

SKRIPSI

***TABOT* SEBAGAI *CITY BRANDING*
KOTA BENGKULU**



JOHAN ANDI WIJAYA TOMI SAPUTRA

07021181621010

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

SKRIPSI

***TABOT* SEBAGAI *CITY BRANDING* KOTA BENGKULU**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



JOHAN ANDI WIJAYA TOMI SAPUTRA

07021181621010

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
TABOT SEBAGAI CITY BRANDING
KOTA BENGKULU

SKRIPSI

Oleh:

JOHAN ANDI WIJAYA TOMI SAPUTRA
07021181621010

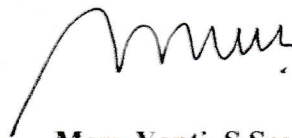
Indralaya, Januari 2021

Pembimbing I



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum
NIP. 196507121993031003

Pembimbing II



Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP. 197705042000122001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "*Tabot Sebagai City Branding Kota Bengkulu*" telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal 14 Januari 2021.

Indralaya, 2021

Ketua:

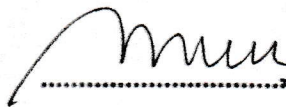
1. Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum
NIP. 196507121993031003



.....


Anggota:

2. Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP. 197705042000122001



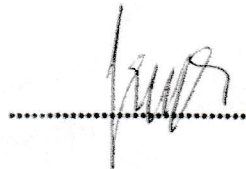
.....

3. Dr. Zulfikri Suleman, MA
NIP. 195907201985031002



.....

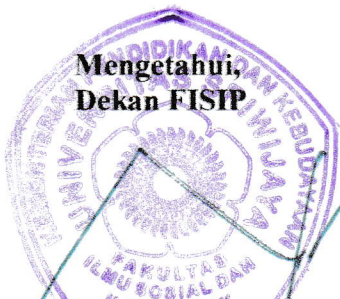
4. Safira Soraida, M.Sos
NIP. 198209112006042001



.....

Mengetahui,
Dekan FISIP

Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001



Ketua Jurusan Sosiologi,

Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si
NIP. 197506032000032001





SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Johan Andri Wijaya Tomi Saputra

NIM : 07021181621010

Jurusan : Sosiologi

Konsentrasi : Perencanaan Sosial

Judul Skripsi : Tabot sebagai City Branding Kota Bengkulu

Alamat : Perumahan Gurya Sejahtera Lorong Sejahtera 7

No.HP : 0812-7830-1030

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis di atas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Pernyataan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Inderalaya, 08 Februari 2021
Yang buat pernyataan,



Johan Andri Wijaya T-S
Johan Andri Wijaya T-S
NIM. 07021181621010

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

- QS. Al – Insyirah Ayat 5 & 6

“Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”

- QS. An – Najm Ayat 39

Dengan mengharapkan ridho Allah SWT skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT
2. Nabi Muhammad SAW
3. Kedua orang tuaku tercinta
4. Seluruh keluarga dan sahabat
5. Universitas Sriwijaya,
Almamater kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur Khadirat Allah SWT, karena atas segala nikmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis masih diberikan kesehatan dan kekuatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Tabot Sebagai City Branding Kota Bengkulu*”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat dan kita sebagai generasi penerusnya hingga akhir zaman. Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Strata 1 (S-1) Universitas Sriwijaya. Peneliti menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih menemui beberapa kesulitan, disamping itu juga peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan-kekurangan lainnya, maka dari itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk kelancaran dalam penelitian selanjutnya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Untuk itu, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan terimah kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE selaku Rektor Univeristas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Safira Soraida, S.Sos., M.Sos selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

5. Bapak Dr. Zulfikti Suleman, MA selaku pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, masukan dan ilmu-ilmu yang bermanfaat dari awal perkuliahan sampai selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama. M.Hum selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pemikiran, saran, serta arahan, dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Mery Yanti, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, semangat, serta saran selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Bapak dan ibu dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang tidak ternilai harganya selama belajar di Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
9. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya serta jajarannya, terutama kepada mbak Yuni Yunita yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan.
10. Bapak Buyung Asril selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata Provinsi Bengkulu dan Ibu Martina Ningsih, M.Pd selaku Kepala Bidang Kebudayaan Kota Bengkulu yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian mengenai *tabot* di Bengkulu.
11. Pada informan yang telah bersedia memberikan kesempatan dan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara selama kegiatan penelitian berlangsung terutama kepada Bapak Syafril yang telah banyak membantu selama proses penelitian.
12. Kepada kedua orang tuaku, Ayah Bastomi dan Ibu Nida Leni, yang selalu mendoakan dan memberi dukungan penuh, rasa cinta, kasih sayang, motivasi, semangat yang tiada henti-hentinya serta dukungan sampai saat ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan umur yang panjang agar dapat melihat saya sukses dan membuat bapak dan ibu bangga.
13. Kepada saudara-saudaraku, adik laki-lakiku Muhammad Aprian Tomi Saputra dan adik perempuanku Arin Maretri Tomi saputri terima kasih

sudah selalu ada dan menyemangati saya dengan kelucuan kalian. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memudahkan jalan kalian untuk membahagiakan Ayah dan Ibu.

