

Respon Masyarakat Terhadap Pengembangan Pariwisata Ziarah Ritual Semana Santa oleh Pemerintah di Larantuka

Novita Restiati Ina Wea¹, Heddy Shri Ahimsa-Putra², Dyah Widiyastuti³

¹ Universitas Udayana and novitarestiati@unud.ac.id

² Universitas Gadjah Mada

³ Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

Pariwisata ziarah terus berkembang dan menjadi segmen penting bagi pariwisata internasional karena adanya kecenderungan global untuk melakukan aktivitas liburan lebih dari sekedar rekreasi, yaitu dengan melakukan peremajaan fisik, mental dan spiritual. Dengan adanya kecenderungan ini, pengembangan destinasi pariwisata ziarah diarahkan lebih dari sekedar pengalaman religi, yaitu pengembangan destinasi yang multifungsi dan mampu meningkatkan pengalaman spiritual pengunjung. Pemerintah daerah Flores Timur kemudian berupaya untuk mengembangkan berbagai program dengan menjadikan ritual Semana Santa di Larantuka sebagai daya tarik utama pengembangan pariwisata ziarah. Ritual yang sudah dijalankan masyarakat secara turun-temurun setelah dijadikan ikon pengembangan pariwisata akan memberikan tanggapan yang beragam dari masyarakat setempat. Respon masyarakat tersebut dapat dijadikan sebagai indikator diterima tidaknya program pemerintah yang telah dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi respon masyarakat terhadap pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa yang dilakukan oleh pemerintah di Larantuka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi. Selanjutnya proses analisis data terdiri dari: reduksi data, penyajian data, keabsahan data serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 bentuk respon ekonomi berupa tindakan yang dilakukan masyarakat dalam menanggapi upaya pemerintah, yaitu: (a) komersialisasi ruang kamar, (b) komersialisasi budaya menjamu tamu, (c) komersialisasi budaya menenun, (d) penguatan tradisi agama berupa pewartaan iman dan (e) komersialisasi ruang areal pelabuhan Larantuka. Sementara itu, tipe respon masyarakat Larantuka secara keseluruhan terbagi menjadi tiga tipe yaitu: *retreatism*, *boundary maintenance* dan *revitalization*. Beragamnya respon yang ditunjukkan disebabkan oleh berbedanya kebutuhan masing-masing kelompok masyarakat.

Kata Kunci: Respon Masyarakat, Pengembangan Pariwisata, Pariwisata Ziarah, Ritual Semana Santa.

ABSTRACT

Pilgrimage tourism continues to grow and becomes an important segment for international tourism due to the global tendency to do leisure activities more than just recreation. With this trend, the East Flores local government then seeks to develop various programs by making the Semana Santa ritual in Larantuka the main attraction for the development of pilgrimage tourism. The ritual after becoming an icon of tourism development will provide various responses from the host. The host's response can be used as an indicator of whether the government programs that have been implemented are accepted or not. This study aims to identify the host's response to the development of the Semana Santa ritual pilgrimage tourism. The method used in this research is descriptive qualitative method, while the data collection techniques used are semi-structured interviews, observation, literature study and documentation. Furthermore, the data analysis process consists of: data reduction, data presentation, data validity and drawing conclusions. The results showed that there were 5 forms of economic response to actions taken by the host in response to government efforts, namely: (a) the commercialization of room, (b) the commercialization of the culture of entertaining guests, (c) the commercialization of the culture of weaving, (d) the strengthening of religious traditions and (e) the commercialization of the Larantuka port area. Meanwhile, the type of host responses in Larantuka are classified as *retreatism*, *boundary maintenance* and *revitalization*. Therefore, these responses are various according to each community needs.

Keywords: Host's Responses, Tourism Development, Pilgrimage Tourism, Semana Santa Ritual.

PENDAHULUAN

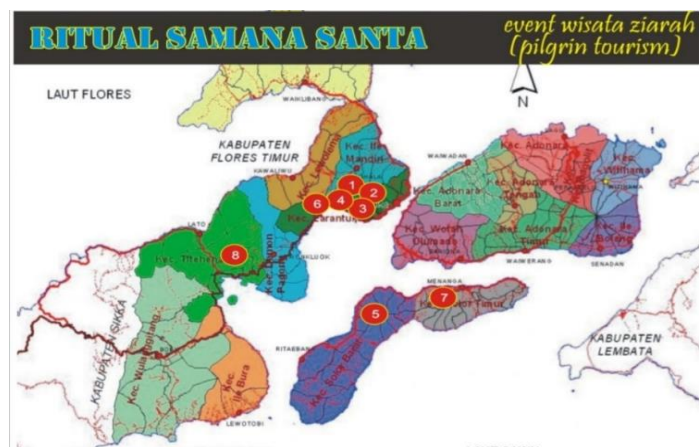
Wisata religi adalah fenomena lama yang sudah terjadi sejak agama dijadikan sebagai motif dalam melakukan perjalanan dalam bentuk perjalanan non-ekonomi. Walaupun sudah sejak lama fenomena ini lahir, namun hingga saat ini perjalanan yang bermotivasi agama atau spiritual terus berkembang dan menjadi segmen penting bagi pariwisata internasional untuk ditingkatkan keberlanjutannya hingga masa yang akan datang (Timothy dan Olsen, 2006). Pada tahun 2017, UNWTO memperkirakan 300-330 juta wisatawan mengunjungi situs religius utama di dunia setiap tahunnya, yaitu sekitar seperempat dari jumlah kedatangan wisatawan internasional (Sanchez et al, 2018). UNWTO menambahkan bahwa ada kecenderungan global untuk melakukan aktivitas liburan lebih dari sekedar rekreasi, yaitu dengan melakukan peremajaan fisik, mental dan juga spiritual. Hal ini didukung dari pertumbuhan diatas rata-rata dalam tipe wisata religi, khususnya di Asia yang mengalami peningkatan jumlah wisatawan dan peziarah (Yasuda et al, 2018).

Sebagai salah satu agama yang paling banyak mengembangkan wisata ziarah atau religi di berbagai negara di dunia, agama Katolik sering melakukan pertemuan skala besar khususnya pada hari raya atau peringatan keagamaan (Timothy dan Olsen, 2006). Salah satu perayaan yang paling terkenal ketika hari raya paskah adalah Pekan Suci atau *Holy Week* atau dalam bahasa Portugis disebut Semana Santa. Semana Santa memiliki keunikan tersendiri di beberapa tempat khususnya di Spanyol yang sudah banyak dijadikan sebagai ikon pariwisata ziarah daerah yang mampu memberikan manfaat ekonomi dengan jumlah kunjungan yang pesat (Sanchez et al, 2016; Valiente dan Romero, 2011). Lebih lanjut menurut sejarahnya, ritual ini berasal dari Andalusia-Spanyol ketika zaman penaklukan kembali (*re-conquest*) setelah pengusiran bangsa Moor yang dilakukan dibawah kepemimpinan Gereja Katolik Spanyol yang berupaya mempromosikan nilai-nilai dan tradisi Kristen setelah berabad-abad dipengaruhi oleh Arab dan Muslim. Prosesi ini dilakukan dengan menggunakan gambar-gambar religius yang menggambarkan sengsara Kristus (*Los Pasos*) untuk mengajarkan iman Kristen terutama bagi masyarakat yang buta huruf (Canoves, 2012).

