

UPAYA MASYARAKAT DALAM MEMPROMOSIKAN ULOS HARUNGGUAN MUARA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI PULO SIBANDANG DESA PAPANDE KECAMATAN MUARA KABUPATEN TAPANULI UTARA

**Sondang Paulina Pasaribu¹, Tio RJ Nadeak², David Fero³, Mery Silalahi⁴,
Bambang T.J Hutagalung⁵**

¹⁻⁵Program Studi Pariwisata Budaya dan Keagamaan, Institut Agama Kristen Negeri Tarutung
sondangpaulinapasaribu26@gmail.com¹, tionadeak2728@gmail.com²,
Iakn.davidfero@gmail.com³, mersil1510@gmail.com⁴, bambangtjh@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya masyarakat dalam mempromosikan Ulos Harungguan Muara sebagai daya tarik wisata budaya di Pulo Sibandang, Desa Papande, Kecamatan Muara, Kabupaten Tapanuli Utara. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan penenun Ulos Harungguan Muara, masyarakat Desa Papande, pengelola wisata atau Pokdarwis, tokoh adat, dan kepala desa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ulos Harungguan Muara memiliki potensi sebagai daya tarik wisata budaya karena mengandung nilai sejarah, filosofi, sosial, ekonomi, keunikan motif dan warna, serta proses pembuatan yang masih dilakukan secara tradisional. Masyarakat berperan sebagai pelaku utama, penyedia atraksi wisata melalui kegiatan menenun, penyampai informasi, pelaku ekonomi, serta pelestari budaya dan lingkungan. Promosi telah dilakukan melalui pameran, kegiatan UMKM, fashion show, penyampaian informasi secara langsung, media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta kerja sama dengan pemerintah, Pokdarwis, kelompok penenun, pelaku pariwisata, dan pihak Dame Ulos. Namun, promosi belum teratur, terstruktur, dan berkelanjutan. Kendala yang ditemukan meliputi belum jelasnya identitas dan keaslian produk, keterbatasan aksesibilitas dan fasilitas pendukung, kondisi kebersihan lingkungan, rendahnya kesadaran sebagian masyarakat, keterbatasan kemampuan digital, keterbatasan pelatihan, dan belum adanya kegiatan khusus Ulos Harungguan Muara yang dilakukan secara konsisten. Pengembangan selanjutnya perlu diarahkan pada penguatan identitas produk, atraksi menenun, promosi digital, kerja sama antarpihak, event budaya, peningkatan kondisi lingkungan, dan pengembangan paket wisata budaya.

Kata kunci: upaya masyarakat; promosi; Ulos Harungguan Muara; wisata budaya; Desa Papande.

Abstract

This study aims to examine community efforts to promote Ulos Harungguan Muara as a cultural tourism attraction in Pulo Sibandang, Papande Village, Muara District, North Tapanuli Regency. The study employed a descriptive qualitative method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving Ulos Harungguan Muara weavers, local community members, tourism managers or Pokdarwis, traditional

leaders, and the village head. The findings indicate that Ulos Harungguan Muara has potential as a cultural tourism attraction because of its historical, philosophical, social, and economic values, unique motifs and colors, and traditionally maintained weaving process. The community acts as the main actor, provider of tourism attractions through weaving activities, source of information, economic actor, and preserver of culture and the environment. Promotional efforts have been carried out through exhibitions, MSME activities, fashion shows, direct information, social media such as Instagram and TikTok, and cooperation with government, Pokdarwis, weaving groups, tourism actors, and Dame Ulos. However, promotion has not yet been conducted regularly, systematically, and sustainably. The main constraints include unclear product identity and authenticity, limited accessibility and supporting facilities, environmental cleanliness, low awareness among some community members, limited digital skills, limited training, and the absence of consistent special events for Ulos Harungguan Muara. Further development should focus on strengthening product identity, weaving attractions, digital promotion, inter-stakeholder cooperation, cultural events, environmental improvement, and cultural tourism packages.

Keywords: community efforts; promotion; Ulos Harungguan Muara; cultural tourism; Papande Village.

