

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

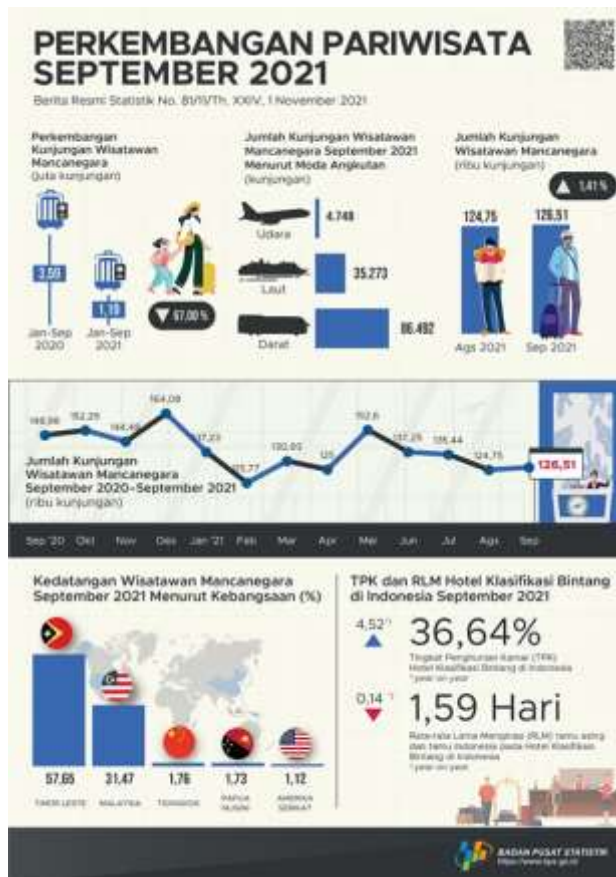
### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan sebuah negara kepulauan yang terletak di antara benua Asia dan benua Australia serta diapit oleh dua Samudra yaitu Samudra Hindia dan Samudra Pasifik. Membentang dari Sabang sampai Merauke, negara Indonesia memiliki berbagai kekayaan alam yang terkandung didalamnya baik dari Sumber Daya Alam maupun potensi wisata alam. Selain kekayaan alamnya, Indonesia pun memiliki keanekaragaman baik suku, ras, adat istiadat, budaya dan agama yang menjadikan masyarakat Indonesia menjadi lebih berwarna dengan keberagaman didalamnya.

Sudah bukan menjadi rahasia bahwa negara Indonesia memiliki kekayaan alam yang Indah disetiap penjuru daerahnya. disetiap pegunungan sampai lautannya dapat menjadi sebuah objek wisata yang dapat meningkatkan perekonomian baik ditingkat lokal maupun nasional. Seperti yang kita ketahui, pemerintah Indonesia pada hari ini telah banyak melakukan pembangunan yang difokuskan di sektor pariwisata. Dipilihnya sektor pariwisata sebagai fokus utama dikarenakan banyaknya pihak yang terlibat ketika berbicara tentang pariwisata, baik pemerintah, pihak swasta dan masyarakat lokal akan saling bahu membahu untuk mendukung berjalannya ekosistem pariwisata yang tentunya memiliki banyak manfaat seperti meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), penyerapat tenaga kerja, berkurangnya angka pengangguran dan menurunnya angka kemiskinan. Selain itu, industri pariwisata dianggap sebagai Industri tanpa asap karena minimnya jumlah polusi yang dihasilkan sehingga turut mendukung terjaganya kelestarian lingkungan. Dengan digalakkannya pembukaan objek-objek wisata baru setiap penjuru Indonesia, diharapkan dapat menciptakan pemerataan pembangunan yang dapat dirasakan oleh setiap lapisan masyarakat terutama masyarakat lokal yang menjadi aktor utama dalam berjalannya industri pariwisata didukung oleh sektor swasta sebagai pemodal utama serta pemerintah yang menjadi pengawas dalam ekosistem pariwisata. adanya integrasi dari ketiga pilar tadi yaitu

pemerintah, sektor swasta dan masyarakat lokal dapat menjadi modal utama dalam peningkatan perekonomian skala nasional.

