



Strategi Promosi Tari Tortor Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Berkelanjutan (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta)

Veronica^{1*}

¹Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia, Indonesia

Corresponding author email: veronica@bundamulia.ac.id

Article Info

Article history:

Received March 11, 2024

Approved May 07, 2024

Keywords:

Tortor Dance, Promotion Strategy, Tourist Attraction, Cultural Tourism, Sustainable Tourism

ABSTRACT

The Tortor Dance Performance is a cultural tourism attraction, and its role in increasing tourism is no less important when compared to other cultural attractions belonging to the Batak Tribe. This research is interesting because it was conducted in DKI Jakarta, as it is known that Jakarta is the national capital as a representation of a mini-Indonesia. Jakarta no longer only belongs to the Betawi tribe, but also to immigrant tribes who have lived in Jakarta for a long time, including the Batak tribe. The analytical method used is SWOT using a qualitative approach through data collection techniques through interviews. The results of this study stated that the potential for the Cultural Arts of the Tortor Dance in DKI Jakarta obtained positive results, meaning that the Tortor Dance has good potential, even though this dance originates from North Sumatra Province, the community still has high interest in this traditional dance. The role of stakeholders in DKI Jakarta towards the Tortor Dance Cultural Arts is considered very good, but there has not been a significant role in supporting the preservation of the Tortor Dance in Jakarta. The strategy for promoting the Tortor Dance Cultural Arts in DKI Jakarta by using information technology is considered the most appropriate form to reach all levels of society. To increase the interest of the younger generation in terms of publication and information, stakeholders disseminate information about the Tortor Dance Cultural Arts through websites and social media such as Instagram, Twitter, TikTok, and YouTube.

ABSTRAK

Pertunjukan Tari Tortor memiliki daya tarik wisata budaya, dan peranannya dalam meningkatkan pariwisata tidak kalah penting jika dibandingkan dengan atraksi budaya lain milik Suku Batak. Penelitian ini menarik karena dilakukan di DKI Jakarta, sebagaimana diketahui bahwa Jakarta merupakan ibu kota negara sebagai gambaran Indonesia mini. Jakarta tidak lagi hanya milik Suku Betawi, tetapi juga suku pendatang yang sudah lama tinggal di Jakarta, termasuk Suku Batak. Metode analisis yang digunakan adalah SWOT dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui teknik pengumpulan data wawancara. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa potensi Kesenian

Budaya Tari Tortor di DKI Jakarta memperoleh hasil yang positif, artinya Tari Tortor memiliki potensi yang baik, meskipun tarian ini berasal dari Provinsi Sumatera Utara, namun masyarakat masih memiliki ketertarikan tinggi pada tarian tradisional ini. Peran *stakeholders* di DKI Jakarta terhadap Kesenian Budaya Tari Tortor dinilai sangat baik, namun belum ada peran yang signifikan dalam mendukung pelestarian Seni Budaya Tari Tortor di Jakarta. Strategi promosi Kesenian Budaya Tari Tortor di DKI Jakarta dengan menggunakan teknologi informasi dianggap sebagai bentuk yang paling tepat untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dalam upaya meningkatkan minat generasi muda dalam hal publikasi dan informasi, pemangku kepentingan menyebarkan informasi seputar Seni Budaya Tari Tortor melalui situs website dan media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube.

Copyright © 2024, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Veronica. (2024). Strategi Promosi Tari Tortor Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Berkelanjutan (Studi Kasus di Provinsi DKI Jakarta). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 834–846. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2511>

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini masih menjadi sektor penting untuk dikaji secara berkelanjutan. Budaya yang merupakan bagian dari pariwisata saat ini mampu memberikan kontribusi dan devisa negara yang cukup besar. Budaya menjadi alternatif pilihan selain obyek atau daya tarik wisata karena kini pariwisata berbasis budaya juga memiliki daya tarik tersendiri untuk menjadi magnet bagi wisatawan. Wisata budaya mencakup berbagai kegiatan seperti menonton pertunjukan seni, melihat festival budaya, mengunjungi pemukiman tradisional dengan rumah adatnya, mengunjungi museum, dan mengunjungi situs warisan budaya masa lalu yang biasa disebut dengan wisata *heritage*, ritual keagamaan, kuliner, dan lain sebagainya.

Pariwisata dan kebudayaan memiliki peran yang sangat penting dalam konteks DKI Jakarta sebagai destinasi wisata budaya yang menarik. DKI Jakarta memiliki warisan budaya yang sangat kaya, termasuk kesenian, adat istiadat, kuliner, dan arsitektur. Keberagaman budaya, warisan sejarah, kontribusi ekonomi, dan upaya pelestarian kebudayaan semuanya memberikan nilai tambah bagi pengalaman wisatawan dan meningkatkan citra kota sebagai pusat budaya dan seni di Indonesia (Kallista dan Ritonga, 2023).

