

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**KAJIAN POTENSI ARSITEKTUR DI KAMPUNG TARUNG, SUMBA BARAT
UNTUK KONTEN PEMASARAN *SUSTAINABLE TOURISM* MELALUI WEBSITE
RESMI KABUPATEN SUMBA BARAT**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Nafiah Solikhah, S.T., M.T. (0302048503/ 10311017)

Anggota:

Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si. (0316017903/ 10103030)

Bagus Mulyawan, S.Kom., M.M. (0313106201)

PUSAT STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
TAHUN 2020

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN
Semester Genap / Tahun 2019-2020

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Judul | ⋮ Kajian Potensi Arsitektur di Kampung Tarung, Sumba Barat untuk Konten Pemasaran <i>Sustainable tourism</i> Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat |
| 2. Ketua Tim | |
| a. Nama dan Gelar | ⋮ Nafiah Solikhah, S.T., M.T. |
| b. NIDN/NIK | ⋮ 10311017/0302048503 |
| c. Jabatan/Gol | ⋮ Dosen Tetap/ Lektor |
| d. Program Studi | ⋮ S1 Arsitektur |
| e. Fakultas | ⋮ Teknik |
| f. Bidang Keahlian | ⋮ Sejarah dan Pemugaran/ Arsitektur/ <i>Vernacular Studies</i> |
| g. Alamat Kantor | ⋮ Jl. Let. Jenderal S. Parman, No. 1, Grogol Petamburan, Jakarta Barat 11440 |
| h. Nomor HP/Tlp/Email | ⋮ 081329380937/021-5638352 |
| 3. Anggota Tim Penelitian | |
| a. Jumlah Anggota | ⋮ Dosen 2 orang |
| b. Nama Anggota I/Keahlian | ⋮ Dr. Hetty Karunia Tunjungsi, S.E., M.Si. / Manajemen Pemasaran |
| c. Nama Anggota II/ Keahlian | ⋮ Bagus Mulyawan, S.Kom., M.M. / Sistem Informatika |
| d. Jumlah Mahasiswa | ⋮ 1 orang |
| e. Nama Mahasiswa/NIM | ⋮ - Novia Christian W./ 315180092 |
| 4. Lokasi Kegiatan Penelitian | ⋮ Kampung Tarung, Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur |
| 5. Luaran yang Dihasilkan | ⋮ a. Data Potensi Arsitektur dan Budaya untuk Konten Website b. Model, artikel publikasi, HKI |
| 6. Jangka Waktu Pelaksanaan | ⋮ 1 Periode (Januari- Juni 2020) |
| 7. Biaya yang disetujui LPPM | ⋮ Rp 13.000.000,- |

Jakarta, 30 Juli 2020

Mengetahui,
Ketua Pusat Studi Kewirausahaan

Dr. Hetty Karunia Tunjungsi, S.E., M.Si
NIDN/NIK: 0316017903/10103030

Ketua Tim

Nafiah Solikhah, S.T., M.T.
NIDN/NIK: 0302048503/10311017

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Jap Tji Beng, PhD

NIDN/NIK: 0323085501/10381047

RINGKASAN

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sumber utama perolehan devisa negara. Untuk meningkatkan kualitas kegiatan pariwisata, maka pengembangan destinasi prioritas wajib menggunakan konsep *sustainable tourism development*, yaitu pariwisata yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

Di era revolusi industri 4.0, pengembangan kegiatan pariwisata harus memanfaatkan sarana digital sebagai strategi promosi. Hal tersebut diperkuat bahwa tercatat tahun 2017 jumlah pengguna smartphone di Indonesia sebesar 85,6 juta dan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh industri pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal ataupun mancanegara melalui pengembangan informasi digital sebagai strategi promosi zaman *now*. Masyarakat saat ini cenderung lebih memilih mengunjungi wisata setelah melihat beberapa postingan di media sosial yang menjadi "hitz" dan kekinian. Penerapan digital marketing dinilai lebih efektif dan efisien untuk mengenalkan pariwisata nusantara pada dunia.

Keberagaman perwujudan budaya dan landsekap alami merupakan potensi utama wisata di Indonesia, salah satunya di Pulau Sumba, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penelitian tentang arsitektur, budaya, sosial, dan antropologi di Pulau Sumba telah banyak dilakukan terutama kaitannya dengan keberagaman perwujudan Arsitektur Vernakular di kampung-kampung Adat Pulau Sumba. Salah satu Kampung Adat yang banyak dikaji adalah Kampung Tarung.

Kampung Tarung berada di ibu kota Kabupaten Sumba Barat sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan yang berkunjung ke Sumba Barat serta memiliki karakteristik Arsitektur berupa tatanan pola hunian rumah adat Sumba yang berorientasi pada natar di tengah permukiman. Potensi utama lain dari Kampung Tarung adalah nilai-nilai budaya dan sosial yang masih dianut oleh masyarakat yaitu kepercayaan Marapu. Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan oleh ketua tim pengusul penelitian di bulan Februari 2019 dan Agustus 2019, terlihat bahwa sifat kunjungan wisatawan hanya overview serta kurangnya informasi terkait Kampung Tarung sebagai destinasi wisata unggulan di Sumba Barat. Meskipun nama Kampung Tarung telah tercantum di situs pemerintah Kabupaten Sumba Barat sebagai wisata unggulan (https://sumbabaratkab.go.id/?page_id=954), tetapi tidak terdapat informasi lebih lanjut pada situs tersebut mengenai Kampung Tarung. Padahal di era digital, seluruh informasi digital menjadi aspek penting dalam pemasaran destinasi wisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang muncul adalah belum adanya kajian pemanfaatan Potensi Arsitektur di Kampung Tarung, Sumba Barat untuk Konten Pemasaran *Sustainable tourism* Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat. Tujuan utama penelitian adalah untuk mengkaji potensi Potensi Arsitektur di Kampung Tarung, Sumba Barat untuk Konten Pemasaran *Sustainable tourism* Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat.

Penelitian ini penting sebagai salah satu upaya merealisasikan konsep *sustainable tourism development* yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

Penelitian terbagi dalam empat tahapan, tahap pertama adalah mengidentifikasi potensi Arsitektur Kampung Tarung sebagai destinasi *sustainable tourism*, tahap kedua adalah mengidentifikasi segmen pasar atau calon wisatawan yang tepat sebagai pengunjung Kampung Tarung serta mengidentifikasi kebutuhan edukasi wisatawan akan *sustainable tourism* yang perlu dikembangkan di Kampung Tarung, tahap ketiga adalah menyusun website yang berisi informasi tentang potensi Arsitektur Kampung Tarung sebagai media promosi *sustainable tourism*, dan tahap keempat adalah menyebarluaskan informasi mengenai Kampung Tarung melalui website sebagai upaya meningkatkan wisatawan yang berkunjung di destinasi ini.

Pada pengajuan Semester Genap 2019-2020, kegiatan yang akan dilaksanakan adalah kegiatan tahap 1 yaitu **Mengidentifikasi potensi Arsitektur Kampung Tarung sebagai destinasi *sustainable tourism*** berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan identifikasi awal segmentasi pengunjung untuk bisa memberikan rekomendasi awal konten informasi pada website resmi Kabupaten Sumba Barat. Segmentasi pangsa pasar di Kampung Tarung adalah: Akademis (Residensi, Riset), mandiri atau berkelompok, biasanya menginap; dan Kunjungan konvensional, mandiri atau kelompok tanpa menginap.

Berdasarkan dua segmentasi pengunjung Kampung Tarung, maka konten informasi yang direkomendasikan untuk dimasukkan ke dalam website resmi Kabupaten Sumba Barat adalah: Sejarah Kampung Tarung, Potensi Arsitektur, Potensi Sosial Budaya, Paket Residensi 1 (mengikuti ritual adat, menginap di rumah warga), Paket Residensi 2 (mengikuti keseharian warga Kampung Tarung, menginap di rumah warga). Paket Kunjungan: menikmati potensi arsitektur dan social budaya.

Dengan penyusunan paket kegiatan sesuai segmentasi pengunjung, maka diharapkan akan terbentuk sebuah hubungan simbiosis mutualisme yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

Kata Kunci: potensi wisata arsitektur, Kampung Tarung, pemasaran digital, *sustainable tourism*

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| HALAMAN SAMPUL | 1 |
| HALAMAN PENGESAHAN | 2 |
| RINGKASAN | 3 |
| DAFTAR ISI | 5 |
| DAFTAR GAMBAR | 6 |
| DAFTAR TABEL | 7 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 8 |
| BAB I PENDAHULUAN | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 28 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 39 |
| DAFTAR PUSTAKA | 41 |
| LAMPIRAN | |
| Lampiran 1. Instrumen | 43 |
| Lampiran 2. Susunan Personalia Peneliti | 44 |
| Lampiran 3. Artikel ilmiah | 45 |
| Lampiran 4. HKI, Modul, Teknologi Tepat Guna, publikasi dan produk lainnya | 57 |
| Lampiran 5. <i>Logbook</i> | 63 |
| Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan | 64 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Kampung Tarung sebagai objek wisata unggulan Kabupaten Sumba Barat | 10 |
| Gambar 2. Informasi tentang Kampung Praijing pada Website Resmi Kabupaten Sumba Barat.... | 10 |
| Gambar 3. Road Map pengembangan Pariwisata Budaya | 14 |
| Gambar 4. Konsep Perencanaan Destinasi untuk Membangun Narasi Budaya | 15 |
| Gambar 5. Lokasi dan Potensi Kampung Tarung | 17 |
| Gambar 6. Poros Linier Sakral di <i>Natara</i> Kampung Tarung, Sumba Barat | 18 |
| Gambar 7. Model Penelitian | 24 |
| Gambar 8. Lokasi Kampung Tarung | 26 |
| Gambar 9. Kerangka Penelitian | 27 |
| Gambar 10. Pendapat Responden tentang Karakter Arsitektur Kampung Tarung | 28 |
| Gambar 11. Pola Tata Ruang Kampung Tarung | 28 |
| Gambar 12. Aktivitas Masyarakat Kampung Tarung sebagai Potensi Sosial-Budaya | 31 |
| Gambar 13. Aktivitas Keseharian Masyarakat Kampung Tarung | 31 |
| Gambar 14. Aktivitas Ritual Masyarakat Kampung Tarung | 32 |
| Gambar 15. Hasil Kerajinan Masyarakat Kampung Tarung | 32 |
| Gambar 16. Narasi Budaya yang dimiliki oleh masyarakat Kampung Tarung | 33 |
| Gambar 17. Sumber Informasi tentang Kampung Tarung Sumba | 34 |
| Gambar 18. Pengembangan Pemanfaatan Cagar Budaya untuk Pariwisata | 36 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Penelitian terdahulu terkait Arsitektur di Pulau Sumba | 19 |
| Tabel 2. Fungsi <i>Tubba</i> dan <i>Ana Uma</i> di Kampung Tarung | 29 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Instrumen | 43 |
| Lampiran 2. Susunan Personalia Peneliti | 44 |
| Lampiran 3. Artikel ilmiah | 45 |
| Lampiran 4. HKI, Modul, Teknologi Tepat Guna, publikasi dan produk lainnya | 57 |
| Lampiran 5. <i>Logbook</i> | 63 |
| Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan | 64 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sumber utama perolehan devisa negara. Untuk meningkatkan kualitas kegiatan pariwisata, maka pengembangan destinasi prioritas wajib menggunakan konsep *sustainable tourism development*, yaitu pariwisata yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan (Robinson dan Picard, 2006).

Di era revolusi industri 4.0, pengembangan kegiatan pariwisata harus memanfaatkan sarana digital sebagai strategi promosi. Hal tersebut diperkuat bahwa tercatat tahun 2017 jumlah pengguna smartphone di Indonesia sebesar 85,6 juta dan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh industri pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal ataupun mancanegara melalui pengembangan informasi digital sebagai strategi promosi zaman *now*. Disarikan dari Halika (2019), masyarakat saat ini cenderung lebih memilih mengunjungi wisata setelah melihat beberapa postingan di media sosial yang menjadi "hitz" dan kekinian. Penerapan digital marketing dinilai lebih efektif dan efisien untuk mengenalkan pariwisata nusantara pada dunia.

Keberagaman perwujudan budaya dan landsekap alami merupakan potensi utama wisata di Indonesia, salah satunya di Pulau Sumba, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penelitian tentang arsitektur, budaya, sosial, dan antropologi di Pulau Sumba telah banyak dilakukan terutama kaitannya dengan keberagaman perwujudan Arsitektur Vernakular di kampung-kampung Adat Pulau Sumba. Salah satu Kampung Adat yang banyak dikaji adalah Kampung Tarung.

Kampung Tarung berada di ibu kota Kabupaten Sumba Barat sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan yang berkunjung ke Sumba Barat serta memiliki karakteristik Arsitektur berupa tatanan pola hunian rumah adat Sumba yang berorientasi pada natar di tengah permukiman. Potensi utama lain dari Kampung Tarung adalah nilai-nilai budaya dan sosial yang masih dianut oleh masyarakat yaitu kepercayaan Marapu.

Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan oleh ketua tim pengusul penelitian di bulan Februari 2019 dan Agustus 2019, terlihat bahwa sifat kunjungan wisatawan hanya overview serta kurangnya informasi terkait Kampung Tarung sebagai destinasi wisata unggulan di Sumba Barat. Meskipun nama Kampung Tarung telah tercantum di situs pemerintah Kabupaten Sumba Barat sebagai wisata unggulan (https://sumbabaratkab.go.id/?page_id=954), tetapi tidak terdapat informasi lebih lanjut pada situs tersebut mengenai Kampung Tarung. Padahal di era digital, seluruh informasi digital menjadi aspek penting dalam pemasaran destinasi wisata.



Berikut ini adalah objek wisata unggulan yang ada di Kabupaten Sumba Barat.

SHOW 10 ENTRIES SEARCH:

| NO | NAMA OBYEK WISATA | DESA/KELURAHAN | KECAMATAN |
|----|-------------------|----------------|-----------------|
| 1 | Kampung Tarung | Sobawawi | Loli |
| 2 | Kampung Praijing | Tebara | Kota Waikabubak |

Gambar 1. Kampung Tarung sebagai objek wisata unggulan Kabupaten Sumba Barat
 Sumber: https://sumbabaratkab.go.id/?page_id=954

Hal ini berbanding terbalik dengan informasi terkait Kampung Praijing pada Website Resmi Kabupaten Sumba Barat. Dimana masyarakat akan mendapatkan informasi lanjutan terkait sejarah, lokasi, gambaran potensi ari Kampung Praigoli.



Gambar 2. Informasi tentang Kampung Praijing pada Website Resmi Kabupaten Sumba Barat.
 Sumber: https://sumbabaratkab.go.id/?lsvr_listing=high-school

Padahal terdapat beberapa hasil penelitian terkait potensi Kampung Tarung, berupa potensi Arsitektural, Sejarah, Budaya, Ekonomi, dan lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai materi informasi pada website resmi Kabupaten Sumba Barat sebagai bahan rujukan bagi masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang muncul adalah belum adanya kajian pemanfaatan Potensi Arsitektur di Kampung Tarung, Sumba Barat untuk Konten Pemasaran *Sustainable tourism* Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian adalah untuk mengkaji potensi Potensi Arsitektur di Kampung Tarung, Sumba Barat untuk Konten Pemasaran *Sustainable tourism* Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat.

