

**PROMOSI ULOS BATAK MELALUI PRODUK FASHION DALAM MENARIK
PERHATIAN WISATAWAN DI KAMPUNG ULOS HUTARAJA DESA
LUMBAN SUHI-SUHI TORUAN KECAMATAN PANGURURAN KABUPATEN
SAMOSIR TAHUN 2024**

Nancy R Simanjuntak¹, Tio R J Nadeak², Bambang T J Hutagalung³

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Kristen, Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk promosi yang dilakukan oleh penenun dalam memasarkan ulos melalui produk fashion. yang ada di kampung Ulos Hutaraja dan apa upaya-upaya promosi Ulos Batak melalui produk fashion. Promosi adalah kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mengenalkan produk atau jasa kepada calon konsumen, serta membujuk mereka untuk membeli atau mengkonsumsinya. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Penelitian ini dilakukan di Kampung Ulos Hutaraja dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan informan yang di wawancarai yaitu kepala desa, penenun, pihak galeri dan wisatawan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak pemerintah desa, penenun dan galeri melakukan promosi di berbagai media sosial baik Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter dan juga melakukan promosi di akun pribadi mereka. Adapun ulos yang di jadikan sebagai produk fashion yang ada di galeri Ulos yaitu fashion yang berupa souvenir atau cinderamata. Untuk lebih meningkatkan dan menarik perhatian wisatawan yang ingin berkunjung ke kampung ulos Hutaraja sebaiknya perlu menyediakan produk fashion berupa pakain, agar wisatawan semakin tertarik berkunjung ke kampung ulos Hutaraja.

Kata Kunci : Promosi Ulos Batak, Produk Fashion, Faktor-faktor yang menarik perhatian wisatawan

Abstract

This research aims to determine the forms of promotion carried out by weavers to market ulos through fashion products. in Ulos Hutaraja village and what efforts to promote Ulos Batak through fashion products. Promotion is a marketing activity that aims to introduce products or services to potential consumers and persuade them to buy or consume them. Promotion is one of the determining factors for the success of a marketing program. This research was conducted in Ulos Hutaraja Village using qualitative research methods with a descriptive approach and the informants interviewed were the village head, weavers, galleries and tourists. Data collection techniques were carried out using observation, interviews, documentation and drawing conclusions. The research results show that the village government, weavers and galleries carry out promotions on various social media,

including Facebook, Instagram, Tiktok, Twitter and also promote on their personal accounts. The ulos that are made into fashion products in the Ulos gallery are fashion in the form of souvenirs or souvenirs. To further increase and attract the attention of tourists who want to visit Hutaraja ulos village, it is best to provide fashion products in the form of clothing, so that tourists will be more interested in visiting the village. ulos Hutaraja.

Keywords : Promotion of Ulos Batak, Fashion Products, Factors that attract the attention of tourists

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan di Indonesia. Banyak sekali daerah yang memiliki potensi Pariwisata. Menurut Yoeti (1996:116), Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk sementara waktu, terjadi perpindahan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud untuk menikmati perjalanan dengan tujuan rekreasi bukan untuk mencari penghasilan di tempat yang dikunjungi dan memenuhi kebutuhan individu ataupun kelompok yang beranekaragam.

Pariwisata juga merupakan salah satu industri yang dapat menopang perekonomian negara. Sektor pariwisata sangat berperan penting selain meningkatkan devisa negara, pariwisata juga dapat membuka peluang usaha, lapangan kerja, meningkatkan penerimaan pajak pemerintah dan meningkatkan sirkulasi daya beli dalam unit usaha bersama. Dengan adanya berbagai misi kepariwisataan, maka daerah yang memiliki potensi dasar pariwisata cenderung mengembangkan potensi daerah yang ada, Salah satu warisan budaya di Sumatera Utara adalah kain tradisional ulos yang merupakan simbol kebudayaan suku Batak.

Menurut undang-undang No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kekayaan alam dan budaya merupakan komponen penting dalam pariwisata di Indonesia. (Bachruddin, 2019:4).

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia Pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda, miskin-kaya, asing-nusantara, semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda. Jika ditinjau dari arti kata “Wisatawan” yang berasal dari kata “wisata” maka sebenarnya tidaklah tetap sebagai pengganti kata “*tourist*” dalam bahasa inggris. Kata itu berasal dari bahasa Sansekerta “wisata” yang berarti “perjalanan” yang sama atau dapat disamakan dengan kata “*travel*”

dalam bahasa inggris. Jadi orang melakukan perjalanan dalam pengertian ini, maka wisatawan sama artinya dengan kata “*traveler*” karena dalam bahasa Indonesia sudah merupakan kelaziman memakai akhiran “wan” untuk menyatakan orang dengan profesinya, keahliannya, keadaanya, jabatannya dan kedudukan seseorang. (Ferni, 2016:3).

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang berlimpah, termasuk budaya etnis Batak yang kaya akan tradisi dan seni. Salah satu unsur budaya Batak yang khas adalah ulos, ulos adalah kain tradisional khas suku Batak. Kain ulos awalnya digunakan untuk menghangatkan badan, namun kini memiliki fungsi simbolik yang melambangkan ikatan kasih sayang antara orang tua dan anak-anaknya, atau antara seseorang dan orang lain. ulos juga digunakan sebagai pakaian dalam pernikahan, perkawinan, dan upacara adat pada peristiwa kelahiran dan kematian. Selain itu, ulos merupakan bagian dari aspek kebudayaan sosial kedaerahan dan kesukuan Batak, dan dianggap sebagai warisan budaya Indonesia. Pengetahuan tentang ulos umumnya diwariskan oleh orang tua yang lebih tua, dan pembuatan ulos melibatkan ketekunan, ketelitian, dan keterampilan khusus dari para penenun ulos.

