

BRANDING OF THE TRADITIONAL VILLAGE OF DESA KOTO SENTAJO KUANTAN SINGINGI REGENCY

Oleh : Arindo Karisma

Email: arindo.karisma3052@student.unri.ac.id

Pembimbing: Andri Sulistyani

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Koto Sentajo Tourism Village is one of the villages in Sentajo Raya District. Koto Sentajo Village is located between Muaro Sentajo Village and Sentajo New Village, Sentajo Raya District. Koto Sentajo Village is a village known for having tourism potential in terms of cultural heritage. Koto Sentajo Village Traditional Village is a traditional area for all communities in Sentajo Raya Kenegerian. This traditional village is one of the icons of Sentajo Raya District located in Koto Sentajo Village. This study aims to find out what the meaning of Koto Sentajo Village Traditional Village as Tourism Village Branding and find out how to Promote Koto Sentajo Village as a Customary Area. The data collection techniques used in this study are case studies, observations, interviews and documentation. The result of this research is that the Koto Sentajo Village Traditional Village can be the branding of the Koto Sentajo Tourism Village. The Traditional Village of Koto Sentajo Tourism Village uses the Kuantan Singingi Regency Brand. The promotion carried out by the government and the people is already quite good.

Keywords: *Traditional Village, Tourism Village, Branding, Promotion*

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Riau adalah provinsi dengan banyak potensi wisata yang sampai saat ini menjadi pilihan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Salah satu kabupaten yang banyak wisata alam dan budaya adalah Kabupaten Kuantan Singingi.

Desa Koto Sentajo yang mempunyai daya tarik dari segi wisata cagar budaya yaitu Kampung Adat. Selain mengadakan potensi wisata cagare budaya, Desa Koto Sentajo juga dikenal dengan memiliki potensi wisata alam dan makanan khas.

Tabel 1.1

Daftar Objek Wisata di Kabupaten Kuantan Singingi

No	Objek Wisata	Lokasi
1	Air Terjun Guruh Gemurai	Lubuk Jambi
2	Air Terjun Tujuh Tingkat Batang Koban	Lubuk Ambacang
3	Air Terjun Mamughai Air Hitam	Bukit Betabuh
4	Air Terjun Jambu Layu	Lubuk Jambi
5	Air Terjun Songsang	Kasang
6	Air Terjun Patisoni	Cengar
7	Air Terjun Batu Gajah	Cengar
8	Air Terjun Sungai Dangku	Pantai Lubuk Ramo
9	Air Terjun Dewansatu	Pangkalan
10	Air Terjun Batangogan	Lubuk Ambacang
11	Air Terjun Anak Sungai Kandi	Sei Kelilawar
12	Air Terjun Duo Kandi	Sei Kelilawar
13	Air Terjun Hulu Lembu	Muara Lembu
14	Air Terjun Gemruh Pulau Padang	Muara Lembu
15	Air Terjun Sungai Jauh	Muara Lembu
16	Air Terjun Sungai Sikonda	Muara Lembu
17	Air Terjun Tasam	Muara Lembu
18	Air Terjun Tangko	Petai
19	Air Terjun Tasam Kiri	Petai
20	Air Terjun Pendakian Lubis	Petai
21	Air Terjun Sungai Tangko (3 Tingkat)	Petai
22	Air Terjun Pangoen	Sungai Paku
23	Pemandian Air Panas	Sungai Pinang
24	Panorama Hutan Kota Pulau Bungin	Koto Teluk Kuantan
25	Danau Rawang Undang	Benai
26	Panorama Hutan Lindung	Sentajo Raya

No	Objek Wisata	Lokasi
27	Area Arung Jeram	Lubuk Ambacang
28	Tempat Pemandian Tabijo Sei. Tepi	Petai
29	Batu Karst	Sei. Kelilawar
30	Danau Biru	Petai
31	Panorama Danau Kebun Nopi	Bukit Pedusunan
32	Panorama Danau Mesjid Koto Kari	Koto Kari
33	Lembah Dinama	Lubuk Ambacang
34	Danau Panjang	Inuman
35	Pemain Sungai Kubang	Tanjung Pauh

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi, 2022.