1.3. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting sebagai salah satu upaya merealisasikan konsep *sustainable tourism development* yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepariwisataan

Pariwisata merupakan perjalanan yang bersifat sementara yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan berlibur dan bukan untuk menetap serta bersifat sementara, sukarela dan tidak untuk bekerja. Kegiatan wisata memiliki beragam jenis. Menurut Yoeti (1996), sesuai dengan potensi pariwisata yang ditinggalkan nenek moyang pada suatu negara maka timbullah bermacam-macam jenis pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan, yang lama kelamaan mempunyai ciri tersendiri. Jenis pariwisata pun dibagi menjadi 7 jenis yakni wisata budaya, wisata alam, wisata kesehatan, wisata olah raga, wisata komersial, wisata politik dan wisata sosial.

Dunia pariwisata pun tak terlepas dari komponen-komponen yang melengkapinya, yang terakumulasi dalam 4A dan 1C. Dimana komponen-komponen tersebut harus diperhatikan dalam penawaran produk pariwisata. Komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Attraction* (atraksi)

Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi bagi para wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata atau destinasi wisata. Dimana atraksi wisata dapat berupa atraksi budaya, atraksi alam maupun atraksi buatan manusia. Atraksi wisata merupakan produk yang akan dinikmati oleh para wisatawan.

b. *Amenity* (Fasilitas)

Amenitas merupakan fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di destinasi wisata. Komponen tersebut dapat berupa akomodasi, restoran, toilet umum, ATM, tempat parkir, toko cinderamata, tempat ibadah dsb.

c. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Salah satu komponen penting dari destinasi adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya, baik jarak dekat, menengah, maupun jauh dan untuk itu dibutuhkan transportasi.

d. *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, serta mengkoordinasi segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata.

e. *Community Involvement* (Keterlibatan Masyarakat)

Keterlibatan masyarakat merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan adanya kunjungan atau tidak. Apabila destinasi wisata tidak di dukung oleh masyarakat maka keamanan wisatawan bisa saja terancam. wisatawan dapat merasa nyaman dengan adanya sambutan atau penerimaan dari masyarakat setempat.

Untuk mengoptimalkan pembangunan masyarakat, keterlibatan masyarakat (*community involvement*) dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) memegang peran penting. Tujuan keterlibatan masyarakat adalah dalam rangka pelestarian sumber daya yang berbasis kekuatan nilai-nilai budaya yang ada, mendorong pengembangan wilayah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Pemberdayaan masyarakat adalah mengupayakan strategi-strategi guna mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat untuk mengatasi ketidakberdayaan, kemiskinan dan lain sebagainya.

Berdasarkan Masterplan Pariwisata –TPP WSSTS Kemenpar 2017, terdapat 10 langkah yang harus dilakukan dalam Pengembangan suatu kegiatan pariwisata. Pertama, mengidentifikasi dan menentukan daya Tarik. Kedua, melakukan signifikansi. Ketiga, merespon peluang pasar. Keempat, membuat interpretasi. Kelima, merancang jejak warisan budaya. Keenam, merumuskan produk wisata. Ketujuh, menentukan pelaku wisata. Kedelapan, menguatkan destinasi. Kesembilan, menguatkan pengelolaan. Kesepuluh, melakukan promosi dan pemasaran.

Kesepuluh langkah tersebut merupakan suatu arahan langkah ideal yang mempertimbangkan seluruh komponen kegiatan pariwisata.

2.2. Sustainable tourism

Pembangunan *sustainable tourism* meliputi tujuan untuk mengembangkan sektor pariwisata serta meningkatkan kualitas pengelolaan industri pariwisata itu sendiri. Prinsip *sustainability* meliputi konsep peningkatan kesejahteraan masyarakat, pelestarian alam dan mengangkat *local genius* (Robinson dan Picard, 2006). UNESCO mendefinisikan *sustainable tourism* sebagai *tourism* yang mementingkan masyarakat lokal serta wisatawan, keaslian budaya, serta kelestarian alam. Seluruh aktivitas pariwisata atau motivasi yang melatarbelakangi kunjungan wisata – liburan, kunjungan bisnis, konferensi, jelajah alam serta wisata alam – harus menerapkan prinsip *sustainable*.

Diperlukan komitmen dari seluruh pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung dalam hal penyusunan kebijakan pengelolaan pariwisata, pengambilan keputusan investasi di bidang pariwisata, perencanaan dan pengoperasian pariwisata, serta dalam menyampaikan produk pariwisata bagi para wisatawan (Cruz et al, 2018). Kualitas destinasi wisata juga menjadi variabel penting dalam memperoleh daya saing yang mampu berdampak pada profitabilitas usaha yang dikelola (Bigne et al., 2000; Mowforth dan Munt, 2008, Scheyvens dan Russell, 2012).

Prinsip *sustainable tourism* sejalan dengan *Road Map* pengembangan Pariwisata Budaya dengan merunut jejak peradaban melalui perjalanan wisata budaya. Pertama, melalui identifikasi jalur wisata budaya. Kedua, perlunya perencanaan destinasi yang terintegrasi dan kesepakatan jalur wisata. Ketiga, pentingnya kapasitas sumber daya manusia sebagai pelaku. Keempat, pengembangan destinasi secara terintegrasi dan kesiapan amenities. Tahap kelima yaitu Promosi dan Pemasaran hasil pengemasan. Tahap keenam yang juga berperan sebagai ujung tombak adalah tahap pengelolaan dan pemeliharaan sebagai indikator keberlanjutan kegiatan pariwisata. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Road Map pengembangan Pariwisata Budaya

Sumber: Kemenpar, 2018

Membangun Narasi Budaya merupakan hal yang penting dalam pariwisata berbasis budaya. Narasi cerita besar yang menempatkan suatu destinasi wisata budaya dalam konteks sejarah global. Narasi budaya melalui *Story telling* menjadi bagian penting yang harus dipikirkan dalam mempersiapkan materi konten pemasaran. Untuk mengoptimalkan pembangunan masyarakat, keterlibatan masyarakat (*community involvement*) dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) memegang peran penting. Tujuan keterlibatan masyarakat adalah dalam rangka pelestarian sumber daya yang berbasis kekuatan nilai-nilai budaya yang ada.

**KONSEP PERENCANAAN DESTINASI
MEMBANGUN NARASI BUDAYA**



Gambar 4. Konsep Perencanaan Destinasi untuk Membangun Narasi Budaya

Sumber: Kemenpar, 2017

2.3. Potensi Wisata Arsitektur Sumba

Sejarah Suku Sumba

Penelusuran sejarah kehidupan di pulau Sumba, banyak dihubungkan dengan situs dari masa pra-sejarah yang ditemukan di Melolo, berupa praktik penguburan jasad dalam makam megalitik atau situs kuburan kuno yang paling bersejarah di Sumba Timur (Adams, 2004:4 dalam Eka, 2018). Masyarakat Sumba menganut sistem garis keturunan patrilineal, yaitu suatu prinsip adat masyarakat patrilokal yang alur keturunannya berasal dari pihak ayah (Huber, et. al 2007 dalam Eka, 2018).

Dalam lingkup yang lebih luas dari unit-unit rumah tangga, masyarakat Sumba mengenal sistem kekerabatan dengan nama Kabisu (klan/suku), yaitu kelompok kekerabatan yang terhubung dengan nenek moyang di setiap suku. Masyarakat Sumba juga menganut sistem stratifikasi sosial yang terbagi menjadi tiga golongan sosial yaitu: *maramba* (golongan bangsawan), *kabisu* (golongan menengah atau rakyat biasa), dan *ata* (golongan hamba/budak) (Adams et.al 2004:15 dalam Eka, 2018). Sistem kepercayaan mayoritas suku Sumba adalah *Merapu*, yang berasal dari dua kata yaitu: *ma* yang berarti “Yang” dan *rappu* yang berarti “dihormati, dimuliakan, dan didewakan” (L. Onvlee, 1976 dalam Kapita, 1976:87 dalam Eka, 2018).

Arsitektur Rumah Tradisional Sumba

Terdapat tiga jenis rumah sumba di daerah Kodi;

- 1) Rumah utama warisan dari leluhur kepada anak pertama (*uma katakunata*),
- 2) Anak rumah (*kare ka tena*) yang masih berada di satu kampung, dan
- 3) *Umah* kebun yang terletak di luar kampung (Adams, 2004:19 dalam Eka, 2018).

Rumah adat Sumba secara vertical terbagi menjadi tiga bagian besar;

- 1) Bagian atas rumah (menara) sebagai tempat tinggal *Merapu* yang berwujud benda pusaka dan dianggap benda keramat,
- 2) Bagian tengah rumah tempat tinggal penghuni rumah, dan
- 3) Bagian bawah rumah sebagai tempat memelihara ternak (Mross, 2000: 262 dalam Eka, 2018). Pembagian ruang secara horizontal di rumah adat Sumba Barat terbagi menjadi depan-tengah-belakang dan kanan-kiri. Selain itu, pembagian ruang juga dipisahkan berdasarkan ruang priawanita (*male-female*) dan formal – informal.

Kampung Tarung

Kampung Tarung terletak di Kecamatan Loli, Kabupaten Sumba Barat.



Gambar 5. Lokasi dan Potensi Kampung Tarung

Sumber: diolah dari <https://www.google.com/maps/place/Kampung+Tarung/@-9.632642,119.4051817,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x2c4ae02d422ff1e7:0xc8f717eb1a41562d!8m2!3d-9.6326473!4d119.4073704> dan dokumentasi pribadi, 2019

Kampung Tarung merupakan suatu kampung yang masih asli ditinjau dari segi fisik arsitektur rumah tradisional, fungsi dan sifat keruangan, makam megalitik, pola kampung, serta kebudayaan maupun kepercayaan Merapu yang masih dipegang teguh oleh warga kampung Tarung. Karakteristik umum arsitektur rumah tradisional Sumba pada dasarnya memiliki bentuk yang sama dengan arsitektur rumah tradisional dari rumpun Austronesia yaitu berupa rumah panggung. Rumah tradisional Sumba menggunakan material-material alam, dan bentuk atap yang cenderung menjulang tinggi (Eka, 2018).

Kosmologi rumah tradisional Sumba membagi rumah secara vertikal menjadi tiga bagian besar 'atas – tengah – bawah'. Bagian atas sebagai tempat tinggal para leluhur, bagian tengah sebagai tempat tinggal penghuni, dan bagian bawah sebagai tempat memelihara hewan ternak. Dari segi

keruangan secara horizontal, pola spasial dalam rumah tradisional Sumba terbagi menjadi ‘pria – wanita’, ‘publik – privat’ dan ‘sakral – profan’, dan perapian berada di tengah rumah. Demikian pula dengan tata massa dalam skala meso (kampung), rumah tradisional Sumba berorientasi pada makam-makam megalitik yang terletak di tengah kampung. Morfologi bentuk, pola spasial, dan pola kampung tersebut banyak dipengaruhi oleh budaya, pemahaman masyarakat lokal, kosmologi, dan terlebih sistem kepercayaan animisme setempat yang masih diyakini oleh masyarakat Sumba, yaitu kepercayaan Merapu (Eka, 2018).

Salah satu hasil kajian potensi arsitektur di Kampung Tarung, Sumba Barat yang dapat dimanfaatkan untuk konten pemasaran *sustainable tourism* melalui website resmi Kabupaten Sumba Barat berjudul Konsep ka’bani – mawinne dalam arsitektur rumah tradisional Sumba di Kampung Tarung Sumba Barat (Eka, 2018).



Gambar 6. Poros Linier Sakral di *Natara* Kampung Tarung, Sumba Barat

Sumber: Eka, 2018

2.4. Pemasaran Digital: Penggunaan Website untuk Promosi Destinasi Wisata

Seperti setiap bisnis lainnya, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mempromosikan destinasi wisata secara luas, yakni menggunakan media *online*. Secara tradisional, cara yang dilakukan untuk memasarkan suatu destinasi baru atau destinasi yang belum berkembang seringkali dilakukan melalui berbagai kemitraan dengan misalnya agen perjalanan. Namun demikian, di era digital ini, pengelolaan destinasi wisata perlu memperhatikan aspek *online* yang sangat penting bagi konsumen atau wisatawan masa kini.

Untuk bisa memenuhi kebutuhan wisatawan di era digital, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan oleh pengelola destinasi wisata:

1) Mengembangkan website yang tepat

Website sering kali merupakan bagian pertama dari identitas bisnis untuk pelanggan. Demikian pula halnya dengan wisatawan, saat ini mereka cenderung mendapatkan informasi mengenai identitas suatu destinasi yang ingin dikunjungi melalui website. Pengelola wisata perlu mengembangkan website yang efektif menjangkau target wisatawan yang tepat. Hal ini tidak dapat dilakukan hanya dengan menempatkan foto-foto situasi destinasi wisata saja. Diperlukan desain konten yang tepat dan efektif mengkomunikasikan destinasi wisata sehingga dapat menciptakan kesan positif bagi calon wisatawan yang mengunjungi website tersebut. Dengan keberadaan informasi yang lengkap serta konten yang tepat menjangkau calon wisatawan, maka akan mendorong minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Selain itu, perlu dipastikan juga bahwa website dapat berfungsi dengan baik dan *user friendly*.

Berikut ini adalah beberapa tips penting yang perlu diperhatikan oleh pengembang website suatu destinasi wisata oleh Hossain (2018):

- a. Jika ingin menasar wisatawan internasional, gunakan *native speaker* untuk menerjemahkan informasi ke dalam Bahasa Inggris.
- b. Pesan inti dari produk dan layanan perlu disampaikan kepada wisatawan dengan cara yang mereka harapkan, terima, dan pahami dengan mudah.
- c. Bahasa yang digunakan dalam website harus mudah, sederhana dan mudah dimengerti oleh semua orang.
- d. Seberapa responsif website terhadap semua perangkat yang digunakan pelanggan?
- e. Seberapa mudah menavigasi menu dalam website?
- f. Apakah ada pesan inti sehingga pelanggan bisa mendapatkannya dalam beberapa detik ketika mereka menemukan website Anda?
- g. Apakah ada opsi pembayaran dan harga yang mudah dalam mata uang lokal, sehingga tidak ada yang menghadapi kesulitan?
- h. Seberapa cepat website dimuat di perangkat di berbagai negara?
- i. Adakah sesuatu yang bisa membuat website sulit atau mengganggu untuk digunakan?
- j. Apakah ada informasi kontak yang benar, sehingga calon wisatawan dapat menjangkau dengan mudah ketika dibutuhkan?
- k. Apakah website menarik dan didesain dengan baik?

2) Pemasaran *Online* untuk tujuan wisata

Penandaan *online* adalah bagian penting dari bauran pemasaran modern. Saat ini seorang pemasar hanya memiliki beberapa detik untuk mempresentasikan produknya untuk menarik perhatian pelanggan dan menyampaikan pesan inti. Kegagalan melakukan hal ini dapat menyebabkan kegagalan total bisnis. Dengan mengikuti beberapa langkah berikut dengan benar, pemasar dapat menuai hasil terbaik dengan upaya minimum:

- a. Perencanaan yang tepat.
- b. Menetapkan target jangka pendek dan jangka panjang yang terukur.
- c. Memeriksa kemampuan keuangan seperti anggaran dan menetapkan rencana dasar
- d. Mengategorikan wisata berdasarkan wilayah, usia, minat, dll.

Pemasar perlu memikirkan dengan seksama dan pelajari siapa calon wisatawan yang akan berkunjung dan apa yang mereka butuhkan serta inginkan saat mengunjungi suatu destinasi wisata. Pemasar harus mencari informasi siapa yang sudah tertarik pada destinasinya dan mencarinya secara online. Sangat mudah untuk berbicara dengan seseorang yang sudah tertarik dan tahu tentang tujuan daripada dengan orang asing terhadap kita. Alat "Google Market Finder" dapat membantu dalam hal ini. Karena negara-negara di seluruh dunia berbeda satu sama lain dalam hal bahasa, budaya, gaya hidup dan daya beli, pemasaran untuk mereka juga harus berbeda.

