

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan Judul:
Strategi Promosi Budaya Lokal Melalui Upacara Tradisi Ruwatan Rambut Gembel Di
Hari Jadi Kabupaten Wonosobo Ke 191 Tahun 2016

Oleh
Mochamad Anam Maulana
20110530118



**Menyetujui,
Dosen Pembimbing**

(Taufiqur Rahman, S.IP, M.A, Ph.D)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada tanggal 28 Desember 2017

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

A. Pendahuluan

Penelitian ini berusaha menganalisis strategi promosi budaya lokal melalui upacara tradisi ruwatan rambut gembel di Hari Jadi Kabupaten Wonosobo ke 191 Tahun 2016.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori strategi promosi untuk menganalisis kegiatan promosi yang dilakukan dinas pariwisata wonosobo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Dengan sumber data berasal dari wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan tiga orang informan.

Hasil penelitian menunjukkan strategi promosi yang dilakukan berjalan efektif dengan memanfaatkan periklanan sebagai alat promosi utama dalam menyebarkan informasi. Kegiatan periklanan dilakukan dengan menggunakan media-media komunikasi seperti baleho, leaflet dan spanduk yang ditempatkan di jalan-jalan utama. Selain itu, dinas pariwisata juga melakukan kegiatan public relations dalam kegiatan promosinya.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pariwisata, Rambut Gembel.

Menurut (Koentjaraningrat, 2000:180) kebudayaan merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Keanekaragaman kebudayaan pada setiap suku bangsa di Indonesia ini menunjukkan kekayaan kebudayaan Nusantara. Masing-masing daerah di Indonesia memiliki corak kebudayaan yang berbeda-beda dengan ciri khas masing-masing. Salah satunya adalah tradisi budaya yang terdapat di dataran tinggi Dieng, Kabupaten Wonosobo, yaitu Ruwatan Cukur Rambut Gembel.

Dieng adalah daerah dataran tinggi yang berada di wilayah kabupaten Wonosobo dan sebagian kabupaten Banjarnegara yang terletak disebelah barat Gunung Sindoro dan Gunung Sumbing. Dieng memiliki ketinggian rata-rata adalah sekitar 2000 m diatas permukaan laut. Kondisi geografis Dataran Tinggi Dieng yang bersuhu sekitar 12-20 C° di siang hari dan 6-10 C° di

malam hari. Kondisi alamnya yang berbukit-bukit menjadikan Dieng memiliki pesona wisata yang begitu eksotik seperti kawah, telaga, dan candi. Selain kondisi alamnya yang menarik, berbagai kesenian budaya dan makanan khas wonosobo, dataran tinggi dieng ini memiliki keunikan yang tidak ditemukan di daerah lain yaitu banyaknya anak-anak yang berambut gembel (Dikutip dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Dieng>).

Anak-anak berambut gembel juga sering disebut oleh masyarakat dataran tinggi dieng sebagai anak *sukerta* (diganggu) yang akan dijadikan makanan Batarakala. Dengan demikian untuk melepaskan anak gembel dari gangguan tersebut, maka mereka harus diruwat. Ruwat berasal dari kata *ruwat* (rumuwat) atau *mangruwat* yang berarti membuat tidak kuasa, menghapus kutukan, menghapus kemalangan, noda dan lain-lain.

Rambut gembel di sekitar wilayah Dataran Tinggi Dieng bukan suatu komunitas penganut musik *Reggae* atau Rasta seperti Bob Marley. Rambut gembel ini juga bukan merupakan hasil permak salon melainkan rambut yang tumbuh secara alami pada anak-anak sekitar umur 40 hari hingga 6 tahun. Seorang anak berambut gembel mula-mula mengidap penyakit panas, kemudian rambutnya tumbuh tidak selayaknya yaitu menggumpal (gembel). Ruwatan anak gembel konon katanya adalah anak titipan Dewa. Pada awalnya, semua anak berambut gembel terlahir dengan normal.