PENDAHULUAN

Pariwisata budaya merupakan kegiatan wisata yang menjadikan kebudayaan sebagai salah satu daya tarik utama. Unsur budaya dapat berupa adat istiadat, tradisi, kesenian, kerajinan, peninggalan sejarah, serta pola kehidupan masyarakat. Dalam konteks ini, warisan budaya tidak hanya berfungsi sebagai identitas masyarakat, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi pengalaman wisata yang memberikan pengetahuan kepada wisatawan. Damardjati menjelaskan bahwa pariwisata budaya didorong oleh daya tarik yang bersumber dari hasil seni dan budaya masyarakat, termasuk adat istiadat, tata kehidupan, peninggalan sejarah, hasil seni, dan kerajinan tradisional.

Pulo Sibandang merupakan wilayah yang memiliki beragam potensi wisata alam dan budaya. Salah satu potensi budaya yang terdapat di Desa Papande, Kecamatan Muara, adalah Ulos Harungguan Muara. Ulos ini merupakan hasil tenun tradisional Batak Toba yang memiliki berbagai motif. Dalam penelitian terdahulu yang dirujuk dalam skripsi, Ulos Harungguan Muara dijelaskan sebagai kain yang memiliki kumpulan corak ulos etnik Batak sehingga dikenal sebagai “rajanya ulos”. Kata harungguan dimaknai sebagai “perkumpulan”, sedangkan motif dan unsur visualnya berkaitan dengan nilai kehidupan masyarakat Batak.

Ulos Harungguan Muara memiliki karakteristik yang dapat mendukung pengembangan wisata budaya. Selain bentuk dan motifnya, proses pembuatannya masih dilakukan secara manual dengan alat tradisional. Wisatawan berpotensi memperoleh pengalaman melalui kegiatan melihat proses menenun, memahami sejarah dan makna motif, berinteraksi dengan

penenun, serta membeli produk secara langsung. Dengan demikian, Ulos Harungguan Muara dapat dikembangkan tidak hanya sebagai produk kerajinan, tetapi sebagai bagian dari pengalaman wisata budaya.

Dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat lokal memiliki posisi penting karena mereka merupakan pihak yang paling dekat dengan sumber daya budaya. Suansri menekankan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan kegiatan pariwisata, pengambilan keputusan, pengelolaan sumber daya, dan penerimaan manfaat ekonomi. Dalam konteks Desa Papande, masyarakat tidak hanya menjadi penenun, tetapi juga memiliki peran dalam menyampaikan informasi, menyediakan pengalaman wisata, melakukan promosi, dan menjaga budaya serta lingkungan.

Promosi menjadi bagian penting karena keberadaan produk budaya tidak otomatis membuat wisatawan mengetahui dan mengunjungi tempat asalnya. Sunaryo memandang promosi kepariwisataan sebagai kegiatan komunikasi yang ditujukan kepada pasar wisatawan. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media, termasuk pameran, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, dan media digital. Oleh karena itu, promosi Ulos Harungguan Muara perlu diarahkan bukan hanya pada penjualan kain, tetapi juga pada pengenalan Desa Papande sebagai ruang hidup budaya dan tempat wisata.

Hasil penelitian dalam skripsi menunjukkan bahwa promosi Ulos Harungguan Muara masih menghadapi berbagai persoalan. Promosi telah dilakukan melalui pameran, fashion show, kegiatan UMKM, media sosial, serta kerja sama dengan berbagai pihak, tetapi belum berlangsung secara terstruktur dan berkelanjutan. Selain itu, terdapat kendala berupa identitas produk, aksesibilitas, kondisi lingkungan, kemampuan digital, keterbatasan pelatihan, dan belum adanya kegiatan khusus Ulos Harungguan Muara. Kondisi tersebut menjadi dasar penting untuk mengkaji lebih lanjut upaya masyarakat dalam mempromosikan Ulos Harungguan Muara sebagai daya tarik wisata budaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai pengalaman, pandangan, keterlibatan, dan upaya masyarakat dalam mempromosikan Ulos Harungguan Muara sebagai daya tarik wisata budaya. Lokasi penelitian berada di Pulo Sibandang, Desa Papande, Kecamatan Muara, Kabupaten Tapanuli Utara.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi terhadap pihak yang terlibat dalam kegiatan Ulos Harungguan Muara dan pariwisata, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen, buku, jurnal, arsip, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Informan yang disebutkan dalam skripsi meliputi tiga penenun Ulos Harungguan Muara, masyarakat yang bukan penenun, pengelola wisata atau Pokdarwis, tokoh adat, dan kepala Desa Papande.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai upaya masyarakat, media dan strategi promosi, serta kendala yang dihadapi. Observasi dilakukan untuk melihat kondisi lapangan dan aktivitas masyarakat, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui pengecekan terhadap data dan informasi yang diperoleh dari lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ulos Harungguan Muara sebagai Daya Tarik Wisata Budaya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ulos Harungguan Muara memiliki potensi sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Papande. Potensi tersebut terlihat dari nilai sejarah, filosofi, sosial, ekonomi, keunikan motif, warna, serta proses pembuatan yang masih dilakukan secara tradisional. Ulos Harungguan Muara tidak hanya merupakan kain hasil tenunan, tetapi juga bagian dari kehidupan budaya masyarakat Batak Toba.

