

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Toba merupakan destinasi tematik geopark. Danau Toba adalah danau alam besar tekto-vulkanik yang menempati kaldera dari sebuah super vulkanik. Danau ini memiliki ukuran panjang sekitar 100 kilometer, lebar sekitar 30 kilometer dan kedalaman hingga 505 meter (1.666 kaki) terletak di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Pariwisata di Danau Toba berkembang sangat pesat, karena Danau Toba memiliki banyak tempat, adat dan budaya serta tradisi yang unik dan dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Pariwisata memegang peranan yang sangat penting terutama dalam kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi bagi kehidupan sosial suatu negara. Pariwisata telah mampu menunjukkan bahwa pariwisata adalah salah satu sektor industri yang tumbuh paling cepat dengan prospek yang besar (Albet and Indra Dewi 2019).

Kebudayaan menjadi salah satu keunikan bagi suatu daerah destinasi wisata, sebagian besar tujuan wisatawan datang berkunjung ialah untuk mengetahui kebudayaan tersebut (Nahak 2019). Narasi kebudayaan Danau Toba (Batak) menjadi inti daya tarik wisata. Seperti Desa Meat yang memiliki Desa Adat Ragi Hotang dalam kehidupan sehari-hari yang terdapat suatu pola kehidupan kelompok masyarakat yang mengikuti nilai-nilai budaya Batak Toba yang diwariskan secara turun menenurun kepada setiap generasi untuk dipelajari dan dilestarikan (Guntur Sianipar). Terdapat unsur pokok dalam budaya Batak Toba yang terdapat rumah adat, gorga dan ulos ragi hotang. Dengan demikian tema besar destinasi wisata Toba adalah *geopark* dan *cultural attraction*. Konsep Desa Adat Ragi Hotang dituangkan menjadi strategi pengembangan dan pemasaran destinasi tersebut. Dalam Desa Adat Ragi Hotang, rumah adat memiliki makna harapan, cita-cita dan pandangan hidup dalam budaya Batak Toba. Gorga sebagai simbol kebenaran bagi orang batak. Ulos Ragi Hotang sebagai simbol menyatukan kedua belah pihak. Pada unsur ini setiap pemerintah dan pelaku wisata memiliki harapan, cita-cita dan pandangan bergerak di bidang yang sama dalam industri pariwisata dan memiliki harapan, cita-cita dalam membangun destinasi wisatanya (Tampubolon 2019).

Rumah adat Batak Toba atau yang sering disebut rumah bolon merupakan salah satu peninggalan tradisi suku bangsa Batak Toba yang sampai saat ini masih banyak meninggalkan nilai-nilai filosofi dan keindahan. Rumah adat Batak juga dianggap memiliki tondi (roh). Demikianlah orang Batak ternyata memiliki rasa seni yang tinggi selain rumah sebagai tempat hunian juga merupakan sebagai warisan budaya yang diwariskan secara turun temurun. Rumah adat Batak Toba adalah rumah-rumah tradisional yang sistem pembuatannya berdasarkan tata krama yang telah ditentukan oleh adat Batak Toba. Pada awalnya satu rumah adat ditempati oleh beberapa keluarga (Siahaan 2019).

Selain itu, konsep gorga Batak Toba adalah kesenian ukir ataupun pahat yang biasanya terdapat pada bagian luar (eksterior) rumah adat Batak Toba dan alat kesenian (gendang, serunai, kecapi), dan lain sebagainya. Gorga dapat disebut sebagai corak atau motif yang tidak hanya dipahat/diukir tapi juga dilukis, dan pada umumnya gorga Batak hanya menggunakan tiga warna: merah, hitam dan putih. Gorga adalah dekorasi atau hiasan yang dibuat dengan cara memahat kayu, Bahan-bahan untuk gorga ini biasanya kayu lunak yaitu yang mudah dikorek/dipahat. Biasanya nenek-nenek orang Batak memilih kayu ungil, kayu ungil ini mempunyai sifat tertentu yaitu antara lain tahan terhadap sinar matahari langsung begitu juga terhadap terpaan air hujan, yang berarti tidak cepat rusak/lapuk akibat kena sengatan terik matahari dan terpaan air hujan. Kayu ungil ini juga biasa dipakai untuk pembuatan bahan-bahan kapal/perahu di Danau Toba dan beberapa ornamen lainnya yang terdapat pada rumah adat yakni boraspati, hoda-hoda, susu atau adep-adep dll (Siburian 2017).

