



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 : EC00202028965, 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 : Berlaku 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

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*

INSTRUMEN PENGUKURAN POTENSI WISATA KAMPUNG TARUNG

1. Jenis Kelamin.
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Domisili.
 - a. Jawa
 - b. Sumatera
 - c. Bali
 - d. Sulawesi
 - e. Kalimantan
 - f. Nusa Tenggara
 - g. Lainnya
3. Usia.
 - a. <20th
 - b. 20-30th
 - c. 31-40th
 - d. 41-50th
 - e. >50th
4. Pengeluaran total per bulan.
 - a. <Rp5juta
 - b. Rp5juta-Rp9,9juta
 - c. Rp10juta-Rp19,9jt
 - d. Rp20juta-Rp29,9jt
 - e. >30juta
5. Status Pernikahan.
 - a. Menikah
 - b. Belum menikah
6. Apakah Anda memiliki budget khusus untuk berwisata?
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Berapa budget yang Anda alokasikan untuk sekali perjalanan wisata?
 - a. <Rp5juta
 - b. Rp5juta-Rp9,9juta
 - c. Rp10juta-Rp19,9juta
 - d. Rp20juta-Rp29,9juta
 - e. >Rp30juta
8. Seberapa seringkah Anda melakukan perjalanan wisata?
 - a. Setiap bulan
 - b. Dua kali setahun
 - c. 3 sampai 4 kali setahun
 - d. Lebih dari 5 kali setahun

9. Dengan siapakah Anda biasanya melakukan perjalanan wisata?
- Sendiri
 - Dengan keluarga
 - Dengan teman
 - Lainnya
10. Bagaimana Anda mengatur perjalanan wisata?
- Sendiri
 - Menggunakan jasa perjalanan wisata
11. Berapa lamakah biasanya Anda menghabiskan waktu untuk berlibur di sebuah destinasi wisata?
- 1-3 hari
 - 4-5 hari
 - 1 minggu
 - >1 minggu
12. Jenis wisata apa yang Anda sukai?
- Wisata alam
 - Wisata edukasi
 - Wisata sejarah
 - Wisata belanja
 - Wisata kuliner
 - Lainnya
13. Dari manakah Anda mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata yang akan Anda kunjungi? (boleh pilih lebih dari satu)
- Liputan di majalan/koran/televisi
 - Rekomendasi dari keluarga/teman
 - Liputan di media sosial
 - Website resmi pengelola destinasi wisata
 - Lainnya
14. Siapakah yang paling berperan dalam memutuskan destinasi wisata yang akan Anda kunjungi?
- Saya pribadi
 - Pasangan
 - Anak
 - Teman perjalanan
 - Lainnya
15. Apakah Anda memiliki jadwal khusus untuk melakukan perjalanan wisata (misal: saat liburan sekolah, saat hari libur nasional/long week end)?
- Ya
 - Tidak
16. Seberapa seringkah Anda membeli tiket/paket perjalanan wisata di acara travel fair?
- Tidak Pernah 1 2 3 4 Selalu

17. Apakah harga tiket perjalanan wisata berpengaruh pada pilihan destinasi wisata yang akan Anda kunjungi?
Sangat Tidak Berpengaruh 1 2 3 4 5 6 Sangat Berpengaruh
18. Apakah ketersediaan hotel berbintang penting di sekitar destinasi wisata yang akan Anda kunjungi?
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting
19. Seberapa pentingkah ketersediaan akses perjalanan menuju destinasi wisata yang akan Anda kunjungi?
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting
20. Seberapa pentingkah ketersediaan restoran di sekitar destinasi wisata yang akan Anda kunjungi.
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting
21. Seberapa pentingkah fasilitas ibadah di sekitar destinasi wisata yang akan Anda kunjungi?
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting
22. Apakah Anda selalu membeli souvenir khas destinasi wisata yang Anda kunjungi?
a. Ya
b. Tidak
c. Mungkin
23. Apakah keberadaan kios/toko souvenir khas destinasi wisata penting?
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting
24. Apakah ketersediaan makanan halal di sekitar destinasi wisata penting?
Sangat Tidak Penting 1 2 3 4 5 6 Sangat Penting
25. Apakah Anda pernah mengunjungi Kampung Tarung, Sumba Barat?
a. Ya
b. Tidak
c. Mungkin
26. Jika Anda belum pernah mengunjungi Kampung Tarung, Sumba Barat, apakah Anda pernah mendengar informasi mengenai destinasi wisata ini?
a. Ya
b. Tidak
c. Mungkin
27. Apakah bangunan di Kampung Tarung, Sumba Barat mencirikan kearifan lokal arsitektur Indonesia yang perlu dilestarikan?
a. Ya
b. Tidak
c. Mungkin

28. Apakah bangunan di Kampung Tarung, Sumba Barat memiliki daya tarik bagi wisatawan?
- Ya
 - Tidak
 - Mungkin
29. Jika Anda berkunjung ke Kampung Tarung, Sumba Barat aktivitas apa yang akan paling Anda minati? *bisa lebih dari satu jawaban
- Berfoto dengan latar bangunan berciri Arsitektur Kampung Tarung
 - Berinteraksi dengan warga (termasuk membuat kerajinan setempat)
 - Menikmati Kuliner khas Kampung Tarung, Sumba Barat
 - Berbelanja souvenir khas Kampung Tarung
 - Lainnya
30. Apakah bangunan dan aktivitas masyarakat di Kampung Tarung, Sumba Barat selaras dengan konsep sustainable tourism?
- Ya
 - Tidak
 - Mungkin
31. Apakah Kampung Tarung, Sumba Barat memiliki potensi wisata yang sama menariknya dibandingkan dengan Tana Toraja, Wae Rebo, Baduy, Panglipuran, dan desa adat lain sejenisnya?
- Ya
 - Tidak
 - Mungkin
32. Bagaimana sebaiknya Kampung Tarung, Sumba Barat dipromosikan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan?
33. Berikan pendapat Anda untuk dapat meningkatkan kualitas destinasi wisata di Kampung Tarung, Sumba Barat dan di Indonesia secara umum.