Tercatat sepanjang tahun 2019 devisa sektor pariwisata mencapai Rp. 280 Triliun dengan kontribusi PDB nasional sebesar 5,5% dan jumlah tenaga kerja sektor ini sebanyak 13 juta orang (Kemenparekraf, 2019). Adanya pencapaian tersebut tak lepas dari keberhasilan pemerintah Indonesia dengan melakukan *country branding* “*Wonderful Indonesia*” yang menjadi titik awal dalam memasuki ranking branding dunia, pada tahun 2015 negara Indonesia berhasil melesat 100 peringkat menjadi ranking 47, mengalahkan *country branding* “*Truly Asia Malaysia*” (ranking 96) dan *country branding* “*Amazing Thailand*” (ranking 83). Hal ini mencerminkan bagaimana keseriusan pemerintah Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata lewat *country branding* “*Wonderful Indonesia*” sehingga bukan hanya bertujuan untuk menguasai sektor wisata regional Asia Tenggara namun juga menunjukkan *Positioning* dan *differentiating* pariwisata Indonesia di level dunia. Dari penjelasan di atas kita dapat mengetahui bagaimana besar sekali dampak yang dihasilkan dari industri pariwisata, bayangkan jika di setiap daerah atau ditingkat desa memiliki minimal satu potensi objek wisata yang dapat dikembangkan dan dikelola oleh masyarakat lokal, bukan tidak mungkin pemerataan pembangunan dan kemandirian masyarakat dapat tercipta dan banyak masyarakat yang terserap dan keluar dari jurang kemiskinan (Tri, 2019).



**Gambar 1.1** Perkembangan Pariwisata September 2021 (Sumber: Badan Pusat Statistik)

Keseriusan Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata bukan tanpa alasan. Dalam kacamata Internasional, puluhan tahun pariwisata Indonesia hanya diidentikan oleh Pulau Dewata yaitu Bali. Padahal, masih banyak destinasi-destinasi wisata lain di Indonesia yang tidak kalah menarik dalam menawarkan keindahan alam dan budaya disertai dengan keunikan dan keanekaragaman yang dimiliki masing-masing destinasi. Berangkat dari situlah, beberapa tahun terakhir pemerintah berupaya untuk mengembangkan sejumlah destinasi wisata diluar Pulau Dewata yang dalam prosesnya menghasilkan dua program yakni Sepuluh Destinasi Prioritas (DP) yang tersebar di sepuluh provinsi di Indonesia. Sepuluh DP yaitu; Danau Toba Di Sumatera Utara, Borobudur Di Jawa Tengah, Mandalika Di Nusa Tenggara Barat, Bromo-Tengger-Semeru Di Jawa Timur, Labuan Bajo Di Nusa Tenggara Timur, Tanjung Kelayang Di Bangka dan Belitung, Kepulauan Seribu Di DKI Jakarta, Tanjung Lesung Di Banten, Morotai Di Maluku Utara.



**Gambar 1.2** 10 Kawasan Pariwisata Prioritas (Sumber: *Indonesiabaik.id*)

Serta pengembangan lebih lanjut dari DP untuk menciptakan *new Bali* atau Bali baru yakni Lima Destinasi Super Prioritas (DSP). Lima DSP ini tercatat masuk Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang tersebar ke dalam lima provinsi di bagian barat, tengah dan Timur Indonesia. Lima DSP tersebut yaitu; Danau Toba di Sumatera Utara, Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di Nusa Tenggara Barat (NTB), Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur (NTT), serta Likupang di Sulawesi Utara.



**Gambar 1.3** Destinasi Wisata Super Prioritas (Sumber: Kemenparekraf)

Kelima destinasi wisata ini memiliki potensi dengan daya tarik yang dihasilkan melalui keunikan-keunikannya masing-masing, namun hal ini masih perlu perhatian lebih lanjut baik dari segi fasilitas maupun infrastruktur sebagai sarana penunjang dalam berjalannya ekosistem kepariwisataan (Kemenparekraf, Destinasi Wisata Super Prioritas , 2022). Namun, tentu saja hal ini masih belum cukup jika berkaca dengan banyaknya potensi-potensi wisata lain yang ada di seluruh pelosok Indonesia. Perlu adanya eksplorasi lebih lanjut diperlukan Indonesia untuk dapat mengangkat potensi-potensi wisata baru demi menunjang kemandirian ekonomi dengan sektor pariwisata sebagai garda terdepan penyangga ekonomi nasional. Selain itu, adanya peran pemerintah sebagai fasilitator pengembangan dan pemangku kebijakan potensi wisata baru serta sektor swasta sebagai investor yang ikut membantu dalam segi pendanaan dan pembangunan infrastruktur dalam upaya mempercepat pertumbuhan ekonomi. Adapun, partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata diperlukan demi menjamin berjalannya pariwisata yang berkelanjutan. Sebab, peran masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam jalannya ekosistem pariwisata akan berdampak positif terhadap daerah sekitar seperti berkurangnya tingkat kemiskinan, bertambahnya tingkat ekonomi, membuka banyak lapangan pekerjaan, yang terakumulasi menjadi pemerataan pembangunan dan kemandirian ekonomi (Simanjuntak Fanny, 2017).

