

Carving Cultural Identity: Enhancing the Branding of Sukarara Tourism Village through Sukarara Songket Carnival

Mengukir Identitas Budaya: Meningkatkan Branding Desa Wisata Sukarara Melalui Sukarara Songket Karnaval

Muhammad Yusril Hamzani Saputra

Departemen Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia

Corresponding E-mail: muhyusrilhamzanisaputra@gmail.com

Abstract: *The Sukarara Songket Carnival is a community service activity (PKM) that serves two primary purposes: first, to promote local businesses and boost the economy of Sukarara tourism village, and second, to showcase the beauty of Songket and local culture in order to attract tourists to the area. This event takes the form of a parade featuring Sukarara's traditional costumes. The impact of the Sukarara Songket Carnival can be seen in its long-lasting effects: the event has become an annual tradition supported by the village government, it has helped to raise awareness and interest in preserving and promoting local culture, and it has increased the number of tourists visiting Sukarara, thereby improving the village's branding on a local, national, and international level.*

Keywords: *Sukarara, tourism village, branding, Songket, carnival*

Abstrak: Karnaval Songket Sukarara merupakan kegiatan layanan masyarakat (PKM) yang memiliki dua tujuan utama: pertama, untuk mempromosikan bisnis lokal dan meningkatkan ekonomi desa pariwisata Sukarara, dan kedua, untuk menampilkan keindahan songket dan budaya lokal guna menarik wisatawan ke daerah tersebut. Acara ini berbentuk parade yang menampilkan kostum tradisional Sukarara. Dampak dari Karnaval Songket Sukarara dapat dilihat dari efek jangka panjangnya: acara ini telah menjadi tradisi tahunan yang didukung oleh pemerintah desa, membantu meningkatkan kesadaran dan minat dalam melestarikan dan mempromosikan budaya lokal, serta meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sukarara, sehingga meningkatkan branding desa di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

Kata Kunci: Sukarara, desa wisata, branding, Songket, Karnaval



1. PENDAHULUAN

Desa Sukarara merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Lombok Tengah. Desa ini terkenal sebagai sentra kerajinan tenun songket di provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), khususnya di Pulau Lombok. Tenun songket merupakan andalan desa Sukarara, karena sebagian besar perempuan di desa tersebut bermata pencaharian sebagai petani dan penenun songket. Desa Sukarara juga merupakan salah satu desa penunjang pariwisata di Nusa Tenggara Barat, khususnya di Pulau Lombok (Ardhana Putra et al., 2019). Namun dalam mengembangkan pariwisata Desa Sukarara diperlukan upaya *branding* yang lebih kuat untuk menarik wisatawan.

Salah satu upaya *branding* desa Sukarara adalah dengan mengadakan acara Karnaval Songket Sukarara. Acara ini bertujuan untuk memperkenalkan seni dan budaya daerah, menampilkan keindahan songket Sukarara, serta meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan akan pentingnya melestarikan seni dan kerajinan tradisional agar dapat terus dinikmati dan diwariskan ke masa depan. generasi masyarakat Sukarara (Sofyan dkk. 2019).

Meskipun Desa Wisata Sukarara bukan satu-satunya penghasil tenun songket di Pulau Lombok, namun merupakan yang terbesar dibandingkan desa lain seperti Sade dan Pringgasela (Suriyati, 2019).

Meskipun potensi Desa Wisata Sukarara dalam industri songket sangat besar, upaya *branding* dalam pemasaran masih sangat minim. Ini karena kurangnya sumber daya yang memadai untuk memasarkan secara efektif melalui media sosial atau platform *e-commerce*.

Melalui kegiatan Karnaval Songket Sukarara diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata di Desa Sukarara, mengembangkan pasar wisata, dan menciptakan *icon* yang kuat bagi Desa Wisata Sukarara. Selain itu, acara ini juga dapat menjadi ajang promosi dan *branding* produk songket Sukarara di tingkat lokal, nasional, dan internasional karena *branding* bertujuan untuk menunjukkan identitas, dan identitas Desa Wisata Sukarara adalah Tenun Songket (Michandani & Arida, 2019). *Branding* tenun songket dapat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan wisatawan yang ingin berkunjung ke desa wisata Sukarara (Sofyan, dkk., 2019).