Kampung Adat merupakan ciri khas yang dapat menarik pengunjung untuk menjadikan Desa Koto Sentajo sebagai daerah tujuan wisata. Daya tarik yang dimiliki Kampung Adat Desa Koto Sentajo tersebut menjadi bukti bahwa masih berdiri kokoh peninggalan sejarah dari orang terdahulu yang disebut dengan Rumah Godang. Selain Rumah Godang, juga terdapat sebuah Mesjid yang megah yaitu Mesjid Usang.

Tabel 1.2

Data Kunjungan Wisatawan

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2017	41.794
2	2018	39.500
3	2019	40.974
4	2020	21.625
5	2021	16.745
6	2022	1.925.547

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi, 2022.

Wisata alam, wisata budaya, dan wisata kuliner hanyalah beberapa dari kemungkinan industri terkait pariwisata di Kabupaten Kuantan Singingi. Dalam pembahasannya tentang prospek wisata budaya Kabupaten Kuantan Singingi, para peneliti dalam penelitian ini berfokus pada Desa Koto Sentajo. Kampung Adat Desa Koto Sentajo merupakan kawasan rumah suku-suku

masyarakat di Kenegrian Sentajo yang dikenal dengan Rumah Godang. Kawasan Kampung Adat memiliki Rumah Godang sebanyak 28 unit serta terdapat 4 rumpun besar masyarakat Kenegrian Sentajo di dalamnya yaitu Suku Piliang, Caniago, Melayu dan Patopang.

Kampung Adat menjadi sebuah *Brand* bagi Desa Wisata Koto Sentajo. *Brand* berfungsi sebagai suatu strategi promosi atau pemasaran untuk memudahkan konsumen atau wisatawan mengingat dan membedakan suatu Desa Wisata ataupun Destinasi Wisata dengan lainnya (Muhammad Nur Syuhada', Hadi Suyono, Sumaryanto, 2020).

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apa Makna Kampung Adat Sebagai Upaya *Branding* Desa Koto Sentajo?
- 1.2.2 Bagaimana Fungsi *Brand* terhadap Promosi Kampung Adat Desa Koto Sentajo?

1.3 Batasan Masalah

Sesuai judul di atas, maka dari itu penulis akan memberikan suatu batasan masalah dalam penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini hanya membahas tentang *Branding* Kampung Adat Desa Koto Sentajo Kabupaten Kuantan Singingi.

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1 Mengetahui Makna Kampung Adat Sebagai Upaya *Branding* Desa Koto Sentajo
- 1.4.2 Mengetahui Fungsi Brand terhadap Promosi Kampung Adat Desa Koto Sentajo

1.5 Manfaat Penelitian

- 1.5.1 Manfaat Akademis
 - a. Sangat membantu penulis dalam mendapatkan informasi dan pemahaman baru. serta dapat mengetahui makna dari Kampung Adat sebagai Upaya *Branding* Desa Koto Sentajo.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan bahan bacaan bagi para akademisi. tentang *Branding* Kampung Adat Desa Koto Sentajo Kabupaten Kuantan Singingi.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Mil and Morrison (dalam Rizki Nurul Nugraha, 2021) pariwisata bisa dilihat sebagai suatu system yang terdiri dari 4 komponen dimana tiap-tiap komponen tersebut saling mempengaruhi serta dipengaruhi oleh yang lain. Komponen-komponen tersebut adalah:

1. *Market* (pasar)
2. *Destination* (daerah tujuan wisata)
3. *Travel* (perjalanan)
4. *Marketing* (pemasaran)

2.2 Pengertian Branding

Brand adalah perspektif atau cara pandang konsumen yang terkait dengan produk atau layanan. *Brand* (merek) dapat berpindah dan seseorang dapat berpindah karena memiliki tujuan tertentu. *Brand* harus dilihat sebagai "sebuah" pesan informasi pemasaran yang berbeda yang diarahkan pada masyarakat umum.