14. Kepada keluarga besarku di Martapura dan Bengkulu yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
15. Kepada kamu orang tersayang setelah kedua orang tuaku dan adik-adikku terima kasih untuk semua dukungan dan semangat serta waktu yang kamu berikan, semoga Allah memudahkan jalan kamu menuju kesuksesan.
16. Kepada teman-teman yang sering bermain dan menginap di kosanku, teman futsalku, teman bermain game bersama, dan teman-teman kecilku yang ada di Bengkulu terimakasih untuk kalian yang selalu mengingatkanku, memberikanku semangat dan membuatku tertawa bahagia bersama kalian sampai saat ini.
17. Kepada teman-teman Sosiologi FISIP Universitas Sriwijaya angkatan 2016, terima kasih sudah menghiasi hari demi hari di kampus. Saya bersyukur dapat mengenal kalian semua dan semoga kita semua sukses dalam menggapai mimpi dan cita-cita yang kita inginkan.
18. Pihak-pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran sangat diperlukan demi perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

Aamiin Yaa Robbal'alamin

Wasaalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Indaralaya, 2020

Penulis,

Johan Andi Wijaya Tomi Saputra
NIM. 07021182621010

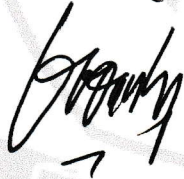
ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “*Tabot Sebagai City Branding Kota Bengkulu*”. Masalah penelitian yang diambil dalam penelitian ini mengenai proses terbentuknya *tabot* sebagai *city branding* Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cultural studies* oleh Stuart Hall. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan strategi penelitian etnografi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah organisasi, yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bengkulu. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam pada 13 informan, observasi nonpartisipan dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *tabot* sebagai *city branding* Kota Bengkulu terbentuk melalui proses representasi tradisi *tabot* menjadi festival *tabot* yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bengkulu. Pemerintah Kota Bengkulu menjadikan *tabot* sebagai ciri khas Kota Bengkulu melalui proses reproduksi berdasarkan regulasi untuk membentuk *tabot* sebagai identitas Kota Bengkulu. Pemerintah Kota Bengkulu ingin menampilkan Kota Bengkulu sebagai kota yang religius, memiliki kreativitas, dan kota yang penuh semangat yang tergambarkan dari perayaan festival *tabot*, serta sebagai referensi salah satu kota pariwisata budaya.

Kata Kunci: *Tabot, City Branding, Kota Bengkulu*

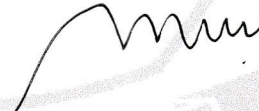
Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum
NIP. 196507121993031003

Pembimbing II



Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP. 197705042000122001

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si
NIP. 197506032000032001

ABSTRACT

This research is titled "Tabot As City Branding Of Bengkulu City". The problem of research is the process of forming tabot as a city branding of Bengkulu City. This research uses cultural studies approach by Stuart Hall. This research is a qualitative research with ethnographic research strategy. The analysis unit in this research is an organization, namely the Tourism and Culture Office of Bengkulu City. Data collection was obtained through in-depth interviews on 13 informants, observations of nonparticipant and documentation. The results of this study showed that tabot as the city branding of Bengkulu city was formed through the process of representation of tabot tradition into a tabot festival conducted by the Bengkulu city government. Bengkulu City Government makes tabot as a characteristic of Bengkulu City through a regulatory reproduction process to form tabot as the identity of Bengkulu City. The Government of Bengkulu wants to present Bengkulu as a religious city, has creativity, and a vibrant city that is depicted from the celebration of tabot festival, as well as as a reference for one of the cultural tourism cities.

Keywords: Tabot, City Branding, Bengkulu City

Certified By,

Advisor I

Advisor II



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum
NIP. 196507121993031003



Mery Yanti, S.Sos., MA
NIP.197705042000122001

*Head of Sociology Department
Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University*



Dr. Yunindyawati, S.Sos., M.Si
NIP. 197506032000032001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Umum	8
1.3.2 Tujuan Khusus	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritik	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi Penelitian	29
3.3 Strategi Penelitian	29

3.4 Fokus Penelitian	30
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Penentuan Informan	32
3.7 Peranan Peneliti	33
3.8 Unit Analisis Data	33
3.9 Teknik Pengumpulan Data	33
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data Penelitian	35
3.11 Teknik Analisis Data	36
3.12 Jadwal Penelitian	38
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN DESKRIPSI INFORMAN	39
4.1 Gambaran Umum Kota Bengkulu	40
4.1.1 Sejarah Kota Bengkulu	41
4.1.2 Gambaran Geografis Kota Bengkulu	43
4.1.3 Administratif Wilayah Kota Bengkulu	44
4.1.4 Topografi Kota Bengkulu	46
4.1.5 Gambaran Demografi Kota Bengkulu	47
4.1.6 Gambaran Pendidikan Kota Bengkulu	48
4.1.7 Gambaran Ekonomi Kota Bengkulu	49
4.1.8 Keagamaan Kota Bengkulu	50
4.1.9 Kebudayaan Kota Bengkulu	51
4.2 Gambaran Informan	53
4.1.2 Informan Kunci	53
4.1.2 Informan Utama	56
4.1.3 Informan Pendukung	62
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	65
5.1 <i>Tabot</i> dan Perkembangannya di Kota Bengkulu	66
5.1.1 Tradisi <i>Tabot</i> di Kota Bengkulu	68
5.1.2 <i>Tabot</i> Sebagai Tradisi	69
5.1.3 <i>Tabot</i> Sebagai Bangunan Fisik	80
5.1.4 Pelaksanaan <i>Tabot</i> di Kota Bengkulu	84
5.1.5 Tujuan dan Fungsi Pelaksanaan Ritual <i>Tabot</i> di Kota Bengkulu ...	98