Dalam perjalanannya, pariwisata bertransformasi menjadi bentuk yang lebih unik. Bukan hanya melulu tentang keindahan alam atau keanekaragaman budaya, kini pariwisata juga menawarkan segmen religi atau kepercayaan yang pada perkembangannya mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan dalam jumlah yang proporsional. Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata berbasis kepercayaan telah menyebar dan semakin populer terutama didalam segmen pariwisata internasional. Diperkirakan bahwa per tahunnya ada sekitar 240 juta wisatawan mancanegara yang hilir mudik ke berbagai objek wisata bertemakan kepercayaan dengan mayoritas umat Kristiani, Muslim dan Hindu (Firsty Ophelia, 2019). Dengan peningkatan yang konsisten, pariwisata religi tentu memiliki potensi yang sangat besar bagi perekonomian nasional mengingat bagaimana tingginya animo masyarakat terhadap wisata berbasis kepercayaan.

Berbicara tentang keunikan, Indonesia memiliki keunikan tersendiri yang cukup terkenal dan sudah diakui dunia yaitu keragaman budaya yang dihasilkan oleh ragamnya suku bangsa di Indonesia. Tercatat Indonesia memiliki lebih dari 300 kelompok etnik atau suku bangsa, tepatnya terdapat 1.340 suku bangsa di Indonesia menurut sensus Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010, dengan Suku Jawa sebagai kelompok terbesar di Indonesia yang memiliki jumlah 41% dari total populasi. Sedangkan di Kalimantan dan Papua merupakan populasi terkecil yang hanya beranggotakan ratusan orang (Administrator, 2017). Dengan catatan pembagian kelompok suku di Indonesia tidak mutlak dan tidak jelas. Hal ini dikarenakan adanya perpindahan penduduk, pencampuran budaya dan saling mempengaruhi satu sama lain. Ragamnya suku bangsa ini melahirkan banyaknya nilai-nilai yang diwariskan secara turun-temurun sehingga menjadi konstruk berpikir dan cara pandang masyarakat sehingga tercipta suatu keadaan sosial. Keadaan sosial ini menjadi gambaran umum bagaimana masyarakat Indonesia dapat diidentifikasi. Selain itu, ragamnya suku bangsa di Indonesia diidentifikasi sebagai negara yang beragam dalam kepercayaan. Banyak kepercayaan dimulai dari agama samawi, abdi hingga agama lokal yang hidup berbaur di bumi Indonesia. Dampak dari adanya paradoks agama tersebut dalam beberapa literatur dan kajian menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merupakan



masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dibandingkan banyak negara-negara lain. Selain itu, adanya pandangan bahwa moralitas seseorang ditentukan oleh tingkat religiusitasnya (El Hafiz Subhan, 2021). Lebih jauh lagi, adanya keragaman budaya ini melahirkan warisan budaya berbentuk folklore khususnya mitos dan legenda yang masih dijaga dan dilestarikan oleh masyarakat.

Terdapat mitos dan legenda di masyarakat yang masih terjaga hingga hari ini. Khususnya di Indonesia, banyak mitos biasanya menetap di berbagai sumber potensi wisata seperti pegunungan, sungai, hutan, goa dan air terjun atau curug. Dengan melekatnya mitos dengan potensi wisata, dapat lebih meningkatkan peluang dalam pengembangan objek wisata baru. Dalam hal ini, pihak pemerintah baik ditingkat provinsi ataupun kabupaten/kota maupun sektor swasta dan masyarakat berperan aktif dalam mengeksplorasi destinasi wisata baru. Karena dengan adanya kombinasi antara keindahan alam serta dibalut dengan nilai-nilai luhur mitos maka akan menjadi suatu wisata yang menawarkan sebuah pengalaman baru. Selain itu, dengan adanya komodifikasi mitos, akan membuat sebuah objek wisata lebih memiliki nilai jual dan keunikannya tersendiri. Komodifikasi dalam bentuk mitos selain dapat menjadi nilai tersendiri dalam dunia kepariwisataan, namun juga dapat meningkatkan ekonomi bagi masyarakatnya. Adapun, dalam sudut pandang yang lain, komodifikasi dapat membuat kelestarian untuk mitos itu sendiri karena terus-menerus terjaga bahkan bagikan kepada setiap orang (Sukmawati Trisnatul Rohma W, 2021).