Masyarakat Batak menganggap kain ulos sebagai benda sakral, yang sejalan dengan semboyan mereka “*Ijuk pangihot ni hodong, ulos pangihot ni holong*”. Artinya: “jika *ijuk* adalah pengikat pelepah pada batangnya, maka ulos adalah pengikat kasih sayang antar sesama”. Kain ulos ini sudah digunakan oleh masyarakat Batak sejak dahulu kala. Masyarakat Batak biasanya memakai kain ulos sebagai selendang dalam upacara adat batak. Salah satu daerah di Sumatera Utara yang terkenal sebagai penghasil tenunan ulos adalah kampung ulos Hutaraja yang berada di desa Lumban suhi-suhi toruan kecamatan pangururan kabupaten Samosir.

Pangururan adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Pangururan juga merupakan ibu kota samosir dari Kabupaten Samosir, dan ibu kota Kecamatan Pangururan sendiri berada di Kelurahan Pasar Pangururan. Salah satu destinasi wisata terkenal di Kabupaten Samosir adalah Kampung ulos Hutaraja yang terletak di Desa Lumban Suhi-suhi toruan, kampung ini dikenal sebagai pusat pembuatan kain Ulos khas Batak yang diproduksi secara manual, dengan latar belakang Rumah Bolon.

Di Kampung ulos Hutaraja, pembuatan kain ulos biasanya dikerjakan oleh wanita setempat, pada saat proses tenun mereka mengerjakannya diluar rumah atau di bawah pohon sambil mengobrol satu sama lain. Duduk diatas papan kayu dan juga ada yang duduk di tikar dengan alat tenun berada diatas kaki mereka. Keahlian dan teknik sudah diwariskan secara turun-temurun dan sudah dilakukan sejak usia muda. Hasil tenun mereka yang telah selesai di tenun akan di berikan atau dititipkan kepada Galeri ulos Hutaraja yang berada di tengah kampung ulos Hutaraja tersebut. Galeri ulos tersebut akan memasarkan atau mempromosikan hasil tenun melalui media sosial. Tetapi wisatawan yang berkunjung kedesa ini juga dapat langsung membeli kain ulos secara langsung dari tangan pengerajin (penenun). Dengan harga kisaran Rp 300.000,00 hingga Rp 500.000,00 untuk kain ulos standar. Sedangkan ulos dengan kualitas tinggi harganya bisa menyentuh Rp 5.000.000,00. Para penenun di kampung ulos Hutaraja di Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan mereka menggunakan alat tenun manual bukan mesin , mereka bertenun berbagai jenis ulos tak hanya ulos Batak toba mereka juga memenun jenis ulos Karo dengan menggunakan alat tenun manual. dan mereka menggunakan bahan pewarna alami yang berasal dari tumbuh-tumbuhan yang ada di sekitar Pulau Samosir. Kegunaan yang utamanya adalah untuk menjaga kualitas kain ulos agar tetap awet dan tidak gampang luntur. Jadi tidak heran jika kualitas ulos tersebut lebih bagus dari kain ulos yang menggunakan bahan pewarna kimia.

Namun, dalam era globalisasi dan perubahan sosial yang cepat budaya lokal seringkali terpengaruh, tergeser, atau bahkan terlupakan. Ini menunjukkan kurangnya pemahaman wisatawan terhadap makna dan nilai ulos Batak. Kemudian, ketidak sesuaian dengan selera modren zaman sekarang mengingat ulos Batak adalah hal yang sakral dan hanya digunakan pada acara adat batak saja. Mencintai dan melestarikan kekayaan seni dan budaya Indonesia merupakan tanggung jawab masyarakat Indonesia bersama. Kebudayaan sendiri memegang peranan yang sangat amat penting dalam memajukan suatu bangsa. Keberagaman kebudayaan daerah merupakan kekayaan dan identitas yang sangat amat diperlukan untuk memajukan kebudayaan Nasional Bangsa Indonesia di tengah dinamika perkembangan dunia. Alangkah lebih baik jika perhatian, kecintaan, dan pelestarian kekayaan budaya dan seni Indonesia telah dilakukan terlebih dahulu sebelum terjadinya klaim dan pencurian budaya dan seni dari negara lain. Mengetahui pentingnya melestarikan kekayaan budaya ini, miris

kedengarannya jika kain ulos yang sangat indah menjadi salah satu kerajinan dan seni budaya Indonesia yang unik menjadi sangat jarang diketahui masyarakat atau malah tidak diketahui masyarakat zaman sekarang.

Progam pemerintah dalam pembangunan perekonomian di Sumatera Utara dengan pengembangan sektor pariwisata, sistem usaha bagi pengelola dan pengembangan kewirausahaan dan kemampuan dalam berdaya saing. Pengelola ulos dapat berupa galeri ulos yang menyediakan produk yang berbahan dasar ulos batak. Pengelola galeri dapat menampung ulos yang dibuat oleh para penenun ulos dan mengelolanya menjadi produk *Fashion* yang dapat berupa baju, dress, kemeja, selempang, topi, tas dan produk *Fashion* lainnya.