Ritual ini juga ditemukan di Larantuka sebagai peninggalan misionaris Portugis yang sudah dijadikan tradisi secara turun-temurun oleh masyarakat setempat (Jebarus, 2017; Monteiro, 2020). Menurut Mulyati (2019), prosesi Semana Santa di Larantuka sudah mengalami inkulturasi antara kepercayaan masyarakat lokal, ajaran agama dan tradisi yang dibawa oleh Portugis. Beberapa tradisi mengalami perubahan, tetapi sebagian besar masih dipertahankan hingga saat ini. Karena merupakan hasil inkulturasi, terdapat beberapa aktivitas yang berbeda yang tidak didapati dalam perayaan pekan suci di daerah manapun. Beberapa acara seperti Tikam Turo dan Rabu Trewa adalah tradisi turun-temurun yang kental akan tradisi masyarakat lokal. Sedangkan Mulyati (2019) menambahkan tradisi yang mengalami perubahan adalah pada zaman dahulu ketika melakukan arak-arakan Semana Santa, umat memberi upeti kepada nenek moyang yang diyakini menghuni korke (rumah pemujaan), namun seiring berkembangnya zaman, di dalam korke-korke kemudian diletakan salib dan lalu diubah menjadi gereja-gereja kecil sehingga upeti untuk raja berubah menjadi kolekte atau persembahan kepada gereja.

Melihat besarnya daya tarik yang sudah dilestarikan secara turun-temurun oleh masyarakat dan didukung oleh peningkatan jumlah kunjungan peziarah setiap tahunnya, maka pemerintah setempat kemudian menjadikan Semana Santa sebagai ikon destinasi unggulan daerah yang diatur dalam PERDA Kabupaten Flores Timur Nomor 2 Tahun 2013, yang selanjutnya dijadikan sebagai *core product* pengembangan pariwisata ziarah di Larantuka. Dengan mempertimbangkan letak situs

religius yang ada di beberapa wilayah di Flores Timur, maka pemerintah menentukan beberapa titik pengembangan yang diarahkan untuk pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa sebagaimana terlihat dalam gambar berikut.



Gambar 1. Spot-Spot Ritual Semana Santa

(Sumber: RIPKD Kabupaten Flores Timur Tahun 2013-2023)

Situs-situs yang ditandai dalam Gambar 1 adalah sebagai berikut: 1) Katedral Reinha Rosari; 2) Kapela Tuan Ma; 3) Kapela Tuan Ana; 4) Kapela Tuan Meninu dan Prosesi Laut; 5) Situs Desa Wureh; 6) Armida-Armida; 7) Situs Benteng Port Henriques; dan 8) Situs Desa Konga. Kedelapan situs ini tersebar di tiga Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) yaitu KSP Larantuka, KSP Sagu dan KSP Ritaebang. KSP Larantuka adalah kawasan yang memiliki situs ritual Semana Santa terbanyak sehingga ditetapkan sebagai *core product* dalam pengembangan wisata ziarah utama, diikuti KSP Sagu sebagai wisata ziarah penyangga dan KSP Ritaebang sebagai wisata ziarah pendukung. Lebih lanjut sebagai *core product*, KSP Larantuka diarahkan untuk memfokuskan pada pengembangan beberapa kawasan yang berkaitan dengan beberapa situs religius yaitu Gereja Katedral, Kapela Tuan Ma, Kapela Tuan Ana, Kapela Tuan Meninu, rute prosesi Jumat Agung (armida-armida), Istana Raja Larantuka dan Istana Keuskupan Larantuka yang mana semua kawasan prioritas ini berada di Kecamatan Larantuka, sehingga penulis memperkecil ruang lingkup penelitian di Kecamatan Larantuka, Kabupaten Flores Timur.

Dalam beberapa penelitian Semana Santa yang terjadi di Spanyol, terlihat berbagai respon masyarakat dalam menanggapi pengembangan pariwisata. Penelitian Sanchez et al (2016) menunjukkan bahwa masyarakat di Palencia memberikan respon yang positif terhadap pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa karena mampu meningkatkan industri kreatif masyarakat lainnya serta meningkatkan perekonomian masyarakat. Selanjutnya penelitian Valiente dan Romero (2011) juga menjelaskan upaya pengembangan pariwisata yang menjadikan Semana Santa sebagai *core product* telah mampu mempengaruhi motivasi wisatawan yang berkunjung sehingga tidak hanya bermotivasi agama, tetapi juga melakukan aktivitas wisata lainnya selama periode waktu wisata ziarah di Andalusia.

Dengan demikian aktivitas ritual Semana Santa mampu memberikan dampak pada objek wisata lainnya sehingga lebih banyak merangsang pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar. Walaupun penelitian sebelumnya membahas respon masyarakat terhadap pengembangan pariwisata ritual Semana Santa di Spanyol, hal tersebut juga memungkinkan terjadi pada masyarakat Larantuka. Pertanyaan penelitian yang akan digali dalam penelitian ini adalah:

bagaimana respon masyarakat terhadap pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa yang dilakukan oleh pemerintah di Larantuka?. Sehingga tujuan penelitian ini adalah: mengidentifikasi respon masyarakat terhadap pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa yang dilakukan oleh pemerintah di Larantuka.

LANDASAN TEORI

A. Pengembangan Pariwisata

Yoeti (1997) menyebutkan bahwa pengembangan suatu produk pariwisata adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki produk yang ada atau menambah jenis produk yang dihasilkan ataupun yang akan dipasarkan. Selanjutnya terhadap produk yang dihasilkan dan dikembangkan pemerintah umumnya mengacu pada undang-undang pembangunan kepariwisataan yang berlaku. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pembangunan kepariwisataan meliputi beberapa hal sebagai berikut:

a. Industri Pariwisata

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang dan/ atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan (Ismayanti, 2010). Industri pariwisata dapat berupa *tour operator*, maskapai penerbangan, angkutan pariwisata (*taxy, coach*), penginapan (*hotel, motel, inn*), restoran dan sejenisnya (Yoeti, 2008).

b. Destinasi Pariwisata

Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait (Wilopo dan Hakim, 2017).

c. Pemasaran

Pemasaran wisata dimaksudkan sebagai upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh organisasi nasional dan/ atau badan-badan usaha pariwisata pada taraf internasional, nasional dan lokal, guna memenuhi kebutuhan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing, dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata (Wahab, 1988).

d. Kelembagaan Kepariwisata

Kelembagaan kepariwisataan merupakan suatu integritas antara pemerintah, organisasi, pelaku pariwisata, peraturan dan teknis pelaksanaan yang berlangsung secara terus-menerus agar tujuan pariwisata dapat tercapai. Lebih lanjut pembangunan kelembagaan kepariwisataan meliputi: 1) penguatan organisasi kepariwisataan; 2) pembangunan sumber daya manusia pariwisata; dan 3) penyelenggaraan penelitian dan pengembangan (Suryawan, 2017).