Dari observasi pendahuluan yang dilakukan peneliti, salah satu potensi wisata berbasis folklore atau mitos ialah Curug Cimayang. Curug Cimayang merupakan destinasi wisata baru yang berbasis mitos dan menawarkan keindahan alam berupa air terjun atau dalam Bahasa sunda akrab disapa curug. Curug Cimayang berlokasi di Desa Cimayang, Kecamatan Bojongmanik, Kabupaten Lebak, Banten. Desa Cimayang memiliki hamparan pesawahan dan hutan yang luas Dengan mayoritas masyarakat bekerja disektor pertanian dan perkebunan sehingga membuat lingkungan Desa Cimayang masih terbilang asri dan nyaman untuk dikunjungi. Selain itu, keramahamtaman masyarakatnya menjadi nilai lebih bagi para wisatawan

untuk sekedar singgah sambil menghela nafas dari pekatnya hiruk pikuk dunia perkotaan. Curug Cimayang menawarkan sebuah air terjun kecil ditengah hutan yang masih asri dikelilingi oleh hamparan pesawahan yang luas serta masih bersihnya air yang dialirkan oleh curug cimayang dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat setempat sebagai sarana irigasi, Mandi Cuci Kakus (MCK) dll. Bisa dibilang Curug Cimayang menjadi jantung penghidupan masyarakat setempat yang banyak menggantungannya berbagai kehidupannya dari curug ini. Selain menawarkan keindahan alam, Curug Cimayang pun menawarkan hal unik lainnya yaitu Mitos Nyi Mayang. Menurut penuturan masyarakat terutama sesepuh di Desa Cimayang, Nyi Mayang merupakan salah satu selir dari Ratu Pantai Selatan. Ia merupakan Wanita sekaligus manusia pertama yang singgah ke Desa Cimayang dan melakukan pertapaan di sebuah air terjun yang kini bernama Curug Cimayang. Lambat laun, pengikut Nyi Mayang mulai menetap di desa ini serta ceritanya diwariskan dari generasi ke generasi hingga terjaga dan lestari hingga hari ini. Adapun, untuk menghargai keagungan dan jasa beliau, masyarakat desa pun mengabadikan namanya menjadi nama desa yaitu Desa Cimayang dan bertahan hingga hari ini.

Dengan diangkatnya Curug Cimayang menjadi objek wisata baru, diharapkan akan meningkatkan ekonomi masyarakat disertai dengan pemerataan pembangunan. Namun, ada beberapa hal yang masyarakat khawatirkan terkait adanya pengembangan pariwisata ini. Salah satunya ialah, dengan dijadikannya Curug Cimayang menjadi objek wisata, di khawatirkan akan mengurangi nilai-nilai kesakralan dari Curug Tersebut. Hal ini bukan tanpa alasan, karena posisi curug yang berada ditengah hutan rawan dijadikan tempat maksiat oleh muda-mudi yang berkunjung. Selain itu, tidak jarang pengunjung yang memang tidak menjaga kebersihan dengan membuang sampah sembarangan di sepanjang jalur objek wisata. Adapun, belum sempurnanya objek wisata ini pun perlu diperhatikan oleh banyak pihak. Hemat penulis, diperlukan peran pemerintah sebagai pemangku kebijakan, sektor swasta sebagai investor dan masyarakat lokal yang memang sadar akan pentingnya pengelolaan pariwisata secara mandiri dan komprehensif, untuk mengelola objek wisata Curug Cimayang secara terintegritas. Dengan adanya



harmoni dari ketiga pilar ini, pengembangan pariwisata berbasis mitos dan kepercayaan akan terlaksana secara maksimal.

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan diatas, penulis membagi fokus penelitian kedalam tiga tema yang berbeda demi memudahkan penelitian yaitu mitos sebagai identitas sosial, mitos dan komodifikasi, serta mitos dan pariwisata. Selain itu, karena banyaknya potensi yang dapat dikembangkan penulis merasa perlu adanya suatu penelitian lebih lanjut dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul “*Komodifikasi Mitos dan Pengembangan Pariwisata Curug Cimayang (Penelitian Terhadap Masyarakat Desa Cimayang Kabupaten Lebak-Banten)*”

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, peneliti menemukan beberapa permasalahan diantaranya sebagai berikut: *Pertama*, negara Indonesia sebagai negara yang kaya akan potensi wisata serta keragaman budaya yang terhimpun kedalam mitos-mitos menjadi kelebihan tersendiri untuk dijadikan sebagai potensi wisata baru. *Kedua*, dengan adanya mitos membuat Curug Cimayang berpotensi berkembang pesat sebagai salah satu objek wisata. Karena, selain menawarkan keindahan alam Curug Cimayang juga menawarkan keunikan sastra lisan yang terhimpun dalam mitos Nyi Mayang. *Ketiga*, komodifikasi mitos dalam Curug Cimayang dapat menjadi percontohan terhadap Kawasan lain yang memang memiliki mitos dan berpotensi menjadi suatu objek wisata.