3) Promosi

Untuk promosi, ide terbaik adalah menggunakan pemasaran *online multi-channel* untuk menjangkau pelanggan lebih cepat. Saluran-saluran ini adalah pemasaran media sosial, Optimasi Mesin Pencari (SEO), iklan berbayar di berbagai mesin pencari, media sosial, dan situs web lain yang memiliki pengguna yang serupa. Tapi, sebelum memulai semua tugas ini, pertama-tama pengelola destinasi wisata perlu melakukan hal-hal berikut ini:

- a. Cari tahu platform pemasaran mana yang paling efektif untuk menjangkau calon wisatawan yang ditargetkan baik wisatawan domestik maupun mancanegara.
- b. Mesin pencari macam apa yang disukai oleh calon wisatawan?
- c. Buat iklan dalam bahasa lokal. Iklan dengan konten yang tepat dan menarik yang diarahkan ke halaman arahan mungkin berfungsi lebih baik.
- d. Gunakan pemasaran email.

Selain hal-hal di atas, waktu pengiriman informasi juga sangat penting untuk melibatkan lebih banyak orang dalam iklan. Ada alat seperti perencana kata kunci Google yang dapat membantu menemukan kata kunci terbaik untuk SEO dan iklan. Pemasaran email selalu merupakan opsi yang baik untuk dipertimbangkan. Cara ini ditargetkan untuk orang-orang yang telah mengunjungi website dan telah menunjukkan minat. Ini adalah cara untuk menjangkau pelanggan potensial dan memberi tahu mereka tentang pembaruan, penawaran, dan pengingat tujuan. Cara ini sangat efektif untuk menargetkan ulang pelanggan yang sudah memeriksa tujuan dan menandatangani pembaruan berita melalui surat. Terkadang, hal itu memengaruhi mereka untuk melakukan pembelian nanti. Terakhir, dalam email, simpan opsi berhenti berlangganan yang mudah jika seseorang ingin melakukannya.

Kualitas fitur kegunaan website sangat diperlukan seperti kualitas informasi, kinerja, dan fungsionalitas. Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah dua faktor terpenting yang memengaruhi niat pengguna untuk mengunjungi kembali website. Oleh karena itu, kegunaan dapat dianggap sebagai salah satu aspek terpenting dari produk perangkat lunak (Chin & Lin, 2012) dan memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan situs web (Moolenaar and van Veenendaal, 1997). Dengan demikian, untuk dapat mengetahui efektivitas suatu website wisata maka perlu dilakukan pengukuran tingkat kegunaan website pariwisata dari perspektif pengguna agar kelemahan dalam website dapat diperbaiki. Di sisi lain, perancang dan pengembang website perlu memahami tuntutan pengguna. Perbaikan dan modifikasi dapat dilakukan untuk mencapai efektivitas website dengan memperhatikan masukan dari pengguna.

2.5. Penelitian Terdahulu dan State of The Art

Penelitian tentang budaya, sosial, maupun antropologi di pulau Sumba telah banyak dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Rothe (2004) dan Riti (2015) berfokus pada upacara adat Wulla Poddu dan kepercayaan Merapu. Beberapa penelitian terdahulu terkait arsitektur di Pulau Sumba antara lain:

Tabel 1. Penelitian terdahulu terkait Arsitektur di Pulau Sumba

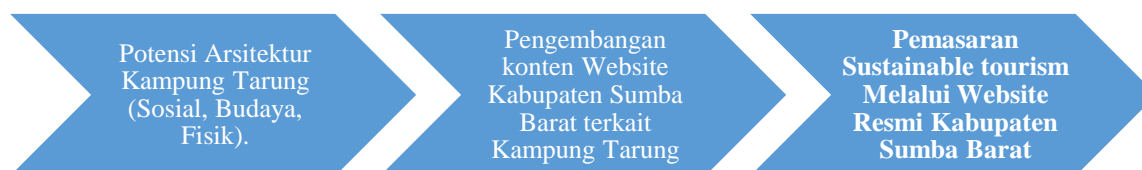
| | | | |
|---|--------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Nama | : | Yenny Gunawan, Undi Gunawan, Justin Coupertino Umbu |
| | Tahun | : | 2018 |
| | Judul | : | Konsep Tempat pada Arsitektur Sumba Barat |
| | Lokus | : | Desa Weelowo, Kabupaten Sumba Barat |
| | Fokus | : | Variasi dan klasifikasi perjumpaan arsitektur Sumba dengan topografinya serta dampak atas pemaknaan dari perjumpaan tersebut. |
| | Metode | : | Deskriptif kualitatif |
| | Hasil | : | Rumah adat dan lokasi spesifik tempat Rumah Adat berdiri di desa Weelowo bermakna rumah (home) bagi masyarakat Weelowo. Rumah adat dengan lokasinya masing-masing mempunyai peran sosial yang berkaitan dengan rumah adat yang lain. Rumah adat merepresentasikan kompleksitas yang tinggi antara: asal mula diri dan hubungan dengan orang tua, keluarga, eksistensi marga dan leluhur, waktu, alam, dan Marapu. |
| | | | |
| 2 | Nama | : | Eka Kusuma Reny, T. Yoyok Wahyu Subroto, Ahmad Saifullah |
| | Tahun | : | 2018 |
| | Judul | : | Konsep <i>Ka'bani – Mawinne</i> dalam Arsitektur Rumah Tradisional Sumba di Kampung Tarung Sumba Barat |
| | Lokus | : | Kampung Tarung, Waikabubak, Sumba Barat |
| | Fokus | : | Mencari gambaran dan rumusan konsep serta prinsip arsitektur rumah tradisional Sumba. |
| | Metode | : | deskriptif kualitatif dengan paradigma fenomenologi dan pendekatan naturalistik. |
| | Hasil | : | Konsep <i>Ka'bani - Mawinne</i> yang memperjelas esensi rumah tradisional Sumba di Kampung Tarung yaitu sebagai rumah 'pemali' atau rumah sakral yang tidak bisa lepas dari keberadaan jiwa-jiwa leluhur atau Merapu yang mengatur pola keruangan dalam rumah tradisional Sumba secara horizontal menjadi domain pria (<i>ka'bani</i>) di sebelah kiri dan wanita di sebelah kanan (<i>mawinne</i>). Sementara secara vertikal pemisahan juga dibagi menjadi domain pria di bagian atas rumah (<i>uma dana</i>) dan domain wanita di bagian bawah rumah (<i>taronga uma dan sala kabunga</i>). |
| | | | |

| | | | |
|---|--------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3 | Nama | : | Maria Immaculata Ririk Winandari |
| | Tahun | : | 2017 |
| | Judul | : | Adaptasi Teknologi di Rumah Adat Sumba |
| | Lokus | : | Beberapa Kampung Adat di Sumba Barat dan Sumba Timur (tidak disebutkan secara spesifik) |
| | Fokus | : | Penggunaan teknologi serta alternatif material sangat diperlukan untuk mempermudah pelestarian bangunan dan lingkungan. |
| | Metode | : | Deskriptif Analitik |
| | Hasil | : | Upaya konservasi untuk menjaga kesinambungan budaya dan kelestarian rumah adat Sumba dapat dilakukan dengan mempertahankan bentuk fisik bangunan. Teknologi berupa material, konstruksi, pelaksanaan, maupun transportasi diperlukan untuk menjembatani ketersediaan material alam selain untuk penghematan bahan baku, kepraktisan, kemudahan dan kecepatan pelaksanaan. Konstruksi ikatan dengan balok gapit dan paku serta bukaan berupa jendela sebagai jawaban atas keterbatasan bahan dan perlunya cahaya serta udara di dalam rumah. Pelaksana pembangunan dengan melibatkan tukang bangunan diperlukan tanpa meninggalkan ritual budaya. |
| | | | |
| 4 | Nama | : | Agus Dwi Hariyanto, Altrerosje Asri, Esti Asih Nurdiah, Lintu Tulistyantoro |
| | Tahun | : | 2012 |
| | Judul | : | Hubungan Ruang, Bentuk, dan Makna Pada Arsitektur Tradisional Sumba Barat |
| | Lokus | : | Kampung Tarung dan Kampung Ratenggaro, Sumba Barat |
| | Fokus | : | Hubungan ruang dan bentuk pada rumah tradisional Sumba dan pengaruh kosmologi terhadap bentuk dan ruangnya |
| | Metode | : | Metode deskriptif analisis melalui pendekatan identifikasi tatanan antar elemen, ukuran dan keseimbangan, obyek dan pembentuk obyek, identifikasi ruang dan tapaknya. Kemudian penerapan kosmologi di analisa dengan teori <i>upright human body, space, and time</i> . |
| | Hasil | : | Didapatkan hubungan antara kosmologi, ruang dan bentuk arsitektur Sumba Barat, yaitu (1) tempat paling sakral dalam rumah memiliki olahan yang paling sederhana, (2) dari segi ruang, elemen arsitektur yang lebih sederhana terletak pada bagian atas (atap menara) sebagai ruang sakral pada rumah, sedangkan |

| | | |
|---|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | yang paling kompleks terletak pada bagian tengah, (3) dari segi bentuk, bagian bawah merupakan bagian yang paling tidak terolah, bagian atas masih memiliki olahan dan aturan dalam proses membangun bentuk. |
| 5 | Nama | : Maria Immaculata Ririk Winandari, Lili K.M., Mohammad Ali Tpan, Bambang L.W., Imron Sofian |
| | Tahun | : 2006 |
| | Judul | : Arsitektur Tradisional Sumba |
| | Lokus | : Kampung Tossi, Kampung Waikahumbu, Kampung Ratenggaro, Kampung Wainyapu, Kampung Tarung, Kampung Kabonduk Kampung Kalada Waileo, Kampung Pasonga, Kampung Praiyawang-Rindi, Kampung Prailiu |
| | Fokus | : Adat Istiadat, Ornamen, Tata Ruang Luar, Interior, Konstruksi dan Bahan Bangunan |
| | Metode | : Deskriptif |
| | Hasil | : Dokumentasi dan deskripsi gambaran umum karakteristik masing-masing lokus. Adanya kesamaan tata ruang luar kampung-kampung di Pulau Sumba yaitu adanya Natar di tengah-tengah rumah (uma). |

Sumber: Yenny, 2018; Eka, 2018; Maria, 2017; Agus, 2012; Maria, 2006

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian sebelumnya, terdapat banyak potensi Arsitektural, Sejarah, Budaya, Ekonomi, dan lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai materi informasi pada website resmi Kabupaten Sumba Barat sebagai bahan rujukan bagi masyarakat, maka penelitian yang diusulkan oleh Tim Pengusul yaitu: **Kajian Potensi Arsitektur Di Kampung Tarung, Sumba Barat Untuk Konten Pemasaran *Sustainable tourism* Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat** memiliki lokus dan fokus yang belum pernah ada sehingga memiliki nilai kebaruan (*novelty*).



Gambar 7. Model Penelitian

Sumber: Tim Peneliti, 2020

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan partisipatif. Dengan demikian selama pelaksanaan identifikasi potensi wisata akan melibatkan elemen masyarakat terkait sehingga diharapkan akan terdapat informasi yang lebih dalam sekaligus melibatkan warga agar tercipta ikatan emosional. Dengan metode ini diharapkan akan tumbuh rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap hasil identifikasi potensi wisata Kampung Tarung dan akan dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sebagai landasan untuk pengembangan berbagai kebijakan, antara lain pengembangan *sustainable tourism* di Kampung Tarung.

Identifikasi potensi wisata tidak hanya meliputi hal-hal yang terkait dengan pariwisata saja, namun diperdalam secara komprehensif menyangkut sisi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Tiga aspek ini merupakan elemen dasar dalam *Sustainability Model*. Ketiga aspek tersebut digali dan dinarasikan sebagai bentuk informasi faktual mengenai Kampung Tarung dan ditampilkan dalam website yang dapat diakses secara online dari berbagai wilayah yang luas.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian, terdapat sejumlah metode pengambilan data, yaitu:

- 1) Observasi lapangan kondisi Kampung Tarung untuk mendata dan mengidentifikasi secara lebih detil permasalahan, potensi yang dimiliki baik itu potensi alam, sejarah, budaya, fasilitas, kegiatan ekonomi dan kondisi sosial masyarakat, dan sebagainya. Informasi akan direkam dalam bentuk catatan lapangan (*field notes*) dan foto.
- 2) Wawancara terhadap tokoh-tokoh yang memahami kondisi Kampung Tarung serta dapat mewakili komunitasnya.

Observasi lapangan dan penggunaan metode pendekatan partisipatif telah dilakukan ketua tim peneliti pada saat survey pendahuluan di bulan Februari 2019 dan Agustus 2019. Sehubungan dengan adanya pandemik Covid-19, maka metode partisipatif selanjutnya dilakukan secara daring dimana tim peneliti bertindak sebagai fasilitator bagi masyarakat dalam menentukan potensi area studi serta diskusi lainnya terkait tema penelitian metode partisipatif melibatkan warga local Sumba sebagai coordinator lapangan sekaligus mediator antara warga kampung Tarung, Pemerintah Kabupaten Sumba Barat, dan tim peneliti.

- 3) Studi literatur dilakukan untuk melengkapi data dari sumber-sumber sekunder seperti arsip-arsip kegiatan, kliping berita, buku-buku, dan berbagai bentuk publikasi lainnya.
- 4) Survey singkat akan dilakukan untuk mendapatkan data-data secara umum, terutama untuk mengetahui profil sosial ekonomi masyarakat Kampung Tarung dan karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kampung Tarung (Jumlah respondem adalah 48 orang, kuesioner terlampir).
- 5) *Focus Group Discussion (FGD)* dilakukan untuk mengidentifikasi potensi dan permasalahan bersama-sama, sekaligus sinkronisasi dan verifikasi data yang diperoleh dari observasi lapangan dan survey.

Sehubungan dengan adanya pandemic covid-19, maka FGD yang awalnya dilakukan secara offline berubah menjadi online berupa diskusi menggunakan beberapa platform (zoom, whatsapp, dan google meet). Pihak-pihak yang dilibatkan dalam FGD adalah Tokoh Masyarakat Kampung Tarung, Warga Kampung Tarung, Pegiat Wisata Sumba, Praktisi Pengembangan Pariwisata, Akademisi, Traveller.

Pada kegiatan Semester Genap 2019-2019, kegiatan yang akan dilaksanakan adalah Kajian Literatur terhadap penelitian sebelumnya untuk mendapatkan potensi Arsitektural, Sejarah, Budaya, Ekonomi, dan lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai materi informasi pada website resmi Kabupaten Sumba Barat.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di kampung Tarung, Kecamatan Loli, Kabupaten Sumba Barat.