DKI Jakarta memiliki kondisi geografis yang berbeda dengan daerah lain, tidak hanya sebagai pusat pemerintahan tetapi juga sebagai pusat perdagangan dan industri. Sebagai pusat bisnis tentunya memiliki tantangan tersendiri bagi pemerintah DKI Jakarta dalam memperkenalkan seluruh potensi wisata dan budaya Indonesia. Pemerintah DKI Jakarta harus memiliki strategi khusus yang tentunya sangat berbeda dengan provinsi lain di seluruh Indonesia. Sebagai ibu kota negara, pemerintah DKI Jakarta memiliki visi yaitu Jakarta sebagai destinasi wisata dan budaya yang bertaraf internasional, hal ini dikarenakan sebagai pusat bisnis, Jakarta harus menjadi satu-satunya daerah di Indonesia yang dapat mempromosikan pariwisata dan budayanya dalam standar internasional (Iskandar, 2022)

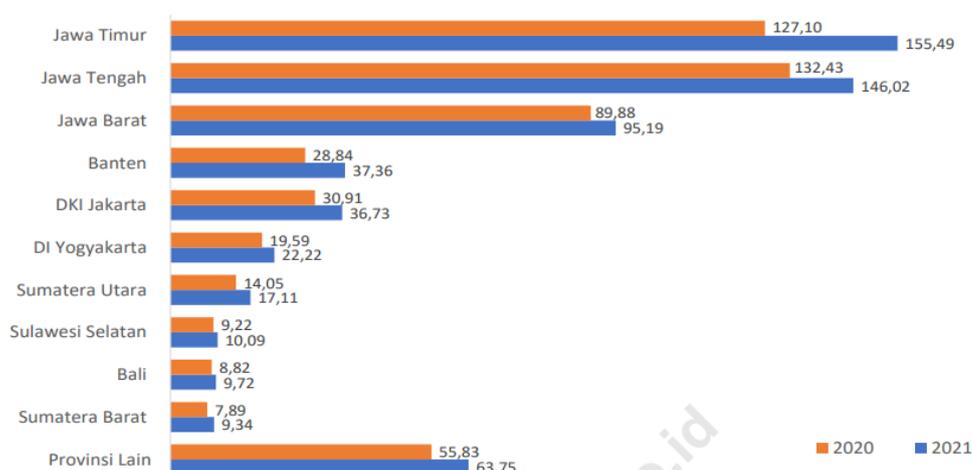
Penelitian ini menarik karena dilakukan di Jakarta, seperti diketahui bahwa Jakarta merupakan ibu kota negara sebagai gambaran Indonesia mini. Jakarta tidak lagi hanya milik Suku Betawi, tetapi juga milik suku lain yang merupakan pendatang yang sudah lama tinggal. Sebagai ibu kota negara, Jakarta mampu menjadi magnet yang kuat untuk menarik para

pendatang untuk mengadu nasib dan peruntungan di Jakarta. Tidak hanya itu, Jakarta juga diharapkan dapat menjadi magnet bagi wisatawan mancanegara maupun lokal untuk menikmati keragaman budaya dalam kemasan pluralisme.

Sebagai ibu kota negara dengan pusat industri dan bisnis, Jakarta merupakan daerah yang berbeda dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia. Dengan demikian, diperlukan strategi dan upaya khusus yang harus dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara agar bersedia tinggal lebih lama di Jakarta.

Perlu upaya khusus untuk mengembangkan dan membangun kerja sama dengan sektor lain untuk mendukung wisata budaya di DKI Jakarta. Hal ini menjadi tantangan bagi Disparekrif DKI Jakarta untuk dapat terus meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Jakarta.

Berdasarkan kabupaten/kota, DKI Jakarta mengalami kunjungan wisatawan nusantara sebesar 36,73 juta pada tahun 2021, meningkat apabila dibandingkan dengan tahun 2020 yakni sebesar 30,91 juta, dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2020-2021

Sumber: BPS, 2022

Kesenian dan kebudayaan, termasuk tarian tradisional, menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan untuk mengalami budaya lokal karena berbagai alasan yang mencerminkan keunikan dan nilai-nilai budaya suatu daerah. Para wisatawan mencari pengalaman otentik yang dapat membawa mereka lebih dekat dengan kehidupan dan tradisi lokal. Tarian tradisional dan kebudayaan memberikan kesempatan untuk berinteraksi dengan masyarakat setempat, menyaksikan pertunjukan langsung, dan merasakan kehidupan budaya yang sebenarnya (Djunaid & Edrea, 2021).

Masyarakat dan kebudayaan adalah suatu sistem yang tidak dapat dipisahkan, karena tidak ada kebudayaan yang tidak bertumbuh dan berkembang (Mandalahi *et al.*, 2020). Melimpahnya kebudayaan Indonesia terlihat dari beragamnya bentuk pertunjukan, tarian, alat musik, dan pakaian. Bukan hal mudah untuk menciptakannya, karena harus mencurahkan akal budi dan daya upaya masyarakat suatu wilayah. Setiap suku memiliki kebudayaan yang menjadi ciri yang mencerminkan suku itu sendiri, seperti halnya seni tari (Hutagalung, 2017).

