

BRANDING SUMBA BARAT MELALUI MEDIA INTERAKTIF BERBASIS KEARIFAN LOKAL BUDAYA PASOLA UNTUK PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN INI

PRAMUSUARI INTANIA WENYI DJAHA; RINI DARMASTUTI

Universitas Kristen Satya Wacana

Email: intandjaha@gmail.com; rini.darmastuti@uksw.edu

Abstract:

Indonesia is a country that is rich in culture and has values and philosophies of life-based on local wisdom of that culture. One of the cultural treasures of Indonesian society is Pasola culture which is owned by the people of West Sumba. By using qualitative research methods and ethnographic approaches, this study aims to analyze and give understanding to millennials about the meaning and message of Pasola, and to make the outside community interested in Pasola. The results of this study are first, Pasola is an ancestral tradition in the form of rituals to bring blessings, soil fertility and improve relations between kabisu / ethnic groups. Second, the values taught through local wisdom Pasola become the identity of the West Sumba community and become a brand in the development of regional tourism. Third, Branding West Sumba tourism can be done by using interactive media based on local wisdom of Pasola.

Keywords: Culture, Pasola, Brand, West Sumba, Tourism Development.

A. PENDAHULUAN

Indonesia terkenal sebagai negara yang memiliki kekayaan alam serta keanekaragaman suku dan budaya. Budaya di Indonesia sangat beragam mulai dari Sabang sampai Merauke. Menurut *Rough Guides* dalam *good news from indonesia*, Indonesia tercatat menduduki peringkat ke-6 sebagai negara terindah¹. Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan budaya yang luar biasa adalah Sumba. Sumba

¹ Di kutip dari karya tulis Vita Ayu Anggraeni, *Good News From Indonesia*, Sumber <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/01/31/peringkat-negara-terindah-di-dunia-versi-rough-guides> (Diakses pada tanggal 16 Desember 2019).

memiliki tradisi yang merupakan peninggalan nenek moyang, salah satunya adalah ritual dan atraksi Pasola.

Berdasarkan cerita dalam sejarah, ritual dan atraksi Pasola berawal dari kisah cinta antara Rabu Kaba dan suaminya Umbu Dulla yang merupakan pemimpin dari kampung Waiwuang. Pada suatu hari Umbu Dulla dan beberapa rekannya melakukan perjalanan dari kampung Waiwuang untuk mencari kebutuhan hidup keluarga dan masyarakat kampung. Seiring berjalannya waktu, karena Umbu Dulla lama tidak kembali, warga berpikir bahwa para pemimpin tersebut telah meninggal. Setelah perkabungan Rabu Kaba bertemu dan jatuh cinta dengan pemuda yang berasal dari kampung Kodi yaitu Ubu Raya. Kisah cinta mereka ternyata tidak disetujui oleh pihak keluarga sehingga mereka berdua memutuskan untuk kawin lari. Beberapa saat kemudian Umbu Dulla dan rekan balik ke kampung halaman mereka, Umbu Dulla mengutus Juru Bicara untuk berdiskusi dengan pihak Ubu Raya dengan tujuan agar Rabu Kaba dikembalikan. Akan tetapi Rabu Kaba sendiri tidak bisa meninggalkan Ubu Raya. Juru Bicara Umbu Dulla akhirnya meminta pertanggungjawaban dari Ubu Raya dengan meminta untuk mengembalikan belis yang telah diberikan Umbu Dulla. Untuk menghibur masyarakat kampung Waiwuang dan Umbu Dulla, kemudian dibuatkan kegiatan adat Nyale dan dilanjutkan dengan Pasola.

Dalam perkembangannya, masyarakat Sumba yang masih menganut kepercayaan Marapu (kepercayaan asli Sumba) melakukan tradisi Pasola ini setiap tahun. Ritual yang dilakukan dalam tradisi Pasola adalah permainan antara dua kelompok pemuda dari masing-masing *kabisu/suku* dengan melakukan permainan lempar lembing. Permainan lempar lembing atau lempar tombak ini dilakukan pada saat dua kelompok pemuda sedang menunggangi kuda yang sedang dipacu kencang. Kedua kelompok tersebut kemudian saling melempar tombak atau lembing pada lawan kelompok. Dalam permainan ini jika terdapat pemuda yang terkena tombak atau lembing dan mengeluarkan darah, maka darah tersebut dianggap akan memberikan kesuburan pada tanah dan akan memberikan kesuksesan pada proses panen. Jika pada saat tradisi Pasola

dilakukan dan ada yang meninggal, Kejadian ini sebagai pertanda bahwa orang tersebut sudah melakukan kesalahan yang membuat nenek moyang atau leluhur marah. Sebelum dilaksanakan Pasola biasa akan diadakan pelaksanaan Ritual Nyale (cacing laut) atau *madidi Nyale*. Ritual *Nyale* dilakukan oleh para rato atau tetua adat, tujuan dari ritual *Nyale* adalah sebagai indikator penentu keberhasilan panen masyarakat Sumba Barat. *Nyale* yang banyak dan panjang tanpa ada cacat menandakan hasil panen akan berhasil dan melimpah jika *Nyale* yang didapat cacat menandakan hasil panen akan gagal. (Mawu Happu, 2019)².