2.3 Unsur-unsur Branding

Unsur-unsur *Branding* menurut Fathul Mujib dan Tutik Saptiningsih (2020) di antaranya adalah berikut ini:

1. Nama Merek
2. Logo (Tipe Logo, Monogram, Bendera)
3. Tampilan Visual
4. Juru Bicara
5. Suara
6. Kata-kata

2.4 Desa Wisata

Desa wisata adalah wilayah pedesaan yang didalamnya terdapat banya potensi wisata yang dapat membuat wisatawan tertarik untuk menikmati keautentikan desa. Kampung Adat Desa Koto Sentajo mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang sampai saat ini masih menyimpan dan melestarikan keaslian desa. Salah satu contoh yaitu terdapat 28 unit Rumah Godang dari 4 Rumpun Suku yaitu Suku Piliang, Caniago, Melayu dan Patopang.

2.5 Desa Adat

Desa adat Koto Sentajo atau lebih dikenal dengan Kampung Adat Desa Koto Sentajo adalah kawasan yang terdapat di Kabupaten Kuantan Singingi. Dengan banyaknya potensi wisata yang dimiliki oleh Kampung Adat Desa Koto Sentajo ini membuat banyak pengunjung tertarik untuk melakukan kunjungan ke kawasan adat tersebut.

Potensi yang dapat dilihat secara langsung pada kampung Adat ini antaranya berdiri kokoh 28 unit Rumah Godang atau Rumah Adat dan bangunan Mesjid Usang di sudut desa yang begitu megah. Potensi lain yang menjadi daya tarik yang dimiliki Kampung Adat ini yaitu budaya atau tradisi atau kebiasaan masyarakat Desa Koto Sentajo seperti silat,

mangonji, permainan gasing, angon kerbau, menyintak dan lain-lain.

2.6 Promosi

Menurut Kotler (dalam Janri D. Manafe, Tuty Setyorini, Yermias A Alang, 2016) ada 5 jenis aktivitas promosi yaitu:

- a. Periklanan (Advertising), ialah penjualan yang bersifat impersonal dengan menggunakan mendorong pembelian.
- b. *Personal selling*, ialah bentuk penjualan pribadi yang melibatkan presentasi verbal dalam berbincang dengan konsumen supaya tertarik membeli produk.
- c. Publisitas, ialah sesuatu impersonal dalam mempromosikan jasa atau badan usaha tertentu dengan melihat informasi/berita (biasanya bersifat ilmiah) tentang produk.
- d. Promosi penjualan, ialah promosi dengan mengadakan jasa dari seseorang untuk memasarkan sebuah produk atau jasa.
- e. Pemasaran langsung, ialah bentuk penjualan pribadi

yang dimaksudkan untuk mempengaruhi pembelian konsumen secara langsung.

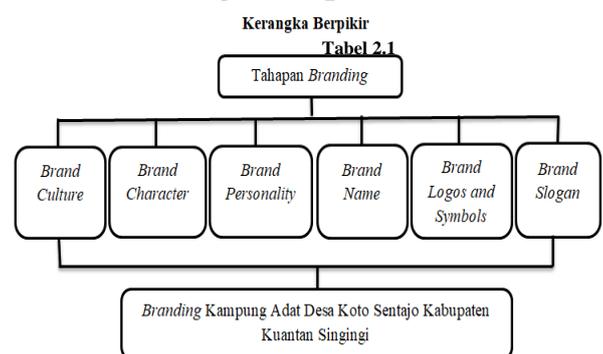
2.7 Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat wisata tanpa menetap atau hanya menetap dengan waktu yang tidak lama.

Kriteria wisatawan menurut (Isdarmanto, 2017) adalah:

1. Mereka melakukan wisata demi mendapatkan kepuasan.
2. Mereka yang melakukan wisata untuk tujuan usaha dan lain-lain.
3. Mereka bepergian untuk bisnis.
4. Mereka pergi dengan kapal, meskipun mereka tinggal kurang dari 24 jam.

