna atau meaning theory menekankan pentingnya interpretasi simbolis yang diberikan masyarakat kepada suatu objek atau tempat. Dalam konteks ini, Candi Prambanan bukan hanya sekadar situs fisik; ia sarat dengan nilai-nilai dan makna yang berbeda-beda sesuai dengan perspektif budaya, agama, dan sejarah yang dimiliki pengunjung maupun masyarakat lokal (Waani, 2012).

Pemaknaan yang dapat dituangkan dalam kaitannya dengan prambanan sebagai warisan budaya dunia adalah 1) Makna Keagamaan, Bagi umat Hindu, Candi Prambanan memiliki makna spiritual yang mendalam, karena candi ini adalah persembahan kepada dewa-dewa Hindu, terutama Dewa Siwa (Setiawan, 2022). Simbolisme keagamaan yang melekat pada Prambanan mengingatkan akan ajaran Hindu yang pernah berkembang di Jawa. 2) Makna Nasionalisme dan Kebanggaan, Sebagai salah satu Warisan Budaya Dunia, Candi Prambanan memiliki makna yang kuat dalam konteks nasionalisme. Masyarakat Indonesia melihat candi ini sebagai kebanggaan nasional dan simbol dari kejayaan kebudayaan masa lalu yang harus dilestarikan dan dihargai. 3) Makna Sejarah dan Identitas Lokal, Prambanan tidak hanya menyimpan kisah dari masa lampau tetapi juga menjadi bagian dari identitas masyarakat Yogyakarta dan Jawa Tengah. Bagi penduduk setempat, Prambanan merupakan simbol sejarah yang penting dan bagian dari identitas yang perlu dijaga sebagai bagian dari warisan leluhur. Dan 4) Makna Ekonomi dan Sosial, Candi Prambanan juga memiliki makna ekonomi bagi masyarakat sekitar, karena candi ini merupakan sumber pendapatan utama dari sektor pariwisata. Dengan berkembangnya sektor pariwisata di Prambanan, kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat lokal juga mengalami peningkatan.

Promosi internasional, dalam hal ini memberikan upaya pemaknaan bahwa Sebagai salah satu situs Warisan Budaya Dunia yang diakui UNESCO, Candi Prambanan memegang peran penting dalam mempromosikan kebudayaan dan pariwisata Indonesia ke dunia internasional (Wigati, 2020). Kompleks candi ini tidak hanya menjadi daya tarik wisata tetapi juga simbol kebesaran dan keindahan peradaban Hindu kuno di Indonesia. Dalam mempromosikan Candi Prambanan secara internasional, teori makna dapat

---

membantu menjelaskan bagaimana Prambanan diposisikan sebagai destinasi wisata yang menarik dan penuh nilai sejarah serta spiritual bagi audiens global.

Pemaknaan yang didapatkan dari promosi internasional adalah dmenyoroti bahwa suatu produk atau tempat dapat memiliki makna simbolis yang mendalam bagi audiensnya. Dalam konteks promosi internasional, Candi Prambanan bukan hanya sekadar objek wisata tetapi juga sarat dengan nilai budaya dan spiritual. Beberapa dimensi makna yang penting bagi audiens internasional dalam konteks Candi Prambanan meliputi, 1) Makna Keagamaan dan Spiritual, Candi Prambanan didedikasikan untuk dewa-dewa utama dalam agama Hindu, terutama Dewa Siwa. Dalam promosi internasional, makna ini dapat disampaikan untuk menunjukkan dimensi spiritual dari Prambanan, menarik wisatawan yang tertarik pada perjalanan spiritual dan ingin merasakan kekayaan budaya Hindu di Asia Tenggara. Hal ini menciptakan makna yang lebih mendalam bagi wisatawan, di mana Prambanan bukan hanya tempat untuk dilihat, tetapi juga untuk direnungkan. 2) Makna Sejarah dan Kebanggaan Nasional, Prambanan adalah saksi kebesaran peradaban Hindu di Jawa yang mencapai puncaknya pada abad ke-9. Dalam promosi, makna historis ini bisa diangkat untuk menunjukkan bahwa Candi Prambanan tidak hanya penting bagi masyarakat lokal tetapi juga merupakan warisan dunia yang memiliki relevansi sejarah global. Narasi ini memperkaya pemahaman wisatawan tentang peran Indonesia dalam sejarah dan perkembangan budaya Hindu di Asia Tenggara. 3) Makna Simbolik sebagai Pusat Pertukaran Budaya, Prambanan terletak tidak jauh dari Candi Borobudur, yang merupakan candi Buddha terbesar di dunia. Kedekatan dua situs ini menunjukkan toleransi dan interaksi budaya yang damai antara agama Hindu dan Buddha di Jawa pada masa lampau. Promosi internasional yang menyoroti aspek ini dapat menambah makna pada kunjungan wisata, di mana wisatawan bisa belajar tentang hubungan harmonis antara dua tradisi besar di wilayah yang sama.