Pasola merupakan warisan nenek moyang yang kaya akan nilai-nilai dan diajarkan secara turun-temurun dengan menggunakan simbol-simbol yang sarat dengan makna. Simbol-simbol yang sarat dengan makna, merupakan kearifan lokal yang diajarkan oleh nenek moyang kepada generasi berikutnya. Kearifan lokal yang dimiliki dari ritual dan atraksi Pasola, merupakan identitas diri masyarakat Sumba Barat yang dapat digunakan sebagai *brand* untuk pengembangan pariwisata di daerah ini. Hal ini bisa dilihat dari data statistik Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sumba Barat, ketika dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten Sumba Barat ini mengadakan event Pasola. Event Pasola pada tanggal 26 Mei 2019 yang lalu, ternyata menarik perhatian masyarakat. Hal ini terbukti dengan jumlah pengunjung yang menyaksikan kegiatan Pasola, khususnya Pasola Wanukaka ini sebanyak 21.594 orang. Fenomena ini menunjukkan bahwa Pasola merupakan tradisi masyarakat Sumba Barat yang menarik banyak wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal. Artinya, ritual dan atraksi Pasola menjadi peluang untuk meningkatkan pengembangan pariwisata di Sumba Barat. Peluang pengembangan pariwisata di Sumba Barat ini juga didukung dengan kondisi lingkungan dan geografis Sumba Barat, dengan pemandangan yang sangat indah.

Pariwisata Sumba Barat dikategorikan menjadi tiga bagian yaitu pariwisata alam, pariwisata kuliner, dan pariwisata budaya. Dari ketiga kategori tersebut memiliki

² Hasil wawancara dengan tetua adat kampung Weigalli, Wanukaka yaitu bapak Mawu Happu pada tanggal 12 Juli 2019 pukul 12:48 WIT.

keunikannya masing-masing, seperti pariwisata alam Sumba dengan keindahan pantai, air terjun dan cagar alam dan pariwisata kuliner yang meliputi kegiatan kuliner dengan menyajikan masakan tradisional Sumba Barat serta pariwisata budaya Sumba seperti kegiatan-kegiatan yang meliputi upacara ritual adat, Wulla Poddu, dan Pasola. Berdasarkan latar belakang ini, Pasola sebagai identitas dari masyarakat Sumba Barat dapat digunakan sebagai *branding* untuk pengembangan pariwisata Sumba. Peluang lain untuk pengembangan pariwisata Sumba Barat dengan berbasiskan pada kearifan lokal ritual dan atraksi Pasola adalah adanya perkembangan Teknologi yang sangat cepat. Di era 4.0 teknologi mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan setiap individu. Pada era ini, hampir semua orang menggunakan teknologi untuk membangun jejaring antara individu yang satu dengan individu lainnya dalam waktu yang sangat cepat. Ruang dan waktu tidak lagi menjadi halangan bagi setiap orang untuk berinteraksi. Dalam hitungan detik, seorang individu dapat membangun interaksi dengan individu lainnya dari belahan dunia lainnya. Fenomena ini menjadi keuntungan dan peluang bagi pengembangan pariwisata di Sumba Barat. Berdasarkan latar belakang pemikiran ini, maka yang menjadi fokus dari tulisan ini adalah, “*Bagaimana branding Sumba Barat melalui media interaktif dengan berbasis kearifan lokal ritual dan atraksi Pasola untuk pengembangan Pariwisata di kabupaten ini?*”

Tulisan ini ditulis dengan berdasarkan hasil penelitian untuk mendeskripsikan dan menganalisa makna dan pesan dari ritual dan atraksi Pasola memberikan pemahaman pada generasi milenial tentang makna dan pesan Pasola, serta membuat masyarakat luar tertarik dengan budaya ini. Melalui pesan persuasi yang terbentuk di masyarakat, akan berdampak pada pengembangan pariwisata di daerah ini. *Branding* pariwisata di Sumba Barat akan dibangun dengan menggunakan media interaktif dengan berbasiskan pada identitas masyarakat Sumba Barat yang terbentuk melalui kearifan lokal dalam ritual dan atraksi Pasola.

Tujuan dari tulisan ini adalah untuk mendeskripsikan makna Kearifan Lokal ritual dan atraksi Pasola dan strategi untuk mempertahankan Pasola, mengkonstruksi identitas

ritual dan atraksi Pasola sebagai *brand* dalam mengembangkan pariwisata Sumba Barat. Tujuan berikutnya adalah mendiskripsikan *branding* pariwisata Sumba Barat dapat dilakukan dengan menggunakan media interaktif berbasis kearifan lokal ritual dan atraksi Pasola.

B. METODE PENELITIAN

Tulisan ini didasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi. Menurut Auerbach and Silverstein (2003) “*Qualitative research is research that involves analyzing and interpreting texts and interviews in order to discover meaningful patterns descriptive of a particular phenomenon*” Dalam pandangan Auerbach dan Silverstein, analisis dan interpretasi teks serta wawancara mendalam mempunyai peran yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, untuk menemukan pola bermakna yang menggambarkan fenomena tertentu. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi teks dan hasil interview dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena (dalam Sugiyono, 2017). Pengumpulan data dilakukan dengan

Penelitian ini dilakukan di kabupaten Sumba Barat, pada bulan Juni 2019 hingga bulan November 2019. *Key person* dalam penelitian ini adalah ketua adat dari kampung Weigalli, Wanukaka-Sumba Barat, bapak Mawu Happu, Kepala Bidang Pemasaran dan Penyuluhan Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sumba Barat Bapak Domingus Mesa, dan ketua etnis Sumba di Universitas Kristen Satya Wacana yang berasal Sumba Barat yaitu Masen Sobang.