Mengacu pada Undang-Undang yang dijelaskan di atas, maka dapat diketahui pemerintah menggunakan aspek-aspek yang sama untuk mengembangkan pariwisata, baik yang di tingkat nasional maupun daerah. Hal ini ditekankan lagi dalam Rencana Induk Pembangunan Nasional (RIPPARNAS) Nomor 50 Tahun 2011 pasal 4 ayat (2) dan (3) bahwa pembangunan kepariwisataan nasional menjadi pedoman Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi dan Kabupaten/Kota. Lebih lanjut berdasarkan RIPPARNAS Nomor 50 Tahun 2011, wilayah Larantuka dan sekitarnya ditetapkan sebagai Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) yang

termasuk dalam Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Alor-Lembata dan sekitarnya. Indikasi program yang diarahkan untuk wilayah Larantuka sebagai jenis wisata spiritual/religius oleh pemerintah pusat/nasional adalah program pemasaran untuk mengembangkan kelompok ceruk pasar (niche market/minat khusus) dari segmen wisatawan nusantara dan mancanegara yang terfokus pada destinasi-destinasi pariwisata nasional secara bertahap dan berkelanjutan.

Selanjutnya berdasarkan PERDA Provinsi Nusa Tenggara Timur Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) NTT tahun 2015-2025, Larantuka dan sekitarnya ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi (KSPP) dan juga Kawasan Pengembangan Pariwisata Provinsi (KSPP). Secara khusus di wilayah Larantuka dan sekitarnya, pelaksana otonomi daerah di bidang pariwisata dan budaya ditangani oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Flores Timur. Sehingga penelitian ini hanya akan membatasi pengembangan pariwisata di Larantuka, khususnya terhadap kebijakan dan program pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Flores Timur. Dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPKD) Kabupaten Flores Timur tahun 2013-2023, dijabarkan rencana pengembangan ritual Semana Santa sebagai event wisata ziarah di Larantuka yang terbagi dalam beberapa spot utama yang dijadikan titik pengembangan fasilitas oleh pemerintah yaitu: 1) Katedral Reinha Rosari Larantuka; 2) Kapela Tuan Ma; 3) Kapela Tuan Ana; 4) Kapela Tuan Meninu dan Prosesi Laut; 5) Armida-Armida; 6) Istana Raja Larantuka; 7) Istana Keuskupan Larantuka ; 8) Sarana-prasarana umum dan 9) Sarana-prasarana wisata lainnya.

B. Respon Masyarakat

Dalam menghadapi pariwisata, penduduk tidak bersifat pasif tetapi selalu menunjukkan respon dalam berbagai cara yang dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata. Menurut Rakhmat (2004) setiap jenis kegiatan yang ditimbulkan oleh suatu perangsangan dapat disebut respon. Sehingga respon diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapatkan dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan. Informasi yang diterima selain didapatkan dari stimuli indrawi, juga diperoleh dari pengalaman masa lampau (Hariyana dan Mahagangga, 2015). Ahimsa-Putra (2011) menambahkan bahwa respon berasal dari bahasa Inggris "*respond*" yang berarti "tanggapan" dapat dilakukan melalui kata-kata biasa atau disebut sebagai "jawaban" atau melalui perilaku atau tindakan.

Sedangkan istilah masyarakat menurut Soerjono Soekanto dalam Abdulsyani (1987) adalah manusia yang hidup bersama dalam waktu yang cukup lama sehingga dapat menghasilkan kebudayaan. Istilah masyarakat yang digunakan dalam pariwisata mengacu pada penduduk setempat yang berada di suatu destinasi/tempat tujuan wisata atau tempat wisatawan berkunjung. Masyarakat dikenal dengan istilah "winisatawan" atau "kinunjung", yang terbagi menjadi dua kategori yaitu: 1) yang berhubungan dengan intensif dengan pengunjung, dan 2) yang relatif tidak berhubungan dengan pengunjung. Pengunjung yang dimaksudkan terbagi menjadi dua jenis yaitu pengunjung domestik/wisatawan nusantara dan asing/wisatawan mancanegara (Ahimsa-Putra, 2004).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa respon masyarakat adalah tanggapan masyarakat tuan rumah (yang berada di sekitar destinasi wisata) terhadap objek pengamatan dalam hal ini program dan kebijakan pemerintah dalam pengembangan pariwisata di daerahnya.

Tanggapan ini adalah hasil dari stimuli indrawi ataupun dari pengalaman seseorang terhadap obyek pengamatan yang kemudian diinterpretasikan dan diwujudkan melalui kata-kata ataupun melalui perilaku dan tindakan. Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan dengan masyarakat adalah semua orang yang tinggal di Larantuka baik yang berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata ataupun tidak; namun orang-orang tersebut memiliki hubungan dengan ritual Semana Santa, baik pihak gereja, pelaku devosi, ataupun yang secara tidak langsung berhubungan dengan ritual Semana Santa melalui pariwisata.

Selanjutnya yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah respon ekonomi masyarakat Larantuka dalam menanggapi pengembangan pariwisata. Respon ekonomi diartikan sebagai pola-pola perilaku atau aktivitas tertentu di kalangan sejumlah warga masyarakat yang ditujukan untuk mendapatkan tambahan penghasilan atau keuntungan finansial dan material, yang muncul terutama sebagai tanggapan atas tumbuh dan berkembangnya aktivitas kepariwisataan di sekitar masyarakat. Oleh karena itu, warga masyarakat akan dipandang sebagai pelaku atau aktor. Lebih lanjut, model yang disebut *economic man* ini dikembangkan dengan menggunakan paradigma "pengambilan keputusan" (*decision making approach*) sehingga pelaku diasumsikan memiliki kesadaran dan pengetahuan mengenai kondisi-kondisi yang mempengaruhi pilihan-pilihannya (Ahimsa-Putra, 2011). Dalam menganalisis respon masyarakat Larantuka terhadap upaya pemerintah dalam pengembangan pariwisata, maka model *economic man* dipandang mampu memberikan informasi yang lebih rinci dari gejala yang diteliti.

Selanjutnya untuk menganalisis respon yang diberikan oleh masyarakat Larantuka terhadap upaya pemerintah dalam mengembangkan ritual Semana Santa sebagai atraksi wisata, maka penulis menggunakan teori Dogan's Host Responses (1989) karena dianggap mampu menjawab pertanyaan penelitian. Lebih lanjut Dogan dalam Sevim dan Hall (2016) membagi beberapa tipe respon yang mungkin terjadi pada masyarakat tuan rumah yaitu sebagai berikut:

1) *Resistance*

In this situation, touristic development results in hostility and aggression towards the tourists. Differences in wealth and lifestyle between the hosts and tourists are evident, and many host peoples are excluded from utilizing the tourist facilities. Tourism impacts negatively upon traditional institutions (use of local resources, local control over development etc.), which leads to hostility.

2) *Retreatism*

This occurs when changes produced in a host society as a result of tourism are resisted. The host society retreats into itself, avoids contact with the tourists, while at the same time, reviving cultural and ethnic consciousness. This value of holding on to the indigenous culture while avoiding the dominant culture.