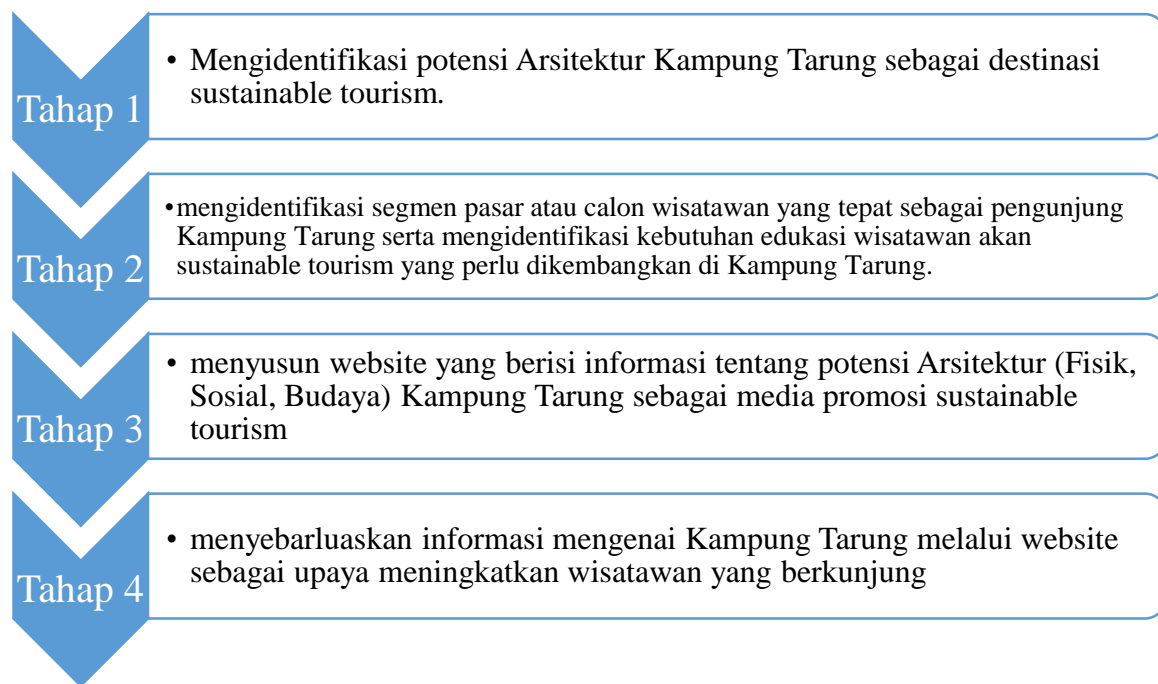


Gambar 8. Lokasi Kampung Tarung

Sumber: diolah dari <https://www.google.com/maps/place/Kampung+Tarung/@-9.632642,119.4051817,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x2c4ae02d422ff1e7:0xc8f717eb1a41562d!8m2!3d-9.6326473!4d119.4073704>

3.4. Kerangka Penelitian

Penelitian ini akan terbagi dalam empat tahapan, tahap pertama adalah mengidentifikasi potensi Arsitektur Kampung Tarung sebagai destinasi *sustainable tourism*, tahap kedua adalah mengidentifikasi segmen pasar atau calon wisatawan yang tepat sebagai pengunjung Kampung Tarung serta mengidentifikasi kebutuhan edukasi wisatawan akan *sustainable tourism* yang perlu dikembangkan di Kampung Tarung, tahap ketiga adalah menyusun website yang berisi informasi tentang potensi Arsitektur Kampung Tarung sebagai media promosi *sustainable tourism*, dan tahap keempat adalah menyebarluaskan informasi mengenai Kampung Tarung melalui website sebagai upaya meningkatkan wisatawan yang berkunjung di destinasi ini.



ARTIKEL PUBLIKASI

Gambar 9. Kerangka Penelitian

Sumber: Tim Pengusul, 2020

Pada pengajuan Semester Genap 2019-2020, kegiatan yang akan dilaksanakan adalah kegiatan tahap 1 yaitu **Mengidentifikasi potensi Arsitektur Kampung Tarung sebagai destinasi *sustainable tourism*** berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan identifikasi awal segmentasi pengunjung untuk bisa memberikan rekomendasi awal konten informasi pada website resmi Kabupaten Sumba Barat.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Potensi Kampung Tarung

a. Potensi Arsitektur

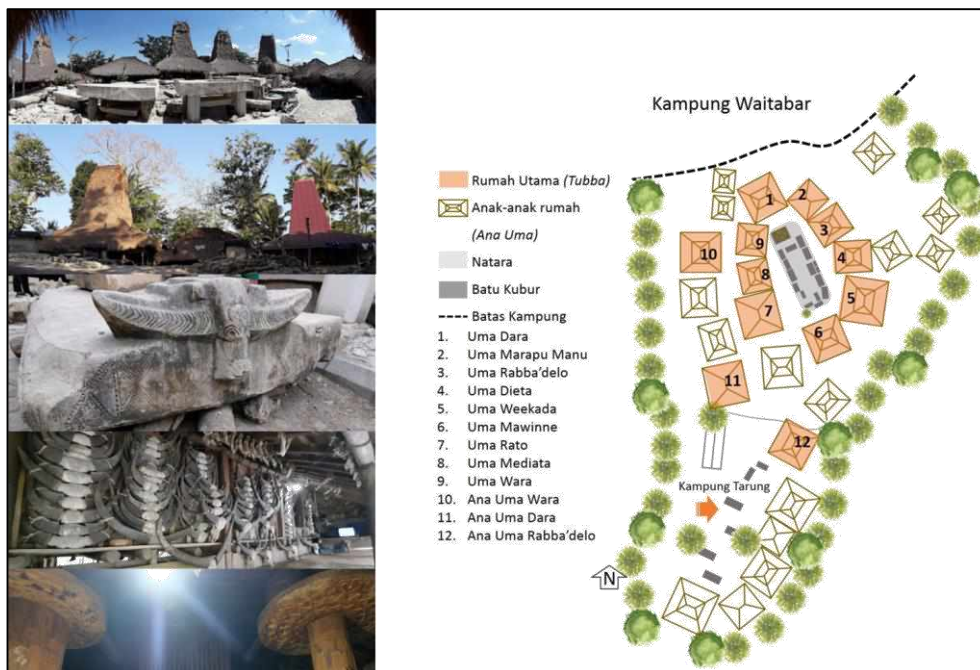
Struktur rumah dan karakter arsitektur bangunan di Kampung Tarung adalah elemen yang paling signifikan sebagai bagian dari pengembangan pariwisata berkelanjutan. Hampir seluruh responden (95.8 %) menyatakan bahwa bangunan di Kampung Tarung mencirikan kearifan local Arsitektur di Indonesia dan memiliki daya tarik bagi pengunjung.



Gambar 10. Pendapat Responden tentang Karakter Arsitektur Kampung Tarung

Sumber: Tim Peneliti, 2020

Karakteristik Arsitektur berupa tatanan pola hunian rumah adat yang sesuai dengan karakter alam Pulau Sumba dan berorientasi pada natar di tengah permukiman menjadikan eksplorasi Kampung Tarung sebagai eksplorasi tanpa batas.



Gambar 11. Pola Tata Ruang Kampung Tarung

Sumber: Solikhah, 2019

Terdapat dua jenis rumah, yaitu Rumah Utama (*Tubba*) yang memiliki peranan pada saat upacara Wollu Poddu dan anak-anak rumah (*Ana Uma*). Meskipun *Tubba* memiliki peranan pada saat upacara Poddu, namun dalam keseharian tetap digunakan sebagai tempat tinggal dengan aktivitas sehari-hari penghuninya.

Tabel 2. Fungsi *Tubba* dan *Ana Uma* di Kampung Tarung

1. Uma Dara

Uma Dara merupakan pasangan Uma Wara pada saat menaritetapi berpasangan sesama jenis (pria-pria, wanita-wanita). Uma Dara juga berfungsi sebagai tempat untuk menempatkan kuda adat.



2. Uma Marapu Manu

Uma Merapu Manu berfungsi sebagai tempat untuk mempersiapkan persembahan pada arwah pada saat upacara Poddu.

3. Uma Rabba'delo

Robba'delo adalah pendamping Rato Rumata Wara. Penghuni rumah bertugas memegang tali hewan yang menjadi kurban pada saat upacara adat. Uma Robba'delo juga sebagai tempat untuk menempatkan parang adat.

4. Uma Dieta

Tempat orang yang bertugas sebagai penyayi dodo (menyanyi sebuah syair di tengah parona/natar) pada saat upacara Poddu.

5. Uma Weekada

Wee Kadaa/Ledo Naba berperan sebagai tempat untuk menempatkan kuda untuk penerikan batu kubur dan sebagai pembawa air suci.

6. Uma Mawinne

Uma Mawine yaitu uma ketua adat Weelowo, Rato Rumata, sebagai penentu tibanya bulan suci. Tempat perempuan menyanyi saat upacara adat poddu (pensakralan/ penyucian dosa) di Bulan November



7. Uma Rato

Uma Rato berfungsi sebagai Ina Ama dan penunggu kedatangan Uma Tuba. Uma Rato menjadi tempat bagi laki-laki menyanyi saat upacara Poddu.

8. Uma Mediata

Uma Madiata, sebagai tempat untuk melakukan nyanyian lagu-lagu adat. Uma Mediata sebagai tempat orang yang bertugas melakukan Tanya jawab dengan Rato Uma Mawine pada saat Upacara Poddu.

9. Uma Wara

Uma Wara, sebagai tempat untuk menempatkan tombak adat/ Nobu Wara. Pada saat Upacara Poddu, Uma Wara menjadi tempat orang yang bertugas memegang tombak sambil menyenandungkan syair mengenai sejarah kampung dalam Bahasa adat.

10. Ana Uma Wara

Ana Uma Wara, berfungsi sebagai tempat penyimpanan parang adat



11. Ana Uma Dara berfungsi sebagai rumah induk tempat pelaksanaan ritual.

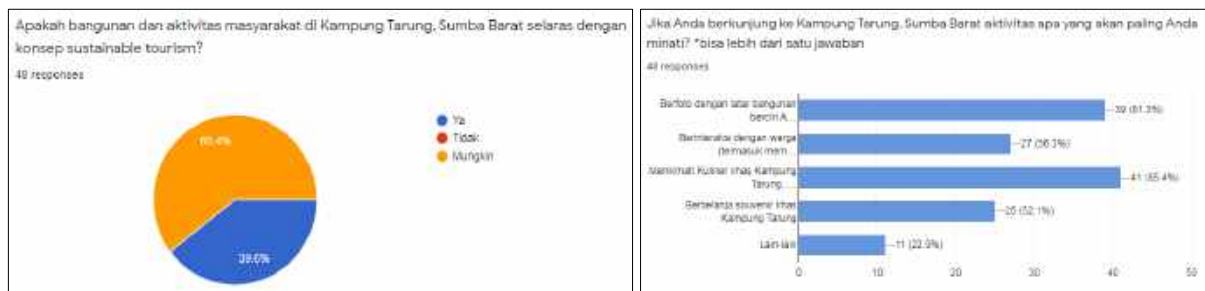
12. Ana Uma Rabba'delo

Ana Uma Rabba'delo berfungsi sebagai tempat menerima tamu pertama yang membawa babi hutan.

Sumber: Solikhah, 2019, Wawancara Tim Peneliti, 2020; Winandari, 2006;
<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbbali/kampung-tarung-sumba/>,

a. Potensi Sosial Budaya

Unsur *intangible* yaitu nilai dan pengalaman sosial budaya yang dapat dinikmati bersama masyarakat merupakan poin penting untuk terciptanya interaksi antara masyarakat Kampung Tarung dengan wisatawan. Integrasi antara karakter Arsitektur dengan aktivitas sehari-hari masyarakat terbukti menjadi yang menarik bagi masyarakat dari luar Kampung Tarung. Terdapat beberapa aktivitas sehari-hari masyarakat Kampung Tarung antara lain kebiasaan makan sirih pinang, menikmati kopi, menenun kain, merangkai akar menjadi ikatan struktur bangunan, menyanyam daun pandan.



Gambar 12. Aktivitas Masyarakat Kampung Tarung sebagai Potensi Sosial-Budaya

Sumber: Tim Peneliti, 2020



Gambar 13. Aktivitas Keseharian Masyarakat Kampung Tarung

Sumber: Solikhah, 2019

Kampung Tarung memiliki signifikansi sosial budaya yang masih dianut oleh masyarakat Sumba yaitu kepercayaan Marapu yang termanifestasi dalam kehidupan sehari-hari. Upacara lain yang dilakukan masyarakat Kampung Traung adalah upacara Wulla Poddu (upacara pensakralan/ penyucian dosa di Bulan November), ritual penarikan batu kubur, upacara pernikahan, upacara kematian.



Gambar 14. Aktivitas Ritual Masyarakat Kampung Tarung
 Sumber: <http://nttprov.go.id/2018/index.php/pariwisata/wisata-budaya>
<https://steller.co/s/tarung-village-the-6Cp2DYnHAEg/p/1>



Gambar 15. Hasil Kerajinan Masyarakat Kampung Tarung
 Sumber: Solikhah, 2019 dan Bamualim, 2017

4.2 Peran Serta Masyarakat dalam mempersiapkan *Sustainable tourism*

Untuk mewujudkan konsep *sustainable tourism* pasti akan membutuhkan peran warga setempat juga, sehingga perlu mempersiapkan masyarakat setempat mulai dari awal perencanaan sampai dengan pengelolaan. Untuk mengoptimalkan pembangunan masyarakat, keterlibatan masyarakat (*community involvement*) dan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) memegang peran penting. Tujuan keterlibatan masyarakat adalah dalam rangka pelestarian sumber daya yang berbasis kekuatan nilai-nilai budaya yang ada, mendorong pengembangan wilayah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

Pemberdayaan masyarakat adalah mengupayakan strategi-strategi guna mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat untuk mengatasi ketidakberdayaan, kemiskinan dan lain sebagainya.

Membangun Narasi Budaya merupakan hal yang penting dalam pariwisata berbasis budaya. Narasi cerita besar yang menempatkan suatu destinasi wisata budaya dalam konteks sejarah global. Narasi budaya melalui *Story telling* menjadi bagian penting yang harus dipikirkan dalam mempersiapkan materi konten pemasaran. Terdapat beberapa tokoh masyarakat Kampung Tarung yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan narasi budaya Kampung Tarung kepada masyarakat. Dalam beberapa kesempatan, tokoh adat tersebut juga mampu menjadi Narasumber dalam beberapa kegiatan akademis seperti Residensi Arsitektur, diskusi, *forum group discussion* (fgd). Namun demikian, dalam implementasi *Sustainable tourism*, story telling menjadi salah satu konten yang cukup signifikan sebagai jembatan informasi dari masyarakat Kampung Tarung kepada masyarakat umum sekaligus sebagai edukasi budaya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia yang mampu menguasai narasi budaya Kampung Sumba.



Gambar 16. Narasi Budaya yang dimiliki oleh masyarakat Kampung Tarung

Sumber: Solikhah, 2019

Penyusunan konsep *sustainable tourism* Kampung Tarung dilakukan sejalan dengan *Road Map* pengembangan Pariwisata Budaya dengan merunut jejak peradaban melalui perjalanan wisata budaya. Pertama, melalui identifikasi jalur wisata budaya. Kedua, perlunya perencanaan destinasi yang terintegrasi dan kesepakatan jalur wisata. Ketiga, pentingnya kapasitas sumber daya manusia sebagai pelaku. Keempat, pengembangan destinasi secara terintegrasi dan kesiapan amenities. Tahap kelima yaitu Promosi dan Pemasaran hasil pengemasan. Tahap keenam yang juga berperan sebagai ujung tombak adalah tahap pengelolaan dan pemeliharaan sebagai indikator keberlanjutan kegiatan pariwisata.

Sehubungan dengan hal tersebut, diperlukan juga integrasi dari kelima komponen aktivitas pariwisata, yaitu: *Attraction* (atraksi), *Amenity* (Fasilitas), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Ancillary* (Pelayanan Tambahan), *Community Involvement* (Keterlibatan Masyarakat). Berdasarkan survey yang dilakukan tim peneliti (2020), diketahui bahwa meskipun atraksi yang dimiliki Kampung Tarung cukup menarik, namun belum dikelola cukup baik. Fasilitas yang dimiliki Kampung Tarung dalam kaitannya untuk menerima kunjungan belum direncanakan, misalnya ketersediaan pusat informasi, ketersediaan makanan halal, akses menuju Kampung Tarung yang terbatas, dan ketersediaan air bersih.