Sementara itu, *Fashion* yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi sudah menjadi kebutuhan gaya hidup yang bersifat sosial terus berkembang dan berubah mengikuti tren juga teknologi di masyarakat urban modern ini. Kekuatan *Fashion* yang dikomunikasikan secara retorik pada busana diterapkan oleh setiap individu juga media massa, dan industri *Fashion* itu sendiri. Industri bidang *Fashion* tidak lepas dari publikasi media massa dan media sosial yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Media massa dan pagelaran *Fashion* terus menerus dalam setiap waktu (*season*) menyajikan mode yang saat itu menjadi tren atau menjadi tren yang akan datang, dan menjadi suatu budaya yang akan dikonsumsi masyarakat urban modern terus menerus (Denissa, 2019). Produk *Fashion* memiliki daya tarik universal dan kemampuan untuk menghubungkan berbagai aspek budaya. Dalam hal ini, mengintegrasikan ulos Batak dalam produk *Fashion* dapat menjadi daya tarik untuk menarik perhatian para wisatawan dengan cara yang efektif untuk menjembatani kesenjangan antara pelestarian budaya dan modernitas. Melalui kerja sama antara pengelola ulos maupun galeri dengan disainer lokal dalam pembuatan ulos batak menjadi bahan pakai berupa kemeja, dress, jas, selempang, rok/celana, yang digabungkan menggunakan motif tradisional ulos kedalam desain pakaian modern, sehingga kain ulos tidak hanya digunakan dalam pakain adat saja yang berbentuk selendang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang didukung oleh wawancara dari galeri ulos di Kampung Ulos Hutaraja. Peneliti bertujuan untuk secara menyeluruh melihat, memahami, dan menggambarkan fenomena yang menjadi fokus permasalahan Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inquiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena, fokus dan multimetode, bersifat alami dan holistik, mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Pada penelitian ini membahas tentang Promosi Ulos Batak melalui produk *Fashion* dalam menarik perhatian wisatawan di Desa Lumban suhi-suhi toruan, maka penulis akan melakukan Metode kualitatif yang mengarah pada pendekatan deskriptif. Penulis akan mendeskripsikan secara jelas, terperinci terkait hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Menurut Lofland (dalam Moleong, 2013: 157) “Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lain”. Sumber data akan diambil dari dokumen, hasil wawancara, catatan lapangan dan hasil dari observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil wawancara yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Contohnya peneliti melakukan wawancara langsung kepada informan setelah menyiapkan daftar pertanyaan yang ditanyakan kepada informan yang sudah dipilih. Peneliti melakukan wawancara kepada para informan yang mencakup para pelaku usaha, masyarakat, pemerintah desa dan juga dari pihak

yang lebih tahu menahu mengenai pengembangan sebuah destinasi wisata yaitu dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Utara.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder merupakan data yang sudah ada sebelumnya ataupun penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Peneliti mengambil data sekunder dari jurnal, buku cetak, penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, *e-book*, dan sebagainya.

2. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan tahap penting dalam sebuah penulisan. Teknik pengumpulan data merupakan strategi atau cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data data yang dari responden dan bagaimana peneliti menentukan metode yang tepat buat memperoleh data, lalu membuat kesimpulan. Teknik pengumpulan data memiliki peran yang sangat besar dalam suatu penelitian, sehingga rumusan masalah dalam sebuah penelitian dapat tersesalkan, Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut.

a. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan serta pencatatan tanda tanda atau data yang tampak diobjek penelitian. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui gambaran tentang keadaan yang sebenarnya terjadi dilapangan. Data hasil dari observasi ini akan dikumpulkan lalu diolah sesuai dengan klasifikasi atau faktor-faktor penelitian yang telah dirancang, pengamatan secara langsung dilakukan oleh penulis, dimana penulis sebagai instrument utama yang akan mengamati tentang bagaimana Ulos Batak di Promosikan Melalui produk *Fashion* dalam menarik perhatian wisatawan di Desa Lumban Suhi-suhi Toruan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Menurut Yusuf (2014:372) Wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti. Wawancara adalah kegiatan tanya jawab secara lisan antara seseorang

dengan orang lain dalam upaya mendapatkan hasil dan informasi yang lebih jelas. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk membuka masalah secara lebih terbuka dan memberi informan kesempatan untuk memberikan pendapat atau gagasan mereka. Pewawancara harus mampu membangun hubungan dengan informan sehingga mereka bersedia bekerja sama, merasa bebas berbicara, dan dapat memberikan informasi yang sebenarnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah alat yang memperkuat suatu penelitian yang berupa gambar atau foto maupun video, selama melakukan penelitian penulis akan mengambil dokumentasi. Selain melalui pengamatan dan wawancara, pengumpulan data juga dilengkapi dengan pemeriksaan bahan-bahan dokumenter. Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk arsip, buku, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berwujud laporan serta keterangan yang ada di Kampung Ulos Hutaraja desa Lumban Suhi-suhi Toruan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan merupakan bagian dari tiga desa terpisah yaitu Desa Saurnauli, Desa Pardomuan II, dan Desa Parsaoran I. Pada tahun 1990, ketiga desa tersebut digabung menjadi satu dan dikenal sebagai desa Lumban Suhi-Suhi Toruan. Pada masa itu belum menggunakan istilah “desa”, dulu masih menggunakan istilah kenegerian, Lumban Suhi-Suhi Toruan merupakan kenegerian yang berdiri sendiri dan dipimpin oleh seorang kepala Negeri. Jika ditelusuri lebih jauh, Lumban Suhi-Suhi Toruan awalnya adalah sebuah “*Bius*”, yaitu suatu wilayah pemerintahan tradisional Batak. Pada tahun 1908, Belanda mengakui keberadaan *Bius* Lumban Suhi-Suhi Toruan dengan nama *Bius Sapulu dua tali* yang dipimpin oleh Raja Dapotan dari marga Simanihuruk dari marga Simarmata. Setelah masa penjajahan Belanda berakhir pada tahun 1945, tata pemerintahan desa mengalami perubahan menuju sistem Pemerintahan Desa di desa Lumban Suhi-Suhi Toruan.