3) *Boundary Maintenance*

In some communities, tourism is accepted without any resistance or negative feelings. A well deemed boundary between the tourist and host culture is erected, and local traditions are presented to the tourists in such a fashion as not to affect adversely the local culture.

4) *Revitalization*

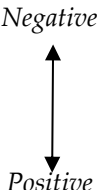
Revitalization is usually response when culture is the focus of tourism and therefore tourists are seen as a vehicle for changing existing social structures. In this instance, tourism is used to preserve, promote or revitalize local culture for display to tourist.

5) *Adoption*

In this instance, large sections of the host community do not object to the disintegration of traditional culture and actively seek to mix with and adopt the ways of the tourists.

Dari kelima respon yang dijelaskan di atas, maka akan terlihat kecenderungan penerimaan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata adalah positif atau negatif, seperti terlihat dalam tabel berikut.

Tabel 1. *Dogan’s Host Responses*

<i>Dogan’s Host Responses</i>	<i>Influencing Factors</i>
<i>Resistance</i>	
<i>Retreatism</i>	
<i>Boundary Maintenance</i>	
<i>Revitalization</i>	
<i>Adoption</i>	

(Sumber: Miras, 2016)

Dari tabel di atas diketahui bahwa kecenderungan respon negatif terjadi apabila terdapat penentangan atau permusuhan terhadap pengembangan pariwisata (*resistance*) dan penolakan dengan cara menghindar dari orang asing (*retreatism*). Sebaliknya respon positif akan terlihat dari tingkat penerimaan pengembangan pariwisata baik pada tahap *adoption* ataupun *revitalization*. Respon baru akan dikategorikan netral bila masyarakat menerima pengembangan pariwisata namun dengan syarat tertentu yaitu dengan memberi batasan antara masyarakat dan pihak luar. Selanjutnya dengan menggunakan teori Dogan seperti dalam Tabel 1, setiap informan dinilai responnya masing-masing dan dijabarkan lagi sehingga diketahui kecenderungan respon yang diberikan informan adalah positif atau negatif.

C. Pariwisata Ziarah

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan ziarah didefinisikan sebagai “perjalanan yang dihasilkan dari kepercayaan agama, secara eksternal ke situs suci dan secara internal untuk tujuan spiritual dan pemahaman internal; atau sebagai perjalanan yang dilakukan seseorang untuk mencari kekudusan, kebenaran dan yang sakral (Kreiner, 2010). Sehingga pariwisata ziarah dapat diartikan sebagai berbagai macam perjalanan dengan motivasi agama, yaitu dengan menjalankan aturan agama mengunjungi situs suci ataupun untuk meningkatkan spiritual seseorang; dimana aktivitas-aktivitas tersebut didukung oleh fasilitas-fasilitas dan stakeholders yang berperan didalamnya.

Istilah wisata ziarah dengan wisata religius dianggap sama oleh Inskeep (1991) karena merupakan jenis perjalanan wisata ke suatu tempat suci untuk sejumlah keperluan religius seseorang. Meskipun demikian, Pendit (2002) memaparkan bahwa aspek-aspek di dalam wisata ziarah tidak hanya terkait persoalan agama, tetapi juga terkait sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Lebih lanjut menurut Kreiner (2018) hubungan antara ziarah dan pariwisata dapat dipandang menurut dua pandangan yang berbeda yaitu: 1) Pandangan dari organisasi keagamaan dan pengunjung itu sendiri yaitu sudut pandang yang menilai peziarah berbeda dari wisatawan; dan 2) pandangan dari industri pariwisata dan studi kepariwisataan yang memandang peziarah sama seperti wisatawan yang diperlakukan dengan sama. Dengan tingkat kepentingan dan posisi dalam organisasi kerohanian yang berbeda di Larantuka, memungkinkan

adanya perbedaan cara pandang antara hubungan ziarah dan pariwisata yang mempengaruhi respon mereka terhadap pengembangan pariwisata di daerah mereka.

D. Ritual Semana Santa

Menurut Stark & Glock dalam Nelson (2009) ritual adalah bentuk penting dari praktek keagamaan dan aspek pusat dari komitmen keagamaan. Katolik sebagai iman yang dipraktikkan juga bergantung pada prosesi ritual, pengudusan patung, upacara penyembuhan, dan aksi devosi. Katolik merupakan agama yang memiliki basis ritual yang sangat kuat dan beragam sehingga Katolik disebut sebagai iman yang hidup dari praktik ritual (Morrill et al, 2006). Sebagai sebuah ritual keagamaan yang sakral, Semana Santa dipandang mampu menghubungkan manusia dan orang-orang kudus serta kekuatan adikodrati. Ritual ini menggunakan kota sebagai panggungnya dan membuat model mitos religi untuk ditampilkan (McGuire, 1989).

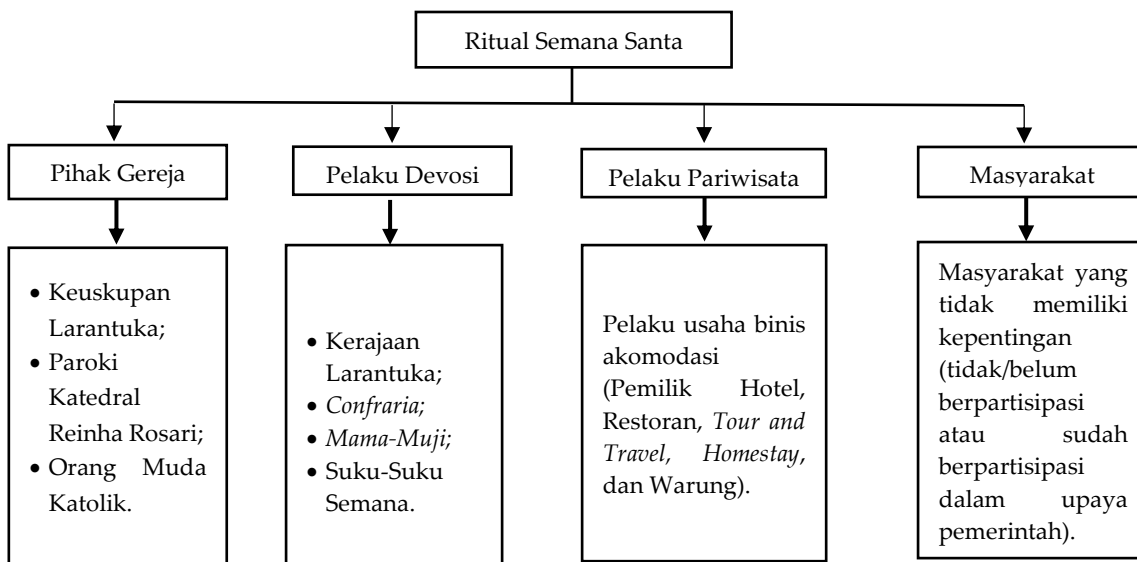
Di Larantuka, Semana Santa dikenal dengan istilah Hari Bae yang berarti hari penuh berkat. Ungkapan tersebut lebih jauh menyatakan bahwa tidak ada waktu terbaik yang dapat disamakan dengan hari-hari dalam Pekan Suci untuk bersama-sama merayakan sengsara dan kebangkitan Kristus, dukacita dan sukacita Maria dengan ketiga belas suku Semana (Monteiro, 2020). Prosesi Semana Santa di Larantuka terdiri dari beberapa perayaan yaitu: Minggu Palma/ Ramu, Rabu Trewa, Kamis Putih, Jumat Agung, Sabtu Santo/ Suci dan Minggu Paskah. Sedangkan untuk devosi di Kapela Tuan Ana dan Tuan Ma sudah dilaksanakan pada masa puasa yaitu 40 hari sebelum masa Paskah, yang diawali dengan perayaan Rabu Abu.