Uji validitas dan reliabilitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan triangulasi data. Menurut Denzin triangulasi data dilakukan jika peneliti menggunakan beragam sumber data, seperti mengumpulkan data dari kelompok, lokasi/latar, atau waktu yang berbeda-beda (dalam Daymon & Holloway, 2007).

C. PEMBAHASAN

Kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu masyarakat merupakan kekayaan budaya yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. Kearifan lokal suatu masyarakat terbentuk melalui beberapa cara. (Nababan, 1995) mengatakan, kearifan lokal suatu masyarakat dapat terbentuk dari suatu proses panjang pada sistem hubungan antara manusia dengan komunitas sebagai akibat adanya hubungan antara masyarakat tradisional dengan ekosistem lingkungan di sekitarnya. Interaksi yang terjadi antara masyarakat tradisional dengan ekosistem lingkungan dalam kehidupan sehari-hari, tanpa disadari membangun kesadaran masyarakat tentang kearifan untuk merespon hal-hal yang terjadi dengan lingkungan sekitarnya.

Interaksi antara masyarakat tradisional dengan ekosistem ini juga terjadi dalam kehidupan masyarakat Sumba Barat. Melalui interaksi ini, muncul beberapa tradisi dalam budaya masyarakat Sumba Barat, yang teraplikasi dalam ritual dan atraksi. Salah satunya adalah ritual dan atraksi Pasola merupakan salah satu tradisi masyarakat Sumba Barat, yang tercipta sebagai hasil interaksi antara masyarakat tradisional dengan ekosistem dan lingkungan dimana mereka hidup. Sebagai petani, masyarakat Sumba Barat memiliki ketergantungan yang sangat tinggi dengan ekosistem dan alam serta lingkungan yang ada di sekitar mereka. Interaksi yang terjadi dengan alam dalam kehidupan sehari-hari, mengajarkan banyak hal tentang nilai-nilai serta kearifan lokal yang terkait dengan pertanian maupun hal-hal yang terkait dengan kehidupan mereka.

Beberapa nilai yang diajarkan dari interaksi mereka dengan alam adalah bagaimana mereka harus tetap menjaga alam, karena mereka memiliki ketergantungan yang sangat tinggi dengan alam. Ketergantungan yang sangat tinggi dengan alam ini terjadi karena alam yang akan menentukan hasil panen mereka. Oleh karena itu, sebagai wujud ucapan syukur karena alam sudah memberikan banyak hal dalam kehidupan mereka, mereka mengadakan upacara ucapan syukur melalui tradisi Pasola. Pasola merupakan rangkaian kegiatan yang menggambarkan rasa syukur atas hasil panen yang telah diperoleh (Goodlife & Konda, 2018). Dalam kehidupan masyarakat Sumba Barat, sampai saat ini Pasola dilakukan secara turun temurun satu kali dalam setahun. Tradisi

Pasola merupakan kekayaan budaya Masyarakat Sumba Barat yang sarat dengan makna dan pesan, melalui simbol-simbol yang digunakan dalam ritual dan atraksi Pasola.

Makna ritual dan atraksi Pasola dan strategi mempertahankan Pasola

Herbert Blumer melalui teori Interaksi Simbolik yang dia gagas, mengatakan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka (dalam Soeprpto, 2002) Mengacu dari pendapat Blumer, apa yang dilakukan oleh masyarakat tradisional di Sumba Barat ini juga didasarkan pada makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka, termasuk dalam kegiatan Pasola. Ritual yang dilakukan dalam tradisi Pasola serta pemikiran dan tindakan yang dilakukan oleh masyarakat Sumba Barat dalam tradisi Pasola, sangat dipengaruhi oleh makna-makna yang terkandung dalam tradisi Pasola ini.

Berdasarkan arti kata, Pasola berasal dari kata “Pa” yang berarti permainan dan “sola” atau “hola” yang memiliki arti tombak atau lembing. Tombak atau lembing ini biasanya terbuat dari kayu dengan memiliki ujung yang tumpul. Jadi secara harafiah Pasola berarti permainan tombak atau lembing yang dilakukan sambil menunggangi kuda (Bamualim, 2013). Seperti yang ditampilkan pada gambar 1.1 dimana para pria Sumba menunggangi kuda sambil memegang lembing yang akan di lempar pada lawan.



(Gambar 1)

Sumber foto : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Sumba Barat.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni (Sulasman & Gumilar, 2013). Ritual dan atraksi Pasola merupakan budaya turun menurun dari nenek moyang masyarakat Sumba yang memiliki kepercayaan Marapu. Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber MS dalam wawancara mendalam pada tanggal 29 November 2019,

“Makna kegiatan Pasola bagi generasi saat ini adalah kegiatan yang merupakan peninggalan leluhur dan patut untuk dijaga dan dilestarikan oleh generasi milenial”.

Melestarikan ritual dan atraksi Pasola dan mengajarkan kepada generasi berikutnya bukanlah hal yang mudah. Apalagi pada generasi milenial ini, terpaan informasi yang berasal dari berbagai sumber informasi dengan mudah mereka dapatkan. Padahal disisi yang lain, tradisi Pasola dapat digunakan sebagai ikon untuk

mengembangkan pariwisata di Sumba Barat Hasil wawancara mendalam dengan narasumber DM mengatakan :

“Pasola itu dimulai dari generasi saat ini bagaimana dari keinginan mereka sendiri dan kesadaran dari generasi milenial terhadap budaya yang mereka miliki. Akan tetapi dengan kondisi saat ini generasi milenial menjadi lupa dengan budaya asli mereka dari lembaga tentunya harus menjadi wadah dan pendorong bagi generasi untuk sadar akan budaya yang mereka miliki”.