Berdasarkan beberapa permasalahan tersebut, maka fokus dari rumusan masalah yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mitos yang berkembang di sekitar Curug Cimayang?
2. Bagaimana bentuk komodifikasi mitos pada pengembangan pariwisata Curug Cimayang?
3. Bagaimana dampak komodifikasi mitos terhadap masyarakat Desa Cimayang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang akan dikaji, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana mitos yang berkembang di sekitar Curug Cimayang?
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk komodifikasi mitos pada pengembangan pariwisata Curug Cimayang?
3. Untuk Mengetahui bagaimana dampak komodifikasi mitos terhadap masyarakat Desa Cimayang?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setidaknya terdapat dua manfaat dari penelitian ini, yaitu manfaat teoretis dan praktis. Diantaranya sebagai berikut:

#### **a) Manfaat Teoretis**

Manfaat teoretis dari penelitian ini meliputi beberapa aspek penting yang berkaitan dengan komodifikasi mitos, teori mitos, studi agama, dan dampak komodifikasi mitos pada masyarakat. Pertama, penelitian ini akan memperkaya kajian komodifikasi dalam pariwisata dengan membantu pemahaman mengenai bagaimana mitos dapat diaplikasikan dalam pengembangan pariwisata. Studi kasus mengenai komodifikasi mitos dalam konteks objek wisata alam, seperti Curug Cimayang, akan memberikan wawasan tentang strategi dan teknik komodifikasi yang efektif dalam meningkatkan daya tarik objek wisata.

Kedua, penelitian ini akan mengembangkan teori mitos dalam konteks pariwisata dengan menghubungkan teori mitos dengan praktik pariwisata. Penelitian ini akan menunjukkan bagaimana mitos dapat dimanfaatkan sebagai sumber daya tarik wisata dan mempengaruhi perilaku serta keputusan wisatawan. Hal ini akan memberikan landasan teoretis untuk menggali potensi kearifan lokal dan mitos dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Ketiga, penelitian ini akan memberikan kontribusi pada studi agama dan pengembangan pariwisata dengan menyajikan perspektif baru yang

menggabungkan komodifikasi mitos dan pengembangan pariwisata. Penelitian ini akan membantu mengidentifikasi dampak komodifikasi mitos terhadap praktik dan nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat, serta memberikan wawasan tentang bagaimana kearifan lokal dan aspek keagamaan dapat diintegrasikan dalam strategi pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Terakhir, penelitian ini akan memperluas pengetahuan tentang dampak komodifikasi mitos pada masyarakat. Penelitian ini akan memberikan pemahaman mengenai dampak ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan dari komodifikasi mitos. Hal ini akan mendorong dialog antara pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata untuk menciptakan strategi yang mengakomodasi kepentingan masyarakat dan pelestarian kearifan lokal. Selain itu, penelitian ini akan membantu dalam formulasi kebijakan pariwisata yang lebih efektif dengan mempertimbangkan dampak komodifikasi mitos terhadap masyarakat dan keberlanjutan pariwisata.

#### b) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini mencakup sejumlah aspek yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata, pemberdayaan masyarakat, dan pelestarian budaya. Pertama, penelitian ini akan memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola pariwisata Curug Cimayang dan pemerintah setempat tentang cara mengkomodifikasi mitos dengan cara yang etis dan berkelanjutan. Dengan memahami strategi komodifikasi yang efektif dan menggali potensi kearifan lokal, penelitian ini akan membantu dalam mengembangkan pariwisata yang inklusif dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat.

Kedua, penelitian ini akan membantu masyarakat Desa Cimayang dalam memahami dampak komodifikasi mitos terhadap kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya mereka. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan program pemberdayaan masyarakat yang menasar peningkatan kesejahteraan dan pelestarian nilai-nilai budaya yang ada.

Ketiga, penelitian ini akan membantu pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang lebih efektif dalam mengelola dan mempromosikan pariwisata Curug Cimayang. Dengan mempertimbangkan dampak komodifikasi mitos terhadap masyarakat dan keberlanjutan pariwisata, kebijakan dan strategi tersebut akan lebih responsif terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat lokal.