5.2 Makna Ulang <i>Tabot</i> oleh Pemerintah Kota Bengkulu	102
5.3 Perayaan <i>Tabot</i> Sebagai <i>City Branding</i> Kota Bengkulu	116
5.3.1 Pemahaman Pemerintah Kota Bengkulu Terhadap <i>Tabot</i>	116
5.3.2 Kebijakan Perayaan <i>Tabot</i> di Kota Bengkulu	118
5.3.3 Perayaan Festival <i>Tabot</i> di Kota Bengkulu	128
5.4 <i>Tabot</i> Sebagai Identitas Kota Bengkulu	139
5.5 <i>Tabot</i> Sebagai <i>City Branding</i> Kota Bengkulu	143
BAB VI PENUTUP	147
6.1 Kesimpulan	147
6.2 Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	149
LAMPIRAN	153

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Banyaknya Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik Yang Datang menurut Klasifikasi Hotel, 2008-2017	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	17
Tabel 3.4	Fokus Penelitian.....	30
Tabel 3.12	Jadwal Penelitian	38
Tabel 4.1.3	Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Bengkulu 2017	45
Tabel 4.1.5	Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kecamatan di Kota Bengkulu 2017.....	47
Tabel 4.1.6	Jumlah Jenjang Pendidikan di Kota Bengkulu	48
Tabel 4.1.8	Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Menurut Kecamatan di Kota Bengkulu.....	49
Tabel 4.2.1	Daftar Informan Kunci dalam Penelitian <i>Tabot</i> Sebagai <i>City Branding</i> Kota Bengkulu	54
Tabel 4.2.2	Daftar Informan Utama dalam Penelitian <i>Tabot</i> Sebagai <i>City Branding</i> Kota Bengkulu	57
Tabel 4.2.3	Daftar Informan Pendukung dalam Penelitian <i>Tabot</i> Sebagai <i>City Branding</i> Kota Bengkulu	62
Tabel 5.1.2	Perbedaan <i>Tabot</i> Ritual dan <i>Tabot</i> Non Ritual di Kota Bengkulu.....	78
Tabel 5.1.3	Perbedaan <i>Tabot</i> Sakral dan <i>Tabot</i> Pembangunan di Kota Bengkulu.....	83
Tabel 5.1.4	Perbedaan Pelaksanaan Ritual <i>Tabot</i> pada Awal Pelaksanaan dan pada saat ini di Kota Bengkulu	100

Daftar Bagan

Bagan 2.3	Bagan Kerangka Pemikiran	27
Bagan 5.2	Representasi <i>Tabot</i> Sebagai <i>City Branding</i> Kota Bengkulu	114

Daftar Grafik

Grafik 4.1.5	Perkembangan Jumlah Penduduk di Kota Bengkulu (Jiwa) 2011-2017	46
--------------	---	----

Daftar Gambar

Gambar 2.2	Sirkuit Budaya Stuart Hall	23
Gambar 5.3.2.1	Tugu <i>Tabot</i> Lampu Lalu Lintas Simpang Skip.....	125
Gambar 5.3.2.2	Balai Raya Semarak Kota Bengkulu.....	126
Gambar 5.3.2.3	Objek Wisata Pantai Panjang.....	127
Gambar 5.3.2.4	Hotel Horizon Kota Bengkulu	128
Gambar 5.3.3	Poster Festival Tabot K ota Bengkulu.....	130

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki berbagai macam tradisi yang berbeda-beda di setiap daerah. Keanekaragaman tradisi tersebut mengandung nilai, makna, dan bentuk yang tertanam di dalamnya. Bukan hanya itu, tradisi-tradisi yang ada di Indonesia dengan keunikannya mampu menarik banyak perhatian orang-orang luar untuk berkunjung dan berwisata budaya ke Indonesia. Banyak tradisi-tradisi Indonesia yang menjadi objek wisata budaya. Misalnya, Tradisi Loncat Batu di Nias yang mengandung makna mendalam bagi laki-laki nias yang sudah memasuki usia remaja untuk membuktikan dirinya sebagai laki-laki yang kuat dan perkasa serta untuk membuat bangga keluarga dengan cara melompati batu setinggi dua meter. Selain itu, ada Karapan Sapi di Madura yang merupakan ajang pesta rakyat dan sebagai tradisi yang penting bagi masyarakat setempat. Tradisi-tradisi tersebut merupakan wisata budaya yang ada di Indonesia yang menjadi *brand* atau merek sebagai identitas dari daerah-daerah yang memiliki kebudayaan tersebut (Antara, 2018: 295). Masyarakat Indonesia sebagai masyarakat majemuk memiliki berbagai macam tradisi yang berbeda-beda disetiap masyarakat. Keanekaragaman tradisi tersebut telah ada dan berkembang sejak lama. Keanekaragaman tradisi yang ada di Indonesia merupakan suatu warisan dari para leluhur bangsa Indonesia yang masih dijaga dan dilaksanakan oleh masyarakat Indonesia serta, selalu mewarnai kehidupan masyarakat saat ini (Tilaar, 2004: 82).