Dilihat dari konsep daya tarik wisata, Ulos Harungguan Muara dapat dikembangkan melalui unsur something to see, something to do, dan something to buy. Something to see terlihat dari keindahan kain, motif, warna, dan proses penenunan. Something to do dapat diwujudkan melalui pengalaman wisatawan melihat atau mencoba kegiatan menenun, mendengarkan penjelasan mengenai sejarah dan makna ulos, serta berinteraksi dengan penenun. Something to buy diwujudkan melalui pembelian Ulos Harungguan Muara sebagai produk budaya dan cendera mata.

Potensi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan Ulos Harungguan Muara perlu mengubah orientasi promosi dari sekadar memperkenalkan produk menjadi memperkenalkan pengalaman budaya. Wisatawan dapat diarahkan untuk mengenal asal-usul, proses pembuatan, motif, makna, dan kehidupan masyarakat yang berkaitan dengan ulos. Dengan

cara demikian, produk budaya dan ruang sosial tempat produk tersebut dibuat dapat menjadi satu kesatuan atraksi wisata.

Peran dan Upaya Masyarakat dalam Promosi

Masyarakat Desa Papande memiliki beberapa bentuk peran dalam mempromosikan Ulos Harungguan Muara. Pertama, masyarakat berperan sebagai pelaku utama karena penenun menghasilkan dan mempertahankan keberadaan Ulos Harungguan Muara. Keterampilan menenun diperoleh secara turun-temurun sehingga kegiatan menenun sekaligus menjadi bagian dari pelestarian pengetahuan budaya.

Kedua, masyarakat berperan sebagai penyedia atraksi wisata. Aktivitas menenun dapat menjadi atraksi yang memperlihatkan proses budaya secara langsung kepada wisatawan. Ketiga, masyarakat menjadi penyampai informasi mengenai sejarah, motif, makna, dan proses pembuatan ulos. Posisi masyarakat sebagai informan lokal penting karena informasi berasal dari pengalaman dan pengetahuan yang berkembang di lingkungan budaya tersebut.

Keempat, masyarakat berperan dalam aspek ekonomi melalui produksi dan penjualan Ulos Harungguan Muara. Pengembangan wisata budaya dapat membuka peluang tambahan melalui penjualan produk, kegiatan edukasi menenun, pemanduan, dan pengembangan paket wisata. Kelima, masyarakat berperan sebagai pelestari budaya dan lingkungan. Pelestarian tidak hanya berkaitan dengan mempertahankan motif, proses, dan pengetahuan menenun, tetapi juga menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan Desa Papande.

Upaya promosi yang ditemukan meliputi keikutsertaan dalam pameran dan kegiatan UMKM, fashion show, penyampaian informasi secara langsung, pemanfaatan media sosial, serta kerja sama dengan pemerintah, Pokdarwis, kelompok penenun, pelaku pariwisata, dan pihak Dame Ulos. Skripsi juga mencatat penggunaan Instagram dan TikTok oleh pihak tertentu untuk memperkenalkan Ulos Harungguan Muara.

Meskipun demikian, keterlibatan masyarakat belum merata. Sebagian penenun lebih berfokus pada produksi dan menyerahkan kegiatan promosi kepada ketua kelompok atau pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa peran masyarakat sebagaimana dijelaskan dalam konsep Community-Based Tourism sudah terlihat, tetapi kapasitas dan keterlibatan dalam promosi masih perlu diperkuat. Promosi juga masih lebih banyak berorientasi pada produk daripada menjadikan Desa Papande sebagai tujuan wisata budaya.