2.8 Kerangka Berpikir



Sumber: Marcello Risitano (2005)

2.9 Konsep Operasional

2.9.1 Tahapan Branding

- a. *Brand Culture* (Budaya)

- b. *Brand Character* (Ciri Khas)
- c. *Brand Personality* (Sifat)
- d. *Brand Name* (Nama)
- e. *Brand Logos and Symbols* (Logo dan symbol)
- f. *Brand Slogan* (Moto)

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Teknik Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan suatu fenomena secara fakta dan terperinci.

Bogdan dan Taylor (dalam I Wayan Suwendra, 2018) penelitian kualitatif merupakan langkah-langkah penelitian memberikan hasil berupa kata-kata tertulis dan lisan yang sesuai untuk topik yang diteliti.

3.2 Subjek Penelitian

3.2.1 *Identitas Key Informan*

Tabel 3.1
Identitas Key Informan

No	Nama	Asal Daerah	Pekerjaan
1.	Madiyusman	Koto Sentajo	Plt. Sekretaris Desa, Kaur Umum dan Pemangku Adat
2.	Ariska Jumatris	Koto Sentajo	Wiraswasta
3.	Desi Kurniawati	Seberang Taluk	Mahasiswa S2

Sumber: Hasil Penelitian 2023

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Desa Koto Sentajo dimulai pada Juli 2022-Januari 2023. Peneliti memilih lokasi penelitian di Desa Wisata Koto Sentajo Kabupaten Kuantan Singingi karena mempunyai banyak potensi wisata baik dari segi cagar budaya maupun cagar alam yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian.

3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah informasi didapat peneliti dari responden secara langsung. Wawancara dan observasi langsung digunakan dalam pengumpulan data primer penelitian ini. pemerintah Desa Koto Sentajo, Pemangku Adat, pemuda desa, pengunjung Kampung Adat Desa Koto Sentajo, dan informan lainnya yang menambah informasi untuk penelitian ini.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder didapat dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Data sekunder merupakan data yang didapat berdasarkan data dalam bentuk arsip atau dokumen yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi dan data dari Pemerintah Desa Koto Sentajo.

3.5 Teknik Pengumpulan Data Penelitian

3.5.1 Studi Literatur

Menurut Zed (dalam Eka Diah Kartiningrum, 2015) Kegiatan yang terlibat dalam teknik studi pustaka meliputi pengumpulan data perpustakaan, informasi membaca dan pendataan, serta mengelola bahan penelitian. Sedangkan menurut Darmadi (dalam Eka Diah Kartiningrum, 2015) Peneliti melakukan kajian pustaka ini antara waktu mereka memutuskan subjek penelitian dan merumuskan masalahnya.

3.5.2 Wawancara

Wawancara ialah teknik pengumpulan informasi atau data yang melibatkan pertanyaan kepada narasumber dan mendengarkan tanggapan mereka. Wawancara dilakukan dengan pemerintah Desa Koto Sentajo, pengujung desa adat, pemuda dari Desa Koto Sentajo, dan pemangku kepentingan desa adat.

3.5.3 Observasi

Observasi merupakan proses yang kompleks yang mengandalkan pengamatan dan ingatan peneliti. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menjadi wisatawan yang melakukan kunjungan ke Kampung Adat Desa Koto Sentajo dengan tujuan mengamati kawasan Kampung Adat dan mengingat tentang pengamatan yang dilakukan peneliti.

3.5.4 Dokumentasi

Peneliti memperoleh sumber data dari Pemerintah Desa, serta dokumentasi berupa foto dan video yang penulis peroleh pada saat melakukan penelitian di

Kampung Adat Desa Koto Sentajo.

3.6 Teknik Analisis Data Penelitian

Penulisan deskriptif digunakan pada penelitian ini. Sesuai dengan penelitian ini, analisis data penelitian ini melibatkan unsur-unsur kualitatif.

Pada teknik analisis data ini, penelitian ini berfokus kepada Identitas *Branding* (yang telah sesuai dengan kerangka berpikir.