Hal ini dapat dilihat dari tulisan Muljadi A. J yang menyatakan bahwa kepariwisataan Indonesia berorientasi dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Dengan kata lain, kekuatan inti pariwisata Indonesia berada di tangan rakyat yang sering disebut dengan *Community Based Tourism Development* atau pembangunan kepariwisataan berbasis masyarakat (Muljadi, 2012). Pernyataan ini menjadi acuan bahwa potensi pariwisata yang dimiliki oleh masing-masing daerah akan bertahan jika masyarakat menjadi kekuatan dalam menjaga dan melestarikan pariwisata itu. Berdasarkan pemahaman ini, maka pemerintah Sumba Barat terus berusaha melibatkan generasi muda dalam setiap ritual Pasola yang dilakukan. Hal ini seperti yang dikatakan oleh MH, salah satu narasumber dalam penelitian ini.

Ada beberapa cara yang dilakukan untuk melestarikan tradisi Pasola, mempertahankan ritual dan atraksi Pasola supaya tetap dilaksanakan hingga cucu cece. Dalam wawancara mendalam pada tanggal 13 September 2019, MH mengatakan, untuk adalah :

“Setiap kabisu/suku/klan memiliki kewajiban untuk dapat menyiapkan 2-3 orang untuk tetap menjaga dan melestarikan kegiatan Pasola dikarenakan Pasola merupakan sumpah dari nenek moyang yang harus dan wajib dilaksanakan”.

Terkait dengan pelestarian tradisi Pasola dan strategi untuk mempertahankan Pasola ini, DM (narasumber lain dalam penelitian ini) mengatakan,

“Pasola harus dijaga dan dilertarikan dengan langkah dari lembaga Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sumba Barat harus dapat menjadi wadah bagi generasi milenial dengan program-program berdasarkan selera atau style kekinian yang dapat menciptakan rasa cinta budaya oleh generasi milenial terhadap budaya sendiri”.

Berdasarkan hasil wawancara ini, ada beberapa strategi yang digunakan untuk melestarikan tradisi Pasola, yang berbeda antara daerah yang satu dengan daerah

lainnya, atau antara masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya. Hal ini bisa dilihat dari langkah yang dilakukan MH dengan mewajibkan setiap *kabisu*/suku untuk menyediakan 2-3 generasi untuk menjaga dan melestarikan ritual dan adat Pasola. Berbeda dengan MH, narasumber DM menggunakan strategi dengan menyediakan program-program yang berhubungan dengan Pasola akan tetapi dibuat dengan konsep modern dan narasumber MS menggunakan cara dengan mendoktrin generasi milenial lainnya agar mau menjaga dan melestarikan ritual dan adat Pasola.

Dalam buku Kebudayaan Sumba Barat, Pasola merupakan kegiatan tradisi leluhur yang dibuat karena adanya tragedi cinta segi tiga antara Rabu Kabba, Ubu Dulla dan Ubu Raya (Bamualim, 2013). ritual dan atraksi Pasola merupakan tradisi dari nenek moyang masyarakat Sumba Barat yang memiliki kepercayaan Marapu.

Sebagai peninggalan nenek moyang, sampai saat ini tradisi Pasola masih dilaksanakan oleh generasi-generasi penerus yang ada di Sumba Barat. Menurut MH, salah satu narasumber dalam penelitian ini,

“Pasola adalah ritul dan atraksi yang telah disumpah nenek moyang bagi generasi dan harus dijaga dan dilestarikan karena dari Pasola tidak hanya sekedar ritual dan adat, ada hal yang bisa dipelajari dan didapat dari ritual dan adat Pasola seperti pada saat atraksi berlangsung jika ada terkena tombak maka darah tersebut dapat mendatangkan berkat dan kesuburan pada tanah”. (Hasil wawancara mendalam pada tanggal 13 September 2019)

Ada dua hal penting yang bisa kita dapatkan dari pernyataan bapak MH, yaitu pertama, ada seruan dari nenek moyang untuk tetap menjaga dan melestarikan ritual dan atraksi Pasola. Hal ini disebabkan karena Pasola bukan hanya sekedar adat dan ritual, tetapi sarat dengan ajaran dari nenek moyang. Kedua, Ajaran dari ritual dan atraksi Pasola adalah terkait dengan berkat dan kesuburan. Menurut bapak MH, berkat dan kesuburan ini disimbolkan oleh darah yang mengalir dari peserta atraksi ketika mereka terkena tombak. Mengacu dari pendapat Blumer, bagi masyarakat Sumba Barat, atraksi Pasola ini dilakukan berdasarkan makna dari setiap simbol yang digunakan dalam kegiatan pasola. Nenek moyang menghendaki supaya ritual dan atraksi Pasola ini tetap

dijaga dan dilestarikan, karena ritual dan atraksi Pasola memiliki makna berkat dan kesuburan melalui pengorbanan yang telah dilakukan. Pengorbanan disimbolkan melalui darah yang mengalir ketika terkena tombak pada saat atraksi.