1. Objek Wisata Kampung Ulos Hutaraja

Kampung ulos Hutaraja pardamean berada di desa Lumban Suhi-Suhi Toruan, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara. Kampung ulos

Hutaraja pardamean adalah kawasan wisata yang berada di tepian danau toba, penetapan kampung ini resmi dilakukan oleh Jokowi pada tanggal 02 februari 2022. Awal penamaan Kampung ulos Hutaraja untuk menghimpun penenun ulos di kampung tersebut yang merupakan penghuni kampung tersebut dengan marga Simarmata.

Kampung ulos Hutaraja merupakan permukiman tradisional Batak Toba dengan komunitas pengrajin kain tenun ulos dan beberapa Rumah Adat Batak yaitu Rumah Bolon yang masih tetap ada sampai saat ini. Untuk menarik lebih banyak wisatawan, pemerintah melalui Kementerian PUPR juga memperbaiki infrastruktur di lokasi tersebut. Penduduk yang tinggal di rumah Bolon, yang diperbaiki pada atapnya, yang memberikan ciri khas tersendiri. Halaman rumah dibangun dengan batu alam seperti conblock. Infrastruktur tambahan yang dibangun adalah Galeri, merupakan tempat pertemuan untuk sosialisasi dan diskusi para penenun dan masyarakat Kampung ulos Hutaraja. Tempat pertemuan dan galeri ini berada di bagian depan Kampung ulos Hutaraja. Fasilitas pendukung yaitu *Coffee Shop* yang berada di bagian belakang kampung ulos dengan pemandangan Danau Toba, kemudian juga menyediakan toilet premium, dan *homestay* yang di Kelola dengan baik.

2. Bentuk-bentuk promosi Ulos Batak di Kampung Ulos Hutaraja

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:432) dalam bukunya menyatakan setidaknya ada 4 bentuk kegiatan promosi, yaitu promosi penjualan, *personal selling*, publisitas, dan periklanan. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara Bersama pihak galeri kampung ulos hutaraja dan pihak desa yang ada di Lumban Suhi-Suhi Toruan Berikut 4 bentuk kegiatan promosi tersebut:

1. Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang di lakukan di kampung ulos Hutaraja berupa *Event Hita do Hutaraja* atau festival maupun kontes *Fashion show* dengan memakai baju kreasi dari tenun Ulos yang ada di Kampung Ulos Hutaraja. Tujuannya untuk meningkatkan kunjungan ke Kampung Ulos dan melestariakan Ulos batak. Hal ini disampaikan oleh pihak desa yaitu bapak sekretaris desa yaitu bapak M. Helsontua Sidabutar.

Dari hasil wawancara bersama bapak sekretaris desa dapat diambil Kesimpulan bahwa promosi penjualan dengan mengadakan *event Hita do Hutaraja* dan *fashion show* dan acara khusus dari kampung hutaraja tersebut untuk lebih meningkatkan kunjungan dan mengenalkan tradisi dan budaya yang ada di kampung Ulos Hutaraja.

2. *Personal Selling* (Penjualan pribadi)

Pemasaran pribadi apabila ada wisatawan yang datang ke galeri maka pihak galeri akan menawarkan langsung jenis- jenis ulos beserta dengan harganya para wisatawan dan pihak galeri dapat berkomunikasi langsung dan mendapatkan penawaran yang pas, pihak galeri juga dapat mempromosikan semua jenis ulos yang dimiliki.

3. Publisitas

Pihak galeri bekerjasama dengan Bank Indonesia dan Dame Ulos yang ada di Tarutung untuk memperkenalkan ulos agar menjangkau lebih banyak wisatawan untuk membeli ulos hasil tenun tangan masyarakat kampung ulos Hutaraja. Hal ini disampaikan oleh pihak galeri kampung ulos, dan penenun pada saat wawancara.

4. Periklanan

Baik penenun, pihak galeri, dan pihak desa memperkenalkan kampung ulos dan ulos nya di media sosial dan pihak galeri melakukan siaran langsung agar lebih mudah menjangkau lebih banyak konsumen dan memberi atau menawarkan penawaran khusus kepada konsumen (pembeli).

Dari penjelasan diatas bisa kita lihat bahwa promosi yang di lakukan oleh pihak galeri, penenun dan pihak desa sudah cukup baik dalam mengenalkan baik ulos maupun kampung ulos Hutaraja, karena adanya kerja sama antara kampung ulos dengan dame ulos Tarutung, sehingga peningkatan jumlah wisatawan semakin banyak yang berkunjung

3. Upaya promosi Ulos Batak di Kampung Ulos Hutaraja

Menurut Tjiptono (2002:19) “Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi,atau membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas Perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan Perusahaan yang bersangkutan. Untuk lebih mengenal kain ulos Batak di perlukan adanya promosi contoh dari berbagai alat Media Sosial seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok* dan juga bisa melakukan siaran langsung supaya lebih muda membujuk para pembeli untuk melakukan penawaran khusus

3.1 Promosi dari Pihak Galeri Kampung Ulos Hutaraja

Kampung ulos Hutaraja terletak di desa Lumban Suhi-Suhi Toruan, kampung ulos ini di Kelola oleh Galeri kampung ulos dalam mempromosikan ulos, pihak galeri

melakukan promosi melalui media sosial seperti Facebook, instagram. kami melakukan promosi hampir setiap hari.