Kendala dalam Mempromosikan Ulos Harungguan Muara

Pertama, terdapat persoalan mengenai identitas dan keaslian produk. Hasil penelitian menunjukkan adanya Ulos Harungguan yang dibuat oleh masyarakat di luar Desa Papande tetapi menggunakan nama Ulos Harungguan Muara. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kebingungan bagi wisatawan dalam membedakan produk yang berasal dari Desa Papande dengan produk dari wilayah lain. Karena itu, informasi mengenai asal produk, ciri khas, proses pembuatan, sejarah, dan makna perlu disampaikan secara jelas.

Kedua, aksesibilitas dan kondisi desa menjadi kendala. Wisatawan memerlukan usaha lebih untuk berkunjung ke Desa Papande, sementara kondisi lingkungan dan kebersihan desa juga masih perlu diperhatikan. Promosi yang baik perlu didukung kondisi destinasi yang memberikan rasa nyaman kepada wisatawan.

Ketiga, kesadaran masyarakat mengenai pentingnya promosi belum merata. Sebagian masyarakat masih lebih berfokus pada kegiatan menenun dan belum terlibat aktif dalam promosi. Keempat, keterbatasan kemampuan digital membuat sebagian penenun belum dapat memanfaatkan media sosial secara mandiri. Akibatnya, promosi digital lebih banyak dilakukan oleh pihak tertentu.

Kelima, pelatihan promosi belum menjangkau seluruh masyarakat yang terlibat. Pelatihan yang lebih berkelanjutan diperlukan agar masyarakat memiliki kemampuan membuat konten, melakukan fotografi produk, menggunakan media sosial, melakukan storytelling, dan memberikan pelayanan kepada wisatawan. Keenam, belum terdapat event khusus Ulos Harungguan Muara yang dilaksanakan secara terstruktur dan konsisten. Pameran dan fashion show memang pernah diikuti, tetapi kegiatan tersebut belum sepenuhnya diarahkan untuk memperkenalkan sejarah, proses pembuatan, motif, dan nilai budaya Ulos Harungguan Muara sebagai satu kesatuan atraksi.

Upaya Pengembangan Promosi Berbasis Masyarakat

Berdasarkan temuan penelitian, pengembangan Ulos Harungguan Muara perlu dilakukan secara terpadu. Pertama, keterlibatan masyarakat perlu diperluas dari produksi menuju promosi dan pengelolaan pengalaman wisata. Kedua, proses menenun dapat dikembangkan sebagai atraksi edukatif yang memungkinkan wisatawan melihat, mempelajari, dan jika memungkinkan mencoba proses menenun dengan pendampingan penenun.

Ketiga, kapasitas promosi digital perlu diperkuat melalui pelatihan dan pendampingan. Konten promosi dapat memuat sejarah, motif, makna, proses pembuatan, profil penenun, serta

informasi kunjungan. Keempat, identitas Ulos Harungguan Muara perlu diperjelas melalui informasi asal produk dan ciri khasnya. Kelima, kerja sama antara masyarakat, pemerintah, Pokdarwis, kelompok penenun, dan pelaku pariwisata perlu diperkuat agar promosi tidak berjalan sendiri-sendiri.

Keenam, kegiatan khusus seperti festival ulos, pameran, demonstrasi menenun, dan pertunjukan budaya dapat dikembangkan sebagai media promosi sekaligus pelestarian. Ketujuh, kebersihan dan kondisi lingkungan Desa Papande perlu ditingkatkan. Kedelapan, manfaat ekonomi dapat diperluas melalui penjualan ulos, edukasi menenun, produk turunan, jasa pemanduan, dan paket wisata budaya. Arah pengembangan tersebut sesuai dengan temuan penelitian bahwa Ulos Harungguan Muara tidak cukup dipromosikan sebagai barang, tetapi perlu dikembangkan sebagai pengalaman budaya.

KESIMPULAN

Ulos Harungguan Muara yang berasal dari Desa Papande memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata budaya karena memiliki nilai sejarah, filosofi, sosial, ekonomi, keunikan motif dan warna, serta proses pembuatan tradisional. Potensi tersebut dapat diwujudkan melalui pengalaman wisata yang menggabungkan kegiatan melihat proses menenun, mempelajari sejarah dan makna ulos, berinteraksi dengan penenun, dan membeli produk.

Masyarakat telah melakukan promosi melalui pameran, kegiatan UMKM, fashion show, informasi langsung, media sosial, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Masyarakat juga berperan sebagai pelaku utama, penyedia atraksi, penyampai informasi, pelaku ekonomi, serta pelestari budaya dan lingkungan. Namun, keterlibatan tersebut belum merata dan promosi belum teratur, terstruktur, serta berkelanjutan.