Devosi yang dilakukan di kedua Kapela utama ini disebut dengan Mengaji Semana karena dilakukan oleh Suku - Suku Semana secara bergiliran dan dipimpin oleh Mama-Muji. Meskipun pelaksana kegiatan devosi ini adalah para pelaku devosi namun untuk penentuan jadwal dan peraturan lainnya selama masa Puasa (atau masa Pra-Paskah) dan masa Paskah adalah tanggung jawab Confraria (masyarakat Larantuka menyebut Confreria) yang menjadi bagian dari Paroki Katedral Reinha Rosari Larantuka yang dipimpin oleh Pastor Paroki bersama dengan pemimpin pusat yaitu Uskup Larantuka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Bagdan dan Tylor dalam Moleong, 2017), sehingga diharapkan mendapatkan data mendalam ketika melakukan penelitian. Creswell dalam Herdiansyah (2010) memaparkan bahwa sebagai seorang peneliti kualitatif, harus benar-benar matang dalam melakukan identifikasi lokasi penelitian untuk memahami *central phenomenon*. Dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan untuk memecahkan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini maka penulis memilih kecamatan Larantuka kabupaten Flores Timur provinsi Nusa Tenggara Timur sebagai lokasi penelitian.

Dalam menentukan responden yang tepat, maka peneliti membentuk *stakeholder mapping* dalam ritual Semana Santa di Larantuka. *Stakeholder mapping* tersebut merupakan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan ritual Semana Santa baik dalam hal liturgi, devosi, pariwisata, maupun sebagai partisipan baik dalam ritual Semana Santa atau upaya pemerintah yang juga berkaitan dengan ritual itu sendiri, sebagaimana terlihat dalam gambar berikut.



Gambar 2. Stakeholder Mapping dalam Ritual Semana Santa
(Sumber: Konstruksi Peneliti, 2020)

Dari ketentuan tersebut peneliti memilih perwakilan masing-masing pihak yaitu 3 orang dari pihak gereja, 6 orang dari pelaku devosi, 5 orang dari pelaku pariwisata, serta 3 orang dari masyarakat yang tidak memiliki kepentingan tertentu, sehingga berjumlah 17 orang responden. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini peneliti menggunakan 6 informan dari pihak pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan program pengembangan pariwisata; serta 17 responden perwakilan masyarakat Larantuka yang memberikan tanggapannya kepada upaya pemerintah yang telah dilakukan. Selanjutnya, teknik pengumpulan data menurut sumbernya terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder (Purhantara, 2010). Pada penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara semi-terstruktur dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan dokumentasi. Selanjutnya Proses analisis data yang digunakan dalam penelitian ialah menggunakan model Miles dan Huberman dalam Prastowo (2012) yaitu melalui proses reduksi data, penyajian data, triangulasi serta penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Respon Masyarakat terhadap Pengembangan Industri Pariwisata

Pengembangan pada aspek industri pariwisata disesuaikan dengan permasalahan yang sering terjadi ketika Semana Santa, yaitu: kebutuhan jasa informasi, kurangnya jumlah restoran dan warung makan yang membuka usahanya, kenaikan harga hotel serta kurangnya jumlah akomodasi penginapan. Dari permasalahan-permasalahan ini, pemerintah kemudian melakukan upaya yaitu: 1) Pengembangan fasilitas, berupa penyediaan TIC, pembinaan kepada pemilik restoran dan hotel, serta pengembangan program *homestay*; dan 2) Pengembangan SDM, berupa Pelatihan Tata Kelola *Homestay*.

Dari tanggapan masyarakat terhadap pengembangan fasilitas industri pariwisata terlihat adanya persepsi, sikap dan perilaku oleh masing-masing perwakilan masyarakat. Namun yang akan dibahas sebagai respon ekonomi adalah tanggapan yang sudah sampai pada tahap tindakan atau perilaku, sehingga yang berikutnya akan dianalisis adalah perilaku komersialisasi ruang kamar yang dilakukan oleh pengelola *homestay*.

1.1 Respon Komersialisasi Ruang Kamar

Ketika ruang kamar dikomersialisasikan berarti sebuah kamar yang awalnya tidak memiliki nilai jual karena digunakan untuk kebutuhan pribadi kemudian dikembangkan menjadi sebuah produk yang bernilai jual yang digunakan untuk publik atau kebutuhan orang lain. Sebagai sarana peningkatan ekonomi, pemilik *homestay* yang diwakili Ibu Veronica Bunga belum menjadikan usaha ini sebagai penghasilan utama dan hanya sebatas penghasilan tambahan karena sifatnya yang musiman. Pemilik *homestay* menyadari tidak seimbang jumlah kunjungan di Flores Timur setiap tahunnya sehingga hanya pada Semana Santa saja mereka mengkomersialisasikan kamarnya untuk dijadikan *homestay*. Bagi Ibu Veronica Bunga selaku pengelola *homestay*, penghasilannya sehari-hari didapatkan dari pekerjaannya sebagai guru SMP serta dari suaminya yang juga berprofesi sebagai guru. Selain itu, pada beberapa kesempatan, beliau juga bekerja sebagai seorang *guide* di sebuah perhimpunan bernama Insito yang umumnya menangani wisatawan yang datang ke Larantuka menggunakan kapal pesiar. Sejak tahun 2017 ketika Ibu Veronica Bunga memutuskan mengikuti program *homestay*, ia sudah menerima 6 tamu di rumahnya ketika Semana Santa yang berasal dari dalam dan luar negeri. Semuanya membayar sesuai dengan ketentuan harga yang ditetapkan pengelola *homestay* berdasarkan arahan pemerintah, meskipun pada awalnya penentuan harga berbeda-beda disesuaikan dengan fasilitas yang diberikan. Beberapa fasilitas yang dimaksud adalah kamar yang memiliki kamar mandi dalam ataupun yang memberikan fasilitas makan.