Keempat, penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam menjaga kearifan lokal dan pelestarian budaya dengan menyajikan informasi mengenai mitos dan praktik keagamaan yang ada di sekitar Curug Cimayang. Hal ini akan mempromosikan pemahaman dan apresiasi yang lebih besar terhadap kekayaan budaya daerah tersebut, baik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal.

Kelima, penelitian ini akan mempengaruhi industri pariwisata secara lebih luas dengan menyajikan studi kasus tentang bagaimana komodifikasi mitos dapat diintegrasikan ke dalam strategi pengembangan pariwisata. Hasil penelitian ini akan menjadi referensi yang berguna bagi pengelola pariwisata di daerah lain yang ingin memanfaatkan kearifan lokal dan mitos sebagai daya tarik wisata.

### **1.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian ini membahas “Komodifikasi Mitos dan Perkembangan Pariwisata Curug Cimayang (Penelitian Terhadap Masyarakat Desa Cimayang Kabupaten Lebak, Banten)”. Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti melakukan pencarian pada beberapa referensi-referensi karya tulis ilmiah yang dapat dijadikan penunjang dalam penelitian ini. Referensi terbagi menjadi beberapa tema utama dalam penelitian ini seperti Mitos dan komodifikasi, Mitos sebagai identitas sosial dan mitos dan komodifikasi.

Berikut merupakan karya tulis ilmiah yang digunakan sebagai sumber pustaka dengan tema Mitos Dan Komodifikasi Hasil penelitian yang ditulis oleh Nanang Rustandi yang berjudul “*Agama dan Perubahan Sosial Ekonomi*”. Hasil penelitian yang ditulis oleh A. Zaenurrosyid dan Lucy Zulies Ulfiana yang berjudul “*Komodifikasi Agama Dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi*”. Hasil

penelitian yang ditulis oleh Nurul Anam yang berjudul “*Komodifikasi Agama Dan Kapitalisme (Studi Atas Acara Religi Tayangan Kata Ustad Solmed)*”. Hasil penelitian yang ditulis oleh Sony Kristiantoro yang berjudul “*Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama*”. Hasil penelitian yang ditulis oleh I Wayan Wirta yang berjudul “*Komodifikasi Penjor Galungan Sebagai Media Komunikasi Di Banjar Adat/Pakraman Siladan, Desa TamanBali Bangli*”.

Beberapa sumber rujukan diatas menjelaskan bagaimana mitos dapat ditransformasikan menjadi suatu nilai jual. Faktor terjadinya komodifikasi beragam, mulai dari adanya tuntutan zaman, potensi komodifikasi serta perubahan sosial masyarakat yang semakin maju. Dampak yang dihasilkan pun beragam baik dampak positif dan negative seperti friksi dimasyarakat, peningkatan ekonomi, lunturnya nilai-nilai kesakralan dll.

Berikut merupakan karya tulis ilmiah yang digunakan sebagai sumber pustaka dengan tema Mitos Sebagai Identitas Sosial. Hasil penelitian yang ditulis oleh Fahrudin Aziz, yang berjudul “*Mitologi dan Kontruksi Budaya Masyarakat Bubakan Mijen Semarang dalam Tinjauan Roland Barthes*”. Hasil penelitian yang diitulis oleh Alfian Febriyanto, dkk. yang berjudul “*Mitos Rambut Gimbal: Identitas Budaya dan Komodifikasi di Dataran Tinggi Dieng*”. Hasil penelitian yang ditulis oleh Sri Iswidayati yang berjudul “*Fungsi Mitos Dalam Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Pendukungnya*”. Hasil penelitian yang ditulis oleh Sartini yang berjudul “*Mitos: Eksplorasi Definisi Dan Fungsinya Dalam Kebudayaan*”. Hasil penelitian yang ditulis oleh Rinawati dan Indah Puspitasari yang berjudul “*Fungsi Mitos “Sedekah Bumi” Teori William R. Bascom*”.

Mitos bukan hanya berperan sebagai kepercayaan, namun juga menjadi identitas sosial masyarakat. Ajaran dan pandangan yang terkandung dalam mitos seringkali bermuatan falsafah dan jalan hidup yang diwariskan secara turun temurun. Seiring berjalannya waktu mitos tersebut bertransformasi menjadi konstruk berfikir dan cara pandang yang terakumulasi menjadi suatu identitas sosial dimasyarakat yang dijaga kemurniannya dari waktu ke waktu.

