

**KOMODIFIKASI BUDAYA PADA WISATA RELIGI
“NGALAP BERKAH” DI KAWASAN GUNUNG KEMUKUS**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata 1
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika**

**Oleh:
PUTRI NUR HIDAYATI
L 100 180 025**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**KOMODIFIKASI BUDAYA PADA WISATA RELIGI
“NGALAP BERKAH” DI KAWASAN GUNUNG KEMUKUS**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

PUTRI NUR HIDAYATI

L100180025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Yanti Haryanti, S.Pd,M.A

NIK. 851

HALAMAN PENGESAHAN
KOMODIFIKASI BUDAYA PADA WISATA RELIGI
“NGALAP BERKAH” DI KAWASAN GUNUNG KEMUKUS

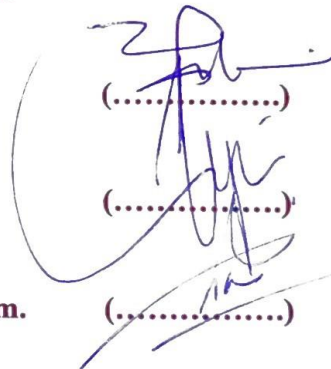
OLEH
PUTRI NUR HIDAYATI
L100180025

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at, 02 Desember 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Yanti Haryanti, S.Pd, M.A.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Palupi, M.A.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom.
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Nurhayatna, S.T., M.Sc., Ph.D

NIK.881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya dia atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 02 Desember 2022

Penulis



PUTRI NUR HIBAYATI

L100180025

KOMODIFIKASI BUDAYA PADA WISATA RELIGI “NGALAP BERKAH” DI KAWASAN GUNUNG KEMUKUS

Abstrak

Gunung Kemukus merupakan tempat persinggahan terakhir Pangeran Samudro, kepopuleran Gunung Kemukus tidak terlepas dari nama besar Pangeran Samudro. Gunung Kemukus memiliki wisata religi yang terkenal yaitu wisata religi *Ngalap Berkah* di Makam Pangeran Samudro. Pengelola Gunung Kemukus didukung oleh pemerintah setempat beserta pihak-pihak terkait menjadikan area Gunung Kemukus ini menjadi Kawasan Wisata Religi yang bernilai ekonomis. Tradisi ziarah *Ngalap Berkah* di Makam Pangeran Samudro menjadi sebuah komoditas, tampak pada prosesi kegiatan ritual yang ditampilkan dan diselenggarakan pengelola wisata untuk menarik minat masyarakat luas, kemudian tradisi ziarah mengalami komodifikasi menjadi sebuah hiburan. Proses komodifikasi kegiatan ritual menjadi sebuah hiburan diantaranya adalah wisata ziarah *Ngalap Berkah* Makam Pangeran Samudro, *Suronan*, *Wayangan*, *Tirakat*, *Larap Slambu*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komodifikasi budaya pada wisata religi *Ngalap Berkah* di Gunung Kemukus. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori komodifikasi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, dan dokumen yang terkait. Analisis data yang digunakan adalah analisis data model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi yang terjadi di Gunung kemukus terdapat pengembangan dalam sector pariwisata maupun pertumbuhan bagi masyarakat setempat. Prosesi pada ritual *Ngalap Berkah* menjadi sebuah pertunjukkan yang bernilai ekonomis. Komodifikasi tersebut dilakukan tanpa menghilangkan keaslian dari identitas leluhur masyarakat Jawa.

Kata Kunci: Komodifikasi, Budaya, Wisata Religi, Gunung Kemukus

Abstract

Mount Kemukus is Prince Samudro's last stopover. The popularity of Mount Kemukus is inseparable from the great name of Prince Samudro. Mount Kemukus has a famous religious tour, namely the *Ngalap Berkah* religious tour at the tomb of Prince Samudro. The management of Mount Kemukus is supported by the local government and related parties to make the Mount Kemukus area a religious tourism area that has economic value. The tradition of the *Ngalap Berkah* pilgrimage at the tomb of Prince Samudro has become a commodity, seen in the procession of ritual activities that are displayed and organized by the tourism manager to attract the interest of the wider community, then the pilgrimage tradition has been commodified into an entertainment. The process of commodifying ritual activities into entertainment includes the *Ngalap Berkah* pilgrimage tour of the tomb of Prince Samudro, *Suronan*, *Wayangan*, *Tirakat*, *Larap Slambu*. This study aims to determine the commodification of culture in *Ngalap Berkah* religious tourism on Mount Kemukus. This study uses a qualitative descriptive method using the

commodification theory. Data obtained through in-depth interviews and related documents. The data analysis used is the data analysis model of Miles and Huberman which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that the commodification that occurs on Mount Kemukus is a development in the tourism sector as well as growth for the local community. The procession of the Ngalap blessing ritual becomes a show of economic value. This commodification was carried out without eliminating the authenticity of the ancestral identity of the Javanese people.

Keywords: Commodification, Culture, Religious Tourism, Mount Kemukus

1. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan berbagai macam tradisi dan budaya yang dapat dijadikan sebagai tujuan wisata. Seperti halnya dengan peraturan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 yang berisi tentang kepariwisataan menyatakan “Pariwisata didefinisikan sebagai studi sementara tentang kekhasan tempat wisata yang dikunjungi oleh individu atau kelompok individu untuk tujuan rekreasi, pertumbuhan pribadi, atau kegiatan terkait perjalanan lainnya”. Hal ini diperkuat dengan pendapat (Sugiyarto & Amaruli, 2018) bahwa “Pariwisata dapat dipahami sebagai perjalanan singkat dari satu lokasi ke lokasi lain, biasanya dilakukan oleh individu yang ingin melepas lelah setelah seharian bekerja, menikmati liburan, dan menghabiskan waktu berkualitas bersama orang tersayang”. Dalam penelitian mengenai penelitiannya yang berjudul pengembangan pariwisata berbasis budaya dan kearifan lokal menyebutkan bahwa bepergian didorong oleh agama, seperti rekreasi di tempat-tempat keramat untuk meningkatkan pemahaman agama seseorang, ada pula perjalanan yang dilakukan untuk acara olahraga atau sekadar menonton acara olahraga (Sugiyarto & Amaruli, 2018).

Pariwisata menjadi sumber pendapatan daerah yang cukup signifikan hingga saat ini. Sejak pemberlakuan kebijakan otonomi daerah, pemerintah telah memberikan kesempatan bagi berbagai daerah untuk mengeksploitasi sumber daya daerahnya dengan meningkatkan sumber pendapatan daerah. Dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan “magnet” yang mampu menarik kunjungan wisatawan (Widyastuti, 2011).

Menurut (Kasman, 2006) dalam (Widyastuti, 2011) Apresiasi yang tinggi terhadap objek wisata akan muncul dengan menggali makna yang lebih dalam terhadap objek yang ada, kemudian mensosialisasikan kekayaan makna yang terkandung pada objek tersebut kepada pihak lain, membuat berbagai acara untuk memperkaya makna sehingga dapat meningkatkan kerjasama dengan pihak lain, serta adapun untuk tujuan yang lebih ekonomis seperti peningkatan pendapatan, perluasan lapangan kerja. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah daerah untuk lebih mengoptimalkan potensi pariwisata yang ada. Pengenalan program kebijakan pengembangan pariwisata. Seperti halnya peningkatan jumlah daya tarik wisata melalui pencarian dan pembukaan objek wisata baru, penambahan fasilitas dan penambahan kerjasama di bidang pariwisata.