Serta yang tidak kalah penting yakni ulos ragi hotang merupakan ulos ragi hotang adalah ulos yang digunakan dalam upacara adat terutama pada upacara pernikahan sebagai tanda pemberian restu. Sebelum melakukan proses pemberian ulos (mangulosi), pihak orang tua biasanya melaksanakan proses mandok hata atau pemberian petuah-petuah berisi doa, berkat, restu orang tua atas pernikahan yang berlangsung. Ulos Ragi Hotang biasanya diberikan orang tua dari pihak wanita untuk helanya (menantu laki-laki). Desa Meat merupakan sentra pembuatan ulos ragi hotang dan pembuatannya masih menggunakan alat tenun tradisional (Siagian 2016).

Adapun proses pembuatan ulos ragi hotang secara tradisional yakni pertama yang perlu dilakukan adalah memintal atau manorha sebuah proses membuat benang dari kapas, benang di unggas terlebih dahulu, mangunggas adalah proses pengerasan benang dengan mengoleskan nasi yang sudah diolah menjadi bubur dengan bantuan asap dan sinar matahari, setelah benang di unggas, lalu masuk proses mangkulhul. Mangkulhul adalah proses menggulung benang ke kaleng, setelah siap di kulhul lalu di lakukan proses manghasoli, manghasoli adalah proses menggulung benang ke hasoli/terbuat dari bambu. Setelah benang siap di hasoli, maka benang tersebut siap untuk ditenun. Selanjutnya dilakukanlah proses mangani, mangani adalah proses melilit benang hingga membentuk rangkaian ulos ragi hotang yang siap untuk ditenun dan pada proses inilah ditentukan corak, warna dan motif ulos yg akan dibuat, setelah selesai mangani, lalu yang dilakukan proses martonun, martonun dengan alat manual, dan proses martonun dari awal sampe akhirnya jadilah sebuah ulos ragi hotang membutuhkan waktu tiga hari, proses yang terakhir adalah manirak, manirak adalah proses membentuk sisi-sisi ulos ragi hotang agar lebih rapi (Rita Simanjuntak).



Gambar 1.1 Martonun Ulos Ragihotang



Gambar 1. 2 Mangunggas Ulos Ragihotang

Kemampuan menginterpretasikan logo/symbol berdasarkan filosofi rumah adat, gorga dan ulos ragi hotang tersebut akan menjadi ukuran keberhasilan pengembangan dan pemasaran destinasi Toba. Karena setiap strategi pemasaran memerlukan identitas produk, keunikan produk dan tidak mudah ditiru oleh orang lain. Sehingga kedua komponen tersebut dapat diproses menjadi proses *branding* sebagai berikut:

Berdasarkan tahapan proses *branding* tersebut maka proses *branding* yang akan dilakukan agar terarah dimulai dari melakukan pemetaan potensi wisata, kemudian memberikan gambaran mengenai wisata, lalu mempromosikan wisata melalui implementasi *brand* yang dilakukan dan tahap selanjutnya adalah monitoring dan melakukan evaluasi (Farhanas 2018).



Gambar 1.3 Tahapan Destination Branding

Potensi daya tarik budaya Toba dapat diidentifikasi sebagai berikut: terbentuknya kebudayaan melalui sistem kepercayaan/agama, bahasa, arsitektur, adat istiadat, karya seni dan politik. Kebudayaan memiliki hubungan yang sangat erat dengan masyarakat dan bersifat luas, rumit dan abstrak (Nahak 2019), Berikut ini adalah tabel kebudayaan yang terdapat di Desa Meat:

Tabel 1. 1 Ragam Budaya Desa Meat

Ragam Budaya				
No.	Nama Budaya	Unit	Frekuensi Tahun	Keterangan
1.	Benda			
	a. Rumah Adat			
	- Usia > 126 tahun	4		
	- Usia < 100 tahun	6		
	b. Gorga	10		Ukiran pada dinding rumah adat
	c. Singa-singa	10		Patung-patung adat batak pada rumah adat
	d. Ulos			
	- Ragi Hotang	>50	>50	Ulos untuk mempelai pengantin
	e. Sarung			
	Sibolangrasta Simarharussang Ragi Pakko Runjat Maulana			Tenunan Sarung yang digunakan untuk menjadi pakaian pada saat pesta
2.	Acara adat budaya			
	- Mangengge Boni		2	Membawa dan mendoakan benih padi di gereja
	- Mamonai		2	Acara doa setelah panen bersama keluarga
	- Marsiadapari		12	Kegiatan gotong royong dalam proses menanam dan memanen padi