3.2 Promosi yang Dilakukan Oleh Penenun

Penenun ulos yang ada di Kampung ulos Hutaraja tidak hanya menenun satu jenis ulos saja tetapi berbagai jenis ulos, bahkan mereka juga menenun jenis ulos karo, penenun biasanya menyerahkan hasil tenunan mereka kepada galeri milik kampung ulos Hutaraja, dan pihak galeri yang akan mempromosikan ulos hasil tenunan dari kampung ulos hutaraja tersebut dan penenun juga mempromosikan hasil tenun mereka dengan menggunakan akun media sosial pribadi mereka yaitu Facebook .

3.3 Promosi dari Pihak Pemerintah

Pihak pemerintah desa juga ikut serta dalam mempromosikan kampung ulos Hutaraja dalam mempromosikan kampung ulos, pihak desa mempromosikan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram resmi milik desa. Hal ini di dapat melalui hasil wawancara . Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diambil Kesimpulan bahwa penenun, pihak pemerintah Desa, dan Galeri. Ternyata melakukan Promosi di media sosial baik Facebook, instgaram. Dan melakukan promosi di akun pribadi mereka. Dan promosi yang di lakukan setiap hari dan pemerintah desa Melakukan promosi jika ada pada acara besar.

3.4 Produk *Fashion* dari Ulos Batak

Seperti namanya kampung ulos, tempat ini merupakan tempat pembuatan ulos batak, ulos merupakan salah satu produk yang banyak di kagumi oleh banyak pengunjung yang datang berwisata ke kampung ulos Hutaraja. Kegiatan pembuatan ulos, biasanya dilakukan masyarakat setempat, penenun berada di halaman rumah bolon (rumah adat batak) dengan menggunakan alat tenun manual. Sehingga proses pembuatan ulos dapat dilihat oleh pengunjung secara langsung dan lebih dekat. Seiring perkembangan zaman, sekarang ulos tidak hanya di gunakan dalam acara adat saja, saat ini ulos sudah banyak dijadikan model atau motif pakaian modis dan menjadi produk *fashion*

3.5 Bentuk produk *Fashion* dari Ulos Batak

Awalnya Ulos hanya dikenakan di dalam bentuk selendang atau sarung saja , kerap digunakan pada perhelatan resmi atau upacara adat batak, tetapi kini banyak di jumpai di dalam bentuk produk *fashion*, dan di galeri kampung ulos Hutaraja telah di sediakan produk *fashion* seperti:

1. Topi *Sun Hat*
2. *Tote Bag*
3. Tas Sandang
4. Dompet Wanita
5. Topi *Bucket*
6. Topi *Buc*
7. Tas Ransel
8. Selempang

4. Wisatawan yang Berkunjung ke Kampung Ulos Hutaraja

Menurut Yoeti (1996) wisatawan adalah pengunjung yang tinggal untuk sementara waktu disuatu tempat minimal 24 jam di kota atau Negara yang dikunjungi dengan motivasi perjalanan hanya untuk liburan, bersenang-senang, Kesehatan , studi, keagamaan , olahraga, kunjungan keluarga, konferensi dan misi tertentu , untuk dapat melihat sifat perjalanan dan ruang lingkup dimana perjalanan wisata itu dilakukan. wisatawan dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

1. Wisatawan Mancanegara

Wisatawan Mancanegara adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang ke dalam suatu Negara lain yang bukan merupakan Negara yang biasanya ditempati. hal yang menarik perhatian di Kampung Ulos adalah keindahan dari Kawasan yang berada ditepian danau toba , kampung ini khusus pembuatan ulos khas batak dengan menggunakan alat tenun manual dengan latar belakang rumah bolon yang sudah berdiri ratusan tahun sampai sekarang masih berdiri dengan kokoh. Jadi tidak heran jika wisatawan banyak yang berkunjung ke kampung ulos ini bahkan wisatawan mancanegara pun sering berkunjung ke tempat ini.

2. Wisatawan Nusantara

Wisatawan Nusantara adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Geografis Indonesia (perjalanan dalam negeri) secara sukarela, yaitu perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan untuk tujuan bersekolah atau bekerja (memperoleh upah/ gaji).bukan hanya wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke kampung ulos Hutaraja tetapi wisatawan Nusantara pun sering berkunjung ke kampung ulos ini. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara ke

pada salah satu wisatawan Nusantara yang berkunjung untuk mendapatkan informasi seputar hal yang dirasakan oleh para wisatawan.

5. Faktor-faktor yang Menarik Perhatian Wisatawan di Kampung Ulos Hutaraja

1. Atraksi

Di dalam kampung ulos hutaraja terdapat berbagai kebudayaan masyarakat batak toba yang masih di lestarikan samapai saat ini. Keberadaan kampung ulos hutaraja merupakan sebuah tempat yang memiliki kekayaan nilai sejarah dan budaya bagi indonesia. Yang pertama kampung ulos merupakan pusat tenun, pembuatan ulos adat batak. Di kampung ulos hutaraja ini terdapat para penenun ulos batak yang terdiri dari perempuan. Proses penenunan ulos ini dilakukan secara manual menggunakan alat tenun ulos, pengerjaan ulos di kamppung ini di lakukan di depan rumah bolon hal ini menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung melihat pembuatan tenunan ulos secara langsung. Di kampung ulos hutaraja terdapat beberapa tradisi yang sampai saat ini terus di pertahankan oleh masyarakat desa, tujuan kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk pelestarian tradisi yang diwariskan adapun kegiatan atau tradisi yang dilakukan oleh masyarakat desa yaitu *Festival Hita Do Hutaraja*, *Gondang Naposo*.