Salah satu keanekaragaman tradisi budaya yang ada di Indonesia terdapat di Kota Bengkulu, yaitu budaya untuk memperingati Tahun Baru Hijriah sekaligus untuk mengenang mati syahidnya Husain bin Ali cucu dari Nabi Muhammad SAW, serta untuk mengenang kejayaan Islam pada masa itu. Tradisi tersebut dikenal dengan nama *tabot* yang pada awalnya merupakan budaya yang berasal dari Negara Irak dan dikenal dengan sebutan hari Asyura yang merupakan kebiasaan orang-orang aliran syiah. Tradisi ini kemudian tersebar ke berbagai tempat seiring dengan tersebarnya paham syiah. Tradisi ini tersebar sampai di

negara-negara Asia Selatan, termasuk di Negara Indonesia. Kemudian, suku Bengali India Selatan yang merupakan orang-orang syiah membawa tradisi ini masuk ke Bengkulu pada masa penjajahan Inggris untuk membangun benteng Malborough. Namun, sebelumnya orang-orang Bengali telah lama ada dan menetap di Kota Bengkulu. Kemudian, pada saat pembangunan benteng Malborough membutuhkan banyak pekerja, maka dari itu orang-orang Bengali datang ke Kota Bengkulu untuk membangun benteng tersebut. Orang-orang suku Bengali kemudian menetap dan menikah dengan orang Bengkulu dan menghasilkan keturunan, yang disebut dengan sebutan KKT (Kerukunan Keluarga Tabot). Pada masa perkembangannya, tradisi ini bersentuhan dengan banyak budaya lokal Bengkulu dan diwariskan serta dilembagakan. Kemudian, tradisi ini dikenal dengan sebutan tradisi *tabot* Bengkulu yang dilaksanakan oleh KKT setiap tahunnya dengan mengikuti kalender hijriah, yaitu pada setiap tanggal 1-10 Muharram atau setiap perayaan Tahun Baru Hijriah (Handayani, 2013: 245).

Tabot dikenal oleh masyarakat Bengkulu sebagai upacara berkabung untuk mengenang mati syahidnya Husain bin Ali, cucu Nabi Muhammad SAW dan untuk memperingati Tahun Baru Hijriah, serta untuk mengenang masa kejayaan Islam pada masa itu. Upacara *tabot* di Bengkulu mengandung aspek ritual dan non-ritual. Aspek ritual hanya boleh dilakukan oleh KKT yang dipimpin oleh sesepuh keturunannya langsung, serta memiliki ketentuan-ketentuan khusus dan norma yang harus ditaati oleh KKT. Dalam aspek ritual *tabot* juga dikategorisasikan menjadi dua jenis, yaitu fisik dan non-fisik. Kegiatan fisik merupakan pembangunan *tabot* yang merupakan suatu bangunan yang bertingkat-tingkat yang diperlombakan di masing-masing kelurahan dan akan diarak disepanjang jalan protokol Kota Bengkulu. Pembuatan *tabot* ini dikerjakan dengan cara gotong royong, baik tenaga, bahan, maupun dana. Sedangkan, *tabot* non-fisik merupakan upacara ritual yang dilakukan melalui beberapa serangkaian. Upacara tersebut dimulai dari prosesi mengambik tanah, duduk penja, menjara, meradai, arak penja, arak serban, arak gedang, dan terakhir *tabo* tebuang. Sementara, aspek non-ritual dapat diikuti oleh siapa saja (Valentine, 2018: 123). Selain itu, upacara ini juga dipercaya akan menjadi musibah atau bencana yang akan menimpa masyarakat Kota Bengkulu jika tidak diselenggarakan. Dalam

pelaksanaan *tabot*, terdapat beberapa akulturasi dengan budaya lokal Kota Bengkulu, baik pada peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan maupun pada prosesi pelaksanaan *tabot* (Astuti, 2016: 23). *Tabot* sebagai peringatan hari Asyura bukan hanya ada di Kota Bengkulu saja, ada tradisi serupa yang terdapat di beberapa daerah di Indonesia. Misalnya, tradisi Kasen Kusen di Aceh, Tabuik di Pariaman, Hari Arabian di Pagelangan Jawa Barat dan Tradisi Suro yang ada pada masyarakat Suku Jawa (Japarudin, 2017: 167-168). Namun, *tabot* berbeda dengan tradisi-tradisi lain yang ada di daerah tersebut. Tradisi-tradisi tersebut sudah mulai ditinggalkan oleh masyarakat dan sudah berubah tujuan pelaksanaannya. Selain itu, *tabot* yang dilaksanakan oleh KKT telah berkembang bukan hanya menjadi kebutuhan suku Sipai saja, tetapi sudah menjadi kebutuhan luas masyarakat Kota Bengkulu (Valentine, 2018: 123-124).

Tabot dalam pelaksanaannya yang bersifat ritual memiliki keunikan yang dapat menjadi atraksi tersendiri untuk dinikmati oleh siapapun. Seiring dengan berjalannya waktu, upacara *tabot* ini berkembang dalam bentuk atraksi budaya dan hiburan masyarakat Bengkulu (Erlita, 2017: 21). *Tabot* dengan segala keunikan dan ciri khas yang dimilikinya mampu bertahan dalam kehidupan masyarakat modern yang terus berkembang. Hal tersebut dikarenakan *tabot* selalu mengikuti dan bisa beradaptasi dengan perkembangan zaman, namun tetap tidak menghilangkan keasliannya. Dalam setiap tahun pelaksanaannya, *tabot* mempunyai nilai jual tersendiri yang mampu menarik perhatian masyarakat Kota Bengkulu maupun luar Kota Bengkulu. Hal tersebut yang membuat masyarakat Kota Bengkulu maupun masyarakat luar Kota Bengkulu ikut berpartisipasi dan berantusias, serta sangat menunggu-nunggu pelaksanaan *tabot* setiap tahunnya. Hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh Pemerintah Kota Bengkulu untuk melakukan *city branding* melalui *tabot* sebagai upaya untuk membuat citra Kota Bengkulu (Irianto, 2013: 67). *Tabot* sebagai *city branding* Kota Bengkulu dilaksanakan sebagai upaya untuk pengembangan jasa/produk pariwisata Kota Bengkulu yang ditinjau dari pengambil keputusan, pelaku usaha, masyarakat dan konsumen, serta untuk membantu promosi pariwisata Kota Bengkulu melalui *tabot* guna memperkenalkan dan mengundang ketertarikan masyarakat untuk berwisata ke Kota Bengkulu, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan

pendapatan daerah. *Tabot* juga dijadikan sebagai *city branding* Kota Bengkulu sebagai upaya untuk melestarikan budaya Bengkulu agar tetap bertahan dan terus dilaksanakan sehingga *tabot* tidak akan hilang tergerus dengan kemajuan zaman (Erlita, 2017:15).

Tabot sendiri telah menjadi salah satu daya tarik pariwisata budaya yang ada di Kota Bengkulu. Hal ini juga menjadi salah satu alasan pemerintah Kota Bengkulu menjadikan *tabot* sebagai *city branding* Kota Bengkulu. Berdasarkan data BPS provinsi Bengkulu mengenai jumlah pengunjung yang data ke Bengkulu berdasarkan klasifikasi Hotel sebagai berikut:

Tabel 1.1
Banyaknya Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik
yang Datang menurut Klasifikasi Hotel, 2008-2017

No	Tahun	Wisatawan Mancanegara		Wisatawan Domestik		Jumlah	
		Bintang	Melati	Bintang	Melati	Bintang	Melati
1	2008	120	206	14273	200179	14393	200385
2	2009	150	280	20717	189504	20867	189784
3	2010	163	280	24592	200459	24755	200739
4	2011	203	320	25160	201593	25363	201914
5	2012	380	171	43728	255465	44108	255636
6	2013	541	255	54141	195428	54682	195683
7	2014	652	178	104999	256577	105651	256755
8	2015	584	254	76843	289207	77427	289461
9	2016	593	255	110098	381895	110691	382150
10	2017	533	265	120403	541565	120936	541830

Sumber : Dinas Kominfo dan Statistik Provinsi Bengkulu

Berdasarkan tabel mengenai jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik diketahui bahwa jumlah wisatawan mancanegara berdasarkan hotel selalu meningkat setiap tahunnya, sedangkan untuk wisatawan domestik terdapat penurunan pada tahun 2012 dan tahun 2014, kemudian mengalami peningkatan selama tiga tahun berturut-turut dimulai pada tahun 2015 sampai pada tahun 2017. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut tidak terlepas dari perayaan *tabot* yang dilakukan setiap tahunnya, terlebih lagi *tabot* masuk ke dalam 100 *calender of events wonderful* setiap tahunnya. Hal ini membuat *tabot* semakin dikenal luas oleh masyarakat baik masyarakat Kota Bengkulu maupun masyarakat

luar Kota Bengkulu. *Tabot* yang semakin dikenal luas oleh masyarakat membuat pemerintah Kota Bengkulu lebih mudah lagi untuk menjadikan *tabot* sebagai *city branding* Kota Bengkulu.

Pemerintah Kota Bengkulu dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Bengkulu (Disparbud) melakukan *city branding* melalui *tabot* bekerja sama dengan KKT. Dalam kegiatan *tabot*, selain mempertandingkan berbagai atraksi seni budaya juga akan diadakan pula pasar rakyat guna memeriahkan pelaksanaan *tabot*. Disparbud juga akan mengundang sejumlah provinsi di Tanah Air untuk berpartisipasi dalam acara bazaar murah. Kemudian, diadakan pula pameran berupa unggulan produk lokal dan UKM dari berbagai daerah Tanah Air, serta Disparbud juga menyiapkan *stand* di arena bazar untuk sejumlah provinsi yang diundang dalam acara tersebut. Selain itu, Disparbud juga membuat kebijakan dan mengalokasikan dana untuk memfasilitasi terselenggaranya *tabot* sebagai upaya untuk melakukan *city branding*. Disparbud juga melakukan promosi melalui berbagai media yang ada ketika *tabot* akan diselenggarakan. Selain itu, Disparbud juga melibatkan berbagai pihak, seperti pihak sponsor dan pemuda-pemuda Bengkulu untuk mensukseskan agenda tahunan tersebut. Tujuan dilakukannya hal tersebut, selain untuk dapat tetap melestarikan budaya *tabot*, hal tersebut dilakukan untuk memperkenalkan *tabot* ke masyarakat luar dan mempromosikan pariwisata seni budaya Bengkulu ke tingkat nasional dan internasional (Sari, 2019: 47).

Adanya *tabot* sebagai *city branding* Kota Bengkulu diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisata asing dan nusantara ke Bengkulu. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan nusantara dan manca negara, maka berbagai usaha masyarakat akan berkembang dan maju. Khususnya dalam produk cindramata dan makanan tradisional khas Bengkulu akan banyak laku terjual sebagai oleh-oleh wisatawan saat kembali ke daerahnya. Selain itu, tujuan dilakukannya *city branding* melalui *tabot* sebagai upaya untuk membuat identitas Kota Bengkulu (Erlita, 2017: 22-25). Identitas kota merupakan sesuatu yang penting yang harus dimiliki oleh setiap kota, termasuk Kota Bengkulu. Identitas diperlukan sebagai sebuah citra mengenai sebuah karakter dan ciri suatu kota maupun kondisi kota. Identitas juga berfungsi sebagai pembeda antara satu kota

dengan kota lainnya. *Tabot* dengan serangkaian kegiatan yang menarik dan unik dapat menjadi sebuah identitas Kota Bengkulu yang dapat membuat wisatawan mengenali Kota Bengkulu sebagai kota yang unik untuk dikunjungi.