3.7 Operasioal Variabel

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Teknik Pengumpulan Data
Identitas <i>Branding</i>	<i>Brand Culture</i>	Budaya	1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi 4. Studi Literatur
	<i>Brand Character</i>	Karakter	
	<i>Brand Personality</i>	Sifat	
	<i>Brand Name</i>	Nama	
	<i>Brand Logos atau Symbols</i>	Logo atau Simbol	
	<i>Brand Slogan</i>	Moto	

4. PEMBAHASAN DAN HASIL

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Profil Wilayah Kabupaten

Kuantan Singingi Riau, Jambi, dan Sumatera Barat adalah ketiga Provinsi yang berbatasan dengan Kabupaten Kuantan Singingi. Kabupaten Kuantan Bernyanyi terbagi menjadi 218 desa, 15 kecamatan, dan

11 kecamatan secara administratif. Di wilayah kecamatan Kuantan Mudik, terdapat 23 komunitas, dan kecamatan Pucuk rantau memiliki sedikitnya 10 desa.

4.1.2 Kecamatan Sentajo Raya

Salah satu kecamatan yang dibentuk dengan SK Daerah Nomor 2 Tahun 2012 untuk membentuk Kabupaten Kuantan Hilir Seberang dan Kecamatan Pucuk Rantau di Kecamatan Kuantan Singingi adalah Kecamatan Sentajo Raya yang merupakan kecamatan dari Kabupaten Kuantan Singingi.

Salah satu desa di kota tertua di Kecamatan Sentajo Raya ini adalah Koto Sentajo. Sentajo mengacu pada sejumlah desa di wilayah Sentajo Raya, sedangkan Koto menunjukkan tua.

4.2 Sejarah Desa Koto Sentajo

Desa Koto Sentajo adalah desa tua di Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singing. Dapat dilihat dari terdapatnya sebuah peninggalan sejarah yaitu Rumah Godang yang diperkirakan dibangun sejak 1.700-an. Dalam hal budaya, pribumi Desa Koto Sentajo mengikuti hukum adat istiadat. Persukuan yang ada di Kenegerian Sentajo yaitu Piliang, Patopang, Melayu dan Caniago.

Rumah Godang ialah simbol adat, Masjid ialah simbol agama dan Balai Adat ialah penghubung antara adat serta agama. Keberadaan desa tertua (Koto) sangat penting bagi masyarakat, karena kehidupan sosial dan keagamaan Koto saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan.

4.3 Tahapan-tahapan Desa Koto Sentajo menjadi Desa Wisata Cagar Budaya

1. Desa Koto Sentajo menjadi Desa Cagar Budaya
2. Desa Koto Sentajo menjadi Desa Wisata Adat
3. Desa Koto Sentajo menjadi Desa Wisata Binaan Universitas Riau
4. Prestasi dan Pencapaian Desa Wisata Koto Sentajo

4.4 Potensi dan Daya Tarik Wisata Desa Koto Sentajo

4.4.1 Rumah Godang

Berdasarkan buku Daerah Suku Kabupaten Kuantan Singingi dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Kebudayaan Olahraga Kuantan Singingi 2013, Sentajo didirikan oleh Datuk Simambang Rajo Nan Putihah. Keempat suku yang membentuk penduduk Kenegerian Sentajo dibagi oleh Datuk Simambang Rajo Nan Putihah adalah pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1

Suku, Gelar dan Jabatan di Kenegerian Sentajo

No	Suku	Gelar	Jabatan
1.	Piliang	Penghulu Malin	Penghulu
		Datuak Mangkuto Besar	Tuo Kampuang Tengganaik Kotik/Imam
2.	Patopang	Datuak Penghulu Nan Kayo	Penghulu Monto Tuo Kampuang Dubalang Tengganaik
3.	Melayu	Datuak Penghulu Bungsu	Penghulu Monto Tuo Kampuang Dubalang Tengganaik
4.	Caniago	Datuak Sinaro	Penghulu Monto Tuo Kampuang
		Dubalang Mudo	Dubalang Tengganaik

Sumber: Hasil Penelitian 2022

4.4.2 Masjid Usang Raudhatul Jannah
Diperkirakan masjid ini berdiri sejak tahun 1800-an. Itu dibangun dengan

dasar 17 tiang kayu yang mewakili simbol adat. 16 kayu pondasi mewakili 16 Hulubalang, dan kayu pondasi awal tunggal hanya mewakili satu ketua. Kenegerian Sentajo menggunakan ini sebagai simbol adat.