Promosi internasional Candi Prambanan sebagai destinasi wisata tidak hanya melibatkan aspek pemasaran visual tetapi juga membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang pemaknaan dan citra Candi Prambanan yang kuat, terutama sebagai situs Warisan Budaya Dunia dengan arsitektur ikonik dan nilai spiritual, membantu menarik perhatian wisatawan global (Riyani, 2015). Sementara itu, teori makna memungkinkan promosi yang menekankan nilai historis, spiritual, dan simbolis Prambanan, sehingga dapat menciptakan ikatan emosional dan intelektual yang lebih dalam dengan para wisatawan.

Pengelolaan yang profesional, Candi Prambanan, sebagai salah satu situs Warisan Budaya Dunia UNESCO, merupakan simbol kejayaan peradaban Hindu di Indonesia dan memiliki nilai budaya, sejarah, serta spiritual yang tinggi (Muhtadi, 2019). Untuk memastikan daya tariknya tetap terjaga dan memberikan manfaat maksimal baik dari sisi pelestarian maupun ekonomi, pengelolaan yang profesional sangat diperlukan. Dalam konteks ini, dan teori makna memberikan landasan penting untuk memahami bagaimana pengelolaan profesional dapat memperkuat citra dan nilai Candi Prambanan, baik di tingkat lokal maupun global.

Teori makna menyoroti pentingnya nilai simbolis dan interpretasi terhadap suatu tempat. Dalam konteks pengelolaan Candi Prambanan, penguatan makna bagi masyarakat lokal maupun wisatawan internasional adalah aspek yang krusial. Menghidupkan Kisah dan Nilai Sejarah, Candi Prambanan bukan hanya tempat wisata, tetapi juga simbol peradaban Hindu yang berkembang di Jawa pada abad ke-9. Pengelolaan profesional harus memastikan bahwa Kisah sejarah dan mitologi di balik candi, seperti kisah Ramayana, disampaikan kepada pengunjung melalui tur berpemandu, pertunjukan budaya, atau media interaktif. Nilai-nilai tradisional dan spiritualitas yang terkandung dalam Candi Prambanan diperkenalkan kepada pengunjung untuk menciptakan pengalaman yang bermakna. Dengan cara ini, wisatawan tidak hanya melihat Prambanan sebagai situs fisik tetapi juga menghargainya

---

sebagai tempat yang memiliki kedalaman makna historis dan spiritual. Melibatkan Komunitas Lokal dalam Pelestarian Makna dengan adanya komunitas lokal memiliki peran penting dalam menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya Candi Prambanan. Pengelola candi dapat bekerja sama dengan masyarakat untuk, Menyediakan pelatihan kepada pemandu wisata lokal agar mereka dapat menyampaikan makna dan nilai budaya candi kepada wisatawan. Dan Melibatkan seniman lokal dalam pertunjukan seni seperti Sendratari Ramayana, sehingga makna budaya Prambanan terus dihidupkan. Langkah ini tidak hanya memperkaya pengalaman wisata tetapi juga memberikan rasa kepemilikan kepada masyarakat lokal terhadap candi sebagai bagian dari warisan budaya mereka. Penyampaian Pesan Keberlanjutan makna keberlanjutan juga perlu diperkenalkan kepada pengunjung. Pengelola candi dapat mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga situs bersejarah ini untuk generasi mendatang. Inisiatif seperti tur ramah lingkungan atau kampanye pelestarian budaya dapat memperkuat makna ini.