Berkat dan Kesuburan tanah tidak hanya ditentukan oleh darah yang tumpah pada saat atraksi Pasola berlangsung, tetapi juga ditentukan oleh *nyale* atau cacing laut. Menurut MH :

“Sebelum pelaksanaan Pasola akan diadakan ritual Nyale atau ritual penangkapan cacing laut. Tujuannya agar mengetahui apakah panen yang dihasilkan bagus atau tidak”.



(Gambar 2)

Sumber foto : Kornelis Kaha

Pada gambar 2 terlihat jelas *nyale* yang telah didapat oleh salah satu masyarakat dengan ciri yang panjang, dan tidak putus. Dari bentuk tersebut memiliki makna bahwa hasil panen akan berhasil. Hal ini seperti pernyataan yang tercantum dalam buku Anisah dengan judul Kebudayaan Sumba Barat yang menjelaskan tentang berhasil tidaknya panen disimbolkan dengan panjang pendeknya *nyale*. Apabila *nyale* yang didapat itu panjang dan tidak putus ketika diambil, maka hasil panen melimpah. Sebaliknya, apabila *nyale* yang di dapat sedikit dan ketika diangkat *nyale* tersebut putus, maka hasil panen tidak akan berhasil (Bamualim, 2013).

Dalam ritual *Nyale*, yang pertama mengambil *nyale* adalah tetua adat, sebagai simbol keberhasilan dari hasil panen. Setelah tetua adat melakukan ritual *Nyale*,

kemudian dilanjutkan oleh masyarakat setempat, baik itu yang berprofesi sebagai petani, maupun yang berprofesi bukan sebagai petani. Untuk masyarakat yang berprofesi selain petani, ritual Nyale memiliki makna terkait dengan keberhasilan pekerjaan maupun kehidupan mereka. Hal ini disimbolkan ketika masyarakat (baik yang berprofesi sebagai petani dan yang bukan) mengambil Nyale, dan mereka mendapatkan Nyale yang panjang dan tidak terputus, maka rejeki mereka akan melimpah. Sementara itu, bagi mereka yang mendapatkan Nyale yang pendek dan putus, atau panjang dan putus, maka diyakini dalam waktu dekat mereka akan mendapatkan rintangan atau masalah. Keyakinan lainnya dari tradisi Nyale ini adalah ketika Nyale yang didapatkan itu banyak dan bersih berarti panen melimpah. Sebaliknya apabila Nyale yang didapatkan itu kotor dan saling menggigit berarti ada hama tikus. Berbeda ketika yang didapatkan itu Nyale busuk, maka akan terjadi hujan berlebihan. Di sisi yang lain, ketika Nyale tidak muncul, maka diyakini akan terjadi kemarau panjang.

Ritual dan atraksi Pasola merupakan sumpah nenek moyang, ritual dan adat tersebut harus dijaga dan dilestarikan oleh generasi, karena budaya tersebut bukan hanya sekadar peninggalan nenek moyang, tetapi juga dapat mendatangkan berkat. Hingga saat ini Pasola tidak hanya sekadar ritual dan atraksi biasa akan tetapi dari kegiatan tersebut dapat mendatangkan berkat hal lain dari itu adalah dapat meningkatkan rasa persaudaraan. Proses meningkatkan rasa persaudaraan ini terjadi, baik dalam ritual Pasola maupun dalam adat Nyale. Dalam ritual Pasola, peningkatan persaudaraan terjadi ketika atraksi Pasola ini dihadiri oleh 7 suku yang berasal dari Sumba Barat. Pada saat itulah terjadi pertemuan dari ketujuh suku sehingga terjadi interaksi antara satu suku dengan suku yang lain, dan antara masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya. Peningkatan rasa persaudaraan ini juga terjadi dalam adat Nyale. Setelah ketua adat memulai adat Nyale, kemudian dilanjutkan masyarakat (baik itu yang berprofesi sebagai petani maupun non petani) untuk melakukan adat Nyale. Pada saat adat Nyale ini, masyarakat saling bergotong royong untuk melakukan adat Nyale, sehingga terjadi kerjasama dalam kebersamaan sehingga meningkatkan persaudaraan.

Berdasarkan analisa diatas, makna dari tradisi Pasola adalah *pertama*, ritual yang dilakukan untuk mendatangkan berkat. *Kedua*, Ritual Pasola dilakukan sebagai media bertemu antara satu suku dengan suku lainnya, maupun antara masyarakat yang satu dengan masyarakat lainnya. Dalam pertemuan ini terjadi interaksi diantara mereka, sehingga terbentuk kebersamaan yang memunculkan rasa kekeluargaan. *Ketiga*, Pasola merupakan identitas budaya Masyarakat Sumba Barat yang dapat digunakan untuk membangun *brand* pariwisata di Sumba Barat.