Ada beberapa pesta rakyat lainnya yang ada di Bengkulu selain *tabot* yang dapat dijadikan sebagai *brand* atau merek Kota Bengkulu. Misalnya, upacara Kedurai yang merupakan upacara tahunan yang dilaksanakan setelah panen. Upacara Sedekah Rame merupakan sebuah upacara adat dalam rangka kegiatan pertanian, yang meliputi menyiangi sawah, pembibitan, dan menanam padi hingga panen. Kemudian, upacara Buang Jung yang merupakan upacara membuang perahu kecil ke tengah laut yang diselenggarakan dalam rangka penangkapan ikan di laut. Serta, upacara Bayar Sat yang merupakan upacara sebagai ungkapan rasa syukur atas terwujudnya keinginan seseorang. Selain itu, ada juga upacara Sunat Rasul (Khitan) yang diselegarkan bagi anak laki-laki pada tahap remaja. Dimana, sebelum dikhitan anak akan direndam dalam wadah sampai menggigil, setelah itu baru dikhitan. Setelah dikhitan anak akan diarak menggunakan kuda. Sedangkan, bagi anak perempuan yang menjelang dewasa, maka telinganya dilubangi dan giginya diratakan dalam upacara bertindik (1979/1978: 22).

Kebudayaan yang ada di Bengkulu bukan hanya upacara-upacara tradisional saja namun, ada kebudayaan lainnya berupa kerajinan khas Bengkulu yang dapat dijadikan sebagai *brand* dari Kota Bengkulu. Misalnya, Kerajinan Batik Besurek yang merupakan Batik Khas Kota Bengkulu dengan bertuliskan huruf-huruf Arab serta, memiliki motif huruf Arab dan bunga *Rafflesia Arnoldi* yang merupakan perpaduan antara motif kaligrafi Jambi dengan Cirebon. Selain itu, ada kerajinan Kulit Lantung yang merupakan kerajinan khas yang terdapat di Kota Bengkulu. Bahan utama kerajinan ini menggunakan kulit pohon lantung yang merupakan pohon liar yang banyak ditemukan di Bengkulu (1979/1978: 23).

Kebudayaan Bengkulu memiliki beberapa ciri yang berbeda karena dipengaruhi oleh suku-suku yang berbeda yang ada di Bengkulu. Suku-suku yang ada di Bengkulu antara lain, yaitu Besemah, Kaur, Lembak, Mukomuko, Pekal, Rejang, Serawai, dan suku-suku pribumi Enggano. Selain itu, ada juga suku pendatang yang ada di Bengkulu, seperti suku Batak, Bugis, Jawa, Madura, Melayu, Minangkabau, Sunda, dan lain-lain. Suku-suku tersebutlah yang

mempengaruhi kebudayaan yang ada di Bengkulu (Sari, 2019: 49). Kebudayaan Bengkulu yang dipengaruhi oleh berbagai suku membuat Bengkulu mempunyai budaya yang unik yang dapat menarik perhatian wisatawan baik dari dalam maupun dari luar Bengkulu. Hal tersebut dikarenakan adanya unsur-unsur kebudayaan yang dapat menarik wisatawan. Unsur-unsur tersebut berupa masyarakat, kerajinan tangan, makanan dan kebiasaan makan, musik dan kesenian, sejarah suatu tempat, cara kerja dan teknologi, serta bentuk dan karakteristik arsitektur dan tata cara berpakaian penduduk setempat. Objek-objek itulah yang menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung dan berwisata budaya ke Bengkulu (Alfarabi, 2012: 8-9). Dari berbagai macam kebudayaan yang ada di Bengkulu, semuanya mempunyai potensi untuk dapat menarik perhatian para wisatawan dan dapat dijadikan sebagai *brand* Kota Bengkulu. Namun, dari berbagai kebudayaan Bengkulu yang ada, *tabot* yang dijadikan sebagai *city branding* Kota Bengkulu. Padahal pada umumnya *city branding* dilakukan melalui kearifan lokal yang ada di daerah tersebut. Akan tetapi, *tabot* yang merupakan kebudayaan yang berasal dari Irak dijadikan sebagai *city branding* Kota Bengkulu dalam upaya membuat identitas Kota Bengkulu (Yulianti, 2016: 193).

Penelitian-penelitian mengenai *city branding* sudah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Hambala (2017) tentang strategi pemasaran *city branding* dan tantangan di masa depan Surabaya sebagai Kota Maritim. Penelitian tersebut fokus mengkaji strategi *city branding* yang perlu dilakukan dalam menghadapi masa depan, supaya Surabaya tetap dikenal sebagai Kota Maritim. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Sa'diya dan Nurita (2018) mengenai peran *city branding* dan *event* pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian tersebut fokus mengkaji peran *city branding* dalam peningkatan jumlah wisatawan.