Di Gunung Kemukus terdapat destinasi wisata religi yang fenomenal bagi masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Jawa. Tempat wisata religi yang terletak di Gunung Kemukus, Desa Pendem, Kecamatan Sumberlawang, Kabupaten Sragen tersebut terdapat wisata religi yang biasa disebut *Ngalap Berkah*. Wisata *Ngalap Berkah* di Gunung Kemukus menawarkan wisata religi di Makam Pangeran Samudro yang terletak di Pegunungan Kemukus. Ritual yang dilakukan yaitu dengan cara mandi bersuci di Sendang Ontrowulan, setelah mensucikan diri lalu menemui juru kunci Makam Pangeran Samudro untuk menyampaikan maksud dan tujuan datang ke tempat tersebut, lalu masuk dan berdoa di Makam Pangeran Samudro (Nugroho, 2020).

Tempat ritual petilasan di Makam Pangeran Samudro juga dijadikan objek wisata religi oleh masyarakat sekitar. Hal ini menarik, karena memunculkan berbagai pendapat tentang kesakralan Makam Pangeran Samudro. Alih-alih terdapat kepercayaan yang berkembang di masyarakat, bahwa jika ingin melakukan *Ngalap Berkah*, agar keinginan terkabul harus mengikuti ritual pada bulan *Sura* sebagai pelengkap ritual, diantaranya harus mengikuti tahlil di Makam Pangeran Samudro, dan *Kirab Gunungan Sedekah Bumi*. Ritual tersebut harus dilakukan oleh pengunjung agar mendapatkan *Sawab Berkah*. Ada juga mitos bahwa salah satu syarat agar permohonan cepat dikabulkan adalah melakukan ritual berhubungan badan dengan lawan jenis yang bukan suami atau istrinya. Praktik ritual ini diyakini oleh sebagian pelaku ritual, bahkan hingga saat ini masih terjadi kerancuan makna ritual dalam masyarakat setempat. Namun, masyarakat setempat menyambut baik “makna ritual”

yang dibawa oleh pengunjung, dengan mempertimbangkan peningkatan ekonomi masyarakat (Setiawati et al., 2015). Pemaknaan warga setempat terjadi akibat interaksi dengan peziarah, yang membuat ritual menjadi komoditas wisata (Setiawati & Kuswarno, 2016).

Pengembangan seni dan tradisi lokal merupakan salah satu kebutuhan industri pariwisata, artinya peluang keberadaan tradisi dan lokalitas yang ada disertai dengan perkembangan ekonomi dunia. Disinilah komodifikasi budaya diperlukan dalam setiap kearifan lokal yang ada. Di sisi lain, hal itu akan mengurangi keaslian pada kearifan lokal, tetapi di sisi lain akan membawa peluang bisnis (Irianto, 2016). Seperti penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berjudul Festival Air (Songkran): Komodifikasi Budaya di Thailand (Niko & Atem, 2019). Penelitian ini melihat wacana komodifikasi yang bersumber dari budaya Songkran di Thailand. Songkran di Thailand adalah festival keagamaan dan budaya yang merayakan Tahun Baru di Thailand. Hasil yang diperoleh adalah komodifikasi yang ditemukan pada budaya Songkran di Thailand tidak terlalu merusak keaslian ritual tersebut. Komodifikasi ini berdampak positif bagi perekonomian lokal. Persamaan dalam penelitian yakni terletak pada metode kualitatif deskriptif dengan eksplorasi data sekunder dan primer. Perbedaan terletak pada fokus penelitian yaitu penelitian Festival Air Songkran melihat pada wacana komodifikasi yang terjadi pada budaya Songkran di Thailand.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh (Nunung & Adi Permana, 2022) yang berjudul Komodifikasi Keunikan Kampung Adat Cireunde Sebagai Objek Wisata Budaya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk, factor, dampak dari komodifikasi keunikan budaya di desa adat Cireunde sebagai objek wisata budaya. Hasil yang diperoleh keberadaan Kampung adat Cireunde tidak lepas dari pengaruh pariwisata, keunikan yang dilakoni masyarakatnya membuat daya tarik tersendiri untuk orang berdatangan. Komodifikasi pun berlangsung di Cireunde, baik dalam prosesi upacara satu Sura maupun olahan singkong. Komodifikasi ini terjadi mulai dari proses produksi, proses distribusi, dan proses konsumsi. Penelitian ini memiliki kesamaan terletak pada metode deskriptif kualitatif serta teori yang digunakan komodifikasi.

Kemudian dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Basri, 2014) yang berjudul Komodifikasi Ritual Duata Pada Etnik Bajo Di Kabupaten Wakatobi

Provinsi Sulawesi Tenggara mempelajari komodifikasi yang dilakukan terhadap budaya ritual Duata pada Suku Bajo di Kabupaten Wakatobi Provinsi Sulawesi Tenggara. Peneliti menemukan bahwa faktor yang menyebabkan terjadinya komodifikasi budaya pada ritual Duata adalah sifat masyarakat yang terbuka dan kreativitas masyarakat, media massa, ekonomi, dan pariwisata. Komodifikasi budaya pada ritual berdampak pada kehidupan sosial budaya masyarakat yang cenderung merugikan pascakomodifikasi, seperti kaburnya identitas budaya. Proses komodifikasi yang telah dilakukan pada ritual memunculkan makna, yaitu sebagai bagian dari pelestarian budaya, identitas budaya, dan kreativitas. Selain itu, strategi pewarisan dapat dilakukan melalui tiga hal, yaitu pemberdayaan, pendokumentasian, dan pengembangan.

Penelitian ini penting untuk diteliti sebab, komodifikasi budaya memang tidak bisa terlepas dari pariwisata. Dengan komodifikasi budaya ini, sebuah bangsa memiliki semacam produk untuk dipamerkan dan dijual kepada pembeli dari luar. Terlepas dari mitos yang berkembang di tengah masyarakat, komodifikasi ini sejatinya harus memberi keuntungan bagi masyarakat pelaku kebudayaan tersebut. Komodifikasi harus dapat membangkitkan kembali budaya asli yang hampir punah dan tetap harus terjaga kelestariannya. Budaya ritual ziarah di Makam Pangeran Samudro yang dijadikan tempat wisata religi tersebut kemudian disalahgunakan oleh orang yang hanya mengambil keuntungan semata tanpa memikirkan jangka panjangnya, lalu kemudian muncul sebuah mitos yang menarik perhatian yaitu, tempat wisata religi itu disalahgunakan menjadi tempat ritual pesugihan yang disertai hubungan badan dengan orang yang bukan muhrim, alih-alih sebagai syarat agar permintaan peziarah dapat terkabul dengan cepat.

Dalam berlangsungnya komodifikasi budaya, maka akan menghasilkan peluang bisnis bagi masyarakat sekitar. Sebagai penunjang keberlangsungan komodifikasi budaya, kajian komunikasi memegang peranan penting sebagai media untuk terciptanya perkembangan budaya di Gunung Kemukus. Kemudian berupaya memanfaatkan media untuk menciptakan dan memasarkan komoditas-komoditas budaya untuk menjamin pendapatan. Inilah yang menciptakan proses komersialisasi dan komodifikasi budaya di berbagai bidang kehidupan sehari-hari untuk dipasarkan dalam kemasan iklan dan konten pesan media (Ibrahim et al., 2014).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komodifikasi budaya pada wisata religi *Ngalap Berkah* yang ada di Kawasan wisata Gunung Kemukus. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran umum terkait bagaimana komodifikasi budaya di wisata religi Gunung Kemukus. Dalam proses komodifikasi tersebut menerapkan prinsip manajemen komunikasi pariwisata yang digunakan. Menurut gagasan yang dikemukakan dalam penelitian ini, teori komodifikasi budaya yang ada di wisata religi ini diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup dan taraf ekonomi warga sekitar yang berpartisipasi dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalahnya adalah “Bagaimana Komodifikasi Budaya pada Wisata Religi *Ngalap Berkah* di Kawasan Gunung Kemukus?”