4.4.3 Hutan Adat atau Hutan Lindung

Hutan Adat atau Hutan Lindung ini menyimpan banyak sekali jenis flora yang dapat digunakan oleh masyarakat yang ada di Kenegerian Sentajo. Hutan ini menjadi salah satu sumber kehidupan masyarakat disana. Jika masyarakat memerlukan kayu untuk membangun rumah, maka masyarakat dapat mengambil dari Hutan Adat atau Hutan Lindung dengan ada izin dari pemangku adat dan pemerintah desa.

4.4.4 Kuantan Putui Danau Roboh

Desa Wisata Koto Sentajo selain memiliki potensi wisata unggulan, ternyata juga memiliki sebuah tempat yang unik. Keunikan yang dimiliki oleh desa ini adalah Kuantan Putui

atau bisa disebut dengan Kuantan Putus.

4.4.5 Seni Beladiri Silat Pendekar Batuah

Pendekar Bertuah adalah sebutan untuk kelompok seni beladiri atau silat di Kenegrian Sentajo. Sudah dari dulu, masyarakat khususnya pemuda tekun dalam mempelajari ilmu beladiri ini. Beladiri ini bertujuan untuk menjadi pelindung dalam membela diri dari siapapun yang memiliki niat jahat kepada kerabat, sanak saudara dan keluarga.

4.4.6 Makanan Khas atau Makanan Tradisional Beberapa

makanan khas atau makanan tradisional yang bisa dijadikan sebagai buah tangan wisatawan antara lain:

1. Konji Anak Loba
2. Rendang Paku
3. Gelamai
4. Puluik Kucuang
5. Sambal Kerambial
6. Sambal Tanak

4.5 Makna Kampung Adat Sebagai *Branding* Desa Wisata Koto Sentajo

Kampung Adat Desa Koto Sentajo merupakan kawasan adat persukuan seluruh masyarakat yang ada di Kenegerian Sentajo Raya. Kampung Adat ini menjadi salah satu ikon dari Kecamatan Sentajo Raya yang terletak di Desa Koto Sentajo. Wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat dapat melihat peninggalan bersejarah yang masih kokoh berdiri yaitu Rumah Godang.

4.6 Fungsi Brand terhadap Promosi Kampung Adat Desa Koto Sentajo

1. Membangun Citra

Branding yang kuat akan menghasilkan citra yang bagus. Selain memiliki hasil yang bagus, citra sebuah objek wisata tentu dipengaruhi oleh jaminan kualitas dari sebuah produk tersebut. Citra Kampung Adat Desa Koto Sentajo akan terbangun jika memberikan kepuasan kepada wisatawan dari potensi wisata yang dimiliki. Sebagai kawasan cagar budaya, Kampung Adat Desa Koto Sentajo harus mampu membuktikan bagaimana cara hidup dilingkungan dibawah ketentuan

adat istiadat, sebagaimana arti dari dari *branding* kampung adat sebagai objek wisata cagar budaya.

2. Menciptakan Ciri Khas

Kampung Adat Desa Koto Sentajo ini memiliki ciri khas utama berupa terdapat bangunan adat disebut Rumah Godang.

Dengan

Keunikan Rumah Godang yang berbentuk rumah panggung serta memiliki ciri khas tersendiri bangunannya disetiap suku-suku yang ada. Tak hanya itu, Kampung Adat Desa Koto Sentajo juga dikenal dengan memiliki bangunan Masjid Usang (tua) yang sudah berdiri sejak berabad-abad lalu.