Adanya Ruwatan cukur rambut gembel di Dataran Tinggi Dieng merupakan tradisi yang telah dilakukan secara turun temurun. Di dalamnya terdapat prosesi yang menuntut kesakralan antara anak dan keluarga yang bersangkutan, karena masyarakat percaya bahwa mereka sedang berhubungan dengan leluhur mereka. Selain itu, Ruwatan cukur

rambut gembel biasanya baru bisa dilaksanakan setelah anak berambut gembel mengajukan permintaan tertentu yang harus dipenuhi atau bila ia telah berumur 6-7 tahun atau setelah menjalani masa "*pupak*" yaitu setelah gigi susu sang anak tumbuh. Sebelum anak berambut gembel diruwat, ada satu syarat yang harus dilaksanakan oleh orang tua, bahwa semua permintaan si anak saat akan dipotong rambutnya harus dituruti. Biasanya anak meminta permintaan seperti sepeda, ayam, kambing atau barang lainnya. Tidak jarang juga permintaan yang diajukan cukup memberatkan dan memakan biaya banyak. Mitos yang dipercaya masyarakat mengatakan bahwa jika orang tua tidak menuruti permintaan si anak maka rambut gembelnya akan tumbuh kembali.

Sejak tahun 2006, Dinas Pariwisata Wonosobo dan Banjarnegara bekerjasama menggelar upacara ruwatan massal anak gembel yang diberi nama "Pekan Budaya Dieng". Pada tahun 2010 "Pekan Budaya Dieng" berubah nama menjadi "*Dieng Culture Festival*" (DCF), yang dikelola oleh POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Dieng Kulon, Banjarnegara. Dalam festival ini digelar berbagai acara antarlain: seni tradisional, festival lampion, wayang kulit, pesta kembang api, festival film Dieng, pegelaran Jazz di atas awan dan ruwatan anak gembel sebagai acara utama. Ruwatan anak gembel yang menjadi ikon Dieng dikelola oleh POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata), dibawah naungan Dinas Pariwisata Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Ruwatan diadakan rutin secara dan besar- besaran setiap tahunnya untuk menarik minat pariwisata

(Dikutip dari

<https://etd.repository.ugm.ac.id/downloadfile/74561/potongan/S1-2014-302291-introduction.pdf>).

Pada bagian ini penulis akan menyajikan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan kajian pustaka. Ketiga metode tersebut dilakukan untuk mendapatkan hasil penelitian mengenai strategi promosi budaya local melalui upacara tradisi Ruwatan Rambut Gembel pada Hari Jadi Kabupaten Wonosobo yang ke 191 tahun 2016. Hasil penelitian yang didapatkan melibatkan beberapa pihak yang terkait dalam proses promosi acara tersebut. Pihak-pihak tersebut merupakan para informan yang menjadi narasumber.

Data yang didapatkan dari narasumber merupakan data primer yang didapatkan melalui wawancara berstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara atau *interview guide* serta pengamatan langsung di lapangan. Data tersebut akan disajikan dalam bentuk uraian jawaban dari wawancara beserta penjelasan. Dari data tersebut maka didapatkan gambaran proses strategi promosi yang digunakan dalam penyebaran informasi mengenai upacara tradisi Ruwatan Rambut Gembel pada Hari jadi Kabupaten Wonosobo yang ke 191 tahun 2016.

B. ISI

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh penjual produk ataupun jasa, tentunya memiliki tujuan sistematis. Hal ini juga yang melandasi pemilihan media yang digunakan sebagai sarana penyebaran informasi kepada target sasaran. Menurut penuturan Bapak Bambang Triyono selaku Kepala Bidang Promosi menyatakan bahwa perencanaan strategi promosi upacara tradisi Ruwatan Rambut Gembel dalam rangkaian acara

Hari Jadi Kabupaten Wonosobo yang ke 191 yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo ini, bertujuan selain untuk melestarikan dan memperkenalkan budaya tradisi masyarakat Wonosobo, juga meningkatkan jumlah wisatawan dalam negeri atau bahkan luar negeri. Berikut pernyataan yang beliau sampaikan:

“kalau tujuan awalnya yaa promosi ini untuk media pelestarian dan edukasi, jadi masyarakat di luar wonosobo juga mengetahui, ohh wonosobo khasnya ada upacara ritual ruwatan rambut gembel. Kayak dijogja kan ada grebekan gunung. Nah dari edukasi ini diharapkan bisa menjadi daya tarik wisatawan luar daerah, atau malah kalau bisa dari luar negeri juga.” (Sumber wawancara Bapak Bambang Triyono pada tanggal 9 Mei 2016)