Untuk mengembangkan potensi wisata Desa Wisata Sukarara, pemerintah dan masyarakat setempat dapat berkolaborasi dalam upaya *branding*, seperti menyelenggarakan kegiatan-kegiatan menarik seperti Karnaval Songket Sukarara, dengan harapan dapat meningkatkan popularitas Desa Wisata Sukarara dan menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat. masyarakat setempat.

Beberapa penelitian terkait *branding* Desa Wisata Sukarara melalui kegiatan Karnaval Songket Sukarara telah dilakukan sebelumnya. Penelitian oleh Anindyo et al. (2020) tentang *City Branding* Kecamatan Poncokusumo Sebagai Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Malang. Penelitian oleh Rahmat et al. (2021) tentang *Branding* Acara Budaya Perang Tomat di Desa Cikidang Sebagai Destinasi Wisata Berkelanjutan Melalui Strategi Media Komunikasi. Penelitian Aesthetika (2012) tentang Strategi Promosi Pariwisata Pulau Bawean melalui Event Festival Molad Bawean.

Berdasarkan kajian tersebut, tim PKM STP Mataram telah mengembangkan program *branding* Desa Wisata Sukarara melalui Sukarara Songket Karnaval, dengan tujuan untuk mempromosikan usaha lokal dan meningkatkan perekonomian desa secara keseluruhan. Program ini juga bertujuan untuk menampilkan keindahan songket tradisional Sukarara dan budaya lokal, untuk menarik wisatawan dan mendorong mereka untuk mengunjungi desa tersebut. Program *branding* tersebut meliputi berbagai kegiatan seperti *fashion show* yang menampilkan kain songket, pagelaran budaya, dan *workshop* tenun songket. Tim PKM STP Mataram telah berkolaborasi dengan pemangku kepentingan setempat, termasuk pemerintah desa dan penenun songket, untuk memastikan keberhasilan program tersebut. Tujuan akhir dari program *branding* ini adalah menjadikan Sukarara sebagai destinasi yang wajib dikunjungi bagi mereka yang mencari sekilas kekayaan warisan budaya Lombok dan untuk mempromosikan keberlanjutan industri pariwisata desa tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Karnaval merupakan salah satu kegiatan budaya yang memiliki banyak manfaat bagi objek wisata. Menurut Bieger dan Wittmer (2006), karnaval dapat meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain itu, menurut Lin dan Lee (2012), karnaval dapat meningkatkan citra dan *branding* objek wisata serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang budaya lokal.

Karnaval memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata. Menurut [Annahagarna \(2018\)](#), karnaval dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang ke objek wisata tersebut. Wisatawan dapat menikmati pertunjukan karnaval yang menarik dan meriah serta berpartisipasi dalam acara tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh [Bieger dan Wittmer \(2006\)](#), dihasilkan bahwa karnaval dapat meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata dan menjadi daya tarik bagi wisatawan.

Selain meningkatkan jumlah pengunjung, karnaval juga dapat meningkatkan daya tarik objek wisata. Menurut [Sharpley dan Stone \(2009\)](#), karnaval dapat menjadi ciri khas dari suatu objek wisata. Kostum-kostum yang dikenakan pada karnaval dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh [Lin dan Lee \(2012\)](#), dihasilkan bahwa karnaval dapat menjadi ciri khas dan daya tarik objek wisata.

Karnaval juga dapat meningkatkan citra dan *branding* objek wisata. Menurut [Lin dan Lee \(2012\)](#), karnaval dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan citra dan *branding* objek wisata. Dalam penelitian yang dilakukan oleh [Sharpley dan Stone \(2009\)](#), dihasilkan bahwa karnaval dapat meningkatkan citra dan *branding* objek wisata serta memperkenalkan objek wisata kepada masyarakat luas.

Selain itu, karnaval juga dapat meningkatkan ekonomi lokal. Menurut [Hou et al. \(2016\)](#), karnaval dapat menjadi sumber penghasilan bagi pelaku usaha lokal. Dalam karnaval, terdapat banyak penjual makanan, suvenir, dan produk lokal lainnya yang dapat meningkatkan pendapatan para pelaku usaha lokal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh [Sharpley dan Stone \(2009\)](#), dihasilkan bahwa karnaval dapat meningkatkan ekonomi lokal melalui peningkatan jumlah pengunjung objek wisata.