Berbeda dengan kedua penelitian tersebut yang fokus mengkaji strategi dan peran dalam melakukan *city branding*, penelitian ini lebih fokus untuk mengkaji proses terbentuknya *city branding*. Maka dari itu, penelitian yang berjudul “*Tabot* Sebagai *City Branding* Kota Bengkulu” sangat penting untuk dilakukan. Dengan tujuan untuk memahami proses terbentuknya *tabot* sebagai *city*

branding Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir *cultural studies* Stuart Hall dan menggunakan metode kualitatif dengan strategi penelitian etnografi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah utama yang akan muncul pada penelitian ini adalah “Bagaimana terbentuknya *Tabot* Sebagai *City Branding* Kota Bengkulu”. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih maka rumusan masalah tersebut diturunkan menjadi:

1. Bagaimana *tabot* direpresentasikan oleh Pemerintah Kota Bengkulu sebagai *city branding* Kota Bengkulu?
2. Bagaimana *tabot* direproduksi oleh Pemerintah Kota Bengkulu sebagai *city branding* Kota Bengkulu?
3. Bagaimana identitas yang ingin ditampilkan Kota Bengkulu melalui *tabot*?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk memahami terbentuknya *Tabot* Sebagai *City Branding* Kota Bengkulu.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memahami *tabot* direpresentasikan oleh Pemerintah Kota Bengkulu sebagai *city branding* Kota Bengkulu.
2. Untuk memahami *tabot* direproduksi oleh Pemerintah Kota Bengkulu sebagai *city branding* Kota Bengkulu.
3. Untuk memahami identitas yang ingin ditampilkan Kota Bengkulu melalui *tabot*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan referensi, bahan penelitian serta sumber bacaan dalam pengembangan ilmu

pengetahuan sosiologi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan kajian yang berlanjut serta bermanfaat untuk para akademisi yang tertarik mengkajinya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berkontribusi sebagai bahan pemikiran dalam membantu menyelesaikan masalah pembangunan dan pengembangan masyarakat Kota Bengkulu, serta dapat menjadi sebuah masukan mengenai hambatan yang dialami dalam melaksanakan perayaan *tabot* dan dapat menjadi sebuah masukan terhadap Pemerintah Kota Bengkulu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barker, Chris. 2011. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, Burhan. 2014. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2016. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dahri, Harapan. 2009. *Tabot: Jejak Cinta Keluarga Nabi di Bengkulu*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Penelitian Sejarah dan Budaya Proyek Penelitian dan Perencanaan Kebudayaan Daerah. 1997/1998. *Adat Istiadat Daerah Bengkulu*. Bengkulu.
- Hamidi. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM PRESS.
- Idris, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosiak: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif, Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga.
- Iriananto, Diyan. 2013. *Festival Tabot Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Utama Bengkulu*. Tesis Program Pascasarjana Universitas Bengkulu. Tidak Dipublikasi. Bengkulu: Universitas Bengkulu.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Milles, B. Matthew, Michael Huberman, dan Johnny Saldana. 2013. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook Edition 3*. United States: Sage Publication.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suyanto, Bagong Dan Sutinah. 2013. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Tilaar, H.A.R. 2004. *Multikulturalisme: Tantangan-Tangan Gbobal Masa Depan Dalam Transformasi Pendidikan Nasional*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Valentine, Femalian. 2018. Komunikasi Ritual Tabut (Studi Kasus Makna Tabut Bagi Pengikutnya, Pemerintah, Dan Masyarakat Di Bengkulu) Tesis Program Pascasarjana. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Tidak Dipublikasi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Jurnal Ilmiah:

Antara, Made dan Made Vairagya Yogantari. (2018). “Keragaman Budaya Indonesia Sumber Inspirasi Inovasi Industri Kreatif”. *Senada (Seminar Nasional Desain dan Arsitektur)*, 1: 291-301.

<https://eprosiding.std-bali.ac.id/index.php/senada/article/view/68> diakses pada 10 Oktober 2019 pukul 10:09 WIB.

Alfarabi, Alex Abdu Chalik, dan Rasia Br Saragih. (2012). “Struktur Perayaan Tabut Dalam Mendukung Bauran Budaya”. *Jurnal Idea Fisipol Umb*, 6(24): 1-12.

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/47882> diakses pada 12 November 2019 pukul 20:23 WIB.

Astuti, Linda. (2016). “Pemaknaan Pesan Pada Upacara Ritual Tabot (Studi Pada Simbol-Simbol Kebudayaan Tabot Di Provinsi Bengkulu)”. *Jurnal Professional*, 3(1): 16-24.

<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/289> diakses pada 20 Agustus 2019 pukul 09:45 WIB.

Astuti, Santi Indra. (2003). “*Cultural Studies* dalam Studi Komunikasi Suatu Pengantar”. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 55-68.

<https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator> diakses pada 10 Oktober 2019 pukul 10:14 WIB.

Audina, Rizki dan Nur Atnan. (2019). “Peran Bandung *Creative Hub* Dalam Membangun *City Branding* Kota Bandung Sebagai Kota Kreatif”. *E-Proceeding Of Management*, 6(1), 1722-1733.

<https://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/8599/8467> diakses pada 5 November 2019 pukul 10:18 WIB.

Cahyo, Pujo Sakti Nur. (2014). “*Cultural Studies: Perlintasan Paradigmatik Dalam Ilmu Sosial*”. *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1): 19-35.

<https://www.neliti.com/id/publications/232188/cultural-studies-perlintasan-paradigmatik-dalam-ilmu-sosial> diakses pada 12 Oktober pukul 16:45 WIB.