	- Markaroan		5	Acara syukuran atas kelahiran seorang anak
	- Mangalahat Horbo		-	16 September 2017
	- Pangolihon anak/ pamulihon boru		1	Acara Prosesi Pernikahan Adat Batak
	- Sulang-sulang pahompu		1	Upacara Pengukuhan pernikahan secara adat Batak Toba
	- Sulang-sulang hariapan		1	Upacara penghormatan kepada orangtua/lanjut usia dengan menyulangi/menyuapi

Sumber: Depon Sianipar Anggota Pokdarwis Desa Meat

Berdasarkan data kebudayaan tersebut, Desa Meat memiliki 2 (dua) kategori budaya, yaitu kategori benda budaya dan acara adat budaya. Dengan potensi budaya yang dimiliki sejak 2019 Desa Meat aktif menyelenggarakan *event-event* berbasis masyarakat, seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Data Event Desa Meat

NO	Nama Event	Tahun Penyelenggaraan	Keterangan
1	1000 Tenda Kaldera Toba Festival	2019 - 2022	Festival kemping massal bersama dengan anak- anak muda dan diskusi tentang pariwisata Danau Toba
2	Festival Anak Danau	2021	Festival yang mengajak generasi muda untuk terus melestarikan kebudayaan adat Batak
3	Meat Arts Festival	2021	festival yang mengangkat tema kearifan lokal sesuai dengan kehidupan masyarakat sehari-hari
4	Lake Toba Music Traditional Festival	2022	Festival musik tradisi yang dilaksanakan di tiga desa (Desa Meat, Desa Tara Bunga, Desa Lintong ni Huta) Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba yang mengusung tema Suara Danau; Memaknai, Merawat dan Menghidupkan MusikTradisi.

Sumber: Depon Sianipar Anggota Pokdarwis Desa Meat

Berdasarkan data kebudayaan tersebut, penyelenggaraan event berbasis masyarakat dalam prosesnya melibatkan masyarakat dan digagas dari kita, oleh kita dan untuk kita masyarakat supaya berkelanjutan dan berdampak jangka panjang. Melihat potensi masyarakat yang aktif di Desa Meat pemerintah memberikan pelatihan berbasis masyarakat sebagai penguatan kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola desa wisata, diantaranya yaitu:

Tabel 1. 3 Data Pelatihan Desa Meat

NO	Nama Pelatihan	Keterangan
1	Pelatihan Pengelolaan Desa Wisata	Untuk membangkitkan sektor pariwisata dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang berkecimpung dalam sektor pariwisata.
2	Sosialisasi Kekayaan Intelektual	Untuk memberikan edukasi dan tatat cara penciptaan sebuah merek kepada masyarakat.

Sumber: Depon Sianipar Anggota Pokdarwis Desa Meat

Berdasarkan data-data tersebut Desa Meat sudah memiliki potensi sebagai destinasi wisata jika dilihat dari alam, kebudayaan, adat, tradisi dan industri kreatif serta pelatihan. Saat ini Desa Meat berusaha untuk menciptakan sebuah strategi *branding* dalam bentuk nama, logo, dan tagline bagi destinasi wisata Meat mengingat hampir seluruh masyarakat Desa Meat tidak mengetahui ataupun mengenal tentang *brand* destinasi wisata yang sudah dimiliki, tidak pernah digunakan secara administratif, event ataupun media sosial, brand lama destinasi wisata Meat terdapat keterangan Kabupaten Toba Samosir jika kita teliti lagi seperti yang diketahui bahwa Kabupaten Toba dan Kabupaten Samosir sudah mengalami pemisahan kabupaten dan terakhir, *brand* lama tidak memiliki makna yang jelas. sehingga perlu adanya *branding* destinasi wisata sebagai upaya mengangkat citra, membentuk *image*, dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan (Trisakti and Alifahmi 2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana hasil tahapan strategi *destination branding* yang dilakukan Desa Meat?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui hasil tahapan strategi *destination branding* yang dilakukan Desa Meat.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

1. Manfaat Bagi Peneliti

Peneliti mampu menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait tentang strategi *destination branding* dalam melakukan *branding* Desa Meat.

2. Manfaat Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih bagi para peneliti lainnya untuk dijadikan bahan referensi atau media pembelajaran mengenai strategi *destination branding* destinasi wisata dalam melakukan branding Desa Meat.

3. Manfaat Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada masyarakat Desa Meat mengenai strategi *destination branding* dalam upaya membranding destinasi wisata Meat agar menjadi destinasi wisata yang diminati banyak wisatawan.