1.2. Teori Terkait

1.2.1 Komodifikasi Budaya

Pertumbuhan pariwisata dan bagaimana pengaruhnya terhadap budaya lokal dibahas dengan menggunakan teori komodifikasi. Keberadaan kesenian tradisional kini menjadi komponen komersialisasi budaya sebagai produk berkat tumbuhnya sektor pariwisata. Komodifikasi budaya merupakan fenomena yang muncul akibat komersialisasi sektor pariwisata. Dari segi komodifikasi, pergeseran bentuk budaya ini dilakukan dengan menjadikan tradisi *Ngalap Berkah* sebagai objek wisata untuk ditampilkan dan dijual kepada pengunjung yang biasanya memiliki waktu tempuh yang terbatas. Lain halnya dengan proses komodifikasi tradisi *Ngalap Berkah* yang meliputi proses produksi, distribusi, dan konsumsi serta mengakibatkan perubahan makna, Karl Marx dan George Simmel, dalam (Windutama et al., 2020)

Sistem kapitalis Marx, di mana barang dan nilai diubah menjadi komoditas, adalah tempat terjadinya komoditasasi pertama kali. Karena barang-dagangan mengalami proses pembentukan nilai, maka barang-dagangan itu tidak dapat disebut sebagai barang-dagangan belaka. Marx berpendapat bahwa komoditas apa pun yang diperdagangkan harus melalui proses manufaktur. Proses produksi mencakup langkah-langkah yang terlibat dalam menciptakan produk dan layanan, menambah nilai, dan mendistribusikannya ke pelanggan (Marx, 1867).

Marx percaya bahwa pemahaman komoditas tidak dapat disangkal adalah hasil kerja manusia, yang menurut definisi adalah hasil dari upaya kreatif. Khususnya, tindakan penciptaan, yang tidak berhenti dengan produksi barang, melainkan terjadi sebelum barang yang diciptakan tersedia untuk dijual dan diperdagangkan. Akan tetapi, Marx menegaskan bahwa begitu diproduksi untuk dijual, komoditas ini memperoleh identitas, kehidupan, dan kekuasaan yang otonom, dan inilah komodifikasi (Marx, 1867).

Mosco mendefinisikan komodifikasi sebagai proses mengubah barang dan jasa serta nilai intrinsiknya menjadi komoditas dengan nilai tukar yang dapat dipasarkan (Mosco, 1996). Dalam uraiannya, menurut Mosco terdapat tiga bentuk komodifikasi dalam komunikasi, yaitu komodifikasi isi/konten, komodifikasi khalayak/audiens, dan komodifikasi pekerja. Jika diasosiasikan dalam sektor media, pekerja akan memproduksi konten yang bernilai dan nantinya akan didistribusikan kepada audiens sebagai nilai tukar, seperti nilai ekonomis atau nilai-nilai sosial lainnya. Audiens dalam hal ini bisa khalayak pembaca media cetak, pengguna media sosial, wisatawan, dan peziarah yang akan datang untuk berziarah. Komodifikasi tenaga kerja dalam industri pariwisata, ketika pekerja adalah penyedia jasa (Mosco, 2009). Hal ini dapat digunakan untuk mengkaji aspek budaya wisata religi.

Karena budaya sekarang memiliki nilai tukar, ia terkait langsung dengan komersialisasi. Karena dipraktikkan oleh individu atau kelompok di mana saja dari generasi ke generasi, budaya dapat disamakan dengan kebiasaan. Komodifikasi budaya yang terjadi di Gunung kemukus dijadikan sebagai tempat pariwisata budaya. Wisata budaya adalah salah satu bentuk wisata "baru" tertua. Ini adalah gerakan orang yang terutama dimotivasi oleh keinginan akan motivasi budaya, seperti perjalanan studi, kunjungan ke seni dan budaya, perjalanan ke festival dan acara lainnya, kunjungan ke monumen, perjalanan untuk mempelajari alam, cerita rakyat, atau seni, dan ziarah (McKercher, 2020).

1.2.2 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata adalah penggabungan kajian komunikasi dan pariwisata, dengan komunikasi menyumbangkan teori komunikasi persuasive, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan *field* kajian pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan Sumber Daya Manusia (SDM) serta

kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015, p.93), artinya kedua kajian ini menarik untuk didekatkan sehingga menghasilkan pikiran yang dapat memperkuat baik aspek komunikasinya maupun pariwisatanya.

Pariwisata membutuhkan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran, aksesibilitas, tujuan, dan sumber daya kepada wisatawan dan pemangku kepentingan lainnya dalam industri pariwisata, termasuk menciptakan lembaga pariwisata. Pemasaran untuk pariwisata mendapat manfaat dari komunikasi baik dalam media komunikasi maupun konten komunikasi. Kelembagaan SDM dan pariwisata serta jalur komunikasi, destinasi, dan aksesibilitas (Bungin, 2015).

Sebuah wisata yang ingin dikenal khalayak luas harus bekerja keras untuk mempromosikan dirinya dalam berbagai publikasi yang berkaitan dengan wisata religi dan budaya. Administrasi pariwisata yang sebaik mungkin, khususnya wisata religi, harus digunakan untuk melaksanakan inisiatif ini. Menerapkan inisiatif pemasaran untuk komunikasi dan *branding* pariwisata, seperti membayangkan tujuan wisata, adalah salah satu hal yang dapat dilakukan. Gambar berbagai kegiatan yang menonjolkan kearifan lokal dapat dilihat. Agar dapat memberikan manfaat dalam mempromosikan tempat wisata tersebut sekaligus agar masyarakat mengetahui bahwa kawasan Gunung Kemukus termasuk destinasi wisata religi yang disebut *Ngalap Berkah*. Kemudian dapat mendorong lebih banyak orang untuk terlibat dalam wisata religi. (Safitri, 2021)

Komunikasi interpersonal sangat penting untuk memahami bahwa pengunjung dari berbagai suku bangsa dan negara asing memiliki sikap dan karakteristik yang berbeda. Pemahaman ini diperlukan untuk memberikan layanan terbaik. Meskipun jelas ada kebutuhan besar akan komunikasi massa di sektor pariwisata, ini didasarkan pada persyaratan utama kota wisata untuk bekerja dengan dan mendukung media, karena media merupakan faktor utama dalam laju pertumbuhan tempat-tempat wisata. Namun, untuk mengembangkan pariwisata dan seluruh pemangku kepentingannya, komunikasi pemasaran pariwisata diperlukan untuk merancang, mengkomunikasikan, memperkenalkan, dan menyediakan produk pariwisata serta mengelola hubungan dengan wisatawan (Andrianti & Lailam, 2019).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi yang berguna untuk membahas komodifikasi budaya pada wisata religi di Gunung kemukus. Metode deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Tujuan studi deskriptif kualitatif adalah untuk secara menyeluruh dan jelas menggambarkan peristiwa tertentu yang telah dialami oleh orang atau kelompok orang (Lambert & Lambert, 2013).