4.4 Pemasaran Digital

Tahapan penyusunan konsep *sustainable tourism* yang juga berperan sebagai ujung tombak adalah tahap pemasaran keberlanjutan kegiatan pariwisata tetap berjalan. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan tim peneliti (2020), mayoritas pengunjung Kampung Tarung merupakan pengguna aktif media social. Hal ini terbukti pada hasil survey yang menunjukkan bahwa masyarakat mendapatkan informasi mengenai Kampung Tarung dari liputan di media social (Instagram, facebook, google, youtube, twitter, dll).



Gambar 17. Sumber Informasi tentang Kampung Tarung Sumba

Sumber: Tim Peneliti, 2020

Hal ini menunjukkan bahwa Penerapan digital marketing melalui media sosial dinilai lebih efektif dan efisien guna mengenalkan Kampung Tarung kepada dunia. Promosi online tentunya akan memberikan kesempatan destinasi wisata untuk dikenal lebih luas lagi.

Oleh karena itu, sebelum dipromosikan pada website resmi Kabupaten Sumba Barat, penyusunan potensi Kampung Tarung menggunakan **konsep *sustainable tourism*** harus sudah dibentuk secara matang dengan mempertimbangkan seluruh aspek. Hal tersebut penting agar nantinya informasi yang ditampilkan dalam website resmi Kabupaten Sumba Barat sejalan dengan pemasaran *sustainable tourism* Kampung Tarung.

Pengembangan Pariwisata Budaya dengan merunut jejak peradaban melalui perjalanan wisata budaya juga harus disusun dengan segmentasi pasar yang tepat serta mengidentifikasi kebutuhan edukasi wisatawan akan *sustainable tourism* yang perlu dikembangkan di Kampung Tarung. Berdasarkan data yang dimiliki kampung Tarung, beberapa segmentasi pengunjung Kampung Tarung paling utama adalah:

- a. Akademis (Residensi, Riset), mandiri atau berkelompok, biasanya menginap.
- b. Kunjungan konvensional, mandiri atau kelompok tanpa menginap.

Kunjungan residensi biasanya terjadi pada saat ada upacara adat, seperti Wulla Poddu, upacara pembangunan rumah, upacara penarikan batu kubur, upacara pernikahan.

Berdasarkan dua segmentasi pengunjung Kampung Tarung, maka konten informasi yang direkomendasikan untuk dimasukkan ke dalam website resmi Kabupaten Sumba Barat adalah:

- a. Sejarah Kampung Tarung
- b. Potensi Arsitektur
- c. Potensi Sosial Budaya
- d. Paket Residensi 1: mengikuti ritual adat, menginap di rumah warga
- e. Paket Residensi 2: mengikuti keseharian warga Kampung Tarung, menginap di rumah warga.
- f. Paket Kunjungan: menikmati potensi arsitektur dan social budaya.

Informasi tentang Kampung Tarung dalam website resmi Kabupaten Sumba Barat juga nantinya akan dilengkapi dengan *e-leaflet* potensi Kampung Tarung (Lampiran 4) yang bisa dijadikan materi promosi digital.

Sedangkan untuk Perumusan Paket Residensi 1 &2 dan Paket Kunjungan, Perlu adanya penelusuran informasi ritual adat dan kemungkinan pengemasannya untuk menjadi sebuah paket wisata namun tanpa merusak sakralitas dan otentisitas kampung Tarung.

Dengan penyusunan paket kegiatan sesuai segmentasi pengunjung, maka diharapkan akan terbentuk sebuah hubungan simbiosis mutualisme yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.



Gambar 18. Pengembangan Pemanfaatan Cagar Budaya untuk Pariwisata

Sumber: Kemenpar, 2018

Pemanfaatan strategi pemasaran digital untuk mempromosikan Kampung Tarung sebagai sebuah destinasi wisata kepada calon pengunjung secara global tentu memerlukan pertimbangan yang hati-hati. Pasar pariwisata global sangatlah besar potensinya dan dunia pariwisata menghasilkan pendapatan lebih dari \$ 1,3 triliun per tahun. Pada tahun 2019, penjualan perjalanan digital bahkan ditetapkan mencapai \$ 755 miliar, lebih dari setengah total penerimaan pada sektor pariwisata dunia. Dengan jumlah konsumen yang begitu besar dan potensi keuntungan yang besar, sektor pariwisata dan bisnis perjalanan menjadi sangat kompetitif.

Terlepas dari adanya risiko yang menghambat bisnis pariwisata seperti saat adanya pandemi Covid-19 yang telah berlangsung sejak akhir tahun 2019 hingga saat ini, pada sisi optimis pasar pariwisata secara global akan mengalami pemulihan dalam waktu yang tidak lama. Oleh sebab itu, pelaku industri pariwisata dan seluruh stakeholder yang terkait di dalamnya perlu memperhatikan kiat dan strategi utama agar sukses mengimplementasikan pemasaran digital. Terlebih lagi, saat ini satu-satunya akses yang dapat langsung digunakan oleh pemasar untuk mengkomunikasikan produknya pada calon konsumennya adalah melalui media digital.

Dalam liputan yang ditayangkan di The Jakarta Post Senin, 6 April 2020 diulas mengenai potensi pemulihan bisnis pariwisata pada era New Normal pasca pandemi Covid-19. Diperkirakan bahwa setidaknya diperlukan waktu setahun untuk memulihkan kondisi pariwisata yang terdampak pandemi ini. Meskipun pemerintah Indonesia telah mengeluarkan peraturan mengenai protokol kesehatan dalam pelaksanaan kegiatan bisnis, namun efek yang telah terjadi akibat ditutupnya berbagai destinasi wisata saat pandemi cukup signifikan. Untuk menghindari hilangnya informasi mengenai Kampung Tarung, perlu dikembangkan suatu strategi untuk mempromosikan Kampung Tarung sebagai sebuah destinasi wisata yang menarik dan layak dikunjungi saat situasi sudah normal kembali.

Akibat pandemi Covid-19, di Kampung Tarung pengunjung yang datang menurun drastis terutama turis mancanegara dan turis dari luar kota Sumba. Satu-satunya jalan agar Kampung Tarung dapat tetap dikenal secara luas adalah menyebarkan informasi mengenai Kampung Tarung dan berbagai potensi yang dimilikinya secara online baik melalui sosial media maupun melalui website resmi yang dikelola oleh pemerintah Sumba. Strategi ini juga disarankan oleh sejumlah ahli pemasaran destinasi wisata seperti misalnya Daniel Thomas dalam artikelnya di <https://timezoneone.com>. Thomas menyarankan pengelola destinasi wisata untuk memperhatikan sejumlah hal berikut:

1. Amati situasi. Kita tidak pernah bisa memprediksi kapan situasi akan kembali normal. Namun demikian, setiap pemasar perlu terus mengamati situasi dan merespon berbagai hal yang terjadi dalam bisnisnya secara cepat dan tepat. Respon yang cepat dan tepat sangat menentukan keberhasilan saat bisnis pariwisata memasuki titik balik menuju normal. Jangan sampai terjadi kelengahan yang dapat membuat bisnis semakin jauh tertinggal.
2. Jangan menghilang dari peredaran. Meskipun saat ini tidak memungkinkan mengoperasikan bisnis pariwisata secara normal seperti saat sebelum terjadi pandemi Covid-19, tetapi pengelola destinasi wisata perlu untuk tetap memastikan bahwa destinasinya dapat diidentifikasi oleh calon pengunjung di masa mendatang. Oleh sebab itu, sangatlah penting untuk menciptakan strategi komunikasi digital yang dapat digunakan pengelola destinasi wisata mempromosikan dirinya pada calon pelanggan.
3. Lakukan evaluasi pesan yang dikomunikasikan. Saat ini tidak memungkinkan lagi pengelola destinasi wisata menggunakan kalimat seperti “Datanglah ke Tempat Kami!” atau “Beli Paket Perjalanan Anda Sekarang!”. Kalimat-kalimat promosi yang ditujukan untuk mempersuasi wisatawan agar berkunjung ke destinasi wisata dalam waktu singkat tidak lagi dapat digunakan karena situasi pandemi Covid-19. Pengelola destinasi wisata

perlu berhati-hati menyusun kalimat yang dapat menarik calon wisatawan agar berkunjung saat situasi telah kembali kondusif. Pengelola wisata dapat mempersuasi calon wisatawan dengan menampilkan berbagai foto maupun video dokumentasi pada masa lalu dan menciptakan “mimpi indah” bagi mereka sehingga mereka kemudian menyusun rencana untuk segera berkunjung ke destinasi tertentu di masa depan.

4. Menjadi pengelola destinasi wisata yang bertanggung jawab. Jangan pernah menawarkan program-program wisata yang kemudian harus dibatalkan karena tidak mungkin diselenggarakan. Jika situasi belum memungkinkan untuk mengoperasikan destinasi wisata secara normal maka pengelola destinasi sebaiknya tidak memberikan harapan palsu maupun menjual sesuatu yang tidak pernah ada. Akan lebih baik jika untuk sementara tidak beroperasi namun tetap menjalin komunikasi yang baik dengan para calon pengunjung.
5. Website dan saluran komunikasi digital adalah prioritas utama. Dalam situasi saat ini, satu-satunya media komunikasi yang dapat digunakan oleh setiap pemasar di dunia pariwisata adalah media digital. Dengan demikian, agar calon wisatawan dapat terus mendapatkan informasi mengenai sebuah destinasi wisata maka ketersediaan website serta media komunikasi digital seperti informasi di sosial media maupun berita di media digital sangatlah penting. Oleh sebab itu, pengelola destinasi wisata perlu terus eksis secara digital melalui website, media sosial, maupun media digital lainnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa:

- a. Struktur rumah dan karakter arsitektur bangunan di Desa Tarung adalah elemen yang paling signifikan sebagai bagian dari pengembangan pariwisata berkelanjutan. Namun unsur *intangibile* lainnya yaitu nilai dan pengalaman sosial budaya yang dapat dinikmati bersama masyarakat menjadi poin penting untuk terciptanya interaksi antara masyarakat Desa Tarung dengan wisatawan.
- b. Pemetaan segmentasi pangsa pasar dan pengalaman yang ditawarkan menjadi penting sebagai bagian dari *road map* penyusunan Pendekatan Pariwisata Berkelanjutan. Sehingga *green business* nantinya dapat diimplementasikan sebagai indikator pengelolaan bisnis berbasis keberlanjutan.
- c. Segmentasi pangsa pasar di Kampung Tarung adalah:
 - 1) Akademis (Residensi, Riset), mandiri atau berkelompok, biasanya menginap.
 - 2) Kunjungan konvensional, mandiri atau kelompok tanpa menginap.
- d. Berdasarkan dua segmentasi pengunjung Kampung Tarung, maka konten informasi yang direkomendasikan untuk dimasukkan ke dalam website resmi Kabupaten Sumba Barat adalah:
 - 1) Sejarah Kampung Tarung
 - 2) Potensi Arsitektur
 - 3) Potensi Sosial Budaya
 - 4) Paket Residensi 1: mengikuti ritual adat, menginap di rumah warga
 - 5) Paket Residensi 2: mengikuti keseharian warga Kampung Tarung, menginap di rumah warga.
 - 6) Paket Kunjungan: menikmati potensi arsitektur dan social budaya.

Dengan penyusunan paket kegiatan sesuai segmentasi pengunjung, maka diharapkan akan terbentuk sebuah hubungan simbiosis mutualisme yang memperhatikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

5.2 Saran

Penyusunan konsep *sustainable tourism* Kampung Tarung dilakukan sejalan dengan *Road Map* pengembangan Pariwisata Budaya dengan merunut jejak peradaban melalui perjalanan wisata budaya. Studi yang dilakukan baru terbatas pada tahap identifikasi potensi yang signifikan untuk pemasaran digital melalui media social.

Oleh karena itu, diperlukan sebuah studi lanjutan untuk dapat menjalankan langkah-langkah agar sejalan dengan *Road Map* pengembangan Pariwisata Budaya yaitu:

- Perlunya perencanaan destinasi yang terintegrasi dan kesepakatan jalur wisata termasuk pengemasan narasi budaya dengan melibatkan peran aktif dari masyarakat setempat.
- Perlu adanya penelusuran informasi ritual adat dan kemungkinan pengemasannya untuk menjadi sebuah paket wisata namun tanpa merusak sakralitas dan otentisitas kampung Tarung.
- Pentingnya kapasitas sumber daya manusia sebagai pelaku.
- Pengembangan destinasi secara terintegrasi dan kesiapan amenities.
- Persiapan manajemen pengelolaan.

Hal tersebut penting agar nantinya informasi yang ditampilkan dalam website resmi Kabupaten Sumba Barat sejalan dengan pemasaran *sustainable tourism* Kampung Tarung.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus D H, dkk 2012 *Hubungan Ruang, Bentuk Dan Makna Pada Arsitektur Tradisional Sumba Barat* Laporan Penelitian Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Petra Surabaya
- Bamualim, A. U. 2017 *Mengenal Sumba Barat: The Next Travel Destination* (Waikakubak: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sumba Barat)
- Bigne, E., Font, X. and Andreu, L. 2000, *Marketing de Destinos Turisticos. Analisis y Estrategias de desarrollo*, ESIC, Madrid.
- Chin, Y. and Lin, C. "Technology Acceptance Analysis of Local Government Tourism Website", *African Journal of Business Management*, vol. 6, no. 49, (2012) December 12, pp. 11891-11895.
- Eka K R , dkk 2018 Konsep Ka'bani – Mawinne dalam Arsitektur Rumah Tradisional Sumba di Kampung Tarung Sumba Barat, *Tesa Arsitektur* **16**, 94-105
- Erik van Veenendaal, P.W.M. 1998. "Questionnaire based Usability Testing", Conference Proceedings European Software Quality Week, Brussels, November.
- Halika, L.O.H. dan Marsula, Hamrul (2019). Penggunaan Instagram Sebagai Referensi Wisata Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo. <https://jakadpublisher.org/wp-content/uploads/2019/02/LA-ODE-HERMAN-FIX.pdf>
- Hossain, B. 2018. How to promote a tourism destination online in international markets. <https://www.tourismmarketingandmanagement.com/2018/03/10/promote-tourism-destination-online-international-markets/>
- Maria I R W 2006 *Arsitektur Tradisional Sumba* (Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti)
- Maria I R W W 2017 Adaptasi Teknologi di Rumah Adat Sumba, *Mintakat Jurnal Arsitektur* **1**, 109-114
- Moolenaar, K.S. and van Veenendaal, E.P.W.M. 1997. "Report on demand oriented survey", MultiSpace project [ESPRIT 23066].
- Mowforth, M. and Munt, I. 2008 *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World* (3rd Edition), Routledge, London.
- Portal Resmi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, (2017). *Perkembangan Kunjungan Wisman ke Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata
- Portal Resmi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, (2016). *Statistik Profil Wisatawan Mancanegara*. [online]. Available <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/buku%20pes%202016.pdf>