Faktor budaya menjadi salah satu daya tarik utama dari pertunjukan Tari Tortor. Tari tortor merupakan salah satu warisan budaya yang sangat berharga di Indonesia. Tarian ini

merupakan tarian tradisional suku Batak yang berasal dari Sumatera Utara. Tarian Tortor dianggap sebagai bagian penting dari identitas dan warisan budaya masyarakat Batak Toba. Faktor budaya lahir dari warisan leluhur atau nenek moyang yang dikembangkan dan diperkenalkan oleh ahli warisnya. Untuk memperkenalkan budaya sebagai salah satu aspek dalam menarik kunjungan wisatawan, harus ada strategi untuk mempertahankan budaya yang sudah ada, baik dari segi warisan budayanya sendiri maupun dari sisi persaingan (Kirom *et al.*, 2016).

Seiring berkembangnya zaman, arus globalisasi menjadikan nilai budaya lokal perlahan mulai meredup, memudar, atau bahkan kehilangan eksistensinya (Hasanah & Andari, 2021). Akibatnya, banyak generasi muda yang tidak mengetahui makna dan nilai-nilai budaya yang ada di daerahnya (Lestari *et al.*, 2019). Seperti halnya, generasi keturunan Suku Batak yang berasal dari Provinsi Sumatera Utara, saat ini sudah mulai berkurang pemahamannya terhadap adat istiadat, tradisi, bahasa, dan kesenian daerah yang seharusnya dilestarikan sebagai warisan budaya (Lubis, 2019). Dengan adanya pengaruh budaya dari luar yang berkembang di Indonesia, sedikit demi sedikit mulai mengubah perilaku sosial generasi muda, misalnya dari segi Fashion, kuliner, pakaian, seni musik, dan bahasanya. Sepatutnya, globalisasi membuka wawasan yang lebih luas, namun melestarikan kebudayaan sebagai identitas tetap menjadi tanggung jawab bangsa sendiri, terutama generasi muda sebagai penerus bangsa.

Kemajuan teknologi memudahkan masyarakat untuk mencari informasi tentang berbagai hal. Pada tahun 2017, sebanyak 143,26 juta orang Indonesia, atau sekitar 55% dari total populasi negara, diketahui sebagai pengguna internet aktif, menurut penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia dengan Teknopreneur Indonesia (APJII, 2017). Investigasi lebih lanjut mengungkapkan bahwa 49,52% dari semua pengguna internet aktif, atau mereka yang lahir setelah penemuan internet adalah penduduk asli digital (*digital natives*) yang dikenal dengan sebutan Generasi Z.

Generasi Z lahir ketika teknologi tersedia, yang memungkinkan mereka terhubung secara internasional dan berjejaring di dunia maya. Inilah mengapa generasi ini memiliki kepribadian yang menyukai teknologi dan mudah beradaptasi, cerdas, serta menerima keragaman budaya (Rastati, 2019). Dengan aktif menggunakan media sosial untuk terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia, Generasi Z toleran terhadap keragaman budaya dan bersemangat untuk terlibat dengan individu dari semua lapisan masyarakat, memungkinkan mereka untuk mengamati dan meniru hal-hal yang mereka sukai, termasuk budaya negara lain.

Hal ini kemudian mendorong penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai strategi promosi yang tepat, agar Tari Tortor dapat menjadi daya tarik wisata budaya yang berkelanjutan khususnya bagi generasi muda.

Penelitian yang dilakukan Avinda *et al.* (2016) menjadi acuan penulis dalam mengetahui strategi promosi yang telah dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata untuk menjadikan Banyuwangi sebagai destinasi wisata serta kendala yang dialami. Penelitian Zikri *et al.* (2018) yang melakukan penelitian mengenai perancangan strategi promosi Sawahlunto International Songket Carnival memberikan pengetahuan bagi penulis mengenai strategi promosi menggunakan event karnaval guna meningkatkan *awareness* dan menarik minat pengunjung. Penelitian Roselie *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa promosi media sosial berdampak besar pada minat pengunjung karena menawarkan berbagai aplikasi yang memberikan banyak informasi wisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi fenomena, proses, peristiwa, atau perkembangan secara detail dan komprehensif.

Metode lain yang mendukung analisis data ini adalah dengan menggunakan Metode Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Treat*) yang akan mengolah secara mendalam data yang diperoleh dengan mengelompokkan dan menghubungkan keempat aspek dalam Analisis SWOT.