Lokasi penelitian adalah di Kawasan wisata religi Gunung Kemukus, Desa Pendem, Kecamatan Sumberlawang, Kabupaten Sragen. Peneliti memilih lokasi tersebut karena melihat fakta bahwa seiring dengan perkembangan zaman, budaya yang telah menjadi tradisi peziarah di Petilasan Makam Pangeran Samudro tersebut masih terjaga kesakralan dan keasliannya, walaupun masyarakat sekitar serta pemerintah setempat telah mengubahnya menjadi sector pariwisata, guna untuk memasarkan kepada wisatawan dan kemudian menjadi suatu komoditas yang bernilai ekonomi.

Dua sumber data penting akan digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini dan akan menjadi fokus pencarian informasi. Sumber data penelitian ini adalah menggunakan sumber data milik (Sugiyono, 2017). Kedua sumber data tersebut ialah: (a) Data primer, yaitu sumber data yang memberi pengumpul data akses ke data mereka secara langsung. Sumber informasi pertama, atau lokasi di mana penelitian dilakukan, dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Hasil wawancara dengan informan mengenai topik penelitian digunakan peneliti sebagai data primer. Informan dalam penelitian ini adalah pengelola pariwisata Gunung Kemukus, dan Juru kunci Makam Pangeran Samudro. (b) Data sekunder, yaitu sumber data yang, melalui perantara seperti orang atau dokumen lain, memasok data ke pengumpul data tetapi tidak secara langsung. Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dengan memeriksa publikasi akademik seperti jurnal dan buku yang ditulis dalam bahasa utama.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara tatap muka dengan informan merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data dan informasi yang komprehensif. Wawancara ini akan dilakukan kepada informan yang terlibat yang ada di Kawasan wisata religi Gunung Kemukus. Pengumpulan data dan informasi dilakukan melalui dokumentasi. Buku, arsip, angka tertulis, gambar tertulis, laporan, dan bahan-bahan

yang dapat mendukung pembelajaran adalah contoh-contoh dokumen (Sugiyono, 2017).

Yang menjadi subjek penelitian adalah pengelola pariwisata Gunung Kemukus, dan juru kunci ziarah religi Makam Pangeran Samudro. *Purposive sampling*, atau pemilihan informan secara sengaja, digunakan untuk memilih subjek penelitian, khususnya mereka yang dianggap memahami pertanyaan penelitian dengan baik dan mampu memberikan informasi yang berkaitan langsung dengannya. Metode ini memungkinkan pengumpulan data yang paling relevan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan model teknik analisis milik (Milles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, 2014), yaitu pemisahan analisis menjadi tiga fase bersamaan: (a) Reduksi Data: Penyaringan, penyederhanaan, pemusatan, peringkasan, dan konversi data mentah yang dikumpulkan di lapangan adalah beberapa langkah yang terlibat dalam tahap ini. (b) Penyajian Data: Pada titik ini, peneliti akan mengambil keputusan dan melanjutkan penyelidikan. Karena analisis kualitatif yang kuat mendasari presentasi yang sukses. (c) Penarikan Kesimpulan: Pada proses penelitian ini akan terlihat nilai-nilai dari data yang harus divalidasi dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam suatu penelitian agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan, terlebih dahulu perlu dibuktikan kebenarannya. Teknik pembuktian kebenaran data atau validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data adalah proses penentuan kebenaran suatu klaim tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data (Sugiyono, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.2 Komodifikasi Budaya Wisata Religi

Salah satu kebutuhan sektor pariwisata adalah pengembangan seni dan adat daerah, sehingga dengan melestarikan adat dan budaya daerah, dunia akan mengalami pertumbuhan ekonomi. Dalam menjalankan proses komodifikasi budaya, wisata Gunung Kemukus juga melakukan berbagai upaya untuk terus mempertahankan keaslian dari budaya *Ngalap Berkah* dan selalu melakukan pembaruan dari segi infrastruktur agar mencapai tujuan yang diinginkan yaitu menarik minat masyarakat untuk berkunjung (Irianto, 2016). Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, Pak

Suparno mengatakan bahwa masih terjaga kelestarian dan keaslian dari budaya *Ngalap Berkah* ini setelah terjadinya komodifikasi budaya. Hal ini karena budaya tersebut merupakan peristiwa yang sacral.

“Masih terdapat keaslian dari budaya Ngalap Berkah karena tradisi tersebut merupakan tata cara yang sangat sacral, dalam arti dengan adanya mengembangkan dan perkembangan untuk tradisi Ngalap Berkah tersebut masih berlaku. Tentu jika peziarah ingin melakukan ziarah harus membersihkan diri terlebih dahulu, dengan cara bersuci di Sendang Ontrowulan. Hal ini dipercaya bahwa air merupakan sumber kehidupan, sehingga harus bersuci terlebih dahulu di Sendang Ontrowulan agar manusia kembali bersih. Orang Jawa juga meyakini ketika berziarah salah satu syarat yaitu harus membawa bunga tabur. Sehingga setelah terjadinya komodifikasi budaya, keaslian dan kesakralan budaya Ngalap Berkah masih diterapkan. Tetapi tetap berpegang teguh terhadap agama dan keyakinan yaitu hanya ditujukan berdo'a dan meminta kepada sang pencipta Allah SWT”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022).

Dalam berlangsungnya proses komodifikasi budaya wisata religi di Gunung Kemukus tersebut terdapat bentuk-bentuk komodifikasi budaya wisata religi sebagai atraksi wisata, menurut (Marx, 1867) meliputi proses produksi, proses distribusi, dan proses konsumsi yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Proses Produksi

Proses penciptaan budaya tradisional secara menarik telah ditransformasikan oleh sektor pariwisata menjadi tujuan wisata dengan fokus pada hiburan komersial. Salah satu prosesi tradisi *Ngalap Berkah* dalam rangka memperingati bulan *Sura*, yaitu upacara *Larap Slambu*. Para abdi dalem Surakarta ikut serta dalam upacara *Larap Slambu* dengan mengenakan pakaian adat Jawa. Prajurit yang ditempatkan di seluruh Kemukus membawa persenjataan yang mengingatkan pada istana lama. Upacara *Larap Slambu* mencerminkan unsur Jawa asli yang halus.

“Di Gunung Kemukus terdapat ritual khusus yaitu upacara Larap Slambu. Upacara Larap Slambu adalah upacara pelepasan kain penutup Makam Pangeran Samudro lalu disucikan kembali dengan cara mengganti dengan kain yang baru. Pada saat ritual berlangsung, bangsawan keraton turut mengikuti dengan memakai busana tradisional Jawa beserta senjata khas keraton”. (Wawancara dengan Bapak Hasto Pratomo Juru Kunci pada 07 Juni 2022)

Hal ini menunjukkan upaya untuk meningkatkan daya pikat tujuan wisata dengan tetap menjaga identitas tradisional. Praktik upacara adat ini digalakkan guna menarik wisatawan ke Gunung Kemukus selain para peziarah.

b. Proses Distribusi

Penyebaran budaya di wisata religi *Ngalap Berkah* disosialisasikan kepada beberapa pihak, antara lain wisatawan secara langsung dan melalui pelaku wisata. Ini telah berkembang menjadi media utama untuk menyebarkan informasi tentang wisata religi Gunung Kemukus berkat berbagai *platform* media sosial. Poster dan brosur saat ini merupakan satu-satunya bentuk pemasaran *offline*. Kampanye pemasaran yang berani lebih berhasil karena audiens yang luas, daya tahan, dan interaktivitasnya.

“Strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan untuk datang di objek wisata religi Gunung Kemukus ini yaitu dengan mempromosikan melalui berbagai platform media social dan membagikan brosur”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Sebelum dipengaruhi industri wisata, budaya religi *Ngalap Berkah* diselenggarakan untuk peziarah yang datang untuk berziarah di Makam Pangeran Samudro saja, tetapi sekarang sudah menjadi produk wisata budaya dan dipromosikan sebagai daya tarik wisata religi Gunung Kemukus.

c. Proses Konsumsi

Karena semakin banyaknya pengunjung yang tertarik dengan prosesi dan prosesi ritual dari tradisi budaya *Ngalap Berkah*, Gunung Kemukus semakin ramai dikunjungi masyarakat untuk wisata budaya. Kemudian dalam tradisi budaya *Ngalap Berkah* ini muncul pertunjukkan budaya lokal diantaranya adalah *Suronan*, *Wayangan*, *Tirakat*, *Larap Slambu*, *Kirab Gunungan Hasil Bumi*.

“Ngalap Berkah yang dilakukan pada bulan Sura disini disebut sebagai ritual Suronan. Pada acara malam 1 Sura terdapat serangkaian acara untuk menarik minat wisatawan. Dimulai dengan Tahlil, Wungon, Tirakat. Keesokan harinya Kirab Gunungan Hasil Bumi perlambang kemakmuran”. (Wawancara dengan Bapak Hasto Pratomo Juru Kunci pada 07 Juni 2022)

Selain budaya lokal tersebut, juga terdapat pertunjukkan *Wayang Kulit* yang diselenggarakan pada saat akhir bulan *Sura*.

“Pertunjukan Wayang Kulit sendiri biasanya diselenggarakan saat masa-masa akhir bulan Sura, biasanya dijatuhkan pada hari malam jumat kliwon.

Dalam pertunjukan tradisi budaya ini bebas dapat didatangi/dinikmati oleh siapa saja”. (Wawancara dengan Bapak Hasto Pratomo Juru Kunci pada 07 Juni 2022)

Selain menyuguhkan tradisi budaya, Pak Suparno menambahkan jika di Kawasan wisata Gunung Kemukus juga mengadakan berbagai kegiatan diantaranya:

“Selain tradisi budaya lokal, di Gunung Kemukus ini juga terdapat kegiatan keagamaan seperti pengajian dan sholawatan, peningkatan bidang ekonomi kreatif, dan pengadaan pentas seni. Disini juga terdapat ruang public wisata keluarga, wisata air, dan lain sebagainya. Pertunjukan ini tidak dikonsumsi oleh masyarakat sekitar saja, namun mulai dikonsumsi oleh pengunjung atau wisatawan dari berbagai kota di Indonesia”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

3.1.2 Komunikasi Pariwisata

Ide-ide manajemen komunikasi adalah komponen penting untuk dilakukan di banyak sektor penelitian komunikasi pariwisata. (Bungin, 2015) mengkategorikannya menjadi pemasaran, destinasi, aksesibilitas dan kelembagaan yang meliputi sumber daya manusia dalam pariwisata. Sebagai berikut:

a. Pemasaran

Pengelola Dinas Pariwisata Gunung Kemukus telah bekerja keras untuk meningkatkan kesadaran di kalangan pemilik bisnis lokal. Pada awal dibentuknya wisata religi Gunung Kemukus, terjadi perbedaan pendapat antara pedagang setempat dengan pengelola wisata, pedagang masih ragu apabila terdapat perubahan atau pembaruan pada bidang kuliner. Untuk membuat suasana seperti yang diharapkan pengelola yaitu untuk memasarkan wisata religi agar menarik minat wisatawan membutuhkan pedagang yang mau diajak untuk bekerja sama dan memiliki keinginan untuk berkembang, hal itu dilakukan supaya wisata religi ini dapat menarik wisatawan dari luar untuk berkunjung.

“Sering terjadi perbedaan pendapat seperti, di bidang kuliner ingin dirubah atau diperbarui muncul berbagai pendapat pedagang lokal yang menyebabkan sulitnya mencapai tujuan bersama”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Perbedaan pendapat tersebut akan menyulitkan dan akan menghambat proses pemerintah untuk memajukan dan mengembangkan objek wisata religi Gunung Kemukus. Pengelola wisata akan selalu berkoordinasi agar terciptanya kemajuan objek wisata.

“Untuk menyikapi kendala ini yaitu dengan cara selalu berkoordinasi dengan menyatukan berbagai pendapat dan harus memiliki tujuan bersama demi terciptanya kemajuan dan perkembangan di objek wisata religi Gunung Kemukus ini”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Dalam pemaparan Bapak Suparno diatas, kesadaran antar pedagang lokal saat ini sudah sangat baik jika dibandingkan dengan dulu pada awal mula dibentuknya masyarakat sebagai pelaku usaha. Itu merupakan upaya yang telah dilakukan oleh pengelola wisata dengan selalu berkoordinasi serta melakukan sosialisasi secara bertahap kepada pedagang lokal agar tercapainya tujuan bersama.

Selain meningkatkan kesadaran pedagang lokal di area Gunung Kemukus, pengelola mempunyai cara agar daya tarik budaya wisata religi Gunung Kemukus ini semakin kuat. Upaya yang dilakukan pengelola untuk menarik minat wisatawan yaitu pada saat melakukan *Ngalap Berkah* terdapat prosesi yang mempertunjukkan tradisi budaya.

Media sosial digunakan untuk mempromosikan pariwisata, saat ini merupakan alat yang paling efektif untuk mengiklankan tujuan wisata. Sebuah lokasi yang dapat dengan cepat menjadi viral melalui postingan yang dibuat oleh turis dan pengunjung. Pemerintah daerah bersama pengelola wisata mengupayakan berbagai jenis promosi. Jenis promosi yang dimaksud adalah melalui *platform* media social, dan melalui media cetak seperti membagikan brosur dan poster.

“Strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan untuk datang ke sebuah objek wisata religi di Gunung Kemukus pasti dibutuhkan strategi pemasaran yang baik yaitu dengan tujuan agar menarik perhatian masyarakat dari berbagai penjuru daerah. Oleh karena itu dibutuhkan dorongan dari berbagai pihak terkait, seperti Dispora Kabupaten Sragen yang ikut serta dalam usaha agar objek wisata religi di Gunung Kemukus dapat berkembang dengan baik. Dengan mengadakan event yang mengutamakan budaya, agar keaslian dari budaya Negara Indonesia yaitu budaya Jawa tetap terjaga kelestariannya. Selain itu, mempertahankan kualitas dari objek wisata religi dengan tetap menjaga keaslian dari tradisi budaya, serta menjaga kebersihan dan keindahan objek wisata akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang akan berkunjung. Mempromosikan melalui berbagai platform media social dan membagikan brosur merupakan strategi pemasaran untuk dapat memperkenalkan daya tarik wisata religi Gunung Kemukus agar lebih dikenal oleh wisatawan.” (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022).

b. Destinasi

Dalam hal ini destinasi wisata religi di Gunung Kemukus menyuguhkan pariwisata melalui daya tarik tontonan, yaitu dengan mempertunjukkan prosesi-prosesi dalam tradisi budaya *Ngalap Berkah* dengan latar belakang nama besar Pangeran Samudro sebagai daya tarik utama wisata. Disamping itu wisata di Gunung Kemukus juga menyuguhkan suasana sungai bengawan di area wisata, serta pengelola wisata dengan jajaran terkait kerap mengadakan berbagai acara kegiatan keagamaan, pentas seni, ruang public wisata keluarga, dan masih banyak lagi kegiatan yang bermanfaat lainnya. Dan itu semua dipertunjukkan agar menjadi daya tarik tersendiri dan mampu menarik minat masyarakat luas agar berkunjung ke wisata religi Gunung Kemukus.