Kendala utama meliputi identitas dan keaslian produk, aksesibilitas dan fasilitas pendukung, kondisi lingkungan, kesadaran masyarakat, kemampuan digital, keterbatasan pelatihan, dan belum adanya event khusus yang konsisten. Oleh karena itu, pengembangan promosi perlu diarahkan pada penguatan identitas produk, pengembangan atraksi menenun, peningkatan kapasitas digital, penyelenggaraan kegiatan budaya, kerja sama antarpihak, perbaikan lingkungan, dan pengembangan paket wisata budaya yang memberi manfaat bagi masyarakat.

SARAN

1. Masyarakat Desa Papande perlu meningkatkan keterlibatan dalam promosi, penyampaian informasi budaya, pendampingan wisatawan, dan pemeliharaan lingkungan.
2. Kelompok penenun perlu meningkatkan kemampuan promosi digital dan membuat konten yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjelaskan sejarah, motif, makna, dan proses pembuatan Ulos Harungguan Muara.
3. Pemerintah dan pihak terkait perlu memberikan pelatihan berkelanjutan mengenai promosi digital, storytelling, pelayanan wisatawan, aksesibilitas, fasilitas pendukung, dan penyelenggaraan kegiatan budaya.
4. Pokdarwis dan pelaku pariwisata perlu mengembangkan Ulos Harungguan Muara sebagai bagian dari paket wisata budaya yang menggabungkan kunjungan ke tempat menenun, edukasi, interaksi dengan penenun, dan pembelian produk.
5. Identitas dan keaslian Ulos Harungguan Muara dari Desa Papande perlu diperjelas melalui informasi mengenai asal produk, ciri khas, proses, sejarah, dan makna budaya.
6. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian kuantitatif untuk mengukur hubungan atau pengaruh promosi terhadap minat berkunjung, pengetahuan wisatawan, keputusan pembelian, atau manfaat ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Aully Grashinta, dkk. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Panduan Praktis Analisis Data Kualitatif*. Deli Serdang: PT Mifandi Mandiri Digital.
- Anarta, Fikri, dan Rudi Saprudin Darwis. 2024. "Pentingnya Partisipasi Masyarakat sebagai Bagian dari Pariwisata Berbasis Masyarakat dalam Mengembangkan Desa Wisata."
- Creswell, John W. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damardjati, R. S. 2018. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Denzin, Norman K., dan Yvonna S. Lincoln. 2011. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.
- Herat, Rizki Andini. 2015. "Peran Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Pulau Morotai dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Kabupaten Morotai." *Acta Diurna*, Vol. IV, No. 4.
- Hulfa, Ihyana, dkk. 2025. "Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Batujai Lombok Tengah."
- Koentjaraningrat. 2009. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Nurfitria, Nissa. 2011. Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu (Studi pada Catering Sonokembang Semarang). Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Nurlestari, Ajeng Fitri. 2016. “Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor.” Jurnal Pariwisata.
- Parasian, N. A., Sinulingga, J., dan Sinaga, W. 2024. “Analisis Semiotika pada Ulos Harungguan Muara.” Jurnal Kompetensi.
- Patilima, Hamid. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Purnia, Dini Silvi, Hidayatul Muhajir, Miftah Farid Adiwisatra, dan Deddy Supriadi. 2020. “Pengukuran Kesenjangan Digital Menggunakan Metode Deskriptif Berbasis Website.” Evolusi: Jurnal Sains dan Manajemen, Vol. 8, No. 2.
- Riyadi, Slamet. 2018. Prosiding Seminar Slamet Riyadi Conference on Public Administration (SRIPA). Surakarta: Universitas Slamet Riyadi.
- Suansri, Yodchai. 2003. Community Based Tourism Handbook. Thailand: Responsible Ecological Social Tour (REST).
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunaryo. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- Tahir, Rusdin. 2015. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism). Makassar: Alauddin University Press.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). 2018. Tourism and Culture Synergies. Madrid: UNWTO.
- VOA Indonesia. 2018. “World Crafts Council (WCC) Tetapkan Ulos Harungguan Muara sebagai Salah Satu Karya Kerajinan Unggulan.”
- Widyawati, Christy. 2018. “Peranan Partisipasi Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Wisata Heritage di Trowulan.”
- Yoeti, Oka A. 2002. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT Pradnya Paramita.