Analisis SWOT akan membantu dalam menganalisis dan membandingkan faktor internal yaitu *strengths* dan *weaknesses* serta faktor eksternal yaitu *opportunities* dan *threats*. Faktor internal akan dimasukkan dalam matriks strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*). Sedangkan faktor eksternal dimasukkan dalam matriks analisis faktor strategis eksternal EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*). Dalam menguantifikasi IFAS dan EFAS, proses analisis akan dimulai dengan mengurutkan tingkat kepentingan masing-masing aspek menurut *key person*.

Pendekatan dalam SWOT ini merupakan analisis dengan pendekatan kualitatif karena hakikatnya penulis menilai secara kualitatif bagaimana potensi hingga tantangan yang ada pada Tari Tortor. Penulis menilai secara kualitatif bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Tari Tortor bersifat deskriptif dan juga dianalisis secara kuantitatif dengan menghubungkannya dalam matriks sehingga terbentuk strategi. Data yang diperoleh penulis berupa narasi atau deskriptif tentang kondisi Tari Tortor, yang selanjutnya dilakukan dengan menguantifikasi nilai-nilai yang sebelumnya bersifat deskriptif kemudian memberikan bobot atau nilai pada data kualitatif. Sehingga ada proses kuantifikasi terhadap data-data kualitatif.

Analisis SWOT membantu penulis memahami posisi penelitian secara keseluruhan. Analisis SWOT ini digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi penelitian yang lebih baik, meningkatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman yang teridentifikasi.

Berikut adalah kriteria sampel wawancara:

Tabel 1. Kriteria Sampel Wawancara

Kode Narasumber	Nama	Instansi	Jabatan
N1	Ida Pangaribuan	Sanggar Gorga	Pemilik
N2	Impolana Naibaho	Sanggar Gorga	Seniman/Penari Tortor
N3	Rebecca Olivia	Dinas Kebudayaan DKI Jakarta	Kepala Seksi Riset dan Pengembangan
N4	Atien Permanik	Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta	Pemasaran Pariwisata dalam Negeri
N5	Helena Stephanie	Generasi Muda	Mahasiswa
N6	Vanessa Sharon	Generasi Muda	Mahasiswa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Tari Tortor di DKI Jakarta

Berdasarkan hasil wawancara dengan enam informan, diperoleh potensi Tari Tortor yang menjadi *strength* atau kekuatan dari Tari Tortor itu sendiri adalah kekayaan budaya, keunikan dan identitas budaya, dan keindahan gerakan dan musik, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kekuatan Tari Tortor

Potensi Tari Tortor	Narasumber					
	N1	N2	N3	N4	N5	N6
Kekayaan Budaya	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Keunikan dan Identitas Budaya	✓	✓	✓	✓	✓	
Keindahan Gerakan dan Musik	✓	✓	✓	✓	✓	

Sedangkan, yang menjadi *weakness* atau kelemahan dari Tari Tortor datang dari peran para pemangku kepentingan yaitu mencakup keterbatasan sumber daya, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, dan keterbatasan jangkauan dan promosi, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Kelemahan Tari Tortor

Peran Para Pemangku Kepentingan	Narasumber					
	N1	N2	N3	N4	N5	N6
Keterbatasan Sumber Daya	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan				✓	✓	✓
Keterbatasan Jangkauan dan Promosi			✓	✓	✓	✓

Peluang dan ancaman dari Tari Tortor dapat dilihat pada Tabel 4 dan 5:

Tabel 4. Peluang Tari Tortor

Peluang	Narasumber					
	N1	N2	N3	N4	N5	N6
Pariwisata Budaya	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kolaborasi dengan Komunitas dan Seniman	✓	✓	✓	✓		
Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tabel 5. Ancaman Tari Tortor

Ancaman	Narasumber					
	N1	N2	N3	N4	N5	N6
Perubahan Nilai dan Gaya Hidup		✓	✓	✓	✓	✓
Persaingan dengan Hiburan Modern			✓	✓	✓	✓
Hilangnya Keterampilan Tradisional				✓	✓	✓

Berdasarkan identifikasi yang telah dilakukan dari hasil wawancara terhadap enam informan, tabel di bawah ini juga memuat hasil penilaian atau *rating* dari masing-masing informan. Penilaian ini merupakan bobot yang dapat dijadikan acuan dalam menghitung analisis

SWOT untuk menentukan strategi yang tepat dalam mempromosikan Tari Tortor sebagai daya tarik wisata budaya yang berkelanjutan.