“Destinasi wisata di Gunung Kemukus tidak terlepas dari kemahsyuran Pangeran Samudro sebagai daya tarik tersendiri, serta didukung dengan suasana wisata yang baik dengan suguhan sungai bengawan yang berada di area wisata, serta berbagai kegiatan dan acara yang kerap di suguhkan di area wisata Gunung Kemukus ini”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022).

c. Aksesibilitas

Dalam hal infrastruktur pariwisata, pihak pengelola wisata menyediakan berbagai sarana dan prasarana untuk mencukupi kebutuhan semua wisatawan, yang paling dibutuhkan oleh wisatawan pada umumnya adalah tempat penginapan dan fasilitas penyewaan kendaraan. Sebagai kawasan wisata, fasilitas penginapan dan jasa ojek kendaraan di area wisata sebenarnya sudah cukup banyak, hanya saja untuk infrastruktur keuangan (ATM & money changer) perlu lebih disempurnakan pada Kawasan wisata religi Gunung Kemukus ini. Menurut penjelasan informan pada saat wawancara:

“Seiring berkembangnya teknologi dan informasi, kami pihak pengelola Gunung Kemukus akan terus mengembangkan tempat wisata religi ini, yaitu dengan berupaya memajukan dalam berbagai bidang, seperti bidang infrastruktur, bidang kuliner, penginapan, transportasi, dan lain sebagainya. Serta kami secepatkan akan mengupayakan sarana dan prasarana yang mungkin belum terpenuhi di area wisata ini”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Infrastruktur ini sangat penting untuk pariwisata pedesaan karena biasanya terjadi jauh dari pusat kota. Agar sesuai dengan ekspektasi pengunjung, pengelola juga harus membuat komponen lain ini menjadi mungkin.

d. Kelembagaan

Stakeholder di sini terdiri dari berbagai pihak, yaitu pemerintah daerah, pengelola wisata, masyarakat setempat sebagai pelaku usaha, dan wisatawan. Pemerintah daerah dalam hal ini yaitu Dispora yang ikut serta dalam usaha agar objek wisata religi Gunung Kemukus dapat berkembang dengan baik.

Menurut wawancara Bapak Suparno, kegiatan yang diselenggarakan oleh Dispora terkait dengan pengembangan wisata religi Gunung Kemukus, sebagai berikut:

“Dibutuhkan dorongan dari berbagai pihak terkait, seperti Dispora Kabupaten Sragen. Dengan mengadakan event yang mengutamakan budaya. Warga lokal mengikuti pelatihan ekonomi kreatif yang diselenggarakan oleh pemerintah, sehingga hasil dari pelatihan dimanfaatkan oleh warga lokal untuk berjualan aneka kuliner makanan di lokasi wisata Gunung Kemukus”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Dukungan dari pengelola wisata beserta jajaran terkait membawa dampak positif untuk keberlangsungan hidup masyarakat di sekitar Gunung Kemukus sebagai pelaku usaha, yaitu dapat menciptakan lapangan pekerjaan, pengembangan investasi, perkembangan pendapatan daerah, dan pelestarian kebudayaan.

“Peran tempat wisata dalam mendorong perekonomian lokal sangat penting, karena hal itu saling berkesinambungan, dengan adanya wisata religi ataupun wisata keluarga ini tentunya akan membuat antusias warga untuk berjualan. Dengan memanfaatkan hasil pertanian, hasil pategalan, hasil ikan waduk, kemudian dijual aneka variasi kuliner”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Pengelola wisata religi memiliki keinginan untuk memajukan perekonomian masyarakat sekitar di Kawasan wisata religi dengan menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat. Hal ini disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Warga setempat yang berperan dalam mendukung berkembangnya daerah wisata Gunung Kemukus dengan cara menyediakan jasa parkir, jasa ojek kendaraan, jasa sebagai pemandu wisata. Sedangkan juru kunci yang berperan sebagai penjaga Makam Pangeran Samudro dan juga jasa pembimbing spiritual bagi peziarah”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Menciptakan sesuatu yang baru itu menantang, tetapi lebih menantang lagi untuk mempertahankan apa yang telah diproduksi. Untuk menjaga keutuhan dan

kesakralan budaya Jawa yang dikembangkan, pengelola wisata religi dan terkait melakukan kegiatan ini.

“Dengan adanya objek wisata religi yang dianggap sacral dan masih terdapat keaslian dari budayanya dipadukan dengan wisata nasional. Saya berharap untuk pengunjung dari berbagai kalangan dan dari berbagai penjuru Indonesia bahkan mancanegara dapat berkunjung ke objek wisata religi Gunung Kemukus untuk berziarah atau hanya sekedar berwisata”. (Wawancara dengan Bapak Suparno Pengelola Gunung Kemukus pada 02 Juni 2022)

Dapat kita ketahui bahwa dulu Gunung Kemukus bagi masyarakat luas terkenal sebagai tempat yang negative seperti tempat pesugihan, dan tempat berzina. Memberantas seks bebas yang ada di Gunung Kemukus merupakan hal yang paling utama guna mempublikasikan ke masyarakat luas agar dapat menghapus stigma negative tentang Gunung Kemukus di pikiran masyarakat. Itu semua memang tidak mudah, tetapi dengan ketekunan dan keyakinan semua jajaran yang terkait dalam komodifikasi budaya di Gunung Kemukus itulah yang membuat wisata Gunung Kemukus menjadi lebih maju seperti sekarang.

“Untuk peziarah yang melakukan ritual disertai hubungan badan, sebenarnya itu tidak benar dan saya tidak menginginkan adanya perbuatan penyimpang tersebut. Sebenarnya sangat disayangkan jika melakukan perjalanan spiritual di Makam Pangeran Samudro ini masih menggunakan cara menyimpang tersebut. Secara hukum, pihak pengelola wisata maupun Pemkab Sragen sudah melarang adanya perbuatan zina tersebut”. (Wawancara dengan Bapak Hasto Pratomo Juru Kunci pada 07 Juni 2022).

Dari hasil wawancara dengan narasumber diatas, perbuatan seks bebas yang ada di Gunung Kemukus hanya dimanfaatkan oleh sebagian oknum yang hanya ingin mengambil keuntungan semata, dan ingin menjatuhkan citra dari Makam Pangeran Samudro. Secara hukum, pihak pengelola bersama Pemkab Sragen sudah melarang adanya perbuatan zina tersebut.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Komodifikasi Budaya Wisata Religi

Praktek ritual telah berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Namun, prinsip ritual dan budaya utama Gunung Kemukus masih dianggap sakral. Kebijakan negara mengubah praktik ziarah di Gunung Kemukus menjadi komoditas ekonomi, yang berdampak pada peralihan dari tradisi ziarah ke bisnis pariwisata. Oleh karena itu, kebiasaan berziarah ke Gunung Kemukus pada malam Jumat *Pon* dan malam 1 *Sura*

menyebabkan berkembangnya suatu ritual yang tidak hanya terbatas pada tradisi keagamaan. Namun lebih dari itu, kebiasaan ziarah yang melahirkan bisnis pariwisata mengalami komodifikasi dan berubah menjadi bentuk hiburan. Melalui proses ini, nilai guna suatu objek diubah menjadi produk pasar dengan nilai yang dapat diterima melalui pertukaran (Nur Arifin, 2018).