Pengelolaan profesional Candi Prambanan harus didasarkan pada dua pilar utama makna. Pemaknaan yang kuat membantu memperkuat daya tarik candi sebagai destinasi wisata global, sementara makna memberikan dimensi spiritual, historis, dan edukatif yang membuat pengalaman wisata menjadi lebih bermakna. Dengan integrasi keduanya, Candi Prambanan dapat dikelola secara holistik, memastikan pelestarian budaya dan sejarahnya sekaligus memaksimalkan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat lokal. Simbol keagamaan yang mempersatukan umat, Candi Prambanan adalah salah satu kompleks candi Hindu terbesar di Asia Tenggara dan menjadi simbol keberagaman budaya serta spiritualitas di Indonesia (Miharja, 2013). Candi ini tidak hanya merepresentasikan keagungan peradaban Hindu, tetapi juga menjadi simbol persatuan antarumat, terutama mengingat letaknya yang dekat dengan Candi Borobudur, candi Buddha terbesar di dunia. Dengan menggunakan teori makna analisis ini mengeksplorasi bagaimana simbol-simbol keagamaan di Candi Prambanan dapat mempersatukan umat melalui nilai-nilai budaya, spiritualitas, dan harmoni. Teori makna menyoroti bahwa objek, tindakan, atau tempat dapat memiliki arti simbolis yang lebih dalam, melampaui bentuk fisiknya. Dalam konteks Candi Prambanan, simbol keagamaan yang ada di kompleks candi ini memberikan pesan yang memperkuat persatuan dan harmoni antarumat manusia. Makna Filosofis pada Simbol-Simbol Keagamaan, Candi Prambanan terdiri dari tiga candi utama yang didedikasikan untuk Trimurti Hindu. Trimurti ini melambangkan keseimbangan dalam siklus kehidupan, yang merupakan ajaran universal dan relevan bagi umat lintas agama. Filosofi ini mengajarkan bahwa harmoni tercapai ketika peran penciptaan, pemeliharaan, dan transformasi dipahami dan diterapkan dalam kehidupan bersama.

Keterbukaan dalam Interpretasi Simbol Keagamaan, Meskipun merupakan candi Hindu, nilai-nilai spiritual yang terkandung dalam simbol-simbol di Candi Prambanan bersifat universal. Ukiran-ukiran relief yang menceritakan Ramayana tidak hanya menyampaikan ajaran Hindu tetapi juga mengandung pesan moral tentang kebenaran, cinta, dan pengorbanan yang dapat diterima oleh berbagai kalangan. Keberadaan lingga dan yoni, simbol kesuburan, mengingatkan pada nilai kesatuan antara feminin dan maskulin, yang juga diterima dalam berbagai tradisi keagamaan di dunia. Dengan menyampaikan makna simbolis yang universal ini, Candi Prambanan menjadi tempat refleksi spiritual yang dapat diterima oleh berbagai umat, terlepas dari agama mereka. Harmoni Antaragama di Kawasan Sekitar. Kedekatan geografis antara Candi Prambanan (Hindu) dan Candi Borobudur (Buddha) menunjukkan hubungan historis antara dua tradisi besar di Indonesia. Hal ini menjadi bukti bahwa harmoni antarumat telah ada sejak masa lampau, dan simbol-simbol keagamaan di Prambanan menjadi bagian penting dalam narasi ini.

---

## 2) Upaya masyarakat Hindu dalam membangun *Brand Image* Candi Prambanan Sebagai Pusat Ibadah Dunia

Pengemasan acara internasional (misalnya Mahasiwaratri dan Abhiseka), Candi Prambanan adalah ikon budaya dan spiritual yang tidak hanya berfungsi sebagai situs sejarah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan keagamaan dan kebudayaan. Acara-acara internasional seperti Mahasiwaratri dan Abhiseka memiliki peran penting dalam melestarikan nilai-nilai budaya Hindu sambil memperkenalkan pesan universal kepada audiens global (Astuti, 2021). Dalam analisis ini, teori brand image digunakan untuk memahami bagaimana pengemasan acara tersebut dapat memperkuat nilai spiritual, budaya, dan citra internasional Candi Prambanan. Memperkuat Citra Candi Prambanan, Teori brand image menekankan pentingnya membangun persepsi yang kuat dan positif di mata audiens (Tutiasri et al., 2019).