Pernyataan tersebut dilengkapi oleh Ibu Sharul bahwa dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung akan berdampak positif pada kenaikan Pendapatan Anggaran Daerah (PAD). Berikut keterangan yang disampaikan beliau:

“Ya tujuan promosi sendiri untuk mengundang wisatawan yaa mas.. nah kalo jumlah wisatawannya meningkat tentunya berimbas positif pada PAD. Jadi selain kita memperkenalkan budaya, tetapi juga meningkatkan perekonomian daerah dan masyarakat.” (Sumber wawancara Ibu Sharul pada tanggal 9 Mei 2016)

Sehingga berdasarkan informasi – informasi diatas dapat diketahui bahwa selain tujuan promosi dalam penyebaran informasi, juga terdapat tujuan pengembangan lainnya terutama pada sektor ekonomi mikro daerah. Tentunya hal ini bukan hanya akan menguntungkan pihak Pemerintah Daerah, tetapi juga akan berdampak positif bagi masyarakat luas.

C. Penutup

Pariwisata saat ini sudah menjadi industri baru yang ikut memberikan andil dalam pembangunan ekonomi dan sosial di berbagai negara di dunia. Sektor pariwisata dapat memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pertumbuhan ekonomi negara-negara tujuan wisata karena mampu menyediakan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan kesejahteraan serta juga mengaktifkan sektor-sektor lainnya. Bagi negara-negara berkembang yang menaruh minat dalam mengembangkan potensi pariwisatanya, sektor ini juga dijadikan sebagai salah satu sumber devisa yang diperlukan untuk pembangunan yang berkelanjutan.

Perkembangan sektor pariwisata, tidak hanya menjadi tanggung jawab satu pihak melainkan membutuhkan kerjasama antara pihak pemerintah, swasta dan masyarakat. Produk pariwisata yang dijual pun saat ini telah mengalami perkembangan yang signifikan, baik dari segi pengemasan maupun nilai yang ditawarkan. Salah satu produk pariwisata yang memiliki daya pikat yaitu tradisi suatu daerah. Karena kekhasan sebuah tradisi menjadi ciri yang tidak dapat ditemukan di daerah lain. Kabupaten Wonosobo sebagai salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan pariwisata, saat ini tengah mengembangkan sektor pariwisata dalam bidang budaya masyarakatnya. Salah satu budaya yang menjadi ciri khas Kabupaten Wonosobo dan tidak dapat ditemui di wilayah lain yaitu Upacara Tradisi Ruwatan Rambut Gembel.

Rambut Gembel sendiri yang biasanya diartikan untuk anak kotor atau dapat dikatakan tidak pernah mandi. Lain halnya yang terjadi di Kabupaten Wonosobo, rambut gembel ini justru disakralkan. Hal ini dikarenakan menurut kepercayaan masyarakat Kabupaten Wonosobo, anak yang memiliki rambut

gembel merupakan anak titipan dari leluhur mereka dan harus dispesialkan. Oleh karena itu pemotongan rambut gembel sendiri pun harus dilakukan dengan sebuah acara adat. Acara adat ini akan diakhiri dengan pelarungan potongan rambut gembel. Dimana menurut kepercayaan masyarakat Kabupaten Wonosobo, rambut gembel ini merupakan titipan dari Nyi Roro Kidul dan harus dikembalikan ke laut.

Melihat upacara yang syarat akan makna dan sejarah, maka Pemerintah Daerah Kabupaten Wonosobo khususnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mulai mengemas upacara tersebut menjadi daya tarik pariwisata sekaligus hiburan rakyat. Sehingga dalam Peringatan Hari Jadi Kabupaten Wonosobo setiap tahunnya mengadakan upacara tradisi Ruwatan Rambut Gembel sebagai salah satu kegiatan dalam rangkaian acaranya. Untuk menarik penonton dan wisatawan yang lebih banyak, maka Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo melalui Devisi Promosi secara konsisten melakukan strategi promosi.