Pada tahun 2017, Ibu Veronica Bunga menjual dua kamar pribadinya untuk dijadikan *homestay* dengan membedakan harga kamar yaitu yang memiliki kamar mandi dalam dengan harga Rp 350.000,- per malam, sedangkan harga kamar yang tidak memiliki kamar mandi dalam diberi harga Rp 250.000,- per malam. Penentuan harga ini belum termasuk makanan bagi tamu yang ingin menambah fasilitas tersebut. Namun dalam pengembangan selanjutnya sesuai kesepakatan dengan pemerintah, sejak tahun 2018 harga masing-masing kamar yang dijual disamakan menjadi Rp 150.000,- per hari per orang. Dengan penghasilan seperti ini, dapat menambah penghasilan bagi Ibu Veronica Bunga meskipun tidak menjadi prioritasnya, karena bersifat musiman serta tidak selalu kamarnya terisi penuh.

2. Pandangan dan Perilaku Masyarakat terhadap Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam upaya pengembangan SDM pada industri pariwisata, pemerintah telah melakukan pelatihan kepada pengelola *homestay* yang diberi judul Pelatihan Tata Kelola *Homestay*. Dari tanggapan masyarakat terhadap pengembangan SDM industri pariwisata, terlihat adanya berbagai persepsi dan tindakan masing-masing perwakilan masyarakat. Namun yang akan dibahas sebagai respon ekonomi adalah yang sudah sampai pada tahap tindakan atau perilaku sehingga selanjutnya hanya akan dianalisis respon komersialisasi budaya menjamu tamu.

2.1 Respon Komersialisasi Budaya Menjamu Tamu

Sebelum diwacanakan program *homestay*, budaya menjamu tamu telah ada di masyarakat Nagi atau Larantuka khususnya pada Hari Bae atau Semana Santa sebagai waktu mudik bagi sebagian besar masyarakat Flores Timur dimanapun berada. Meskipun demikian masyarakat umumnya menerima tamu yang adalah keluarga,

sanak saudara atau kenalan sehingga merasa bagian dari dirinya yang kemudian tidak mengharapkan biaya tinggal selama tamu itu menginap. Hal ini berbeda dengan sistem *homestay* yang diupayakan pemerintah untuk menetapkan biaya menginap dan tidak membatasi jenis tamu yang akan menginap. Pada awal kegiatan sosialisasi program *homestay* dilakukan, beberapa kalangan masyarakat umumnya merasa kaget dan bersikap pesimis karena memiliki perbedaan pemahaman dalam kegiatan menjamu tamu ketika Semana Santa berlangsung, terlebih karena program *homestay* berkaitan dengan aspek ekonomi yang cukup sensitif di daerah yang memiliki citra sebagai daerah religius. Namun upaya pemerintah tersebut terus digalakkan dengan memberikan pemahaman lebih terkait menjamu tamu sehingga kemudian diterima oleh masyarakat, selain sebagai bentuk dari pelestarian kebudayaan setempat juga dijadikan sebagai sarana peningkatan ekonomi.

Bagi sebagian kalangan masyarakat, khususnya pelaku devosi dan pengelola *homestay*, budaya menjamu tamu sejalan dengan program *homestay* sehingga dianggap baik bila dikembangkan. Dengan adanya program *homestay*, peziarah yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mendapatkan akomodasi penginapan dan tidak jarang menginap di gedung umum, sekolah atau rumah warga kemudian dapat terbantu dengan fasilitas *homestay* yang harganya lebih terjangkau namun fasilitas yang diberikan cukup memadai. Namun tidak dipungkiri bahwa selain untuk membantu terpenuhi kebutuhan peziarah, pemilik *homestay* juga mendapatkan dampak ekonomi dari pelayanan dan keramah-tamahan yang diberikan. Budaya menjamu tamu yang sebelumnya diberikan secara cuma-cuma kepada tamu kenalan dan keluarga akhirnya dikenakan tarif dalam menjamu tamu asing yang belum pernah dikenal. Komersialisasi budaya seperti ini mengindikasikan motivasi pemilik *homestay* dapat berubah dari alasan sosial-budaya menjadi ekonomi. Selain itu bagi pengelola *homestay*, ketika menjamu tamu asing khususnya yang berasal dari luar negeri akan memberikan kebanggaan tersendiri bagi dirinya karena jarang dilakukan dalam keseharian.

3. Respon Masyarakat terhadap Pengembangan Destinasi Pariwisata

Upaya pengembangan di destinasi yang dilakukan oleh pemerintah adalah penyediaan *sound system* dan penyediaan kawasan kuliner. Dari beberapa tanggapan perwakilan kelompok masyarakat, diketahui bahwa ada kalangan masyarakat yang mendukung dan ada juga yang tidak mendukung upaya pemerintah menyediakan *sound system*. Namun tanggapan-tanggapan tersebut masih ditunjukkan sebagai persepsi tanpa diikuti tindakan nyata untuk merespon upaya pemerintah terkait penyediaan *sound system* sehingga tidak dapat dianalisis sebagai sebuah respon.

Selanjutnya terhadap penyediaan kawasan kuliner, terdapat berbagai tanggapan masyarakat yang mendukung untuk memenuhi kebutuhan peziarah, namun ada juga kalangan masyarakat yang tidak mendukung upaya tersebut karena alasan tradisi agama dan lainnya. Mayoritas tanggapan masyarakat adalah persepsi, namun dari perwakilan pedagang yang menerima sosialisasi pemerintah memberikan respon tindakan berupa pemanfaatan lahan lain untuk dijadikan tempat berjualan atau disebut komersialisasi ruang. Hal ini juga terlihat dari pedagang-pedagang liar yang menjajakan dagangannya di sepanjang jalur prosesi Semana Santa, meskipun tidak dikategorikan dalam respon masyarakat terhadap upaya pemerintah karena mereka sudah lebih lama berjualan untuk memenuhi kebutuhan peziarah selama mengikuti prosesi. Dengan demikian yang akan dianalisis sebagai respon ekonomi terhadap pengembangan kawasan wisata

adalah komersialisasi ruang yang dilakukan oleh pedagang yang telah mendapatkan sosialisasi dan bantuan dari program pemerintah.

3.1 Respon Komersialisasi Ruang Areal Pelabuhan Larantuka

Dalam upaya penyediaan kawasan wisata kuliner, masih banyak pedagang yang memilih untuk tidak berpartisipasi karena dirasa sepi pengunjung. Dalam menanggapi hal itu, pedagang berupaya mencari tempat lain untuk berjualan yang umumnya di areal pelabuhan Larantuka. Di areal tersebut pada hari-hari biasa bukan merupakan kawasan kuliner, namun pada saat Semana Santa banyak pedagang yang memilih kawasan tersebut untuk berjualan. Alasan yang diberikan adalah karena pembeli terbanyak berasal dari pulau-pulau sekitar yaitu dari Pulau Adonara, Solor dan Lembata. Umumnya peziarah dari pulau-pulau terdekat adalah peziarah yang melancong dan tidak bermalam di Larantuka sehingga lebih banyak dari mereka yang membutuhkan tempat kuliner yang memiliki akses yang dekat dengan areal pelabuhan. Bagi pedagang yang mendapatkan izin untuk berjualan di kawasan tersebut, ada yang mendapatkan penghasilan hingga dua kali lipat dari penghasilan di hari biasa. Hal ini karena mereka selalu ramai dikunjungi sehingga tidak jarang pedagang berjualan selama 24 jam.