2. Fasilitas

Di kampung ulos hutaraja memili beberapa fasilitas, diantaranya:

- **Galeri ulos:** tempat untuk melihat berbagai jenis ulos dan souvenir (cinderamata) khas batak yang dibuat langsung oleh penenun dan hasil kreativitas oleh tangan masyarakat kampung ulos hutaraja
- **Coffee shop:** tempat untuk menikmati keindahan danau toba sambil bersantai menikmati kopi
- **Homestay:** Terdapat sekitar 30 homestay di kampung ulos hutaraja tersebut
- **Toilet:** Toilet umum yang di bangun di Kawasan kampung ini adalah toilet premium yang selalu dijaga kebersihannya.

3. Transportasi

Untuk menuju lokasi objek wisata kampung ulos Hutaraja bisa dengan menggunakan transportasi umum seperti kendaraan pribadi baik mobil ataupun sepeda motor, rombongan para wisatawan yang berkunjung juga sering menggunakan

bus . Perjalanan menuju objek Kampung Ulos Hutaraja desa Lumban Suhi-suhi toruan ini bisa menikmati pemandangan indah seperti perbukitan hijau dan suguhan keindahan danau Toba

4. Hospitality

Pengalaman penulis saat melakukan observasi hingga penelitian. masyarakat di kampung ulos sangat ramah dan sangat terbuka kepada pengunjung yang datang, dan bersedia memberikan informasi mengenai seputaran kampung ulos hutaraja, pihak galeri juga sangat ramah dalam melayani pengunjung, mengarahkan pengunjung dan mengenalkan semua jenis-jenis ulos yang ada di galeri tersebut.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan di Kampung ulos Hutaraja Samosir, peneliti membahas mengenai bagaimana promosi yang telah dilakukan di Kampung ulos Hutaraja . objek wisata Kampung ulos Hutaraja sudah banyak dikenal oleh banyak orang , karena kampung Ulos Hutaraja sampai saat ini masih terjaga kearifan lokal peninggalan nenek moyang dan dikenal sebagai pusat tenun ulos batak dan menghasilkan produk *fashion* yang terbuat dari ulos dan di galeri kampung ulos telah disediakan produk *fashion* souvenir yang terbuat dari ulos batak . Promosi yang dilakukan di kampung ulos Hutaraja sudah cukup baik karena telah melakukan promosi di media sosial dan bekerja sama dengan Dame ulos yang ada di Tarutung, sehingga kampung ulos dan produk *fashion* sudah banyak dikenal oleh banyak kalangan.

Produk *fashion* yang tersedia di galeri adalah berupa souvenir karena produk *fashion* berupa baju, kemeja, dress, dll belum ada di disediakan di galeri, karena itu tergantung pada pengunjung yang ingin membeli ulos, dan harus memesan terlebih dahulu jika ingin membuat bakal sebagai bahan *fashion*. Apabila disediakan produk *fashion* berupa kemeja, dress, jas, blazer, rompi, dan lain sebagainya di galeri kampung ulos Hutaraja maka jumlah wisatawan yang berkunjung akan semakin meningkat.

Dalam pengembangan Kampung ulos Hutaraja pihak pemerintah desa memiliki peran mengelola potensi yang ada disana. pemerintah desa melakukan kontribusi menjaga kebersihan area wisata , ikut serta dalam mempromosikan Kampung Ulos Hutaraja di akun pribadi milik desa Lumban Suhi-Suhi Toruan dan pihak desa juga yang memberi masukan agar menyediakan tiket masuk bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke

kampung ulos Hutaraja. Mengakui ikut serta dalam melakukan kontribusi seperti melakukan gotong royong dan membantu mempersiapkan *event* dan festival yang dilakukan di kampung ulos Hutaraja setiap tahunnya. Pemerintah desa juga berperan dalam meningkatkan sumber daya manusia di kampung ulos Hutaraja dengan cara melakukan pelatihan, melakukan sosialisasi yang membahas tentang ulos, pengembangan wisata, dan sumber daya manusianya.

Pembangunan di Kampung ulos Hutaraja masih sangat perlu diperhatikan karena penenun sering mengeluh mengenai tempat mereka bertenun karena tempatnya kurang memungkinkan, tenda yang mereka pakai sebagai pelindung pada saat bertenun sudah tidak layak, dan atap pelindung yang biasa mereka gunakan adalah selimut. Karena kurangnya fasilitas tempat bertenun masyarakat disana. Penenun sudah sering mengeluh mengenai tempat bertenun mereka yang kurang layak, bahkan mereka pernah mengusulkan keluhan mereka ke pihak desa, supaya pihak desa yang melapor keluhannya ke pusat, tapi sampai sekarang belum ada tanggapan dari pihak desa dan pemerintah pusat. Sementara pemerintah desa mengatakan mereka hanya memberikan izin jika ada pembangunan di wilayah desa Lumban Suhi-Suhi Toruan termasuk Kampung ulos tersebut. Ada baiknya pemerintah mendengar keluhan dan memperhatikan fasilitas para penenun agar mereka nyaman saat melakukan proses bertenun. Dan wisatawan yang melihat para penenun akan semakin betah dan nyaman saat melihat proses pembuatan ulos yang ada di kampung ulos Hutaraja.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan sebelumnya mengenai Promosi Ulos batik melalui produk *Fashion* dalam menarik perhatian wisatawan di kampung Ulos Hutaraja desa Lumban Suhi-Suhi Toruan dapat diungkapkan bahwa pihak desa ikut serta dalam melakukan promosi Kampung ulos Hutaraja. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Kampung Ulos Hutaraja memiliki berbagai potensi yaitu letaknya yang berada di kawasan wisata di tepi danau toba, tidak hanya alamnya yang indah tetapi memiliki latar belakang rumah *bolon* yang unik yang ada sampai sekarang, dan dapat menyaksikan langsung proses pembuatan ulos batik secara manual.