Konteks pengemasan acara internasional, elemen-elemen yang mendukung brand image Candi Prambanan meliputi identitas budaya, spiritualitas, dan daya tarik internasional (Purwaningsih, 2013). 1) Identitas Budaya dan Keunikan Acara, Mahasiwaratri dan Abhiseka memperkuat identitas Candi Prambanan sebagai situs Hindu terbesar di Indonesia yang tetap hidup melalui ritual keagamaannya. Pengemasan yang melibatkan seni tradisional seperti tarian, musik gamelan, dan narasi epik Ramayana dalam acara ini memperkuat citra Candi Prambanan sebagai pusat kebudayaan yang otentik. 2) Citra Sebagai Destinasi Spiritual dan Budaya Global, Acara-acara internasional seperti Mahasiwaratri dan Abhiseka mengukuhkan Candi Prambanan sebagai destinasi global. Langkah-langkah strategis yang mendukung hal ini meliputi, Promosi internasional melalui kerja sama dengan organisasi seperti UNESCO dan media global. Dan Penyediaan fasilitas ramah pengunjung, seperti penerjemahan ritual ke dalam berbagai bahasa, dokumentasi yang menarik, dan aksesibilitas bagi pengunjung dari berbagai latar belakang. 3) Pengalaman Wisata yang Bermakna, Acara seperti ini memberikan pengalaman otentik kepada pengunjung internasional, yang menggabungkan spiritualitas, budaya, dan hiburan dengan cara; Ritual Mahasiwaratri yang diikuti dengan meditasi bersama menciptakan pengalaman mendalam yang memperkuat persepsi Candi Prambanan sebagai tempat refleksi spiritual. Pertunjukan seni dalam Abhiseka yang menggambarkan harmoni antara manusia, alam, dan Tuhan memberikan kesan mendalam tentang budaya Jawa dan Hindu. 4) Menciptakan Keterikatan Emosional, dengan menyuguhkan pengalaman yang mendalam dan bermakna, acara-acara ini menciptakan keterikatan emosional antara pengunjung dengan Candi Prambanan. Ini memperkuat loyalitas mereka terhadap citra Prambanan sebagai simbol spiritual dan budaya.

Peningkatan publikasi melalui media sosial, Candi Prambanan, sebagai salah satu Warisan Budaya Dunia UNESCO, memiliki daya tarik luar biasa baik dari sisi budaya maupun spiritual. Namun, di tengah era digital yang serba cepat, pemanfaatan media sosial menjadi elemen penting dalam mempromosikan destinasi wisata ini. Dengan menggunakan teori brand image, analisis ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi publikasi melalui media sosial dapat memperkuat citra Candi Prambanan sebagai destinasi budaya dan spiritual yang relevan di tingkat global. Dasar Konseptual, Teori brand image menjelaskan bahwa persepsi masyarakat terhadap suatu entitas, dalam hal ini Candi Prambanan, dipengaruhi oleh asosiasi yang mereka bangun melalui pengalaman, cerita, dan interaksi dengan informasi tentang tempat tersebut. Publikasi di media sosial menjadi cara yang efektif untuk membangun asosiasi positif dengan elemen-elemen berikut, Visualisasi yang Kuat, Gambar dan video yang menarik dapat menciptakan kesan mendalam. Narasi yang Konsisten, Konten yang menceritakan sejarah, budaya, dan spiritualitas Candi Prambanan memperkuat identitasnya. Interaksi Langsung, Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah antara pengelola dan audiens.

---

Elemen Strategi Publikasi Media Sosial, Visualisasi Ikonik konten visual adalah inti dari media sosial (Syaifullah, 2018). Penggunaan foto dan video yang menonjolkan keindahan arsitektur, pemandangan, dan kegiatan budaya di Candi Prambanan memperkuat citra destinasi ini. Penggunaan drone untuk menangkap pemandangan udara Candi Prambanan saat matahari terbit atau terbenam. Dokumentasi acara seperti Mahasiwaratri, Abhiseka, atau Sendratari Ramayana. Narasi Budaya yang Autentik, Cerita di balik setiap relief, arsitektur, dan tradisi yang terkait dengan Candi Prambanan dapat menjadi konten menarik di media sosial. Postingan Instagram yang menceritakan makna simbol Trimurti (Brahma, Vishnu, Shiva). Dan Video pendek di TikTok atau Reels Instagram yang menampilkan pembuatan gamelan atau tarian tradisional di sekitar Prambanan. Penggunaan Influencer dan Konten Buatan Pengguna (UGC), Menggandeng influencer atau wisatawan yang memiliki banyak pengikut di media sosial untuk mempromosikan Candi Prambanan dapat meningkatkan daya tariknya. Mengadakan kompetisi foto dengan tema "Keajaiban Prambanan." Mendorong wisatawan untuk menggunakan tagar resmi seperti Prambanan *Heritage* atau *Discover Prambanan*. Interaksi dan Engagement dengan Audiens, Respon cepat terhadap komentar, pesan langsung, dan diskusi di media sosial menciptakan kesan positif dan meningkatkan hubungan emosional audiens dengan Candi Prambanan.