- Riti, Servulus Bobo, 2015. *Bara Merapu sebagai Kepercayaan Asli Orang Sumba (Perspektif Pelayanan Hak Sipil dan Ancaman Kepunahan)*. Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. 14. Harmoni. Hal 120-137.
- Rothe, Elvira, 2004. *Wulla Poddu: Bitteree Monat, Monat der Tabus, Monat des Heiligen, Monat des Neuen Jahres in Loli in der Siedlung Tarung-Waitabar, Amtsbezirk der Stadt Waikabubak in Loli, Regierungsbezirk West Sumba, Provinz Nusa Tenggara Timur, Indonesien*. Disertasi. Universitas Ludwig Maximilians.
- Robinson, M. and Picard, D. 2006 *Tourism, Culture and Sustainable Development*, Division of Cultural Policies and Intercultural Dialogue, Culture Sector, UNESCO.
- Scheyvens, R. and Russell, M. (2012) "Tourism and poverty alleviation in Fiji: comparing the impacts of Small and large-scale tourism enterprises", *Journal of Sustainable tourism*, Vol. 20 No. 3, pp. 417-436.
- Solikhah, N 2019 *Residensi Kampung Tarung Sumba Barat* (Laporan Kegiatan Sekolah Tukang Nusantara/ SETON 2019)
- Thomas, D. 2020. Marketing and Tourism in the age of COVID-19. Online article at <https://timezoneone.com/news/covid-19-marketing-tourism/>
- Yenny G, dkk 2018 *Konsep Tempat pada Arsitektur Sumba Barat (Studi Kasus: Arsitektur Desa Weelewo)* Laporan Penelitian Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung
- Yoeti, O.A. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit Angkasa, Bandung.
- _____. 2017. Masterplan Pariwisata - TPP WSSTB Kemenpar 2017. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
- _____. 2018. Masterplan Pariwisata - TPP WSSTB Kemenpar 2018. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
- Website Resmi Kabupaten Sumba Barat. <https://sumbaratkab.go.id/>
- <https://travel.kompas.com/read/2019/10/23/165507727/pariwisata-berkelanjutan-dan-mengapa-indonesia-butuh-ini?page=all>
- <https://travel.kompas.com/read/2014/12/24/143100127/.E-Tourism.Bentuk.Promosi.Pariwisata.Indonesia.Selanjutnya>
- <https://studipariwisata.com/referensi/definisi-pembangunan-pariwisata-berkelanjutan-oleh-unwto/>
- <https://www.google.com/maps/place/Kampung+Tarung/@9.632642,119.4051817,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x2c4ae02d422ff1e7:0xc8f717eb1a41562d!8m2!3d-9.6326473!4d119.4073704>
- <https://www.thejakartapost.com/news/2020/04/06/tourism-will-take-at-least-a-year-to-recover-from-covid-19-outbreak-economists.html>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen

| No | Nama Instrumen | Kegunaan | Tahap Kegiatan |
|-----------|-----------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1 | Program Autocad | Membuat gambar kerja 2 dimensi (denah, tampak, dan potongan) | Penggambaran |
| 2 | Program Sketchup | Membuat gambar 2 dimensi (tampak dan detail) | Penggambaran |
| 3 | Laser Pointer Meter | Alat bantu pengukuran | Pengukuran Lapangan |
| 4 | Perlengkapan Gambar | Penggambaran data lapangan | Pengukuran Lapangan |
| 5 | Audio Recorder | Merekam Proses Wawancara dengan Narasumber | Pengumpulan Data |

Lampiran 2. Susunan Personalia Peneliti

| Nama/ NIDN/ NIK/ NIM | fakultas/ prodi | bidang keahlian | tugas | alokasi waktu |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Nafiah Solikhah, S.T., M.T. | Fakultas Teknik/ Prodi S1 Arsitektur | Sejarah dan Pemugaran/ <i>Vernacular Studies</i> | <ul style="list-style-type: none"> - mengkoordinasi proses pengambilan data, pengumpulan data, analisis data, penyusunan interpretasi data, dan penyusunan laporan penelitian. - mengkoordinasi persiapan instrumen penelitian, perlengkapan penelitian, & instrumen penunjang. - Mengkoordinasi penyusunan laporan akhir penelitian, publikasi hasil penelitian. - Bertanggung jawab terhadap hasil pelaporan penelitian (laporan harian, laporan kemajuan, laporan akhir, dan penggunaan anggaran penelitian). | 8 jam/ minggu |
| Dr. Hetty Karunia Tunjungsiari | Fakultas Ekonomi dan Bisnis | Manajemen Pemasaran, Kewirausahaan | <ul style="list-style-type: none"> - Membantu ketua dalam proses pengambilan data, pengumpulan data, analisis data, penyusunan interpretasi data, dan penyusunan laporan penelitian. - Membantu ketua dalam persiapan instrumen penelitian, perlengkapan penelitian, dan instrumen penunjang. - Membantu ketua dalam penyusunan laporan akhir penelitian, publikasi hasil penelitian. - Turut bertanggung jawab terhadap hasil pelaporan penelitian (laporan harian, laporan kemajuan, laporan akhir, dan penggunaan anggaran penelitian). | 6 jam/ minggu |
| Bagus Mulyawan, S.Kom., M.M. | Sistem Informasi | Sistem Informasi | <ul style="list-style-type: none"> - Membantu ketua dalam persiapan instrumen penelitian, perlengkapan penelitian, dan instrumen penunjang. - Membantu Ketua dalam proses eksekusi konten website. - Membantu ketua dalam penyusunan laporan akhir penelitian, publikasi hasil penelitian. - Turut bertanggung jawab terhadap hasil pelaporan penelitian (laporan harian, laporan kemajuan, laporan akhir, dan penggunaan anggaran penelitian). | 6 jam/ minggu |
| Novia Christian Wijaya (315180092) | Fakultas Teknik/ Prodi S1 Arsitektur | Mahasiswa | Digitalisasi Gambar Arsitektural (2 dan 3 Dimensi) | 4 jam/ minggu |

Lampiran 3. Artikel ilmiah

Lampiran Luaran

Seminar Internasional: Sudah terlaksana



**Tarumanagara International Conference on the
Applications of Social Sciences and Humanities 2020**
Jakarta, Indonesia | August 03-04, 2020



Jakarta, 29th of July 2020
No. : 031-TIM/3440/UNTAR/VII/2020

ABSTRACT ACCEPTANCE NOTIFICATION

Reference Number : TICASH-185

Title : Exploration of Tarung Village, West Sumba as a part of the road map for the development of cultural tourism based on sustainable tourism approach

Author : Nafiah Solikhah, Hetty Karunia Tunjungsari, Bagus Mulyawan

Dear Sir/Madam,

Thank you for your paper submission to the TICASH 2020. We are pleased to inform you that your abstract submission is accepted for presentation in TICASH 2020. In order to be published in our proceedings, you have to send your full paper. Before submission your full paper, we recommend that you check your manuscript to minimize obvious errors, such as formatting and grammatical errors.

It will be appreciated if you put your Reference Number and your name as your paper revision file name (e.g. 001_TICASH2020_Wulan).

You need to send us your revised manuscript in Microsoft Office Document file format (doc or docx) to the TICASH 2020 committee (ticash@untar.ac.id) by **31 July 2020** to avoid unnecessary delay.

Please complete your registration before 31 July 2020 for regular registration deadline. You are eligible to complete the payment before submitting the revision.

We invite you to present your paper at the conference. All the paper presented in TICASH 2020 will be published by Atlantis Press and will be given to Web of Science for indexing. Publication decision will be on publisher.

Further updated information will be published in our website (<http://ticash.untar.ac.id>)

If you have any questions, please do not hesitate to contact us.

Sincerely,



Dr. Hugeng S.T., M.T. (SMIEEE)
Chairman




Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences & Humanities

CERTIFICATE
OF ACHIEVEMENT
this certificate is presented to

Nafiah Solikhah

for the contributor as **PRESENTER**

Paper Title:
Exploration Of Tarung Village, West Sumba As A Part Of The Road Map For The Development Of Cultural Tourism Based On Sustainable Tourism Approach
Universitas Tarumanagara | August 3rd - 4th, 2020

Chairman



Dr. Hugeng, S.T., M.T.

Rector



Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan







Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences & Humanities

CERTIFICATE
OF ACHIEVEMENT
this certificate is presented to

Hetty Karunia Tunjungsari

for the contributor as **PRESENTER**

Paper Title:
Exploration Of Tarung Village, West Sumba As A Part Of The Road Map For The Development Of Cultural Tourism Based On Sustainable Tourism Approach
Universitas Tarumanagara | August 3rd - 4th, 2020

Chairman



Dr. Hugeng, S.T., M.T.

Rector



Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan







Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences & Humanities

CERTIFICATE
OF ACHIEVEMENT
this certificate is presented to

Bagus Mulyawan

for the contributor as **PRESENTER**

Paper Title:
Exploration Of Tarung Village, West Sumba As A Part Of The Road Map For The Development Of Cultural Tourism Based On Sustainable Tourism Approach
Universitas Tarumanagara | August 3rd - 4th, 2020

Chairman



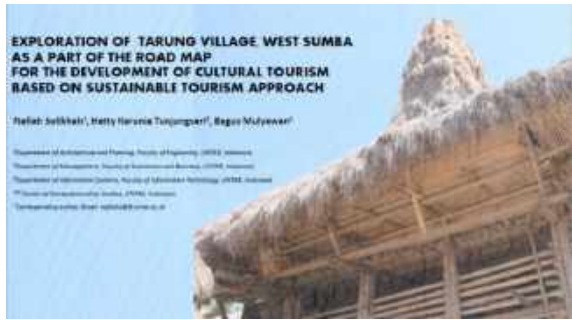
Dr. Hugeng, S.T., M.T.

Rector



Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan



INTRODUCTION



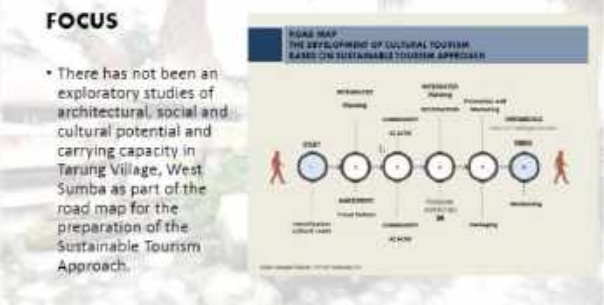
LOCUS



Kampung Tarung Burned in October 7th, 2017



FOCUS



AIM

- The aim of the study was to explore the architectural, social and cultural potential and the carrying capacity in Tarung Village, West Sumba as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach.
- This research is important as an effort to realize the concept of sustainable tourism development that takes into account the impact on the environment, social, culture, economy for the present and future for local people and tourists.
- This is quite important to avoid the impact of mass tourism which would actually damage the sacred and authenticity of Tarung Village.

METHODS

- Qualitative Research
- This research is divided into two stages:
 - An exploration study of the architectural, social and cultural potential of Tarung Village as a sustainable tourism destination.
 - The analysis of the identification of appropriate market segments and the carrying capacity of Tarung Village.
- Tools:
 - Residewi (DETON 2019)
 - Overthrottle
 - FOD (online) with stakeholder
 - Literature Review



RESULT

RESULT

The structure of the house and the architectural character of the building in Tarung Village are the most significant elements as part of the development of sustainable tourism.

ARCHITECTURE

Map of Tarung Village showing various landmarks and structures.

RESULT

The intangible elements, namely socio-cultural values and experiences that can be enjoyed with the community, are important points for creating interaction between the people of Tarung Village and tourists.

DAILY LIFE

TRADITIONAL CEREMONIES

Funeral **GRAVE WITHDRAWAL CEREMONY**

Wedding

Mulla Poddu

ART AND CRAFT

CONCLUSION

Based on the results of the study, it is known that:

- The structure of the house and the architectural character of the building in Tarung Village are the most significant elements as part of the development of sustainable tourism. However, other intangible elements, namely socio-cultural values and experiences that can be enjoyed with the community, are important points for creating interaction between the people of Tarung Village and tourists.
- The mapping of market share segmentation and the offered experience becomes important as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach. So that green business can be implemented later as an indicator of sustainability-based business management.

RECOMMENDATION

THE DEVELOPMENT OF the use of cultural heritage for tourism

- Good governance.
- Cultural Story telling.
- Cultural activities package.
- Maintain local wisdom.

Cultural Narrative Cultural story telling

Cultural Route Cultural Route, Heritage Trail

EXTRA ORDINARY EXPERIENCE

Cultural Interactions Interaction with the community, Interaction with the development



Exploration of Tarung Village, West Sumba as A Part of The Road Map For The Development of Cultural Tourism Based On Sustainable Tourism Approach

Nafiah Solikhah¹, Hetty Karunia Tunjungsari², Bagus Mulyawan³

¹Department of Architecture and Planning, Faculty of Engineering, Tarumanagara University, 11440, Indonesia

²Department of Management, Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University, 11440, Indonesia

³Department of Information Systems, Faculty of Information Technology, Tarumanagara University, 11440, Indonesia

¹²³ Center of Entrepreneurship Studies, Tarumanagara University, 11440, Indonesia

*Corresponding author. Email: nafiahs@ft.untar.ac.id

ABSTRACT

In the era of the industrial revolution 4.0, the development of tourism activities must utilize digital facilities as a promotion strategy, so that provide an opportunity for tourism destinations to be known. To improve the quality of tourism activities and anticipate the negative effects of mass tourism, the development of priority destinations must use the concept of sustainable tourism approach that takes into consideration the impact on the environment, social, cultural, economics for the present and the future for local communities and tourists. Diversity of cultural manifestations and natural landscape in Tarung Village, Sumba Island, East Nusa Tenggara Province is one of potential tourism in Indonesia. Tarung Village has architectural characteristics in the form of a residential pattern of traditional Sumba-oriented to *Natar* in the middle of settlements. Another potency of Tarung Village is the cultural and social values that are still shared by the community, namely the *Marapu* belief. Based on this background, the problem that arises is the absence of exploratory studies of architectural, social and cultural potential and carrying capacity in Tarung Village, West Sumba as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach. The aim of the study was to explore the architectural, social and cultural potential and the carrying capacity in Tarung Village, West Sumba as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach. This research is important as an effort to realize the concept of sustainable tourism development that takes into consideration the impact on the environment, social, culture, economy for the present and future for local people and tourists. The research paradigm used is naturalistic with a qualitative research strategy. The first stage is an exploration study of the Architecture, social and cultural potency of Tarung Village. The second stage is the analysis of the identification of appropriate market segments and the carrying capacity of Tarung Village. Based on the results of the study, it is known that the structure of the house and the architectural character of the building in Tarung Village are the most significant elements as part of the development of sustainable tourism. Socio-cultural values and experiences that can be enjoyed with the community are important points for creating interaction between the people of Tarung Village and tourists. The mapping of market share segmentation and the offered experience becomes important as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach. So that green business can be implemented later as an indicator of sustainability-based business management.

Keywords: *Architectural potency, Tarung Village-Sumba, digital marketing, sustainable tourism approach*

1. INTRODUCTION

The tourism sector in Indonesia is one of the main sources of foreign exchange earnings. To improve the quality of tourism activities, the development of priority destinations must use the concept of sustainable tourism approach, namely tourism that takes into consideration the environmental, social, cultural, economic impacts for the

present and future for local communities and tourists. (Robinson dan Picard, 2006) [1].

1.1. Background

In the era of the industrial revolution 4.0, the development of tourism activities must utilize digital facilities as a promotion strategy. The application of digital marketing is

considered more effective and efficient in order to introduce domestic tourism to the world.

Online promotion will certainly provide an opportunity for tourism destinations to be known to a wider audience also increase visibility, connectivity and branding. To improve the quality of tourism activities and anticipate the negative effects of mass tourism, the development of priority destinations must use the concept of sustainable tourism development, namely tourism that takes into consideration the impact on the environment, social, cultural, economics for the present and the future for local communities and tourists.