Konstruksi identitas budaya Pasola sebagai *brand* dalam mengembangkan pariwisata Sumba Barat

Pasola merupakan ritual dan atraksi yang unik yang dimiliki oleh masyarakat Sumba Barat. Dari proses penangkapan *nyale* hingga puncak atraksi Pasola memiliki daya tarik yang dapat menarik minat wisatawan dan pengunjung. Pada saat menyaksikan ritual dan atraksi Pasola, wisatawan dan pengunjung tidak hanya sekadar datang untuk menghibur diri, tetapi mereka bisa belajar banyak tentang ajaran-ajaran nenek moyang melalui makna dibalik kegiatan tersebut

Budaya Pasola merupakan satu keunikan yang hanya dimiliki oleh masyarakat Sumba Barat. Atraksi dan ritual yang dimulai dari ritual *Nyale* hingga puncak atraksi Pasola menjadi ciri khas dan identitas budaya masyarakat Sumba Barat. Berdasarkan sejarah, atraksi atau permainan Pasola ini hanya terjadi di Sumba. Hal ini seperti yang disampaikan oleh DM, dalam wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 6 November 2019. Dalam wawancara mendalam ini DM mengatakan, “*Pasola hanya satu-satunya dan hanya ada dipulau Sumba. Pasola tidak ada dibelahan dunia lainnya*”. Pernyataan ini menunjukkan bahwa Pasola merupakan keunikan budaya dan kita dapat mengkonstruksinya sebagai identitas budaya masyarakat Sumba Barat.

Menurut Berger, konstruksi identitas merujuk pada keadaan sosial yang berdasarkan dari fonomena-fenomena yang terjadi atau dialami individu tanpa adanya kehendak dan kepastian tentang kenyataan tersebut (Berger, Parera, & Luckman, 1990).

Pembentukan identitas diri tidak lepas dari latar belakang budaya serta identitas budaya seseorang atau suatu kelompok. Identitas budaya adalah ciri yang muncul dikarenakan seseorang adalah anggota dari suatu kelompok etnik tertentu yang meliputi suatu pembelajaran tentang penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan (Liliweri, 2007). Hal ini seperti yang dikatakan oleh Hall yang dikutip dari buku Marjorie Mayor,

Cultural identities come from somewhere, have histories. But like everything which is historical they undergo constant transformation. Far from being eternally fixed in some essentialised past, they are subject to the continuous 'play' of history, culture and power (Mayo, 2000).

Mengacu dari pendapat Berger, konstruksi identitas masyarakat Sumba Barat merujuk pada keadaan sosial yang didasarkan pada fenomena yang terjadi di masyarakat atau berdasarkan fenomena yang dialami oleh setiap Individu. Konstruksi identitas masyarakat Sumba ini tidak lepas dari budaya yang mereka miliki dan yang mereka hidupi. Disisi lain, dalam pandangan Mayo, identitas budaya suatu masyarakat tidak lepas dari sejarah yang mereka miliki, yang mengalami transformasi secara konstan. Hal ini juga yang terjadi dalam proses pembentukan identitas diri masyarakat Sumba Barat. Identitas diri masyarakat Sumba Barat sangat terkait dengan budaya yang mereka miliki. Identitas budaya yang mereka miliki, tidak lepas dari sejarah yang mengalami transformasi secara konstan. Cerita tragedi cinta segi tiga antara Rabu Kabba, Ubu Dulla dan Ubu Raya menjadi awal pijakan atraksi dan tradisi Pasola yang menjadi identitas budaya masyarakat Sumba Barat dan kemudian diakhiri dengan tradisi Nyale. Melalui peperangan yang dilakukan dalam atraksi dan tradisi Pasola, darah yang mengalir dari salah satu peserta yang terkena tombak, melambangkan kesuburan dan kemakmuran. Sedangkan kerjasama yang dilakukan dalam tradisi Nyale, menimbulkan kebersamaan, kekeluargaan dan kerjasama. Masyarakat Sumba Barat memiliki kesadaran yang tinggi terhadap budaya yang mereka miliki. Mereka tidak hanya menciptakan atraksi dan tradisi Pasola, tetapi mereka juga berusaha untuk tetap menjaga dan melestarikan budaya

Pasola sehingga menjadi identitas diri dan identitas budaya masyarakat Sumba Barat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh DM, salah satu narasumber dalam penelitian ini,

“Sebagai lembaga yang bertanggungjawab dalam meningkatkan brand Sumba Barat terus melestarikan, meletakkan Pasola pada fitrah aslinya dan terus mempromosikan Pasola secara lestari”.

Menurut bapak DM, Pasola harus ditempatkan pada fitrah aslinya, sebagai suatu atraksi yang sarat dengan pesan. Tujuannya adalah supaya masyarakat dan generasi muda mengetahui nilai-nilai yang melekat pada Pasola dan yang menjadi ciri khas Pasola. Selain itu, Pasola merupakan ciri khas dari Sumba Barat yang memiliki peluang sebagai *brand* Sumba Barat, dan dapat digunakan untuk mengembangkan pariwisata di Sumba Barat. Pada konteks ini, bapak DM menegaskan bahwa lembaga pemerintah mempunyai tugas untuk melestarikan dan mempromosikan Pasola sebagai *major event*. Melalui event ini, masyarakat luar akan mengetahui budaya Pasola, serta memahami nilai dan makna dari tradisi Pasola, yang akhirnya akan mempersuasi masyarakat bahwa Pasola adalah identitas budaya Masyarakat Sumba. Pasola menjadi identitas budaya masyarakat Sumba Barat dan menjadi *brand* dalam pengembangan pariwisata Sumba Barat. Pada tataran ini, terjadi proses *branding* pariwisata Sumba Barat melalui budaya Pasola. Pada satu titik, ketika masyarakat luar mendengar kata Sumba Barat, maka yang terbayang dalam benak mereka adalah budaya Pasola. Begitu juga sebaliknya, ketika masyarakat luar mendengar kata Pasola, maka yang terbayang dalam benak mereka adalah budaya Pasola.