No.	Uraian	(Rating) Penilaian dari setiap narasumber						Rata-rata bobot nilai	Peringkat
		N1	N2	N3	N4	N5	N6		
1	Kekuatan (<i>Strength</i>):								
	A1 Kekayaan Budaya	5	5	5	4	5	3	4,50	1
	A2 Keunikan dan Identitas Budaya	5	5	5	4	4	3	4,33	2
	A3 Keindahan Gerakan dan Musik	5	5	5	3	4	3	4,17	3
2	Kelemahan (<i>Weakness</i>):								
	B1 Keterbatasan Sumber Daya	4	4	5	5	5	5	4,67	1
	B2 Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan	4	4	4	5	5	5	4,50	2
	B3 Keterbatasan Jangkauan dan Promosi	3	3	5	5	5	5	4,33	3
3	Peluang (<i>Opportunity</i>):								
	C1 Pariwisata Budaya	5	5	5	5	5	5	5,00	1
	C2 Kolaborasi dengan Komunitas dan Seniman	5	5	5	5	3	3	4,33	3
	C3 Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial	5	5	5	5	5	4	4,83	2
4	Ancaman (<i>Threat</i>):								
	D1 Perubahan Nilai dan Gaya Hidup	3	4	4	4	5	5	4,17	1
	D2 Persaingan dengan Hiburan Modern	3	3	4	4	5	5	4,00	2
	D3 Hilangnya Keterampilan Tradisional	3	3	3	4	5	5	3,83	3

Setelah menganalisis masing-masing *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat*, penulis melakukan analisis terhadap faktor-faktor internal yaitu *strength* atau kekuatan dan *weakness* atau kelemahan melalui matrik *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) atau yang disebut juga sebagai Analisis Faktor Strategi Internal.

Di bawah ini adalah Matriks IFAS dengan bobot dan *rating* berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber. Pada kolom Matriks IFAS, penulis memberi bobot pada masing-masing faktor yang telah terkumpul dan akan menjadi salah satu parameter penentuan strategi. Bobotnya berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Selanjutnya, penulis menilai *rating* untuk setiap faktor dengan skala Likert dari 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Untuk faktor yang positif (*strength* dan *opportunity*), semakin kuat dan semakin besar kekuatan dan peluangnya, peringkat tertinggi adalah +5 dan terendah adalah +1. Setelah mengetahui bobot dan *rating*, langkah selanjutnya adalah mengalikan keduanya. Variasi skor akan bergantung pada besaran pada kolom (2) dan kolom (3). 5,0 (luar biasa) hingga 1,0 (buruk).

Tabel 7. Matriks IFAS

Faktor-Faktor Strategis Internal (1)	Bobot (2)	<i>Rating</i> (3)	Bobot x <i>Rating</i> (4)	Keterangan (5)
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
A1 Kekayaan Budaya	0,17	4,50	0,76	
A2 Keunikan dan Identitas Budaya	0,16	4,33	0,71	
A3 Keindahan Gerakan dan Musik	0,16	4,17	0,66	
Jumlah <i>Strength</i>	0,49		2,13	
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
B1 Keterbatasan Sumber Daya	0,18	4,67	0,82	
B2 Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan	0,17	4,50	0,76	
B3 Keterbatasan Jangkauan dan Promosi	0,16	4,33	0,71	
Jumlah <i>Weakness</i>	0,51		2,29	
Total <i>Strength</i> + <i>Weakness</i>	1		4,42	

Matriks EFAS atau *External Factors Analysis Summary* adalah analisis faktor eksternal di luar kegiatan bisnis perusahaan yang dapat mempengaruhi kegiatan yang dilakukan oleh bisnis atau perusahaan. Matriks EFAS terdiri dari *opportunity* dan *threat* yang dapat menjadi keuntungan bagi perkembangan perusahaan atau bahkan mengganggu aktivitas bisnis perusahaan.

Di bawah ini adalah Matriks EFAS dengan bobot dan *rating* berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber. Pada kolom ini penulis memberi bobot pada masing-masing faktor yang telah terkumpul dan akan menjadi salah satu parameter strategi. Bobotnya berkisar dari 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting). Selanjutnya, penulis menilai *rating* untuk setiap faktor dengan skala Likert dari 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Faktor yang bersifat negatif, *weaknesses* dan *threats*, semakin besar kelemahan dan ancaman yang teridentifikasi, *rating* tertinggi adalah +1 dan +5 untuk *rating* terendah jika faktor yang bersifat negatif ini tidak berdampak signifikan. Setelah mengetahui bobot dan *rating*, langkah selanjutnya adalah mengalikan keduanya. Variasi skor akan bergantung pada besaran pada kolom (2) dan kolom (3). 5,0 (luar biasa) hingga 1,0 (buruk).

Tabel 8. Matriks EFAS

Faktor-Faktor Strategis Eksternal (1)	Bobot (2)	Rating (3)	Bobot x Rating (4)	Keterangan (5)
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
C1 Pariwisata Budaya	0,19	5,00	0,96	
C2 Kolaborasi dengan Komunitas dan Seniman	0,17	4,33	0,72	
C3 Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial	0,18	4,83	0,89	
Jumlah <i>Opportunity</i>	0,54		2,57	
Ancaman (<i>Threat</i>)				
D1 Perubahan Nilai dan Gaya Hidup	0,16	4,17	0,66	
D2 Persaingan dengan Hiburan Modern	0,15	4,00	0,61	
D3 Hilangnya Keterampilan Tradisional	0,15	3,83	0,56	
Jumlah <i>Threat</i>	0,46		1,84	
Total <i>Opportunity</i> + <i>Threat</i>	1		4,40	

Setelah mengetahui matriks IFAS dan EFAS dalam penelitian ini, berikut adalah analisis gabungan untuk IFAS dan EFAS yang dapat menjadi acuan untuk membentuk strategi yang tepat.