Strategi promosi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif antara penjual produk/jasa dengan pelanggan atau pengguna produk/jasa. Dalam proses promosi pariwisata terdapat tiga langkah yang perlu diperhatikan oleh pelaku promosi, langkah tersebut antara lain: perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari kegiatan strategi promosi yang dilakukan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dalam beberapa hal, diantaranya yaitu dalam hal perencanaan strategi promosi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Kabupaten Wonosobo sudah melakukan empat tahapan sesuai dengan strategi promosi pariwisata yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller. Dimana strategi promosi pariwisata berarti perencanaan proses komunikasi untuk merangsang wisatawan agar melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah dengan memanfaatkan alat atau elemen promosi seperti periklanan, penjualan personal, publisitas, maupun berbagai alat promosi lainnya. Empat tahapan yang telah dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo yaitu penetapan tujuan, target sasaran, rancangan pesan, pemilihan sarana media promosi, dan anggaran strategi promosi.

Selanjutnya dalam hal pelaksanaan strategi promosi, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo menggunakan 4 bentuk promosi, sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler & Armstrong (2004). Empat bentuk promosi yang dilakukan yaitu yang pertama melalui *advertising*. Dalam bentuk ini, terdapat dua jenis media promosi yang digunakan, diantaranya melalui media cetak seperti banner, brosur dan pamflet; dan yang lainnya menggunakan media promosi digital misalnya menggunakan facebook, twitter dan instagram. Selanjutnya bentuk promosi yang kedua yaitu, *public relation*. Dimana dari hasil penelitian yang didapatkan, diketahui bahwa pelaksanaan promosi melalui strategi *public relations* ini dilakukan melalui kegiatan bazaar – bazaar pariwisata yang diselenggarakan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah ataupun Kabupaten – Kabupaten lain disekitar Kabupaten Wonosobo. Bentuk promosi yang ketiga yaitu, *words of mouth*. Bentuk promosi ini berkeyakinan bahwa peranan orang sangat penting dalam mempromosikan produk ataupun jasa. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sendiri menggunakan metode promosi ini untuk menyebarluaskan

informasi acara. Cara yang dilakukan yaitu dengan memanfaatkan jalur komunikasi dari mulut ke mulut melalui komunitas – komunitas yang ada di dalam ataupun luar wilayah Wonosobo.

Kemudian bentuk promosi yang terakhir yaitu *direct marketing*. Dimana pemasaran langsung yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah dengan mengundang/mengajak langsung target sasaran untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan, misalnya kepada jajaran Pemerintah Provinsi atau Pemerintah Daerah terdekat lainnya. Selain dari sektor pemerintah, pihak lainnya yang dijadikan target sasaran metode promosi ini adalah pihak swasta.

Tahapan terakhir yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam proses strategi promosi Hari Jadi Kabupaten Wonosobo tahun 2016, khususnya pada upacara tradisi Ruwatan Rambut Gimbal adalah tahapan evaluasi strategi promosi itu sendiri. Evaluasi program bertujuan untuk menanyakan kepada tiap-tiap khalayak sasaran berapa kali mereka melihat pesan, apakah pesan yang disampaikan bisa diingat, informasi apa yang pertama mereka ingat, bagaimana tanggapan mereka terhadap pesan tersebut, dan bagaimana sikap mereka setelah melihat pesan tersebut terhadap suatu produk yang dipromosikan.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi kreatif rutin diselenggarakan dua minggu setelah acara selesai, dan hasil yang diperoleh memang tidak terlalu beda jauh. Dimana belum ada masalah yang berarti yang terjadi selama proses promosi berlangsung atau dengan kata lain dapat dikatakan sudah berhasil. Tetapi bila dilihat melalui teori Evaluasi yang ada, seharusnya Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki indikator

kesuksesan yang dapat digunakan sebagai patokan keberhasilan acara dan pada kenyataannya indicator ini belumlah ada. Selama ini yang menjadi patokan penilaian ada pada sumber dana. Bila dana yang dianggarkan untuk acara dapat menutupi semua kebutuhan, dan seluruh rangkaian acara dapat berjalan dengan baik maka dapat dikatakan acara tersebut sukses.