Diversity of cultural manifestations and natural landscape in Tarung Village, West Sumba, East Nusa Tenggara Province become a tourism potency in Indonesia. Tarung Village has architectural characteristics in the form of a residential pattern of traditional Sumba-oriented to *Natar* in the middle of settlements. Another major potency of Tarung Village is the cultural and social values that are still shared by the community, namely the *Marapu* belief. The *Marapu* belief system cannot be separated from the culture of the people of Sumba. *Marapu* is defined as the spirit of the Ancestors who have united with God, then appears as a link between humans and God. (Bamualim, 2017 [2]).

Tarung Village burned in October 2017, then increased the public's curiosity to visit Tarung Village. So it is necessary to prepare a tourism concept so that mass tourism will not occur which will damage the sanctity and authenticity of the Tarung village.



Figure 1 Tarung Village burned in 2017[3][4][5][6]

Tarung Village is still original in terms of the physical architecture of traditional houses, spatial pattern, characteristics, megalithic tombs, as well as *Marapu* culture and beliefs which are still firmly held by Tarung Village residents. The general characteristics of traditional Sumba house architecture are basically the same form as the traditional house architecture of the Austronesian family, namely in the form of stilt houses. Traditional Sumba houses use natural materials and roofs that tend to be towering (Eka, 2018)[7].

Tarung Village has been listed on the West Sumba Regency government website as a leading tourist (https://sumbabaratkab.go.id/?page_id=954)[8], but there is no further information on the site regarding Tarung Village. Whereas in the digital age, all digital information

becomes an important aspect in marketing tourism destinations. On the other hand, Prajning Village instead has further information (history, potential, and cultural activities)[9].



Figure 2 Tarung Village and Prajning Village as the leading tourist objects in West Sumba Regency [8][9]

The development of Cultural Tourism by tracing the traces of civilization through cultural tourism trips must also be prepared with the right market segmentation and identifying the educational needs of tourists for sustainable tourism that needs to be developed in Tarung Village.

1.2. Problems

Based on this background, there has not been an exploratory studies of architectural, social and cultural potential and carrying capacity in Tarung Village, West Sumba as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach.

1.3. Aims

The aim of the study was to explore the architectural, social and cultural potential and the carrying capacity in Tarung Village, West Sumba as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach. This research is important as an effort to realize the concept of

sustainable tourism development that takes into consideration the impact on the environment, social, culture, economy for the present and future for local people and tourists. This is quite important to avoid the impact of mass tourism which would actually damage the sacred and authenticity of Tarung Village.

1.4. Paper Structure

The paper is organized as follows. Section 1 introduces background, phenomena, significance of the study, problems, and aims. Section 2 presents a literature review, then, the method used in Section 3. Section 4 Result and Discussion of exploration of Tarung Village, West Sumba as a part of the road map for the development of cultural tourism based on sustainable tourism approach. Finally, Section 5 concludes the paper and presents direction for future research.

2. LITERATUR REVIEW

2.1. Sustainable Tourism Approach

According to Yoeti (1996) [10] Types of tourism are divided into 7 types, namely cultural tourism, natural tourism, health tourism, sports tourism, commercial tourism, political tourism and social tourism. The components of tourism activities include: Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary, Community Involvement.

The development of sustainable tourism includes the goal of developing the tourism sector and improving the quality of the management of the tourism industry itself. The principle of sustainability includes the concept of increasing community welfare, preserving nature and promoting local genius (Robinson and Picard, 2006) [1]. UNESCO defines sustainable tourism as tourism that emphasizes local communities and tourists, cultural authenticity, and natural preservation. All tourism activities or motivations that act as a background for tourist visits - holidays, business visits, conferences, nature exploration and nature tourism - must apply sustainable principles.

2.2. Road Map The Development of Cultural Tourism Based on Sustainable Tourism Approach

The principle of sustainable tourism is in line with the Road Map for the development of Cultural Tourism by tracing the traces of civilization through cultural tourism. *First*, through the identification of cultural tourism routes. *Second*, the need for integrated destination planning and

travel route agreements. *Third*, the importance of capacitation of human resources as actors. *Fourth*, integrated destination development and amenity readiness. *The fifth* stage is Promotion and Marketing of the packaging. *The sixth* stage which also acts as the spearhead is the management and maintenance stage as an indicator of the sustainability of tourism activities. For more details, see figure 3 [11].



Figure 3 Road Map The Development of Cultural Tourism Based On Sustainable Tourism Approach

2.3. Grand Story Telling

To develop a Cultural Narrative is important in culture-based tourism. Great story narrative places a cultural tourism destination in the context of global history. Cultural narrative through story telling is an important part that must be considered in preparing marketing content materials. To optimize community development, community involvement and community empowerment play an important role. The purpose of community involvement is in the framework of preserving resources based on the strength of existing cultural values [12].

2.4. State of The Art

There have been several previous studies as research parameters. Yenny Gunawan's research (2018) [13] entitled *Konsep Tempat pada Arsitektur Sumba Barat (Studi Kasus: Arsitektur Desa Welewo)*. The Concept of Place in West Sumba Architecture (Case Study: Welewo Village, West Sumba Regency) focuses on the variety and classification of Sumba architectural encounters with its topography and the impact on the meaning of the encounter. Eka Kusuma Reny's research (2018) [7] entitled *Konsep Ka'bani - Mawinne dalam Arsitektur Rumah Tradisional Sumba di Tarung Village Sumba Barat*. The Concept of Ka'bani - Mawinne in Traditional Sumba House Architecture in Tarung Village, West Sumba, focuses on finding an overview and formulation of the concepts and principles of traditional Sumba architecture.

Furthermore, research conducted by Agus Dwi Hariyanto, et al. (2012) [14] entitled *Hubungan Ruang, Bentuk Dan Makna Pada Arsitektur Tradisional Sumba Barat/ Relationship of Space, Shape, and Meaning in Traditional Architecture of West Sumba* focuses on the relationship between space and shape in traditional Sumba houses and the influence of cosmology on form and space.

Research conducted by Maria Immaculata Ririk Winandari, et al. (2006) [15] entitled *Arsitektur Tradisional Sumba/ Traditional Sumba Architecture* focuses on Customs, Ornaments, Outer Space, Interior, Construction and Building Materials. However, all research has not been used and explored as a source of the road map for the development of cultural tourism based on a sustainable tourism approach.

So, the study exploration of Tarung Village, West Sumba as a part of the road map for the development of cultural tourism based on sustainable tourism approach has novelty value since has a locus and focus that has never existed.

3. METHODS

The research paradigm used is naturalistic with a qualitative research strategy (Groat and Wang, 2002) [16]. This research is divided into two stages. The first stage is an exploration study of the Architecture, social and cultural potential of Tarung Village. The second stage is the analysis of the identification of appropriate market segments and the carrying capacity of Tarung Village.

The method of data collection was carried out through a field survey, Questionnaire, forum group discussion (online) with stakeholder, and Literature Review. [17][18]

Location of Study is Tarung Village, Loli District, West Sumba Regency, East Nusa Tenggara Province, Indonesia.



Figure 4 Location of Tarung Village [19]

4. RESULT AND DISCUSSION

4.1. Exploration of Architectural Potention

The structure of the house and the architectural character of the building in Tarung Village are the most significant elements as part of the development of sustainable tourism. Based on the results of a questionnaire conducted on 50 respondents, almost all respondents (95.8%) stated that the buildings in Tarung Village characterize local architectural wisdom in Indonesia and have an attraction for visitors.

Architectural characteristics in the form of residential patterns of traditional houses that are in accordance with the natural character of Sumba Island and oriented towards *The Natar* in the middle of the settlement make the exploration of Tarung Village a limitless exploration (Figure 5).

Apakah bangunan di Kampung Tarung, Sumba Barat memiliki kearifan lokal arsitektur Indonesia yang perlu dilestarikan?

46 responses



Apakah bangunan di Kampung Tarung, Sumba Barat memiliki daya tarik bagi wisatawan?

46 responses



Figure 5 Respondents' Opinions about the Architectural Character of Tarung Village [20]

There are two types of houses, namely the Main House (*Tubba*) which has a role during the *Wollu Poddu* ceremony and the supporting house (*Ana Uma*). Even though *Tubba* has a role during the *Wollu Poddu* ceremony, in everyday life it is still used as a place to live with the daily activities of its inhabitants (Table 1).



Figure 6 Spatial Pattern of Tarung Village [21]

Table 1. The function of *Tubba* and *Ana Uma* in Tarung Village

| |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Uma Dara Uma Dara is Uma Wara's partner at the time of dancing (male-male, female-female) pair. Uma Dara also serves as a place to place traditional horses.</p> |
| <p>2. Uma Manapu Manu as a place to prepare offerings to ancestors during the Poddu ceremony.</p> |
| <p>3. Uma Rabba'delo Robba'delo is the companion of Rato Rumata Wara. The occupants of the house are in charge of holding the animal ropes that are sacrificed during traditional ceremonies. Uma Robba'delo is also a place to place custom machetes.</p> |
| <p>4. Uma Dieta The place for the person in charge of the dodo singer (singing a poem in the middle of the parons / <i>Natar</i>) during the Poddu ceremony.</p> |

5. Uma Weekada

Wee Kadaa / Ledo Naba acts as a place to place horses for burial stones and as carriers of holy water.

6. Uma Mawinne

Uma Mawine, the uma of Weelowo's traditional leader, Rato Rumata, as the determinant of the arrival of the holy month. A place for women to sing during the traditional poddu ceremony in November.

7. Uma Rato

Uma Rato functions as Ina Ama and awaits the arrival of Uma Tuba and as a place for men to sing during Poddu ceremonies.

8. Uma Mediata

Uma Mediata, as a place to sing traditional songs. Uma Mediata is the place for the people who is in charge of conducting Question and Answer with Rato Uma Mawine during the Poddu Ceremony.

9. Uma Wara

as a place to place the traditional spear / Nobu Wara. During the Poddu Ceremony and as place for the person in charge of holding the spear while humming poetry about the history of the village in the traditional language.

10. Ana Uma Wara

as a storage area for traditional machetes

11. Ana Uma Dara

as the main house where the rituals are performed.

12. Ana Uma Rabba'delo

as a place to receive the first guests who bring wild boar.

Source: Solikhah, 2019 [21], Interview, 2020; Wmandari, 2006 [15]

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbbali/kampung-tarung-sumba/> [22]

4.2. Exploration of Intangible Elements

The intangible elements, namely socio-cultural values and experiences that can be enjoyed with the community, are important points for creating interaction between the people of Tarung Village and tourists.

The integration between the architectural character and the daily activities of the community has proven to be attractive to people from outside Tarung Village. There are several daily activities of the people of Tarung Village, including the habit of eating betel nut (*sirih pinang*), enjoying coffee, weaving cloth, stringing roots into building structural bonds, weaving pandanus leaves, etc.



Figure 7 Tarung Village Community Activities as Socio-Cultural Potential [20]



Figure 8 Daily Life of Tarung Village's People [21]

Kampung Tarung has socio-cultural significance that is still adhered to by the people of Sumba, namely the *Marapu* belief which is manifested in everyday life. Other ceremonies carried out by the people of Tarung Village are the *Wulla Poddu* ceremony (a sacred ceremony in November), a grave stone withdrawal ritual, a marriage ceremony, a death ceremony.



Figure 9 Traditional Ceremonies [23] [24]

4.3. Potential Market and Carrying Capacity

Based on the results of a survey conducted by the authors, it is recognized that the majority of visitors to Kampung Tarung are 30-45 years old and all of them are active users of social media.



Figure 10 Information about Tarung Village on Social Media [20]

The application of digital marketing through social media is considered more effective and efficient in order to introduce Tarung Village to the world. Online promotion will certainly provide an opportunity for tourism destinations to be known.

Therefore, before being promoted on the official website of West Sumba Regency, the preparation of Tarung Village's potency using the concept of sustainable tourism approach must have been carefully formed by considering all aspects. This is important so that the information displayed on the official website of West Sumba Regency is in line with the marketing of sustainable tourism in Tarung Village.

Based on data held by Tarung Village, some of the most important segmentations of Tarung Village visitors are:

- a. Academic (Residency, Research), independently or in groups, usually stay overnight
- b. Conventional, independent or group visits without overnight stays.

Residency visits usually occur during traditional ceremonies, such as *Wulla Poddu*, house building ceremonies, grave stone withdrawal ceremonies, wedding ceremonies.

5. CONCLUSION

Based on the results of the study, it is known that:

- a. The structure of the house and the architectural character of the building in Tarung Village are the most significant elements as part of the development of sustainable tourism. However, other intangible elements, namely socio-cultural values and experiences that can be enjoyed with the community, are important points for creating interaction between the people of Tarung Village and tourists.
- b. The mapping of market share segmentation and the offered experience becomes important as part of the road map for the preparation of the Sustainable Tourism Approach. So that green business can be implemented later as an indicator of sustainability-based business management.

Therefore, a further study is needed to be able to carry out steps in line with the Road Map for the development of Cultural Tourism, namely:

- a. The need for integrated destination planning and travel route agreement including the packaging of cultural narratives by involving the active role of the local community.
- b. It is necessary to search for information on traditional rituals and the possibility of packaging them into a tour package but without destroying the sacredness and authenticity of the Tarung village.
- c. The importance of human resource capacitation as actors
- d. Integrated destination development and amenity readiness.
- e. Management management preparation

This is important so that the information displayed on the official website of West Sumba Regency is in line with the marketing of sustainable tourism in Kampung Tarung

ACKNOWLEDGMENT

This work was supported by LPPM Tarumanagara University. Our gratitude goes to Tarung Village Residents, the West Sumba Regency Government Tourism Office.

REFERENCES

- [1] M. Robinson and D. Picard, *Tourism, Culture and Sustainable Development*, Division of Cultural Policies and Intercultural Dialogue, Culture Sector, UNESCO, 2006.
- [2] A.U. Bamualim, *Mengenal Sumba Barat: The Next Travel Destination* (Waikakubak: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sumba Barat), 2017.
- [3] Sekolah Tukang Nusantara (SETON), *Program Book International Workshop on Wooden Architecture Sumba 2019* Universitas Islam Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Ikatan Arsitek Indonesia, Rumah Rempah Karta, Aptari, 2019.
- [4] P. Piter 28 Rumah Adat Hanya Tersisa Pung-pung, 2017, Available at: <https://kupang.tribunnews.com/2017/10/08/28-rumah-adat-hanya-ter sisa-pung-pung>. (Accessed: 10 August 2020).
- [5] B. Sambo, *Pasca terbakarnya Kampung Tarung, Apa Sikap Kita?*, 2017, Available at: <https://www.kompasiana.com/bonefasiussambo/59db5819f2fd9149357aef84/pasca-terbakarnya-kampung-tarung-apa-sikap-kita?page=all>. (Accessed: 10 August 2020).
- [6] Redi, *Mau Tahu Besar Sumbangan Untuk Korban Kampung Tarung Hingga Saat ini?*, 2017, Available at: <http://kiblatmit.com/news/mau-tahu-besar-sumbangan-untuk-korban-kampung-tarung-hingga-saat-ini%E2%80%8E/>. (Accessed: 10 August 2020).
- [7] K.R. Eka, dkk, *Konsep Ka'bani – Mawinne dalam Arsitektur Rumah Tradisional Sumba di Tarung Village Sumba Barat*, *Tesa Arsitektur* 16, 2018, pp. 94-105, DOI: 10.24167/tesa.v16i2.1143
- [8] Kabupaten Sumba Barat, *Wisata Unggulan*, 2020, Available at: https://sumbabarakab.go.id/?page_id=954 (Accessed 10 August 2020).
- [9] Kabupaten Sumba Barat, *Wisata Unggulan*, 2020, Available at: https://sumbabarakab.go.id/?lsvr_listing=high-school (Accessed 10 August 2020).
- [10] O.A.,Yoeni, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Angkasa, Bandung. 1996.
- [11] _____. *Masterplan Pariwisata - TPP WSSTB Kemenpar 2018*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2018
- [12] _____. *Masterplan Pariwisata - TPP WSSTB Kemenpar 2017*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2017
- [13] Y. Gunawan, dkk, *Konsep Tempat pada Arsitektur Sumba Barat (Studi Kasus: Arsitektur Desa Welewo)* Laporan Penelitian Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Katolik Parahyangan Bandung, 2018.