2. Pihak galeri, penenun maupun pihak pemerintah desa melakukan promosi di berbagai media sosial seperti Facebook dan Twitter, Mereka juga mempromosikan di akun pribadi milik mereka.
3. Di galeri kampung ulos Hutaraja terdapat berbagai macam jenis-jenis ulos yang dijual hasil tenun tangan masyarakat kampung ulos, tidak hanya ulos yang dijual di galeri, disana juga dijual produk *fashion* berupa souvenir, gantungan kunci, gelang dan lain sebagainya.

Secara keseluruhan, peneliti menyimpulkan bahwa promosi yang dilakukan di kampung ulos Hutaraja sangat baik tapi kurang nya komunikasi antara pihak galeri, penenun, dan pihak pemerintah desa, tetapi dalam mengembangkan fasilitas tempat bertenun pihak desa masih kurang terbuka terhadap keluhan yang diberikan oleh masyarakat yang tinggal di kampung ulos Hutaraja.

2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan Promosi ulos batak melalui produk *Fashion* dalam menarik perhatian wisatawan di Kampung ulos hutaraja desa Lumban Suhi-Suhi Toruan kecamatan pangururan kabupaten Samosir mendapatkan hasil. memiliki berbagai potensi yang layak untuk dikembangkan yang bisa menjadi salah tujuan wisata utama di Kabupaten Samosir.

1. Pengembangan potensi-potensi yang ada
Kampung ulos Hutaraja memiliki potensi yang beragam dan dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Potensi wisata yang ada di destinasi wisata kampung ulos Hutaraja apabila lebih dikembangkan lagi dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.
2. Lebih membuka diri terhadap pemerintah
Peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam mempromosikan Kampung ulos Hutaraja. Pemerintah dapat membantu dalam mempromosikan dan, memberikan bantuan berupa materi, mengembangkan sumber daya manusia melalui sosialisasi dan juga pelatihan. Sehingga promosi kampung ulos yang dilakukan akan lebih cepat.
3. Fasilitas di Kampung ulos Hutaraja perlu terus diperbaiki untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Evaluasi mendalam terhadap fasilitas yang ada, berdasarkan umpan balik positif dan rekomendasi wisatawan, perlu dilakukan. Pemerintah daerah

dapat memprioritaskan perbaikan fasilitas yang dapat meningkatkan standar pelayanan dan daya tarik destinasi kampung ulos Hutaraja.

4. Peningkatan promosi

Promosi yang telah dilakukan oleh pihak galeri dan pihak pemerintah desa sudah cukup baik. Akan tetapi lebih baik jika meningkatkan promosi yang lebih luas secara digital melalui *website* dan juga melalui media cetak seperti buklet.

5. Hutaraja yang Dalam meningkatkan jumlah wisatawan ke kampung ulos Hutaraja ada baiknya juga menyediakan produk *fashion* berupa pakaian seperti baju, kemeja, dress, blazer, jas, rompi dll yang terbuat dari ulos batak. agar lebih menarik perhatian wisatawan, agar wisatawan yang berkunjung semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelisa,L.,Yonaldi,S.,& Mayasari,H(2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu. *Manajemen dan Kewirausahaan*,7(3),54-66.
- Anjani,N.L.G.G. (2012). Pengaruh Fashion Involvement Berpengaruh Positif Terhadap Pembelian Implusif Produk Fashion
- Asri, L. S. (2019). Aplikasi Motif Sadum Dengan Teknik Cap Pada Limbah Kulit Untuk Produk Busana Wanita (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Basu swasta & Irawan, (2006:349), Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta
- Bachruddin, Saleh.(2019:4). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Humaniora, Bandung.
- Denissa, L. (2019). Fashion Akademik sebagai Alternatif Kebauran dalam Budaya Populer.
- Denzim & Lincoln. 2009. *Hanbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Fandi Tjiptono ,Strategi pemasaran , Ed III, (Yogyakarta: ANDI, 2008)
- Ferni Fera Ch. Wolah, Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Poso
- Fitriani, L. R., & Rachmawati, D. (2022). Komunikasi Partisipatif Pemberdayaan Masyarakat Kampung Ulos dalam mengembangkan Ulos sebagai Upaya Revitalisasi. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 5(2), 156-167.
- Hadiwinoto, S. “Beberapa Aspek Pelestarian Warisan Budaya”. Makalah *FASHION* disampaikan pada Seminar Pelestarian dan Pengembangan Masjid Agung Demak, di Demak, 17 Januari 2002.
- Harbangan, (1999) Administrasi Pendidikan Suatu Pendekatan Sistemik
- Hasibuan, R. A., & Rochmat, S. (2021). Ulos sebagai Kearifan Budaya Batak Menuju Warisan Dunia (World Heritage). *Patra Widya: Seri Penerbitan Penelitian Sejarah dan Budaya.*, 22(3), 307-320.