Gunung Kemukus memiliki potensi dalam bidang budaya masyarakat Jawa, lokasi persinggahan Pangeran Samudro tersebut senantiasa mengalami transformasi nilai budaya yang dimodifikasikan menjadi nilai komersial. Dalam berlangsungnya proses komersialisasi yang terjadi di Gunung Kemukus terdapat bentuk-bentuk komodifikasi yang telah dikemukakan oleh Marx, yaitu proses produksi, proses distribusi, dan proses konsumsi (Marx, 1867).

Proses produksi yang dilakukan oleh pengelola wisata beserta pihak terkait adalah dengan mengubah di setiap prosesi budaya *Ngalap Berkah* menjadi suatu atraksi wisata yang bertujuan untuk sebuah hiburan, yaitu dengan mempertunjukkan upacara *Larap Slambu*, *Suronan*, dan berbagai prosesi *Ngalap Berkah* yang lainnya. Sesuai dengan penelitian (Minawati, 2013), pada penelitian ini menjelaskan bahwa yang menciptakan proses produksi adalah pengelola wisata bersama masyarakat serta pihak-pihak terkait yang memiliki produk budaya tersebut.

Dalam proses distribusi, budaya *Ngalap Berkah* mengalami komodifikasi dalam pemasaran seiring dengan proses distribusinya. Perubahan cara penyebarluasan informasi tentang pertumbuhan wisata religi Gunung Kemukus disebabkan oleh meningkatnya komodifikasi *Ngalap Berkah* menjadi produk yang dijual untuk pariwisata. Dahulu, peziarah atau wisatawan cenderung mengetahui informasi mengenai Gunung Kemukus ini dari mulut ke mulut yang beredar di tengah masyarakat. Dan sekarang disebarluaskan melalui promosi di berbagai *platform* media social dan media cetak dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Gunung Kemukus. Revolusi komunikasi telah memungkinkan untuk menggambarkan lingkungan yang berjarak ratusan mil dari rumah kita, dan terkadang kita bahkan merasa seolah-olah berada di sana. Ini adalah era monetisasi informasi (Budiman, 2022).

Dalam proses konsumsi, komodifikasi budaya *Ngalap Berkah* dilihat dari adanya komodifikasi fungsi pementasan dan tempat pementasan. Pada awalnya fungsi prosesi dari ritual *Ngalap Berkah* adalah sebagai tradisi yang dilakukan oleh peziarah

di Makam Pangeran Samudro. Kini telah beralih fungsi menjadi orientasi ekonomi dengan adanya harga atau tarif tertentu dan sebagai tempat hiburan yang dikonsumsi oleh pengunjung sebagai tamu wisata. Hal ini sesuai yang dikatakan oleh (Kartikawati, 2005) pada penelitiannya, konsumsi merupakan suatu proses pemenuhan keinginan dan kebutuhan individu atau kelompok melalui pemilikan suatu komoditi oleh individu dan kelompok tersebut, dimana ke dalam komoditi tersebut terkandung nilai guna yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pemiliknya.

Komunikasi diperlukan dalam industri pariwisata untuk mempromosikan pariwisata, meningkatkan aksesibilitas, menginformasikan wisatawan dan pemangku kepentingan pariwisata lainnya tentang destinasi dan sumber daya, serta untuk membentuk lembaga pariwisata (Bungin, 2015). Komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh pengelola wisata bersama pihak terkait yaitu dengan menerapkan prinsip manajemen komunikasi pemasaran, destinasi, aksesibilitas, dan kelembagaan.

- a. Pemasaran. Upaya promosi pengelola wisata bersama pihak terkait merupakan aktifitas untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke Gunung Kemukus. Langkah yang pertama dilakukan adalah dengan mengupayakan memajukan berbagai bidang seperti bidang infrastruktur, bidang kuliner, penginapan, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan agar dapat menarik minat wisatawan. Upaya lain yang dilakukan pengelola wisata yaitu dengan mempertunjukkan setiap prosesi *Ngalap Berkah* di Gunung Kemukus, tujuannya yaitu untuk menarik lebih banyak pengunjung sekaligus menonjolkan kekayaan warisan budaya masyarakat Jawa. Sebagai bagian dari strategi promosi, pengelola wisata beserta jajaran terkait menggunakan berbagai media yang efektif dan efisien, yaitu melalui berbagai *platform* media social dan media cetak. Promosi sangat penting untuk menarik perhatian objek wisata, membuatnya dikenal publik, dan pada akhirnya menarik pengunjung (Setiawan & U., 2014).
- b. Destinasi wisata adalah tempat di mana wisatawan dapat berpartisipasi dalam beberapa jenis kegiatan wisata (Prasiasa, Astawa, Widari, & Udiyana, 2020). *Ngalap Berkah* yang ada di Gunung Kemukus dengan latar belakang nama besar Pangeran Samudro sebagai daya tarik utama wisata. Berbagai prosesi *Ngalap Berkah* yang dipertunjukkan terdiri dari prosesi Larap Slambu, Wayangan, Suronan, Kirab Gunungan Hasil Bumi. Selain menyuguhkan budaya wisata religi, Gunung Kemukus juga memiliki objek wisata yang lain seperti ruang public

wisata keluarga, dan wisata air. Serta kerap mengadakan kegiatan keagamaan, pentas seni,, dan yang lain sebagainya.

- c. Aksesibilitas sangat penting untuk pertumbuhan industri pariwisata. (Diyah Intani, 2022). Dalam hal ini pihak wisata Gunung Kemukus menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang memadai sebagai penunjang kemajuan pariwisata. Pengelola wisata menyediakan tempat penginapan, restoran, transportasi, dan berbagai infrastruktur lainnya dibuat sedemikian rupa oleh pihak pariwisata guna untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan dan mendorong wisatawan untuk berkunjung.
- d. SDM dan Kelembagaan. *Stakeholder* di sini terdiri dari berbagai pihak, yaitu pemerintah daerah, pengelola wisata, masyarakat setempat sebagai pelaku usaha, dan wisatawan. Dukungan dari pengelola wisata beserta jajaran terkait membawa dampak positif untuk keberlangsungan hidup masyarakat di sekitar Gunung Kemukus sebagai pelaku usaha, yaitu dapat menciptakan peluang kerja, pertumbuhan investasi, pengembangan pendapatan daerah, dan pelestarian budaya. Untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata, masyarakat setempat telah melakukan sejumlah inisiatif yang melibatkan sumber daya manusia dan kelembagaan, termasuk program dan pelatihan (Razzaq et al., 2019).

4. PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan budaya religi *Ngalap Berkah* tidak terlepas dari adanya Makam Pangeran Samudro di Pegunungan Kemukus, hal ini menyebabkan pengelola wisata bersama jajaran terkait membangun kegiatan pada sector pariwisata berbasis budaya di Gunung Kemukus. Kemudian komodifikasi mengalami perubahan menjadi tradisi yang dipertunjukkan yang bernilai ekonomis. Berbagai fase pertumbuhan dan perkembangan wisata religi Gunung Kemukus telah terjadi dari waktu ke waktu, baik dalam sumber daya manusia, infrastruktur atau prasarana, dan promosi pemasaran. Untuk mencapai tujuan bersama dan mendongkrak pengunjung Gunung Kemukus, pengelola wisata, masyarakat sekitar, dan pihak-pihak terkait saling bahu-membahu untuk meningkatkan kualitas wisata budaya.