Terakhir, karnaval dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap budaya lokal. Menurut [Kusmayadi \(2016\)](#), karnaval dapat menjadi salah satu cara untuk menjaga kelestarian budaya lokal. Dalam karnaval, terdapat banyak kegiatan yang menampilkan budaya lokal, seperti tarian, musik, dan pakaian adat. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap budaya lokal dan menjaga kelestariannya.

Dalam rangka mengoptimalkan manfaat karnaval terhadap objek wisata, perlu dilakukan persiapan yang matang dan terkoordinasi dengan baik oleh pihak terkait, seperti pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat setempat. Pemerintah dapat memfasilitasi persiapan karnaval dengan memberikan dukungan dan pengawasan terhadap pelaksanaan karnaval, serta mengatur perizinan dan keamanan selama acara berlangsung. Pelaku usaha dapat mempersiapkan produk dan jasa yang berkaitan dengan karnaval, seperti penjualan makanan, minuman, atau suvenir. Sedangkan masyarakat setempat dapat berperan dalam mempromosikan karnaval dan mengambil bagian dalam persiapan acara, seperti mempersiapkan kostum atau menjadi relawan selama acara berlangsung.

Selain persiapan yang matang, promosi juga merupakan faktor penting dalam mengoptimalkan manfaat karnaval terhadap objek wisata. Promosi yang tepat dapat menjangkau target audien dengan efektif, sehingga dapat meningkatkan minat dan antusiasme wisatawan untuk datang ke objek wisata tersebut. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, brosur, spanduk, iklan televisi atau radio, atau dengan melibatkan *influencer* atau selebriti sebagai duta promosi.

Dalam hal ini, peran teknologi dan digital *marketing* juga sangat penting. Penggunaan teknologi dan digital *marketing* dapat mempermudah promosi dan menjangkau target audien dengan efektif, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata yang diharapkan. Selain itu, teknologi dan digital *marketing* juga dapat meningkatkan pengalaman

wisatawan selama acara berlangsung, seperti dengan menyediakan aplikasi *mobile* atau *website* yang memberikan informasi terkait acara karnaval, peta lokasi, atau jadwal acara.

Dalam kesimpulannya, karnaval memiliki manfaat yang besar dalam meningkatkan jumlah pengunjung, daya tarik, citra dan *branding* objek wisata, ekonomi lokal, dan kesadaran masyarakat terhadap budaya lokal. Dalam rangka mengoptimalkan manfaat karnaval terhadap objek wisata, perlu dilakukan persiapan yang matang dan terkoordinasi dengan baik oleh pihak terkait, serta promosi yang tepat dengan memanfaatkan teknologi dan digital *marketing*.

3. METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh tim STP Mataram bertujuan untuk membantu mengembangkan Desa Wisata Sukarara melalui kegiatan Sukarara Songket Karnaval yang mengangkat kekayaan budaya tenun songket Sukarara. Metode yang digunakan adalah partisipatif dan melibatkan masyarakat setempat dalam setiap tahapannya, yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan.

Dalam tahap perencanaan, tim bekerja sama dengan Pokdarwis, para kepala dusun, dan perangkat Desa Wisata Sukarara untuk memahami potensi yang ada dan merencanakan kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Kemudian dalam tahap pelaksanaan dilakukan parade atau kostum pawai adat Sukarara yang melibatkan lebih kurang seribu peserta dari berbagai usia, yang dipandu oleh tim PKM dan diikuti oleh masyarakat setempat.

Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, tim melakukan evaluasi dan membuat laporan yang mencakup hasil evaluasi kegiatan, dampak yang terjadi, serta saran dan rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya.

Dengan metode ini, diharapkan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan dapat meningkatkan keberhasilan pengabdian dan memberikan dampak positif bagi pengembangan Desa Wisata Sukarara.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Event Sukarara Songket Karnaval

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM STP Mataram di Desa Wisata Sukarara dilaksanakan mulai dari tanggal 24 Oktober sampai 24 Desember tahun 2022. Kegiatan Sukarara Songket Karnaval dilaksanakan pada hari Minggu, 18 Desember 2022. Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim

PKM STP Mataram selaku panitia melakukan persiapan dengan sebaik-baiknya. Persiapan dilakukan jauh hari sebelum kegiatan dilaksanakan. Beberapa hal yang panitia persiapkan antara lain menentukan tema, menentukan lokasi acara, mendapatkan izin dari pihak berwenang, memastikan keamanan dan keselamatan, serta menyediakan perlengkapan dan peralatan untuk acara.