Pada umumnya peziarah yang berasal dari provinsi lain ataupun dari luar negeri datang ke Larantuka pada hari Senin di masa Pekan Suci, sehingga mereka masih dapat mengunjungi kawasan kuliner di Taman Kota yang belum ditutup. Selanjutnya bagi peziarah yang berasal dari luar kabupaten Flores Timur, pada umumnya tinggal di rumah-rumah keluarga sehingga jarang untuk mencari makan di tempat umum. Sehingga potensi pengunjung yang dituju oleh pedagang adalah peziarah dari pulau-pulau terdekat, karena umumnya mereka adalah pelancong yang tidak bermalam di Larantuka. Namun target ini tidak sama dengan target pasar yang diinginkan pemerintah dalam upaya penyediaan kawasan wisata kuliner. Pemerintah berupaya agar peziarah khususnya yang berasal dari daerah luar kabupaten Flores Timur untuk berkunjung ke kawasan wisata kuliner karena kawasan tersebut diharapkan mampu menjadi sarana promosi kuliner lokal sekaligus sebagai tempat untuk mempromosikan *souvenir* lokal.

4. Respon Masyarakat terhadap Pengembangan Pemasaran

Upaya pengembangan pemasaran yang dilakukan pemerintah adalah pengembangan sarana informasi dan sarana promosi. Tanggapan-tanggapan yang diberikan oleh perwakilan kelompok masyarakat terkait pengembangan sarana informasi adalah belum maksimalnya upaya yang telah dilakukan pemerintah. Pada kenyataannya, peningkatan jumlah kunjungan yang terjadi ketika Semana Santa dianggap sebagai dampak cerita dari mulut ke mulut serta kesaksian iman, sehingga peziarah yang datang ke Larantuka hanya semata-mata untuk beribadah. Tanggapan ini diberikan dalam bentuk persepsi dan sikap, sehingga belum ada yang menunjukkan tindakan yang dapat dianalisis sebagai sebuah respon. Yang dapat terlihat sebagai respon ekonomi pada bidang pemasaran adalah berupa tindakan adalah komersialisasi budaya menenun yang dilakukan oleh masyarakat yang berpartisipasi aktif dalam salah satu kegiatan di Festival Bale Nagi, serta penguatan tradisi agama berupa pewartaan iman yang dilakukan oleh pelaku devosi sebagai tanggapan dari *workshop* pemandu wisata.

4.1 Respon Komersialisasi Budaya Menenun

Festival Bale Nagi yang mewadahi sejumlah penenun pada tahun 2019, menjadikan kegiatan Menenun sebagai salah satu atraksi yang dipertunjukkan kepada pengunjung. Kegiatan yang dilakukan di Taman Kota tersebut, diikuti oleh penenun-penenun dari seluruh wilayah Flores Timur dengan menampilkan cara mereka menenun serta dijadikan sebagai tempat untuk menjual hasil tenunan mereka. Hal ini berbeda dari biasanya, karena umumnya penenun melakukan aktivitas tenunannya tanpa menjadi atraksi, kecuali pada kawasan tempat tinggal yang telah ditetapkan pemerintah sebagai desa wisata. Selanjutnya terkait hasil tenunan, yang umumnya dijual kepada pengunjung adalah syal dan selendang untuk dijadikan oleh-oleh. Sedangkan untuk tenunan sarung atau selimut, lebih banyak digunakan sendiri untuk kebutuhan adat sebagai mahar ataupun kebutuhan sehari-hari.

Selanjutnya menurut Ibu Merry Bao selaku perwakilan penenun yang mengikuti kegiatan Festival Bale Nagi, harga jual hasil tenunannya dinaikkannya dibandingkan hari-hari biasa karena mengingat calon pembeli bukan dari daerah mereka sendiri serta bahan baku yang sulit dicari dan proses menenun yang tergolong lama. Di hari biasa, harga selendang atau syal dipatok menjadi Rp 100.000,- per lembar dan harga sarung Rp 2.500.000,- per lembar. Penentuan harga ini dipertimbangkan karena para pembeli di hari biasa umumnya adalah pengunjung dari daerah sekitar yang juga terbiasa menggunakan tenunan baik untuk kebutuhan pribadi ataupun adat. Sedangkan pada saat mengikuti festival dan dikarenakan banyaknya pengunjung dari daerah luar maka harga syal atau selendang dinaikkan menjadi Rp 250.000,- per lembar dan sarung berkisar Rp 5.000.000,- hingga Rp 600.000.000,-. Kenaikan harga tersebut dilakukan karena merasa sesuai dengan kesulitan bahan baku dan proses pengerjaannya. Namun hingga festival dilaksanakan pada tahun 2019, masih belum ada pembeli yang berminat membeli hasil tenunannya tersebut sehingga hanya masih menjadi atraksi semata.

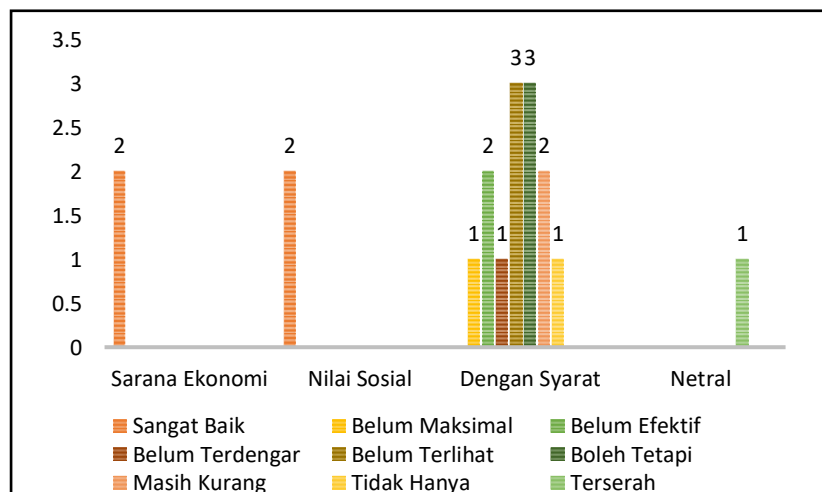
4.2 Respon Penguatan Tradisi Agama: Pewartaan Iman

Sebelum diadakan *workshop* yang diberi judul Pelatihan Pemandu Wisata Sejarah dan Warisan Budaya, pelaku devosi umumnya telah mampu menjadi narasumber kepada peziarah yang ingin mencari informasi baik yang mengunjungi kapela, tori ataupun rumah para pelaku devosi sehingga ketika diwadahi dan dilakukan pelatihan pemandu wisata oleh pemerintah, pelaku devosi merasa tidak canggung karena sudah terbiasa menjamu tamu. Meskipun begitu, manfaat lain yang dirasakan oleh mereka adalah mendapatkan pemahaman lebih terkait beragamnya cerita sejarah yang berkembang pada masing-masing kelompok masyarakat. Karena minimnya ketersediaan buku sejarah, masyarakat lebih banyak menceritakan sejarah dan tradisinya secara tutur-lisan. Terkhusus untuk para pemilik kapela ataupun tori yang juga adalah suku-suku Semana, mereka memiliki cerita sejarah masing-masing mengenai peninggalan mereka dan mengembangkan cerita yang berbeda sesuai yang diturunkan oleh pendahulunya. Dengan adanya *workshop* pemandu wisata yang diwadahi oleh pemerintah, cerita sejarah yang berkembang di masyarakat dapat disatukan untuk dapat diolah menjadi bahan informasi bagi pengunjung.