Tabel 9. Analisis Gabungan SWOT (IFAS + EFAS)

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Nilai	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Nilai
A1 Kekayaan Budaya	0,76	B1 Keterbatasan Sumber Daya	0,82
A2 Keunikan dan Identitas Budaya	0,71	B2 Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan	0,76
A3 Keindahan Gerakan dan Musik	0,66	B3 Keterbatasan Jangkauan dan Promosi	0,71
Total <i>Strength</i>	2,13	Total <i>Weakness</i>	2,29
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Nilai	Ancaman (<i>Threat</i>)	Nilai
C1 Pariwisata Budaya	0,96	D1 Perubahan Nilai dan Gaya Hidup	0,66
C2 Kolaborasi dengan Komunitas dan Seniman	0,72	D2 Persaingan dengan Hiburan Modern	0,61
C3 Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial	0,89	D3 Hilangnya Keterampilan Tradisional	0,56
Total <i>Opportunity</i>	2,57	Total <i>Threat</i>	1,84
TOTAL		TOTAL	
<i>Strength</i> + <i>Opportunity</i>	4,69	<i>Weakness</i> + <i>Threat</i>	4,13

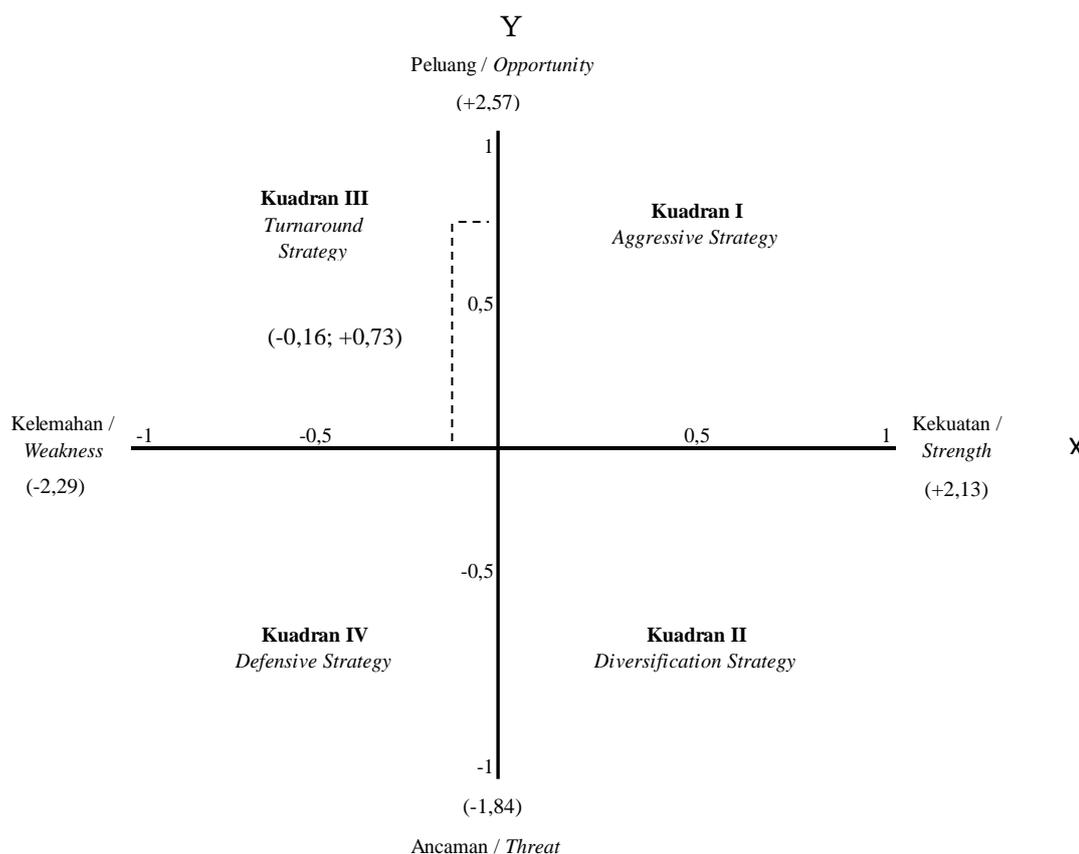
Setelah mengidentifikasi *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) yang ada dalam strategi promosi Tari Tortor sebagai daya tarik wisata budaya berkelanjutan, berikut Matriks SWOT yang menghubungkan setiap aspek SWOT dan strategi yang disarankan:

Tabel 10. Matriks SWOT

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weakness (W)</i>
Matriks SWOT	A1 - Kekayaan Budaya A2 - Keunikan dan Identitas Budaya A3 - Keindahan Gerakan dan Musik	B1 - Keterbatasan Sumber Daya B2 - Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan B3 - Keterbatasan Jangkauan dan Promosi
<i>Opportunity (O)</i>	<i>Strategi SO (Strength-Opportunity)</i>	<i>Strategi WO (Weakness-Opportunity)</i>
C1 - Pariwisata Budaya C2 - Kolaborasi dengan Komunitas dan Seniman C3 - Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial	1. Memanfaatkan kekuatan budaya dengan melibatkan komunitas Batak di Jakarta, baik melalui pertunjukan atau kolaborasi dengan kelompok seni dan budaya Batak. 2. Memanfaatkan teknologi dan media sosial dengan menggunakan <i>platform</i> media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Facebook untuk membagikan video pertunjukan, foto-foto, dan informasi tentang Tari Tortor akan membantu mempromosikan secara luas kepada masyarakat Jakarta dan wisatawan potensial.	1. Mengadakan program edukasi tentang Tari Tortor di sekolah-sekolah, perguruan tinggi, dan pusat kebudayaan. 2. Mengambil bagian dalam acara-acara budaya dan festival seni yang diadakan di Jakarta. 3. Membentuk kemitraan dengan lembaga budaya atau pusat seni di Jakarta yang memiliki minat dalam mempromosikan seni dan budaya tradisional.
<i>Threat (T)</i>	<i>Strategi ST (Strength-Threat)</i>	<i>Strategi WT (Weakness-Threat)</i>
D1 -Perubahan Nilai dan Gaya Hidup D2 -Persaingan dengan Hiburan Modern D3 -Hilangnya Keterampilan Tradisional	1. Menggabungkan elemen kontemporer dengan tradisional. 2. Memanfaatkan media sosial dan <i>platform</i> digital. 3. Membentuk kolaborasi strategis. 4. Mengorganisir acara promosi khusus	1. Peningkatan kesadaran melalui pendidikan dan informasi. 2. Kolaborasi dengan <i>influencer</i> dan tokoh masyarakat. 3. Peningkatan kualitas pertunjukan. 4. Kolaborasi dengan komunitas seni lokal di Jakarta.

Mendalami analisis untuk melihat strategi yang tepat untuk direkomendasikan, setelah mengetahui matriks IFAS dan EFAS serta matriks SWOT, matriks di bawah ini adalah matriks *grand strategy* yang akan membantu dalam menentukan langkah untuk mempromosikan Tari Tortor sebagai daya tarik wisata budaya berkelanjutan. Matriks ini terbagi menjadi empat kuadran dan masing-masing kuadran memiliki jenis strategi yang berbeda sesuai dengan aspek SWOT yang sudah teridentifikasi. Sumbu X adalah sumbu yang menjelaskan titik antara *Strength* dan *Weakness*. Sedangkan sumbu Y adalah garis yang menjelaskan titik antara *Opportunity* dan *Threat*. Melalui kedua sumbu ini, akan ditemukan koordinat yang dapat digunakan sebagai titik yang menentukan strategi yang dapat digunakan.

Tabel 11. Matriks *Grand Strategy*



Berdasarkan Matriks *Grand Strategy*, ditemukan bahwa untuk menjadi daya tarik wisata budaya berkelanjutan, promosi Tari Tortor perlu melakukan *turnaround strategy* atau dikenal dengan strategi pemulihan. Dalam kondisi ini berarti para pemangku kepentingan perlu melakukan strategi untuk memperbaiki kondisi atau menghidupkan kembali minat masyarakat khususnya generasi muda terhadap seni budaya Tari Tortor.

Untuk menghidupkan kembali minat dan mengembalikan kejayaan Tari Tortor, diperlukan strategi *turnaround* yang menyeluruh. Para pemangku kepentingan dapat memulainya dengan berfokus pada pendidikan dan pelatihan yang kuat untuk memastikan warisan budaya ini dapat dipelajari dan dilestarikan dengan baik oleh generasi muda. Program edukasi ini tidak hanya berupa pelatihan bagi para penari, namun juga *workshop* bagi para pemusik pendukung dan perajin kostum tradisional. Di samping itu, upaya promosi yang aktif melalui beragam platform, seperti media sosial, pertunjukan budaya, dan festival seni, memiliki peranan penting dalam meningkatkan visibilitas Tari Tortor kepada masyarakat yang lebih luas. Kolaborasi

inovatif dengan seniman dari berbagai disiplin juga dapat menghadirkan perspektif baru dalam pertunjukan Tari Tortor, menambah daya tariknya bagi penonton yang lebih luas. Dukungan dari pemerintah, lembaga kebudayaan, dan sektor pariwisata juga diperlukan untuk menjamin keberlanjutan program-program tersebut.