Branding adalah tentang membawa sesuatu yang bisa dan meningkatkannya dengan cara-cara yang membuatnya lebih bernilai dan bermakna (Kotler, Pfoertsch, & Michi, 2006). Lebih lanjut Kotler (2006:3) mengatakan bahwa *“branding is about taking something common and improving upon it in ways that make it more valuable and meaningful”*. Mengacu dari pendapat Kotler ini, *branding* pariwisata Sumba Barat ini dapat dilakukan melalui penonjolan nilai-nilai serta makna dari budaya Pasola, dan dimulai dari mensosialisasikan cerita dan makna Pasola. Hal ini seperti yang

disampaikan oleh narasumber MH dalam wawancara mendalam pada tanggal 13 September 2019,

“Untuk meningkatkan brand Sumba Barat bisa dimulai dengan memberitahukan cerita dan makna Pasola seperti atraksi lempar lembing sambil menunggangi kuda dan juga makna dan pesan jika pada saat atraksi berlangsung terdapat pemain atau penonton yang terluka, kepada anak muda yang ikut berpartisipasi pada saat kegiatan Pasola berlangsung”.

Terkait dengan *Brand Sumba Barat* ini, narasumber MS (dalam wawancara mendalam pada tanggal 29 November 2019) mengatakan bahwa *brand Sumba Barat* dapat dilakukan melalui Pasola. Hal ini seperti yang MS katakan,

“Pasola tidak ada ditempat lain. Pasola hanya ada di Sumba itu sendiri, dengan demikian sebagai generasi harus memiliki cara seperti memasang foto orang berkuda pada saat Pasola dan juga pada media sosial dicantumkan foto Pasola”.

Dari pernyataan tersebut bahwa proses untuk meningkatkan *brand Sumba Barat* itu dimulai dengan hal yang menjadi ciri khas Sumba Barat seperti halnya Pasola. Generasi mempromosikan Sumba melalui foto atau ikon yang identik dengan Pasola itu sendiri sehingga ketika masyarakat luar Sumba melihat orang yang berkuda atau foto permainan lempar lembing sambil menunggangi kuda, pikiran mereka langsung tertuju ke Sumba begitu juga sebaliknya.

Sumba Barat memiliki *mayor event* yang bisa menjadi daya tarik sebagai *branding event* tersebut adalah ritual dan atraksi Pasola. DM dalam wawancara mendalam pada tanggal 6 November 2019 menyatakan,

“Pasola jika dipromosikan dan dipublikasikan akan berdampak pada pengembangan pariwisata dikarenakan Pasola merupakan kegiatan yang turun temurun dengan daya tarik yang atraktif dengan daya tarik tersebut membuat banyak wisatawan tertarik untuk melihat dan juga kegiatan Pasola merupakan kegiatan yang dilestarikan dan menjadi aset budaya yang punya magnet bagi sektor pariwisata”.

Jika dengan meningkatkan *brand Sumba Barat* melalui Pasola maka membantu proses pengembangan pariwisata maka hal tersebut akan meningkatkan perekonomian daerah tersebut dan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Sumba Barat, dengan

referensi jurnal yang menyatakan bahwa semakin banyak tempat wisata, dan semakin banyak pula wisatawan yang mengunjunginya, maka semakin menambah pula pendapatan daerah tersebut serta meningkatnya kesejahteraan masyarakat di daerah tertentu (Purnomo, 2018). Chaniago mengemukakan bahwa *City Branding* adalah proses atau usaha membentuk merek dari suatu kota untuk mempermudah pemilik kota tersebut memperkenalkan kotanya kepada target pasar (investor, tourist, talent, event) kota tersebut dengan menggunakan kalimat positioning, slogan ikon, eksibisi, dan berbagai media lainnya (Wandari, Kumadji, & Kusumawati, 2014).

Proses meningkatkan *brand* Sumba Barat melalui beberapa strategi, dan strategi yang digunakan oleh ketiga narasumber dengan cara *sharing* informasi terkait ritual dan adat Pasola, melibatkan generasi pada kegiatan-kegiatan dan mempublish menggunakan media sosial sehingga dapat dijangkau oleh banyak orang akan tetapi media yang digunakan oleh ketiga narasumber tersebut berbeda.

Branding pariwisata Sumba Barat melalui media interaktif berbasis kearifan lokal budaya Pasola.

Media interaktif merupakan sarana untuk dapat berkomunikasi dengan target audiens. Lembaga pemerintah Kabupaten Sumba Barat menggunakan instagram sebagai sarana untuk membranding pariwisata Sumba Barat melalui sebuah *brand* yaitu Pasola. Media yang digunakan untuk melakukan interaksi adalah instagram.

Interaction with Interactive media is not just about "with" and "through" interaction with interactive media is about relationship between production and interpretation of interactive media sign system (O'Neill, 2008).

Dari kutipan tersebut menjelaskan bahwa interaksi menggunakan media interaktif tidak hanya sekadar dengan siapa dan melalui media apa, akan tetapi terdapat hubungan interaksi antar pembuat pesan dan target audiens.

Interaksi dengan audiens melalui Instagram, hal tersebut dilihat dari setiap informasi yang disajikan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Sumba Barat/lembaga seperti gambar dan vidio. Dari gambar dan vidio yang diunggah oleh

lembaga berisi informasi terkait sejarah ritual dan atraksi Pasola. Dari informasi tersebut terjadi interaksi antar lembaga dengan warganet, salah satunya adalah berupa pertanyaan yang diberikan oleh warganet seputar Pasola seperti kapan Pasola akan dilaksanakan. Dengan pertanyaan tersebut pihak lembaga merespon dengan memberikan informasi yang akurat dan lengkap.