Acara Sukarara songket karnaval bertema “Cinta Budaya Lestarkan dengan Karya”, lokasi acara berada di jalan Tenun Sukarara. Panitia sudah mendapatkan izin dari pemerintah desa Sukarara, keamanan dari Polsek Jonggat dan Badan Keamanan Desa (BKD). Setelah semua persiapan matang, panitia membuka pendaftaran. Peserta yang ingin mengikuti karnaval harus mendaftar terlebih dahulu. Pendaftaran bisa dilakukan melalui kepala dusun masing-masing atau langsung ke panitia. Jumlah anggota masing-masing kelompok minimal 50 orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan. Setelah mendaftar, peserta akan mendapatkan nomor urut.

Pelaksanaan acara Sukarara Songket Karnaval dimulai pukul 13.00 Wita sampai selesai pada hari Minggu, 18 Desember 2022, sesuai jadwal yang telah ditentukan oleh panitia. Jumlah peserta yang ikut adalah sepuluh kelompok dengan jumlah anggota masing-masing kelompok seratus orang, dua kali lipat dari jumlah minimal yang ditetapkan panitia. Jadi, yang mengikuti acara ini lebih kurang seribu orang. Peserta berjalan dari Balai Kesenian Desa Wisata Sukarara sebagai titik start kemudian melakukan karnaval atau parade dengan menggunakan pakaian adat Sasak (Songket Sukarara) di Jalan Tenun Sukarara, kemudian kembali ke Balai Kesenian sebagai tempat *finish*. Selama acara berlangsung, peserta dinilai oleh juri yang terdiri dari ahli bidang busana dan kebudayaan.



Gambar 2. Pelaksanaan Event Sukarara Songket Karnaval
Sumber: Dokumentasi Tim PKM STPM

Setelah penilaian selesai dilakukan oleh juri, acara dilanjutkan dengan pengumuman pemenang juara satu, dua, dan tiga. Pengumuman pemenang atau juara sekaligus menutup acara Sukarara songket karnaval. Panitia melakukan evaluasi, hasil evaluasinya adalah sebagai berikut:

Pertama, kegiatan ini berjalan dengan sukses sehingga akan dijadikan sebagai *event* tahunan yang akan dilaksanakan oleh pemerintah desa dan bisa meningkatkan *branding* (popularitas) Desa Wisata Sukarara. Kedua, kesadaran masyarakat desa Sukarara untuk

terus melestarikan dan mempromosikan budaya lokalnya. Ketiga, kegiatan ini bisa meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Wisata Sukarara. Keempat, biaya pelaksanaan yang masih minim dan kekurangan personil untuk mengatur acara. Tim PKM STP Mataram kesulitan mendapatkan dana sehingga harus bekerja keras untuk mendapatkan dana baik dari instansi maupun luar instansi. Selain itu, Pokdarwis yang pasif juga berimbas pada kegiatan ini, terutama minimnya personil di lapangan pada saat acara. Kelima, sampah berserakan dimana-mana.

5. KESIMPULAN

Dari hasil pengabdian di atas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan PKM memang memiliki potensi besar untuk memberikan dampak positif pada masyarakat yang menjadi sasarannya. Selain memberikan manfaat bagi masyarakat, kegiatan PKM juga dapat memberikan pengalaman berharga bagi tim sebagai agen perubahan yang aktif dalam membangun dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat di sekitarnya.

Kegiatan PKM yang dilakukan oleh tim STP Mataram di Desa Wisata Sukarara telah memberikan banyak manfaat bagi masyarakat setempat. Dari segi kebudayaan, kegiatan Sukarara songket karnaval yang diselenggarakan oleh panitia telah memberikan apresiasi yang tinggi pada budaya lokal masyarakat Sasak. Selain itu, kegiatan tersebut juga berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat desa Sukarara untuk terus mempromosikan dan melestarikan budaya lokalnya.