KESIMPULAN

Strategi promosi Tari Tortor yang tepat harus memadukan pendekatan tradisional dengan penggunaan teknologi dan media modern untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Sinergi antara berbagai pemangku kepentingan akan meningkatkan efektivitas upaya konservasi dan memperkuat citra Tari Tortor sebagai bagian penting dari warisan budaya Indonesia. Promosi melalui media sosial dan platform digital sangat penting untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama generasi muda. Selain itu, pendekatan edukasi, partisipasi aktif dalam acara dan festival budaya, promosi melalui media tradisional seperti televisi, radio dan media cetak, serta keterlibatan wisatawan dan pengunjung dalam berbagi pengalaman tentang Tari Tortor juga dapat memperkuat promosi dan kesadaran masyarakat. Dengan menerapkan strategi promosi yang holistik dan berkelanjutan, Tari Tortor dapat terus hidup dan berkembang sebagai daya tarik wisata budaya yang berkelanjutan di DKI Jakarta dan di Indonesia secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2018). Analisis strategi promosi dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 4(2).
- Afifa, N., & Defrizal, D. (2022). Analisis Strategi Promosi Wisata Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Puncak Mas Sukadanaham Bandar Lampung. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 245-252.
- Afrianto, D. T., & Muhajir, M. (2020). Strategi Seni Pertunjukan dengan Segmentasi Pariwisata. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(2), 119-126.
- Avinda, C. B., Sudiarta, I. N., & Karini, N. M. O. (2016). Strategi promosi Banyuwangi sebagai destinasi wisata (studi kasus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata). *Jurnal IPTA ISSN*, 2338, 8633.
- Damanik, D. W. P. S. (2021). Fungsi Tortor Somba-somba dalam Upacara Perkawinan Adat Batak di Yogyakarta. *INVENSI*, 6(2), 121-132.
- Dewantara, Y. F. (2021). Analisa potensi wisata kuliner khas Betawi dalam pengembangan pariwisata di kota DKI Jakarta. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 6(1), 20-28.
- Djunaid, I. S., & Edrea, M. (2021). Pelestarian Kesenian Beladiri Penca Silat Aliran Cimande Sebagai Atraksi Wisata Seni Budaya Desa Wisata Cimande, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pesona Hospitality*, 14(1 Mei).
- Iskandar, H. (2022). Peran Koko Cici Jakarta Dalam Promosi Destinasi Budaya Tionghoa Studi Kasus Petak 9 Jakarta: Peran Koko Cici Jakarta Dalam Promosi Destinasi Budaya Tionghoa Studi Kasus Petak 9 Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 144-151.
- Kallista, K., & Ritonga, R. M. (2023). Peran Event dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Kota Jakarta (Studi Kasus pada Festival# IniJakarta 2022 di Kota Tua Jakarta). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1810-1818.
- Hasanah, L. U., & Andari, N. (2021). Tradisi Lisan sebagai Media Pembelajaran Nilai Sosial dan Budaya Masyarakat. *Jurnal Ilmiah FONEMA: Jurnal Edukasi Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(1), 48-66.

- Hasanah, R. (2019). Kearifan lokal sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Sade Kabupaten Lombok Tengah. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 2(1), 45-52.
- Junaid, I., Mansyur, M., & Uleng, A. (2020). Implementasi Pariwisata Berkelanjutan di Pulau Maratua, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 3(2), 110.
- Mandalahi, S. A., Kerebungu, F., & Salem, V. E. (2020). Makna Gerak Tari Tor-Tor Dalam Perkawinan Batak Toba Di Desa Silalahi, Kecamatan Silahisabungan, Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara. *JURNAL PARADIGMA: Journal of Sociology Research and Education*, 1(2), 46-51.
- Roselie, L., Rahmanita, M., & Mariati, S. (2022). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Electronic Word-of-Mouth Terhadap Minat Kunjungan ke Telaga Biru Cicerem, Kuningan, Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(2), 89-96.
- Siahaan, M. L., Hutagalung, N. A. V., & Panjaitan, P. (2023). Menyelaraskan Budaya Batak Toba dan Pariwisata (Tinjauan Sianjur Mulamula). *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(2), 11712-11722.
- Veronica, V. (2022). The Young Generation Interest in Studying Traditional Musical Instruments as a Form of Cultural Love at Bunda Mulia University Serpong. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1727-1738.
- Weaver, D. B., Kwek, A., & Wang, Y. (2017). Cultural connectedness and visitor segmentation in diaspora Chinese tourism. *Tourism Management*, 63, 302-314.
- Zikri, M., Sumargono, I., & Hidayatulloh, M. (2018). Perancangan Strategi Promosi Sawahlunto International Songket Carnival. *eProceedings of Art & Design*, 5(2).
- Zulaikha, E., Dewi, S. R., Agustami, W. Z., Alwa, A., Agustin, M. R., & Si, K. S. (2018). Strategi Pengelolaan Museum Sebagai Daya Tarik Wisata Warisan Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Prosiding SENIATI*, 4(2), 72-76.