Komodifikasi berlangsung di Kawasan wisata Gunung Kemukus, baik dalam setiap prosesi-prosesi *Ngalap Berkah* maupun upacara 1 *Sura*. Komodifikasi terjadi

mulai dari proses produksi, yaitu yang dilakukan oleh pengelola wisata beserta pihak terkait dengan mengubah prosesi budaya *Ngalap Berkah* menjadi suatu atraksi wisata. Kemudian proses distribusi, yaitu budaya *Ngalap Berkah* mengalami komodifikasi promosi, melalui berbagai *platform* media social dan media cetak dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Gunung Kemukus. Lalu proses konsumsi, fungsi prosesi *Ngalap Berkah* awal mulanya sebagai tradisi yang dilakukan oleh peziarah di Makam Pangeran Samudro, sekarang beralih fungsi menjadi orientasi ekonomi dan dijadikan tempat hiburan yang dikonsumsi oleh pengunjung sebagai tamu wisata.

Dari proses komodifikasi tersebut memerlukan kajian komunikasi pariwisata guna untuk mengkomunikasikan pemasaran, destinasi, aksesibilitas, SDM dan/atau kelembagaan. Pemasaran, yaitu promosi yang dilakukan untuk menarik minat wisatawan dengan memperkenalkan dan melestarikan budaya *Ngalap Berkah* agar tertarik berkunjung ke Gunung Kemukus, pemasaran melalui media social dan cetak. Kemudian destinasi, yaitu dengan mempertunjukkan atau menyuguhkan budaya wisata religi, objek wisata keluarga, dan rutin mengadakan berbagai kegiatan di Kawasan wisata Gunung Kemukus. Lalu aksesibilitas, yaitu pihak wisata menyediakan berbagai sarana dan prasarana sebagai penunjang kemajuan pariwisata. Serta kelembagaan, yaitu pihak-pihak yang terlibat dalam kemajuan wisata religi Gunung Kemukus, guna terciptanya peluang kerja, pertumbuhan investasi, peningkatan pendapatan, dan pelestarian budaya.

PERSANTUNAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan saya kesehatan, kekuatan, dan kesabaran sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian saya dengan sukses. Saya ingin memulai dengan mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya dan keluarga, yang telah berdoa dan selalu mendukung penyelesaian penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Yanti Haryanti, S.Pd, M.A selaku dosen pembimbing saya yang selalu sabar dan selalu memberikan saran dan masukan kepada saya hingga sampai penelitian ini dapat terselesaikan. Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada Bapak Suparno selaku Pengelola Wisata Religi Gunung Kemukus dan Bapak Hasto Pratomo selaku Juru Kunci Gunung

Kemukakan yang mana telah mengizinkan dan bersedia menjadi narasumber dalam penelitian saya. Dan untuk teman-teman serta sahabat, saya mengucapkan terima kasih atas dukungannya serta telah menjadi pendengar yang baik hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianti, N., & Lailam, T. (2019). *Pengembangan desa wisata melalui penguatan strategi komunikasi pariwisata 1. September*.
- Basri, I. (2014). Komodifikasi Ritual Duata Pada Etnik Bajo Di Kabupaten Wakatobi Provinsi Sulawesi Tenggara [Universitas Udayana Denpasar]. In *Jurnal Ilmu Sosial Akademik* (Vol. 7, Issue 2). <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Budiman, D. A. (2022). Tabot, Sakralitas Dalam Komodifikasi Pariwisata. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 41–50. <https://doi.org/10.33369/jkaganga.3.2.41-50>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Diyah Intani, Y. (2022). Pengelolaan Budaya Lokal Dalam Event Dieng Culture Festival. [Universitas Muhammadiyah Surakarta] in *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Ibrahim, I. S., Akhmad, B. A., & Yayasan Obor Indonesia. (2014). *Komunikasi dan komodifikasi : mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*.
- Irianto, A. M. (2016). Komodifikasi Budaya Di Era Ekonomi Global Terhadap Kearifan Lokal: Studi Kasus Eksistensi Industri Pariwisata dan Kesenian Tradisional di Jawa Tengah. *Jurnal THEOLOGIA*, 27(1), 212–236. <https://doi.org/10.21580/teo.2016.27.1.935>
- Kartikawati, D. (2005). PRODUKSI DAN KONSUMSI BUDAYA (Akademi Fantasi Indosiar dalam Produksi Budaya, Konsumsi dan Gaya Hidup Masyarakat Modern Indonesia). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17.
- Lambert, V. a., & Lambert, C. E. (2013). Qualitative Descriptive Research: An Acceptable Design. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 16(4), 255–256. <http://antispam.kmutt.ac.th/index.php/PRIJNR/article/download/5805/5064>
- Marx, K. (1867). *Capital: A Critique of Political Economy (I): The Process of Capitalist Production (I)*. New York : Penguin Classics.
- McKercher, B. (2020). Cultural tourism market: a perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 126–129. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0096>
- Milles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A*

- Methods* (Sourcebook). New York: SAGE Publications.
- Minawati, R. (2013). KOMODIFIKASI: MANIPULASI BUDAYA DALAM (AJANG) PARIWISATA Rosta. *Jurnal Ekspresi Seni*, 15(1), 117–127.
- Mosco, V. (1996). *The Political Economy of Communication* (J. Corner (ed.); 1st ed.). SAGE Publication.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication*. SAGE Publication.
- Niko, N., & Atem, A. (2019). Festival Air (Songkran): Komodifikasi Budaya di Thailand. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.21107/sml.v2i1.5518>
- Nugroho, F. J. (2020). Ritual Mistis di Dunia Politik: Studi pada Ritual Ngalab Berkah di Gunung Kemukus. *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama*, 3(1), 14–26. <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v3i1.8431>
- Nunung, S., & Adi Permana, S. (2022). Komodifikasi Keunikan Kampung Adat Cireundeu Sebagai Objek Wisata Budaya. *Linimasa : Jurnal Komunikasi*, 1–7.
- Nur Arifin, T. S. (2018). Sastra Dalam Media Massa, Budaya Dalam Komodifikasi. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 109–120. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss1.art8>
- Prasiasa, Astawa, Widari, & U. (2020). Analysis of community based tourism implementation for sustainability of tourism village in Bali Province. *Talent Development and Excellence*.
- Razzaq, M., Fitriyah, N., Faisal, M., Destinasi, S. P., & Wisata, K. S. (2019). FUNGSI KOMUNIKASI PARIWISATA PADA KELOMPOK BAHARI MANGGAR BARU. 7(3), 140–154.
- Safitri, L. U. E. (2021). Kajian Kritis Komunikasi Wisata Religi di Indonesia. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5, 1275–1283.
- Setiawan, N. A., & U., F. H. (2014). Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata Lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2), 184. <https://doi.org/10.23969/trikononika.v13i2.613>
- Setiawati, R., Priyanto, P., Siatawati, R., & Priyanto, P. (2015). Komunikasi Ritual Peziarah “Ngalap Berkah” Di Kawasan Wisata Gunung Kemukus. *Vokasi Indonesia*, 3(2), 74–84. <http://jvi.ui.ac.id/index.php/jvi/article/view/36>
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (p. 329).
- Widyastuti, D. A. R. (2011). Komodifikasi Upacara Religi Dalam Pemasaran Pariwisata. *Jurnal ASPIKOM*, 1(2), 197. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i2.18>
- Windutama, W., Sunarta, I. N., & Wijaya, N. (2020). Komodifikasi Dalam Pengembangan Tradisi Okokan Sebagai Atraksi Wisata di Desa Kediri,

Tabanan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6, 452.
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2020.v06.i02.p10>