Berikut merupakan karya tulis ilmiah yang digunakan sebagai sumber pustaka dengan tema mitos dan pariwisata. Hasil penelitian yang ditulis oleh Tri amanat yang berjudul *“Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis Folklor (Ziarah Mitos: Lahan Baru Pariwisata Indonesia)*. Hasil penelitian yang ditulis oleh Widi Sukmawati Trisnatul Rohma dan Eggy Fajar Andalas yang berjudul *“Komodifikasi Mitos Eyang Sapu Jagad Sebagai Promosi Wisata Dan Daya Tarik Pengunjung Di Kabupaten Malang”*. Hasil penelitian yang ditulis oleh Aulia Zahra Fadhila dan Eggy Fajar Andalas yang berjudul *“Peran Mitos Sebagai Promosi Wisata Candi Bajang Ratu Di Kabupaten Mojokerto”*. Hasil penelitian yang ditulis oleh Moh. Rosyid yang berjudul *“Destinasi Wisata Religi: Solusi Peningkatan Perekonomian Pelaku Wisata Di Kudus”*. Hasil penelitian yang ditulis oleh Septa Mega Hera Kartika, dkk yang berjudul *“Pengembangan Wisata Religi Makam Gus Dur di Kabupaten Jombang Pendekatan: Community Based Tourism”*.

Pariwisata di era modern menawarkan bentuk baru dalam berwisata yaitu wisata religi. Dalam hal ini mitos dan pariwisata menjadi bentuk baru dalam industri pariwisata. Khususnya di Indonesia banyak sekali ditemui wisata religi seperti mitos. Bentuknya beragam seperti mengunjungi makam tokoh-tokoh. Mengunjungi tempat-tempat sakral, dan berwisata pada hari upacara keagamaan seperti ruat bumi dll. Adapun, pengembangan mitos menjadi industri pariwisata memiliki tantangannya tersendiri yaitu ancaman akan berkurangnya nilai-nilai kesakralan dari mitos itu sendiri sehingga diperlukan kerjasama antara pemerintah, pihak swasta dan masyarakat lokal untuk dapat mengembangkan pariwisata namun tetap menjaga nilai-nilai kesakralan dari mitos tersebut. Dengan penjelasan dan penelitian-penelitian di atas dapat diketahui bahwa mitos di era modern dapat menjadi industri pariwisata yang memberikan banyak dampak positif bagi masyarakat. Lebih jauh lagi, dampak yang dihasilkan berupa peningkatan ekonomi, bertambahnya lowongan pekerjaan, serta pemerataan pembangunan.

Beberapa penelitian di atas menjadi acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian ini dengan mengetahui bagaimana komidifikasi mitos terutama di sektor pariwisata masih minim untuk dikaji. Oleh karena itu, penulis merasa perlu adanya



pengkajian lebih lanjut terkait komodifikasi mitos dan pariwisata mengingat banyaknya sumber potensi dan besarnya dampak yang dihasilkan terhadap masyarakat yang dikemudian hari akan menjadi suatu industri yang bernilai ekonomis bagi masyarakat. Tentunya dengan dukungan dari berbagai elemen masyarakat.

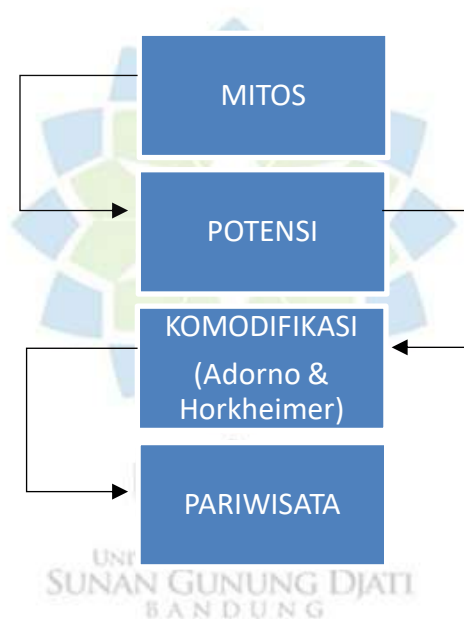
### **1.6 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Pariwisata merupakan Industri yang sangat diutamakan pada hari ini. Pariwisata memang memberikan dampak yang besar terhadap pembangunan dengan tingkat efisiensi dan efektifitas yang tinggi. Dalam perkembangannya, pariwisata mulai merambah segmen religi atau kepercayaan. Banyak sekali potensi wisata baru yang lahir dari segmen ini. Mitos yang merupakan hasil kebudayaan masyarakat, kini telah bertransformasi menjadi hal yang diminati serta menarik banyak animo masyarakat. Dibantu dengan beberapa elemen yang terkomodifikasi, mitos menjadi gaya baru dalam dunia pariwisata. Adanya perubahan ini terjadi karena tuntutan zaman yang mengharuskan sebuah kepercayaan bukan hanya dipandang sebagai kebudayaan, melainkan juga menjadi suatu hal yang memiliki nilai jual (Romi, 2018).