- Karmadi, A. D. (2007). Budaya lokal sebagai warisan budaya dan upaya pelestariannya.
- Kotler,& Amstrong. (2012). Puncak Pemasaran Memuaskan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan.
- Kotler dan Keller. 2013. Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen. Jakarta ; Erlangga
- Lewis, M. 1983. "Conservation: A Regional Point of View" dalam M. Bourke, M. Miles dan B. Saini (eds). Protecting the Past for the Future. Canberra: Australiaian Government Publishing Service.
- Lubis,J.R.,&Sandi ,D.M.(2021). Museum Digital Ulos Berbasis Android. *Jurnal Basicedu*,5(1),256-271.
- Luturlean, B. S., & Se, M. M. (2019). Strategi Bisnis Pariwisata. Humaniora.
- Lumban Siantar, r. . (2023). analisis perlindungan hukum motif tradiasional dan warna dalam kain tenun tradisional. *jurnal ilmu pengetahuan sosial*, 4814-4824
- Marpaung ,J.V.(2015). Kajian Estetika Penerapan Ragam Hias Kain Ulos Ragi Hotang Batak Toba pada Busana Siap Pakai. *Jurnal,Inosains*,10,91.
- Marpaung, s. . (2018). pemodelan estetika motif ulos ragi hotang batak toba sebagai aplikasi media dekoratif. *jurnal rekarupa*, 5.
- Maria & Khair Amal. (2016) Eksistensi Ulos Pada Upacara Kematian Sari Matua Pada Masyarakat Batak Toba *Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya*.
- Muhammad Takari.(2018). Ulos Dalam Budaya Masyarakat Islam Di Sumatera Utara.
- Nilam, S.P., 2015. "Peran Dinas Kebudayaan dan pariwisata dalam pengembangan Budaya Daerah di Kabupaten Malinau." *E-Journal pemerintah Integrative*, 3(4), p.577.
- Nurchahaya, M. M. (2022). perancangan motif tekstil dengan inspirasi ulos bintang maratur. *folio*, 3.
- Pascalina, N. M., & Gondoputranto, O. (2016). Perancangan Busana Wanita Dewasa Dengan Menggunakan Kain Ulos Sumatra Utara Dalam Pakaian Ready To Wear Untuk Brand Nathasia. *Jurnal Vicidi*, 6(2).
- Pandansari, P., Rahmadhani, N., Aryani, D., & Paramita, P. (2023). Pengembangan Kain Tenun Ulos Sebagai Media Belajar Pada Busana Pesta Cocktail. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(5), 1663-1673.
- Panjaitan, L. M., & Sundawa, D. (2016). Pelestarian Nilai-Nilai Civic Culture dalam Memperkuat Identitas Budaya Masyarakat: Makna Simbolik Ulos dalam Pelaksanaan Perkawinan Masyarakat Batak Toba di Sitorang. *Journal of Urban Society's Arts*, 3(2), 64-72.
- Peter & Olson. (2013) Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran .Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran (surakarta: PT Pabelan,1997)
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. Semiotika dan Hipersemiotika: Gaya, Kode dan Matinya Makna. Matahari: Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 2009, Strategi promosi yang kreatif dan Analisis kasus-integrated

- Sidiq,U., Choiri, M.,& Mujahidin, A.(2019). Metode penelitian Kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical information and Modeling*,53(9),1-228.
- Simatupang, R.M. (2016), Adat Budaya Batak dan Biografi. Tangerang: *Bornrich Publishing*
- Sihombing, Merdi. (2013). Perjalanan Tenun. Jakarta: Gramedia
- Smith, L. 1996. “Significance Concepts in Australian Management Archaeology” dalam L. Smith dan A. Clarke (eds). *Issue in Management Archaeology*, Tempus, vol 5
- Sianipar (2010). Eksplorasi Kinerja Pasar Perusahaan : Kajian Berdasarkan Modal.
- Sihombing, Merdi. (2013). Perjalanan Tenun. Jakarta: Gramedia
- Sondang,P. (2018). Perancangan Ulos Exhibition Cente di Sipirok Tapanuli Selatan dengan pendekatan Direct Analogy Ulos Sadum (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Spillane, J. (2002). Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiyama, A.G.(2011). *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi alam*. Bandung : Guardaya Intimarta.
- Sudika,I.W.(2020).Peran pakaseh dalam pelestarian budaya subak di Bali.Maha Widya Duta. *jurnal penerangan Agama , Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi*,4,1-20
- Sugiyono. (2013), Kerangka Pemikiran atau Alur penelitian
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Ceatakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021),*Manfaat penelitiann dan tujuan penelitian* , 387.
- Syabrina d, s. a. (2023). makna dan fungsi ulos antak-antak sebagai warisan busaya kajian teori semantik. *sosial dan humaniora*, 277-281
- Tinambunan, E. R. (2023, October). Ulos Batak Toba: Makna Religi dan Implikasinya pada Peradaban dan Estetika. In *Forum* (Vol. 52, No. 2, pp. 122-142).
- Tjiptono 2002:219. Strategi pemasaran, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Triwardani, R., & Rochayanti, C. (2014). Implementasi kebijakan desa budaya dalam upaya pelestarian budaya lokal. *Reformasi*, 4(2).
- Tyaswara,B.,Taufik,R.R.,Suhadi,M.,&Danyati,R.(2017).Pemaknaan Terhadap *Fashion Style Remaja Di Bandung* . *Komunikasi:Jurnal ,Komunikasi*,8(3).
- wibowo.s, r. z. (2017). pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata toursm. *jurnal kepariwisataan* , 93-99.
- Wibowo.s, r. z. (2017). pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata toursm. *jurnal kepariwisataan* , 93-99.
- Wirawan ,P.E.,& Octaviany,V.(2022).*Pengantar Pariwisata*.Nilacakra.
- Wolah, Ferni. F. C. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).
- Yoeti, Oka A. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Penerbit Angkasa