

**REVITALIZATION OF ULOS IN SUPPORTING SAMOSIR CREATIVE ECONOMY
(Studies in Ulos Samosir Sumatera Utara). : Evi Enitari Napitupulu 55216110014 Thesis
Supervisor Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.**

ABSTRACT

Ulos is an object that is very identical with the Batak tribe, where there are Batak people there are ulos. Ulos is not only sacred, but there is a shift in the use used by the community for various events or events and ulos cloth is also an economic value for some people who love fabric motifs from various regions, not only is it seen from the side of making it is also made ulos not manual (weaving) again but some are made using machines with a variety of motives or symbols that are more diverse. The purpose of this study is to find out how Ulos can be used as a regional revitalization in improving Samosir City Branding through the creative economy.

This research uses City Branding Theory Study, where City Branding is a strategy that makes a place of 'talking' to the community, City branding is intended primarily for prospective migrants (tourist). The approach used is a Qualitative Approach using the Case Study research method, data collection techniques carried out by Observation and Interview.

The research results discuss about the Revitalization of Ulos where Ulos in its use changes to an economic value, namely Fashion or an Apparel, Skirt, Suit or Souvenir form promoted through an Event so that Ulos can increase City Branding Samosir through the Creative Economy sector, this is also inseparable from the process of making ulos that are woven and machine because there are differences in price and the time period of making Ulos which has an economic value to be used as a fashion or souvenir, Therefore, the conclusion of this research is to increase Samosir Brand through Ulos in Event Promotion. It should also be made in the Samosir area by fostering weavers to increase weaving knowledge so that ulos are made to strengthen the identity of the area and form a very economical value, especially in Creative Economy.

Keywords: Ulos, City Branding, Event, Creative Economy



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

REVITALISASI ULOS DALAM Mendukung EKONOMI KREATIF SAMOSIR (Studi Pada Ulos Samosir Provinsi Sumatera Utara). Evi Enitari Napitupulu. 55216110014
Pembimbing : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

ABSTRAK

Ulos merupakan benda yang sangat identik dengan Suku Batak, di mana ada Orang Batak di situ ada ulos. Ulos tidak hanya bersifat sakral melainkan terdapat pergeseran kegunaan yang dipakai oleh masyarakat untuk berbagai acara ataupun event dan kain ulos juga sampai saat ini menjadi nilai Ekonomis untuk sebagian masyarakat yang menyenangi motif kain dari berbagai daerah, tidak hanya itu dilihat dari sisi pembuatannya juga ulos dibuat tidak manual (tenun) lagi melainkan ada juga yang dibuat menggunakan mesin dengan berbagai motif ataupun simbol yang lebih beragam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Ulos dapat dijadikan sebagai revitalisasi daerah dalam peningkatan City Branding Samosir melalui ekonomi kreatif.

Penelitian ini menggunakan Kajian Teori City Branding, dimana City Branding adalah strategi yang membuat suatu tempat ‘berbicara’ kepada masyarakat, City branding ditujukan terutama untuk calon pendatang (tourist). Pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Kualitatif dengan menggunakan metode penelitian Studi Kasus, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Observasi dan Wawancara.

Hasil Penelitian membahas mengenai Revitalisasi Ulos yang mana Ulos dalam kegunaannya berubah menjadi nilai Ekonomis yaitu Fashion ataupun sebuah Pakaian, Rok, Jas ataupun bentuk Cendramata yang dipromosikan melalui sebuah Event sehingga Ulos dapat meningkatkan City Branding Samosir melalui sektor Ekonomi Kreatif, hal ini juga tidak lepas dari proses pembuatan ulos yang ditunen dan dengan mesin karena terdapat perbedaan Harga serta jangka waktu pembuatan Ulos yang memiliki nilai Ekonomis untuk dijadikan sebuah Fashion ataupun Cendramata, oleh sebab itu kesimpulan pada penelitian ini yaitu Untuk peningkatan Brand Samosir melalui Ulos dalam Promosi Event sebaiknya pembuatannya juga di daerah samosir dengan membina para penenun untuk peningkatan pengetahuan tenun sehingga ulos yang dibuat menjadi ciri untuk memperkuat identitas daerah tersebut dan membantu nilai yang sangat ekonomis khususnya dalam Ekonomi Kreatif.

Kata Kunci : Ulos, City Branding, Event, Ekonomi Kreatif