Mitos dikomodifikasikan sebagai salah satu bentuk untuk memenuhi kebutuhan hidup. Seiring bejalannya waktu, mitos mulai berkembang menjadi sebuah industri yang bernilai ekonomis. Bertambahnya minat masyarakat terhadap pariwisata religi karena dianggap sebagai gaya baru dalam berwisata tentu tidak disia-siakan oleh masyarakat. Didukung oleh semakin meningkatnya wawasan masyarakat terhadap dampak industri pariwisata tentu saja hal ini tidak disia-siakan. Berbagai upaya dilakukan untuk dapat mengembangkan potensi pariwisata di tiap daerahnya, seperti melakukan kerjasama dengan sektor swasta, kerjasama dengan pemerintah yang melahirkan wadah-wadah untuk mengelola pariwisata itu sendiri, serta promosi diberbagai platform digital. Berbagai upaya tersebut menunjukkan Bagaimana keseriusan masyarakat dalam mengembangkan industri pariwisata berbasis religi atau mitos. Selain memberikan dampak dalam sektor ekonomi, tentunya hal tersebut pun dapat ikut menjaga kelestarian daripada objek wisata itu

sendiri. Dengan kata lain, komodifikasi bersumber dari tuntutan zaman yang mengharuskan individu atau masyarakat beradaptasi. Adaptasi ini menghasilkan tindakan-tindakan sosial dimana pada kenyataannya, mitos menjadi sesuatu yang bernilai ekonomi didukung dengan faktor-faktor tertentu (Vivian, 2021).

Peneliti menggunakan landasan mitos dan komodifikasi untuk memperkuat keseluruhan materi penelitian. Mitos dan komodifikasi menjadi satu kesatuan utuh yang bersinergi dalam mencapai tujuan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat dalam bentuk pariwisata. Berikut kerangka pemikiran dalam bentuk bagan:



**Gambar 1.4** *Bagan Kerangka Pemikiran*

Bagan diatas menjelaskan bagaimana elemen-elemen yang hadir dalam penelitian ini khususnya dalam komodifikasi pariwisata. Dapat diketahui bahwa mitos menjadi objek utama dalam penelitian ini karena melalui mitos yang pada umumnya hanya sebuah cerita rakyat yang diwariskan secara turun temurun dan tidak memiliki nilai jual, namun dengan melihat potensi yang ada justru akan memiliki nilai jual. Sejalan dengan penjelasan tersebut, Adorno dan Horkheimer menjelaskan bagaimana suatu budaya yang memiliki nilai-nilai otentik dan orisinal dapat diubah menjadi suatu komoditas yang memiliki nilai jual. Adanya perubahan ini tentunya merupakan dampak dari perkembangan globalisasi yang menuntut adanya suatu hiburan atau segmen baru dalam dunia pariwisata. hal tersebut yang menjadi alasan bagaimana masyarakat mengkomodifikasi mitos yang awalnya hanya menjadi nilai guna berubah menjadi sesuatu yang menjadi nilai tukar.

Perubahan ini pun tidak serta merta terjadi dalam kurun waktu singkat, mula-mula masyarakat melakukan modifikasi terhadap beberapa aspek mitos dan objek wisata. Beberapa aspek tersebut ialah optimalisasi objek wisata, membuat pengelolaan yang efektif dan efisien, membuat kerjasama dengan institusi terkait membuat souvenir, serta merencanakan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan tetap menjaga keutuhan nilai-nilai mitos serta kelestarian lingkungan.

Khususnya mitos Nyi Mayang memiliki potensi untuk dikembangkan karena mitos tersebut bersemayam didalam curug sehingga dengan melalui komodifikasi, mitos tersebut dapat ditrasformasikan menjadi sebuah objek wisata alam. Khususnya masyarakat Indonesia yang sangat kental dengan kepercayaan lokalnya, tentunya hal ini menjadi nilai dan keunikan tersendiri dibandingkan dengan objek wisata lain karena memiliki dua jenis pariwisata yaitu objek wisata alam serta religi atau kepercayaan lokal. Maka dari itu, akumulasi dari berbagai integrasi dari elemen-elemen diatas justru akan menciptakan industri pariwisata yang sudah jelas memiliki dampak yang bermanfaat bagi masyarakat.