Publikasi Candi Prambanan melalui media sosial yang berbasis teori brand image memungkinkan candi ini dipersepsikan sebagai destinasi budaya dan spiritual kelas dunia. Dengan memanfaatkan visualisasi yang kuat, narasi budaya yang autentik, keterlibatan audiens, dan analitik yang cermat, media sosial dapat memperkuat citra positif Prambanan di mata masyarakat global. Melalui pengelolaan yang strategis, media sosial tidak hanya menjadi sarana promosi tetapi juga alat untuk mempererat hubungan emosional antara Candi Prambanan dan audiens internasional, memastikan warisan budaya ini tetap relevan di era digital.

Kerjasama antar kementerian untuk mempromosikan Candi Prambanan Candi Prambanan, sebagai salah satu Warisan Budaya Dunia UNESCO, adalah aset nasional yang memiliki potensi besar untuk memperkuat citra budaya Indonesia di tingkat global (Mersyana & Hadilinatih, 2023). Kerja sama antar kementerian, seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, serta Kementerian Luar Negeri, menjadi kunci untuk memaksimalkan promosi dan meningkatkan daya tarik internasional Candi Prambanan. Dalam analisis ini, teori brand image digunakan untuk menjelaskan bagaimana sinergi antar kementerian dapat membangun persepsi positif dan memperkuat citra Candi Prambanan sebagai destinasi wisata budaya, spiritual, dan sejarah yang unggul.

Kerja sama yang harmonis antara kementerian dapat menghasilkan dampak yang lebih besar dalam membangun brand image Candi Prambanan. Langkah yang dilakukan adalah 1) Penyelarasan Narasi Promosi, Narasi yang konsisten tentang Candi Prambanan sebagai simbol kebudayaan Hindu di Indonesia yang merepresentasikan harmoni, spiritualitas, dan keindahan harus disampaikan melalui semua kanal komunikasi. Kemenparekraf menampilkan video promosi tentang Prambanan di media internasional, sedangkan Kemendikbudristek memberikan konteks budaya melalui publikasi akademik. 2) Kampanye Terpadu, Kampanye global yang melibatkan semua kementerian, seperti promosi "Cultural Heritage of Indonesia," dapat memaksimalkan jangkauan audiens. Strategi dilakukan dengan cara Kemenparekraf merancang materi promosi yang menampilkan acara budaya di Prambanan. Kemenlu menyebarkan materi promosi ini melalui kedutaan besar. 3) Pengembangan Infrastruktur dan Teknologi, Kerja sama antar kementerian untuk meningkatkan fasilitas wisata dan aksesibilitas ke Candi Prambanan juga mendukung brand image\*. Pengembangan *tour virtual* atau *augmented reality (AR)* oleh Kemendikbudristek. Dan Penyediaan panduan wisata berbasis aplikasi oleh Kemenparekraf.

---

Kerja sama antar kementerian memainkan peran krusial dalam mempromosikan Candi Prambanan dengan memanfaatkan teori brand image. Sinergi ini memungkinkan terciptanya citra yang kuat dan positif tentang Candi Prambanan sebagai simbol budaya dan spiritualitas Indonesia. Dengan memadukan kekuatan Kemenparekraf, Kemendikbudristek, dan Kemenlu, Candi Prambanan dapat lebih dikenal sebagai destinasi budaya kelas dunia, sekaligus memperkuat posisinya dalam pariwisata internasional. Strategi yang terencana, koordinasi yang baik, dan narasi yang konsisten menjadi kunci keberhasilan dalam memperkuat brand image Candi Prambanan melalui kerja sama antar kementerian.

## SIMPULAN

Berdasarkan dokumen yang diunggah, pengolahan data kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan wawancara dari berbagai informan mengenai dua pokok simpulan utama: (1) Opini umat Hindu Indonesia terkait Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia dan (2) Upaya masyarakat Hindu dalam membangun brand image Candi Prambanan sebagai pusat ibadah dunia. Untuk pokok masalah pertama, temuan utama mencakup apresiasi umat Hindu terhadap Candi Prambanan yang telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Dunia dan simbol keagamaan yang mempersatukan umat. Banyak informan menyoroti pentingnya promosi internasional dan pengelolaan yang profesional agar Candi Prambanan lebih dikenal sebagai pusat ibadah, serta pengelolaan yang baik untuk menjaga warisan budaya.