Erlita, Novi. (2017). “*City Branding* Provinsi Bengkulu Pada Festival Tabot Dalam Upaya Melestarikan Pariwisata Budaya Daerah”. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1): 14-25.

<http://dx.doi.org/10.22441/jvk.v16i1.1641> diakses pada 10 Oktober 2019 pukul 10:20 WIB.

Handayani, Rizqi. (2013). “Dinamika Kultural Tabot Bengkulu”. *At- Turas*, XIX(2): 241-253.

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/al-turats/article/view/3718> diakses pada 28 Agustus 2019 pukul 20:00 WIB.

- Hidayat, Muhammad Rauf dan Thamrin. (2019). "Analisis Proses *City Branding 'Taste Of Padang'* Sebagai *Brand Destinasi Pariwisata Sumatera Barat*". *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 01(01): 241-258.
<http://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/1717> diakses pada 5 November 2019 pukul 16:00 WIB.
- Hidayati, Atiek Nur, Yulianto Hadipraewiro dan Angga Kususma Dawami. (2019). "Representasi *City Branding* Jakarta Melalui Identitas Merek Asian Para Games 2018". *Jurnal Desain*, 6(3), 186-194.
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/3652/2692 diakses pada 5 November 2019 pukul 10:44 WIB.
- Japarudin. (2017). "Tradisi Bulan Muharram di Indonesia". Tsaqofah dan tarikh: jurnal kebudayaan dan sejarah islam, vol 2 no 2: 167-179.
<http://dx.doi.org/10.29300/tjksi.v2i2.700> diakses pada 12 November 2019 pukul 20:00 WIB.
- Junifer, Carolina. 2016. "*Brightspot* Market Sebagai Representasi Identitas "*Cool*" Kaum Muda Di Jakarta. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 21(1): 109-131.
<https://doi.org/10.7454/mjs.v21i1.4637> diakses pada 10 Oktober 2019 pukul 12:00 WIB.
- Larasati, Dyas dan Muzayin. (2016). "Potensi Wisata dalam Pembentukan *City Branding* Kota Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*, 10(2): 99-116.
<https://www.researchgate.net/publication/316024909> 5 November 2019 pukul 15:48 WIB.
- Maulija, Wulan Dan Hamdani M. Syam. (2018). "*City Branding* Kota Banda Aceh Sebagai Kota Wisata Islam Dunia". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3): 487-498.
<http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/view/7518/3417> diakses pada 5 November 2019 pukul 11:12 WIB.
- Mawangi, Sekar Galih. (2019). "Desain Logo *City Branding* Kabupaten Bantul Sebagai Pembentuk Identitas Kota. 241-249.
<http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/784> diakses pada 5 November 2019 pukul 11:05 WIB.
- Oetarjo, Mas, Abd. Wachid, Dan As'at Rizal. (2019). "*City Branding* Sidoarjo Melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Sidoarjo". *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara*, (1), 131-136.
<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/article/view/420/264> diakses pada 5 November 2019 pukul 09:49 WIB.
- Santoso, Joka. (2014). "Sapardi dan Artikulasi Jeruk Purut: Sebuah Pendekatan *Cultural Studies Stuart Hall*". *Caraka*, 1(1): 88-96.
<http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/caraka/article/view/1591> diakses pada 15 November 2019 pukul 10:23 WIB.

- Saputri, Amelia Fatimus, Achmad Fauzi, Dan Ari Irawan. (2018). "Pengaruh *City Branding* Terhadap *City Image* dan Keputusan Berkunjung Ke Kota Wisata Batu (Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kota Wisata Batu)". *Jurnal Adiministrasi Bisnis (JAB)*, 5(41), 82-91.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2220/2617> diakses pada 5 November 2019 pukul 09:53 WIB.
- Sari, Astri Yuza dan Sari Lenggogeni. (2018). "Investigasi *City Branding* Kota Padang Melalui *Brand Attitude* (Studi Kasus: *Stakeholder*). *Economac*, 2(4): 1-15.
<http://economac.ppj.unp.ac.id/index.php/economac/article/view/67/31> diakses pada 5 November 2019 pukul 10:39 WIB.
- Sari, Astir Yuza Dan Sari Lenggogeni. (2018). "Investigasi *City Branding* Kota Padang Melalui Brand Attitude (Studi Kasus: Stakeholder)". *Economic: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 2(2), 1-15.
<http://economac.ppj.unp.ac.id/index.php/economac/article/view/67/31> diakses pada 5 November 2019 pukul 10:39 WIB.
- Sari, Ratna Wulan. (2019). *Eksistensi Tradisi Tabut Dalam Masyarakat Bengkulu. Majalah Ilmiah Tabuah*, 23(1): 47-58.
<https://doi.org/10.15548/tabuah.v23i1.214> diakses 20 Agustus 2019 pukul 19:44 WIB.
- Tresna, Pratami Wulam, Arianis Chan, Dan Tetty Herawaty. (2019). "*City Branding* Kabupaten Pangandaran Sebagai Kota Wisata". *Adbispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 4(1), 63-71.
<http://jurnal.unpad.ac.id/adbispreneur/article/view/19813> diakses pada 5 November 2019 pukul 10:03 WIB.
- Yulianti. (2016). "Upacara Religi dan Pemasaran Pariwisata di Provinsi Bengkulu". *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(3): 185-194.
<https://media.neliti.com/media/publications/137156-ID-upacara-religi-dan-pemasaran-pariwisata.pdf> diakses pada 10 November 2019 pukul 19:30 WIB.