3. Alat Pengendali Pasar

Suatu *brand* produk dengan aktivitas *branding* yang kuat akan memiliki nama yang sangat dikenal. Efeknya, sebuah *brand* produk akan menguasai, bahkan bisa mengendalikan pasar. Pengendalian pasar bisa dilakukan

karena masyarakat atau wisatawan cenderung akan mengonsumsi suatu produk atau jasa serta memilih suatu *brand* produk yang sudah dikenal secara luas.

Dengan memiliki nama besar, Kampung Adat Desa Koto Sentajo sebagai *brand* produk akan berada di posisi kuat dalam menghadapi persaingan dengan objek wisata cagar budaya lainnya.

4.7 Rancangan Branding Kampung Adat Desa Koto Sentajo



Gambar 4.1 Logo Kampung Adat Desa Koto Sentajo
Sumber: Hasil Penelitian 2022

1. Background logo berbentuk perisai bermakna melambangkan pertahanan yang kuat.
2. Warna Logo, Hijau melambangkan Agama dan Kuning Melambangkan Adat.
3. Rumah Godang bermakna bahwa Desa Koto Sentajo adalah pusatnya pemerintahan adat.
4. Keris bermakna sebuah benda pusaka.

5. Pacu Jalur bermakna Kampung Adat Desa Koto Sentajo berada di Kota Jalur.
6. Kapas dan padi melambangkan kemakmuran dan kebersamaan.
7. Slogan Basatu Nogori Maju diambil dari slogan *brand* Kabupaten Kuantan Singingi yang bermakna suatu nogori atau negeri akan maju jika masyarakatnya dapat bersatu.

4.8 Identitas Brand Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo

4.8.1 Brand Culture Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo

Rumah Godang menjadi karakter bagi brand Kampung Adat ini karena pengunjung atau wisatawan akan langsung mengetahui bentuk dari objek wisata yang akan dikunjunginya itu adalah sebuah kampung adat.

Selain itu, Kampung Adat Desa Koto Sentajo mempunyai sebuah tradisi yang turun temurun yaitu adalah Silat Pendekar Bertuah. Silat ini dulunya digunakan untuk

mempertahankan agama islam. Selain itu, Silat Pendekar Bertuah ini tidak boleh disalah gunakan.

4.8.2 *Brand*

Character

Kampung Adat
Desa Wisata
Koto Sentajo

Karakter dari Kampung Adat Desa Koto Sentajo terdapat pada segi bentuk rumah godang atau rumah adat. Bangunan rumah godang atau rumah adat yang ada di Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo ini berbentuk rumah panggung. Rumah godang atau rumah adat ini harus memiliki tangga sebagai salah satu ciri dari setiap rumah adat persukuan yang ada, sehingga rumah godang ini harus berbentuk rumah panggung.

4.8.3 *Brand*

Personality

Kampung Adat
Desa Wisata
Koto Sentajo

Secara *personality* atau sifat dari sebuah *brand* Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo ini bersifat general atau umum karena sampai saat ini masih menggunakan *brand* dari Kabupaten Kuantan Singingi.

Brand Kabupaten Kuantan Singingi ini sudah mencakup keseluruhan makna dari masyarakat Desa Koto Sentajo.

4.8.4 *Brand Name*

Kampung Adat
Desa Wisata
Koto Sentajo

Kampung Adat menjadi *Brand Name* untuk Desa Wisata Koto Sentajo ini, karena masyarakat lokal dan pengunjung sudah mengenal Kabupaten Kuantan Singingi memiliki banyak potensi cagar budaya salah satunya yaitu Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo.

4.8.5 *Brand Logos*

dan Symbols
Kampung Adat
Desa Koto
Sentajo



Gambar 4.2 Logo
Kabupaten
Kuantan Singingi
*Sumber: Website
Resmi*

www.kuansing.go.id

Logo daerah ialah jati diri daerah yang dituangkan berupa simbol-simbol yang memiliki arti filosofis, hidup dan dimiliki masyarakat dalam

satu kesatuan yang saling mengikat satu sama lainnya.