Dari Interaksi antar lembaga dengan masyarakat dapat dilihat dari komentar pada setiap postingan dan juga melalui direct message pada media instagram. Untuk dapat menyampaikan informasi melalui media interaktif, dibutuhkan strategi agar *brand* yang disampaikan dalam mempersuasi target. Dari wawancara mendalam yang dilakukan pada tanggal 6 November 2019 dengan narasumber DM. DM menyatakan bahwa bahwa :

“strategi untuk mempromosikan Sumba Barat ialah dengan melibatkan generasi muda pada kegiatan sehingga pengetahuan yang mereka peroleh dapat mereka bagikan melalui pemanfaatan teknologi”.

Dari pernyataan tersebut menjelaskan bahwa strategi yang digunakan oleh pihak lembaga adalah dengan melibatkan generasi dengan memanfaatkan teknologi dalam mempublikasikan Pasola melalui media yang ada sehingga dari kegiatan tersebut *brand* Sumba Barat juga dapat diketahui oleh wisatawan. Dalam meningkatkan *brand* Sumba maka diperlunya *Brand awarness* mencakup *brand recognition*, *brand recall*, *top of mind* dan *dominant brand*, dari ke-4 poin tersebut di implementasikan pada kegiatan Pasola sehingga target wisatawan dapat mengenal potensi dan mengingat Pasola sekaligus Sumba Barat tempat pelaksanaan Pasola (Kertamukti, 2015).

Dalam meningkatkan *brand* Kabupaten Sumba Barat terdapat beberapa faktor yang terlibat sebagai penunjang *branding* dari Kabupaten tersebut. Salah satunya adalah dari potensi wisata seperti wisata alam dan wisata budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Sumba Barat.

D. KESIMPULAN

Ritual dan atraksi Pasola merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh masyarakat Sumba Barat. Dalam ritual dan atraksi tersebut memiliki Makna dan nilai antara lain; Dapat mendatangkan berkah, kesuburan tanah dan juga dapat menciptakan relasi antar *kabisu/suku*. Pasola hingga saat ini masih dilaksanakan karena tradisi tersebut merupakan sumpah nenek moyang yang harus dijalankan oleh generasi satu ke generasi lainnya.

Pasola memiliki nilai-nilai, makna, sejarah, ritual *Nyale* dan atraksi lempar lembing yang hanya dilaksanakan di Sumba, oleh sebab itu Pasola menjadi identitas budaya dari masyarakat Sumba Barat. Dengan identitas tersebut menjadi peluang untuk meningkatkan *brand* Sumba Barat. Peluang tersebut dimanfaatkan dengan menarik perhatian wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara untuk menyaksikan ritual dan adat Pasola.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sumba Barat dalam meningkatkan *brand* Sumba Barat, menggunakan media interaktif untuk mempromosikan dan mempublikasikan hal-hal yang identik dengan Pasola seperti berkuda dan melempar lembing sambil menunggangi kuda dengan demikian ketika orang-orang melihat orang berkuda tempat pertama yang mereka pikirkan adalah Sumba begitu juga sebaliknya ketika mereka melihat Sumba maka yang mereka pikirkan pertama adalah orang berkuda dan Pasola.

DAFTAR PUSTAKA

- Bamualim, A. U. (2013). *Kebudayaan Sumba Barat*. Bali: Rajawali Press.
- Berger, P. L., Parera, F. M., & Luckman, T. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang sosiologi pengetahuan*. LP3ES.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2007). *Metode-Metode Riset Kualitatif Dalam Public Relations dan Marketing Communications*. Benteng Pustaka.
- Goodlife, A., & Konda, I. (2018). Perancangan Buku Cerita Bergambar Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Asal-Usul Tradisi Pasola(jurnal). DocPlayer.info
sumber : <https://docplayer.info/130414634-Perancangan-buku-cerita-bergambar->

- sebagai-media-pembelajaran-sejarah-asal-usul-tradisi-pasola-artikel-ilmiah.html
- Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Kotler, P., Pfoertsch, W., & Michi, I. (2006). *B2B Brand Management*. Berlin : Springer
- Liliwari, A. (2007). *Makna Komunikasi dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Mayo, Marjorie. 2002. "Cultural, Communities, Identities: Cultural Strategies for Participation and Empowerment" *Journal of Social Polity*, January, pp. 172-173.
- Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nababan, A. (1995). Kearifan Tradisional dan Pelestarian Lingkungan Hidup di Indonesia. *Analisis CSIS*, (6), 422–435.
- O’Neill, S. (2008). *Interactive Media: The Semiotics of Embodied Interaction*. Springer Science & Business Media.
- Purnomo, E. P. (2018). *Manfaat Pariwisata Terhadap Perekonomian di Kabupaten Karanganyar*. (December), 0–28.
- Soeprapto, R. (2002). *Interaksionisme Simbolik Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Averroes Press Dan Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian yang Bersifat : Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif* (edisi ke-3). Bandung: ALFABETA, CV.
- Sulasman, H., & Gumilar, S. (2013). *Teori-Teori Kebudayaan Dari Teori Hingga Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wandari, L. A., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh City Branding “ Shining Batu ” Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1), 1–6.