Sementara itu, pada pokok masalah kedua, berbagai upaya strategis diidentifikasi, seperti pengemasan acara internasional (misalnya Mahasiwaratri dan Abhiseka), peningkatan publikasi melalui media sosial, dan kerja sama antar kementerian untuk mempromosikan Candi Prambanan. Informan juga menekankan perlunya narasi yang kuat dan jelas mengenai simbol-simbol Hindu yang ada di candi tersebut, yang relevan dengan situasi global saat ini. Beberapa tantangan yang teridentifikasi adalah kebutuhan kolaborasi lintas sektor, kekurangan fasilitas pendukung, dan ketidakselarasan kebijakan antar lembaga yang menghambat pencapaian tujuan sebagai pusat ibadah dunia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W. (2021). Candi Prambanan Masa Kini. *Widya Aksara : Jurnal Agama Hindu*, 26(2), 226–238.
- Darma, I. W. S. (2020). Upaya Menjadikan Prambanan Sebagai Destinasi Unggulan Melalui Pengembangan Cultural Tourism Di Kawasan Candi Prambanan. *Prosiding STHD Klaten Jawa Tengah*, 1(1), 110–118. <https://prosiding.sthd-jateng.ac.id/index.php/psthd/article/view/35>
- IBRAHIM, M. (1996). Kompleks Candi Prambanan Dari Masa Ke Masa. In *Direktorat Perlindungan Dan Pembinaan Peninggalan Sejarah Dan Purbakala* (I, Vol. 1, Issue 69). Kemdikbud RI.
- Indonesia, K. P. dan E. K. R. (2020). *Surat Keputusan Bersama 5 Menteri tentang Pengelolaan Candi Prambanan untuk Peningkatan Kualitas Pariwisata Indonesia*.
- Jordan, R. E. (1996). In *Praise Of Prambanan: Dutch Essay On The Lorjonggrang Temple Complex* (I). KITLV Press.
- Mersyana, K., & Hadilinatih, B. (2023). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Candi Prambanan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Enersia Publika*, 7(1), 85–104.
- Miharja, D. (2013). Adat, Budaya dan Agama Lokal Studi Gerakan Ajeg Bali Agama Hindu Bali. *Kalam*, Vol. 7, 53–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/klm.v7i1.444>
- Muhtadi, A. S. (2019). Komunikasi Lintas Agama: Mencari Solusi Konflik Agama. *Conference Proceeding ICONIMAD 2019*, 275(1), 274–300.
- Mundardjito. (2008). *Prasasti Sivagrha dan Kepustakaannya*. Masyarakat Arkeologi Indonesia.
- Purwaningsih, R. M. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Prambanan Tinjauan Khusus pada Kemampuan

- 
- Berbahasa Verbal. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(3), 146–153.  
[https://jurnal.ugm.ac.id/tourism\\_pariwisata/article/view/6688/5251](https://jurnal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/view/6688/5251)
- Riyani, M. (2015). Local Genius Masyarakat Jawa Kuno dalam Relief Candi Prambanan. *Jurnal Seuneubok Lada*, 2(1), 9–20. <https://ejournalunsam.id/index.php/jsnbl/article/view/554>
- Setiawan, B. (2022). Candi Prambanan: Kejayaan, Keruntuhan, Dan Kebangkitannya Kembali. *Veda Jyotih: Jurnal Agama Dan Sains*, 1(1), 69–82.  
<https://doi.org/10.61330/vedajyotih.v1i1.3>
- Sobur, A. (2004). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Soekmono, R. (1976). *Prambanan: Sculpture and Dance in Ancient Java*.
- Syaifullah, I. (2018). *Fenomena Hoax di Media Sosial dalam Pandangan Hermeneutika*.
- Tutiasri, R. P., Kusuma, A., & Sumardijati, S. (2019). Perilaku Remaja dalam Penyebaran Hoax di Grup WhatsApp. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1).  
<https://doi.org/10.33005/jkom.v2i1.36>
- Van der Laan, L. (2005). *Prambanan: Sculpture and Paintings of Indonesia*.
- Waani, J. O. (2012). Teori Makna Lingkungan Dan Arsitektur. *Media Matrasain*, 9(1), 36–47.
- Wigati, E. (2018). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Candi Prambanan Jogjakarta. *Riset Manajemen & Akuntansi*, Vol. 9 No., 51–70.
- Wigati, E. (2020). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Candi Prambanan Yogyakarta Peranan Public Relations dalam Menjaga Hubungan dengan Media. *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi Volume 9 Nomor*, 9(1), 51–70.
- Wulandari, N. M. R. dan I. K. N. (2016). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Trust Terhadap Keputusan Pembelian Clear Shampoo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen : Unud*, 4(11), 3920–3921.