4.8.6 *Brand Slogan* Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo

Slogan yang digunakan untuk *Branding* Kampung Adat Desa Koto Sentajo ini adalah Basatu Nagori Maju. Slogan ini di ambil dari logo Kabupaten Kuantan Singingi karena sampai saat ini Desa Wisata Koto Sentajo masih menggunakan logo Kabupaten Kuantan Singingi.

4.9 Program-program dalam Menunjang Pengembangan Kampung Adat Desa Koto Sentajo

Berdasarkan wawancara dengan salah satu pemerintah desa bahwa akan ada rencana untuk kedepannya dalam menunjang untuk kemandirian Kampung Adat Desa Koto Sentajo yaitu:

1. Membuat petunjuk arah masuk ke kawasan cagar budaya atau kampung adat.
2. Membuat taman disekitar papan nama.

3. Membuat gerbang kampung adat di arah ke Kuantan Putui Danau Roboh.
4. Pengadaan Silat Pendekar Bertuah pada saat hari Raya Idul Fitri.
5. Pembangunan museum yang didalamnya terdapat peninggalan bersejarah.
6. Pengadaan transportasi untuk membantu pengunjung mengelili kampung adat.
7. Penguatan kerja sama dengan pihak Universitas Riau akan ditingkatkan dalam menunjang promosi kampung adat.
8. Membuat program pariwisata dalam menunjang promosi kampung adat bersama Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi.
9. Membuat homestay yang layak dipakai

untuk menginap di Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo.

10. Membuat toilet umum dan tempat sampah.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo ialah suatu daya tarik yang mempunyai potensi wisata utama yaitu Kampung Adat. Selain mempunyai potensi dari segi cagar budaya, Desa Wisata Koto Sentajo Juga mempunyai Potensi Wisata dari segi Cagar Alam yaitu Hutan Adat atau Hutan lindung. Berdasarkan penelitian penulis Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo sampai saat ini masih menggunakan *Brand* Kabupaten Kuantan Singingi.
2. Desa Wisata Koto Sentajo memiliki banyak potensi dan daya tarik yang dapat dimanfaatkan terutama dalam bidang pariwisata serta edukasi sejarah adat istiadat
3. Berdasarkan hasil penelitian penulis, promosi Kampung Adat Desa Wisata

Koto Sentajo dilakukan di melalui media sosial seperti *Blog, Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube* serta promosi langsung dari pemerintah dan masyarakat Kenegerian Sentajo.

5.2 Saran

1. Diharapkan Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo bisa memiliki *Brand* Kampung Adat Desa Wisata.
2. Diharapkan Pemerintah dan Masyarakat saling bekerja sama dalam membangun *Branding* Kampung Adat.
3. Pemerintah dan masyarakat lebih giat dalam mempromosikan Kampung Adat dan potensi wisata lainnya agar lebih dikenal oleh masyarakat banyak.
4. Diharapkan pemerintah dan masyarakat lebih bekerja sama dalam pengembangan Kampung Adat Desa Wisata Koto Sentajo.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Chelsy Yesicha, Andri Sulistyani. 2018. Pengembangan Potensi Desa Wisata Adat Koto Sentajo Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuantan Singingi. 2021. *Objek Wisata di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau*. Kabupaten Kuantan Singingi.
- Hardani, etc. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Gorup Yogyakarta.
- Janri D. Manafe, Tuty Setyorini, Yermias A Alang. 2016. Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya. Jurusan Admisntrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang, Vol. 4, No. 1.
- Nita Muktianis, Bedtriati Ibrahim, Asril. 2022. Sejarah Koto Sentajo Sebagai Desa Cagar Budaya di Kabupaten Kuantan Singingi (2002-2020). *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Vol. 6, No. 1, 4106-4113.
- Marcello Risitano. 2005. *The Role Of Destination Branding In The Tourism Stakeholders System (The Campi Flegrei Case)*. University of Naples Federico II, Italy: Department of Business Management, Faculty of Economics.