- [14] A. D. Haryanto, dkk, *Hubungan Ruang, Bentuk Dan Makna Pada Arsitektur Tradisional Sumba Barat* Laporan Penelitian Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Petra Surabaya, 2012.
- [15] M.I. R. Winandari, *Arsitektur Tradisional Sumba* (Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti), 2006.
- [16] L. Groat and D. Wang, *Architectural Research Methods* (Canada: John Wiley & Sons, Inc.), 2002.
- [17] P.W.M. Erk van Veenendaal, "Questionnaire based Usability Testing", Conference Proceedings European Software Quality Week, Brussels, November, 1998.
- [18] R. Scheyvens, and M. Russell, Tourism and poverty alleviation in Fiji: comparing the impacts of Small and large-scale tourism enterprises, *Journal of Sustainable Tourism* 20 (3), 2012, pp. 417-436. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.668909>
- [19] <https://www.google.com/maps/place/Kampung+Tarung/@9.632642,119.4051817,17z/data=!3m1!4m5!3m4!1s0x2c4ae02d422ff1e7:0xc8f717eb1a41562d!8m2!3d-9.6326473!4d119.4073704> (all, (Accessed: 10 August 2020).
- [20] N. Solikhah, et al, Kajian Potensi Arsitektur di Tarung Village, Sumba Barat untuk Konten Pemasaran *Sustainable Tourism* Melalui Website Resmi Kabupaten Sumba Barat (Laporan Penelitian Lembaga Penelitian dan Publikasi Ilmiah Universitas Tarumanagara Jakarta), 2020.
- [21] N. Solikhah, *Residensi Tarung Village Sumba Barat* (Laporan Kegiatan Sekolah Tukang Nusantara/ SETON 2019), 2019
- [22] Artanegara, KAMPUNG TARUNG SUMBA, 2018, Available at: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbbali/kampung-tarung-sumba/> (Accessed: 10 August 2020).
- [23] Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Nusa Tenggara Timur, *Wisata Budaya*, 2019, Available at: <http://ntttov.go.id/2018/index.php/pariwisata/wisata-budaya> (Accessed: 10 August 2020).
- [24] R. Nurlatif, *Tarung Village: The Indegenous People From West Sumba*, 2015, Available at: <https://steller.co/s/tarung-village-the-6Cp2DYnHAEg/p/1> (Accessed: 10 August 2020).

Lampiran 4. HKI, Modul, Teknologi Tepat Guna, publikasi dan produk lainnya

HKI: Granted

1. BROSUR EKSPLOKASI KAMPUNG TARUNG


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202026277, 5 Agustus 2020

Pencipta

Nama : **Nafiah Solikhah**
Alamat : **Jl. Tanjung Gedong No.2 RT./RW. 005/008, Kelurahan Tomang, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440**
Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Nafiah Solikhah**
Alamat : **Jl. Tanjung Gedong No.2 RT./RW. 005/008, Kelurahan Tomang, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440**
Kewarganegaraan : **Indonesia**

Jenis Ciptaan : **Brosur**
Judul Ciptaan : **EKSPLOKASI KAMPUNG TARUNG, SUMBA BARAT, NTT**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **5 Agustus 2020, di Jakarta**
Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama hidup Pencipta dan terus bertanggung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.**

Nomor pencatatan : **000198010**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

s.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL


Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001



-KAMPUNG TARUNG-
manifestasi alam dan budaya di tanah Marapu

Pulau Sumba merupakan salah satu pulau di Indonesia yang memiliki peninggalan tradisi megalitik yang cukup kuat. Tradisi megalitik di Pulau Sumba mampu berjalan beriringan dengan perkembangan peradaban di abad-21.

Keanekaragaman manifestasi budaya dan bentang alam merupakan potensi wisata utama di Indonesia, salah satunya adalah Kampung Tarung, Kecamatan Lofi, Kabupaten Sumba Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur.

Kampung Tarung memiliki signifikansi sosial budaya yang masih diadani oleh masyarakat Sumba yaitu kepercayaan Marapu. Karakteristik Arsitektur berupa tatanan pola hunian rumah adat yang sesuai dengan karakter alam Pulau Sumba dan berorientasi pada natar di tengah permukiman menjadikan eksplorasi Kampung Tarung sebagai eksplorasi tanpa batas.

Humba Allulu!

Salam dari Sumba

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara
Jakarta
2020



EKSPLORASI

KAMPUNG TARUNG

SUMBA BARAT, NTT

ARSITEKTUR



- Uma Dara berfungsi sebagai tempat untuk menempatkan kuda adat.
- Uma Marapu Maru berfungsi sebagai tempat untuk mempersiapkan persembahan pada awal pada saat upacara Poddu.
- Uma Rabba' delo adalah pendamping Rato Ransata Wara. Penghuni rumah bertugas menegakkan tali besan yang menjadi lilitan pada saat upacara adat. Uma Rabba' delo juga sebagai tempat untuk menempatkan perang adat.
- Uma Dieta berfungsi sebagai tempat orang yang bertugas sebagai penyanyi dodo (menyanyi) sebuah syair di tengah pemenuhan natar pada saat upacara Poddu.
- Uma Weclada berfungsi sebagai tempat untuk menempatkan kuda pada saat peserikan batu kubur dan sebagai pembawa ar suci.
- Uma Mawitine, Uma Mawine yaitu uma betra adat Wecloto. Rato Ransata, sebagai penentu dibawa bulan suci. Tempat pesempunan (menyanyi) saat upacara adat Poddu.



- Uma Rato berfungsi sebagai Ana Uma dan penunggu bedangan Uma Tubo dan menjadi tempat bagi laki-laki menyanyi saat upacara Poddu.
- Uma Mediatra berfungsi sebagai tempat untuk melakukan syariat ligan-ligan adat dan sebagai tempat orang yang bertugas melakukan Lanya (jawab dengan Rato Uma Mawine pada saat upacara Poddu).
- Uma Wara, Pada saat upacara Poddu menjadi tempat orang yang menegakkan simbol adat. Hobu Wara sendiri menyempatkan 1948 menemani sejarah kampung dalam sejarah adat.
- Ana Uma Rabba' delo berfungsi sebagai tempat menerima tamu pertama yang membawa babi lutan.

Kampung Waitabar



MARAPU

Marapu adalah Kepercayaan Masyarakat Sumba terhadap sesuatu yang diucikan, duembungkan, dan diukirkan



KESEHARIAN



BATU KUBUR



UPACARA ADAT

Wulla Poddu adalah upacara penaklukan penyucian dodo di Bulan November



2. INSTRUMEN PENGUKURAN POTENSI WISATA KAMPUNG TARUNG


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202028985, 23 Agustus 2020

Pencipta

Nama : **Hetty Karunia Tunjungsari**
Alamat : **Jl. Manggarai Utara V-D/12, Manggarai, Tebet, Jakarta Selatan, Dki Jakarta, 12850**
Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Hetty Karunia Tunjungsari**
Alamat : **Jl. Manggarai Utara V-D/12, Manggarai, Tebet, Jakarta Selatan, Dki Jakarta, 12850**
Kewarganegaraan : **Indonesia**
Jenis Ciptaan : **Karya Tulis**
Judul Ciptaan : **Instrumen Pengukuran Potensi Wisata Kampung Tarung**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **23 Agustus 2020, di Jakarta**
Jangka waktu perlindungan : **Bertaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.**

Nomor pencatatan : **000199626**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL


Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001





Section 1 of 4

Potensi Pengembangan Kampung Tarung Sebagai Destinasi Sustainable Tourism

Survey ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai potensi pengembangan Kampung Tarung, Sumba Barat, sebagai destinasi sustainable tourism. Kami tim penelitian dari Pusat Studi Kewirausahaan, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumagara, memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk dapat mengisi survey ini sesuai dengan informasi yang sebenar-benarnya. Informasi pribadi Bapak/Ibu/Saudara/i akan sepenuhnya dirahasiakan dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Nafi'ah Solikhah
Hetty Karunia Tunjungsari
Bagus Mulyawan

Email address *

Valid email address

This form is collecting email addresses. [Change settings](#)

After section 1 Continue to next section

Section 2 of 4

Profil Responden

Deskripsi (optional)

Jenis Kelamin *

Pria

Wanita

Domisili *

Short answer text

Usia *

<20th

21-30th

31-40th

41-50th

>50th

Pengeluaran total per bulan *

<Rp5jt

Rp5-10jt

Rp10-19.9jt

Rp20-29.9jt

>Rp30jt

Apakah Anda memiliki budget khusus untuk berwisata? *

Ya

Tidak

Berapa budget yang Anda alokasikan untuk sekali perjalanan wisata? *

<Rp5jt

Rp5-10jt

Rp10-19.9jt

Rp20-29.9jt

>30jt

Seberapa seringkah Anda melakukan perjalanan wisata? *

Setiap bulan

2 kali dalam setahun

3 sd 4 kali dalam setahun

Lebih dari 5 kali dalam setahun

Dengan siapa/ah Anda biasanya melakukan perjalanan wisata? *

Sendiri

Dengan keluarga

Dengan teman

Lainnya

Bagaimana Anda mengatur perjalanan wisata? *

Mengatur sendiri

Menggunakan jasa perjalanan wisata (tour and travel agency)

3 sd 4 kali dalam setahun

Lebih dari 5 kali dalam setahun

Dengan siapa/ah Anda biasanya melakukan perjalanan wisata? *

Sendiri

Dengan keluarga

Dengan teman

Lainnya

Bagaimana Anda mengatur perjalanan wisata? *

Mengatur sendiri

Menggunakan jasa perjalanan wisata (tour and travel agency)

Berapa lamakah biasanya Anda menghabiskan waktu untuk berlibur di sebuah destinasi wisata? *

1-3 hari

4-5 hari

1 minggu

>1 minggu

Jenis wisata apa yang Anda sukai? *

Wisata alam (gunung, pantai, taman nasional, dll)

Wisata edukasi

Wisata sejarah (museum, situs purbakala, monumen bersejarah, dll)

Wisata belanja

Wisata kuliner

Lainnya

Section 3 of 4

Faktor Penentu Keputusan Berwisata

Description (optional)

Dari manakah Anda mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata yang akan Anda kunjungi? (boleh pilih lebih dari satu)

- Liputan di majalah/koran/televisi
- Rekomendasi dari keluarga/teman
- Liputan di media sosial (Instagram, Facebook, dll)
- Website resmi pemerintah destinasi wisata
- Lainnya

Siapa yang paling berperan dalam memutuskan destinasi wisata yang akan Anda kunjungi? *

- Saya pribadi
- Pasangan
- Anak
- Teman perjalanan
- Lainnya

Apakah Anda memiliki jadwal khusus untuk melakukan perjalanan wisata (misal: saat liburan sekolah, saat hari libur nasional/long week end)? *

- Ya
- Tidak

Seberapa seringkah Anda membeli tiket/paket perjalanan wisata di acara travel fair? *

Tidak Pernah 1 2 3 4 Sangat

Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting

Seberapa pentingkah ketersediaan akses perjalanan menuju destinasi wisata yang akan Anda kunjungi? *

Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting

Seberapa pentingkah ketersediaan restoran di sekitar destinasi wisata yang akan Anda kunjungi? *

Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting

Seberapa pentingkah fasilitas badan di sekitar destinasi wisata yang akan Anda kunjungi? *

Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting

Apakah Anda selalu membeli souvenir khas destinasi wisata yang akan dikunjungi? *

- Ya
- Tidak
- Mungkin

Apakah ketersediaan kostoko souvenir khas destinasi wisata penting? *

Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting

Apakah ketersediaan makanan halal di sekitar destinasi wisata penting? *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 5 6 Sangat Setuju

Section 4 of 4

Potensi Kampung Tarung

Description (optional)

Apakah Anda pernah mengunjungi Kampung Tarung, Sumba Barat? *

- Ya
- Tidak

Jika Anda belum pernah mengunjungi Kampung Tarung, Sumba Barat, apakah Anda pernah mendengar informasi mengenai destinasi wisata ini? *

- Ya
- Tidak

Apakah bangunan di Kampung Tarung, Sumba Barat mencirikan kearifan lokal arsitektur Indonesia yang perlu dilestarikan? *

- Ya
- Tidak

Apakah bangunan di Kampung Tarung, Sumba Barat memiliki daya tarik bagi wisatawan? *

- Ya
- Tidak

Jika Anda berkunjung ke Kampung Tarung, Sumba Barat aktivitas apa yang akan paling Anda minati? (bisa lebih dari satu jawaban)

- Berfoto dengan latar bangunan berori Arsitektur Kampung Tarung
- Berwisata dengan warga (termasuk membuat kenangan sepijam)
- Menikmati Kuliner khas Kampung Tarung, Sumba Barat
- Berbelanja souvenir khas Kampung Tarung
- Lainnya

Apakah bangunan dan aktivitas masyarakat di Kampung Tarung, Sumba Barat sesuai dengan konsep sustainable tourism? *

- Ya
- Tidak
- Mungkin

Apakah Kampung Tarung, Sumba Barat memiliki potensi wisata yang sama menariknya dibandingkan dengan Tana Toraja, Wae Rebo, Baduy, Rangjauran, dan desa adat lain sejenisnya? *

- Ya
- Tidak
- Mungkin

Bagaimana sebaiknya Kampung Tarung, Sumba Barat dipromosikan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan? *

Long answer text

Berikan pendapat Anda untuk dapat meningkatkan kualitas destinasi wisata di Kampung Tarung, Sumba Barat dan di Indonesia secara umum

Long answer text

Lampiran 5. *Logbook*

| Tahapan | Rincian Kegiatan | Waktu |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Persiapan | <i>Preliminary Survey 1</i> | 31 Januari – 5 Februari 2019 |
| | <i>Preliminary Survey 2</i> | 15 - 22 Agustus 2019 |
| | Penyusunan dan Pengajuan Proposal | Maret 2020 |
| | Persiapan Pra Penelitian - Pengkayaan Kajian Literatur. - Penentuan langkah/ strategi pelaksanaan penelitian. - Penentuan Narasumber. - Konfirmasi perijinan untuk survey lapangan. | Maret 2020 |
| Pelaksanaan Penelitian | Periode 1: Fokus pada penelusuran Potensi Arsitektural Kampung Tarung - Pertemuan anggota persiapan pengambilan data - Koordinasi pengambilan data - Pengambilan Data potensi Arsitektural (Fisik, Sosial, Budaya) - Penyusunan data hasil pengambilan data - Pengolahan data menjadi konten website. Luaran: Draft Artikel Ilmiah, Potensi Arsitektural Kampung Tarung, HKI | April-Mei 2020 |
| Penyusunan Laporan | Penyusunan Draft Laporan (Monev) | Mei - Juni 2020 |
| | Penyusunan Laporan Akhir | Juni 2020 |

Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan



Potensi Arsitektur



Keseharian Masyarakat



Residensi



Kunjungan Konvensional



Gorum Group Discussion (FGD)