Dari segi ekonomi, kegiatan PKM di Desa Wisata Sukarara juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di Desa Sukarara setelah diselenggarakannya kegiatan Sukarara Songket Karnaval. Meningkatnya kunjungan wisatawan di Desa Sukarara tentunya akan membawa dampak positif pada perekonomian masyarakat setempat.

Namun demikian, terdapat juga beberapa kendala yang dihadapi oleh tim dalam melaksanakan kegiatan PKM tersebut. Kendala yang paling terasa adalah minimnya dana dan personil untuk mengatur acara. Hal ini memaksa tim untuk bekerja keras dalam mencari dana baik dari instansi maupun luar instansi agar kegiatan Sukarara Songket Karnaval dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, minimnya Pokdarwis yang terlibat menjadi kendala bagi kegiatan.

Oleh karena itu, perlu adanya koordinasi yang baik antara pemerintah desa, Pokdarwis, dan tim PKM dalam mengelola kegiatan-kegiatan di Desa Wisata Sukarara. Dalam hal ini, perlu juga adanya dukungan dan peran aktif dari pemerintah dalam memberikan pendanaan dan fasilitas yang memadai untuk mengoptimalkan potensi wisata Desa Sukarara. Dengan demikian, kegiatan-kegiatan di Desa Wisata Sukarara akan dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat setempat.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Aesthetika, N. M. (2012). Strategi Promosi Wisata Pulau Bawean melalui Event Festival Molad Bawean. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Ahmed, A. (2017). The role of cultural events in tourism development: A case study of the Dubai Shopping Festival. *International Journal of Tourism Cities*, 3(4), 383-398.

- Andryani, D. (2019). Efektivitas festival sebagai media promosi pariwisata di Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2), 116-126.
- Anindyo, S. A., Khairina, H., Indraprista, A. P., & Francisca, S. C. (2020). City Branding Kecamatan Poncokusumo Sebagai Kawasan Desa Wisata Di Kabupaten Malang. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(1), 99-107. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i1.286>
- Ardhana Putra, I. N. N., Bisma, I. D. G., Andilolo, I. R., & Mandra, I. G. (2019). Peningkatan Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam Mendukung Pengembangan Tenun Di Desa Sukarara. *Abdi Insani*, 6(3), 422-431. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i3.283>
- Arnone, M., & Leon, J. A. (2018). Carnival, culture and tourism: Reflections on the Rio de Janeiro experience. In *Carnival, culture and tourism* (pp. 15-33). Channel View Publications.
- Ashley, C., & Roe, D. (2002). Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor: A review of experience. Overseas Development Institute.
- Eka Sita Michandani, I. N. S. A. (2019). Perancangan Destination Branding Desa Wisata Kerta di Kecamatan Payangan penentuan informan yang dipakai yakni metode Purposive sampling . Dimana Purposive Sampling itu sendiri merupakan. 7(1), 111-117.
- Hall, C. M., Timothy, D. J., & Duval, D. T. (2012). *Safety and security in tourism: relationships, management, and marketing*. Routledge.
- Hinch, T., & Jackson, M. (2012). Theoretical perspectives on festivals: Advances in research. *Event Management*, 16(1), 3-11.
- Jamaludin, A. N., & Mohd, N. M. (2016). The role of event tourism in cultural tourism development in Malaysia. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 8(1), 1-12.
- Khan, M. M., & Rahman, M. M. (2017). Cultural event as a tool of tourism development: A case study on Dhaka International Folk Fest in Bangladesh. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(3), 29-36.
- Rahmat, A., Novianti, E., Lies, U., & Khadijah, S. (2021). Branding Event Budaya Perang Tomat Di Desa Berkelanjutan Melalui Strategi Media. *Jurnal Heritage*, 9(1), 149-161.
- Sofyan, A. N., Sofianto, K., Sutirman, M., D. S. (2019). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.
- Suriyati, S. (2019). Desain Perancangan E-Commerce Kain Tenun Lombok Desa Sukarara Lombok Tengah. *To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 36. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v2i2.241>
- Uysal, M., Perdue, R. R., & Sirgy, M. J. (Eds.). (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*. Springer Science & Business Media.
- Wang, D., Li, X., & Hu, W. (2019). Exploring the influence of a local carnival on residents' place attachment: The case of a rural village in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 62-73.