Workshop pemandu wisata membuat pelaku devosi menjadi semakin menyadari pentingnya memahami sejarah yang menjadi kebanggaan masyarakat, khususnya bagi suku-suku Semana. Dengan adanya pemahaman ini, pelaku devosi lebih bersemangat untuk meningkatkan tradisi agama yaitu mewartakan iman kepada para pengunjung. Tradisi pewartaan iman dipahami dalam ajaran Kristiani adalah membagikan kesaksian-kesaksian iman ataupun penghayatan diri yang mencerminkan ajaran Yesus Kristus kepada orang lain. Orang lain yang dimaksud tidak dibatasi oleh kelompok agama, suku, ras ataupun golongan tertentu. Hal ini juga dipahami oleh masyarakat Larantuka sehingga mereka menerima semua kelompok peziarah yang mengikuti ritual Semana Santa. Masyarakat tidak memberikan perlakuan berbeda kepada siapapun peziarah yang datang sebagai wujud pewartaan imannya dalam mempercayai ajaran Yesus Kristus. Sedangkan untuk peziarah sendiri, diberikan kebebasan untuk mengikuti ritual dengan pemahaman, keyakinan serta penghayatan iman mereka masing-masing namun dengan tetap mengikuti aturan-aturan yang berlaku. Dengan dasar pemahaman ini, para pelaku devosi yang berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan pemandu wisata, berusaha untuk lebih memupuk tradisi agama dalam bentuk pewartaan iman sebagai narasumber yang baik bagi pengunjung, baik dalam memberikan informasi ataupun memberikan contoh kesalahan dalam beribadah.

Dari berbagai analisis respon masyarakat di atas, terlihat bahwa respon-respon yang ditunjukkan dalam bentuk tindakan adalah respon ekonomi atas pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah. Respon ekonomi yang diberikan tidak semuanya dirasakan oleh seluruh masyarakat meskipun respon tersebut dapat mewakili beberapa pihak atau individu yang juga memiliki kepentingan yang sama sehingga dapat dikatakan respon yang terlihat bersifat heterogen. Sedangkan untuk menganalisis respon masyarakat secara homogen perlu digunakan teori Dogan yang dianalisis menggunakan bantuan aplikasi Atlas.ti 8 sebagai aplikasi pengolah data kualitatif. Untuk mengetahui pandangan keseluruhan masyarakat terhadap pengembangan wisata ziarah ritual Semana Santa maka akan dilakukan dua tahap analisis yaitu sebagai berikut:

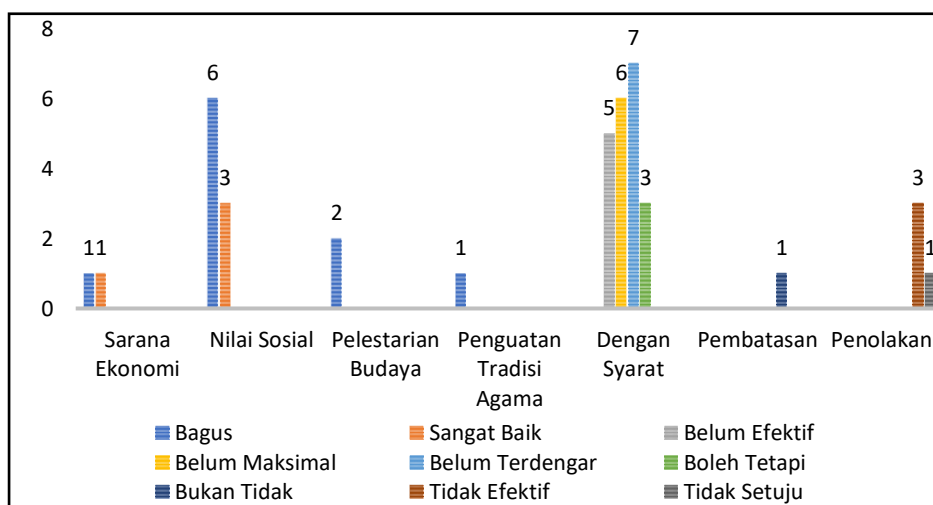
a. *Word-Frequency Analysis*



Gambar 3. *Word-Frequency Respon Pihak Gereja*

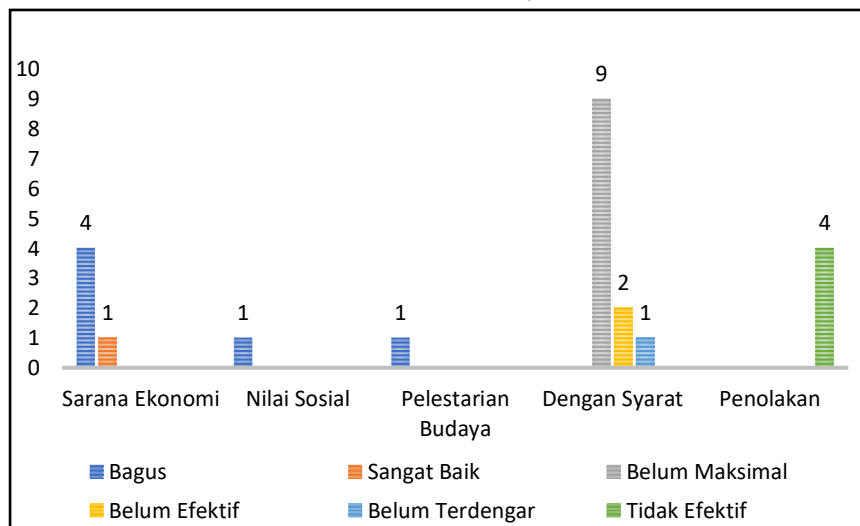
(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Dalam gambar *word-frequency* respon pihak gereja, terlihat adanya tanggapan positif oleh responden karena program pemerintah mampu dijadikan sarana ekonomi dan juga peningkatan nilai sosial. Namun ada juga perwakilan pihak gereja yang merasa acuh-tak-acuh dalam salah satu program pemerintah karena tidak memiliki efek tertentu bagi kelompoknya atau yang sekiranya dapat terjadi ke depan. Selanjutnya kelompok kata kunci yang terbanyak adalah yang menandakan sikap netral namun cenderung memberi dukungan pada pemerintah dengan syarat-syarat tertentu. Hal ini menandakan bahwa pihak gereja umumnya memberikan tanggapan netral dan positif pada program pemerintah, namun pemerintah perlu memperbaiki beberapa kendala sehingga pihak gereja dapat memberikan dukungannya dengan penuh. Selanjutnya adalah terkait respon pelaku devosi dan pelaku pariwisata yang terlihat dalam grafik dalam Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. *Word-Frequency* Respon Pelaku Devosi

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

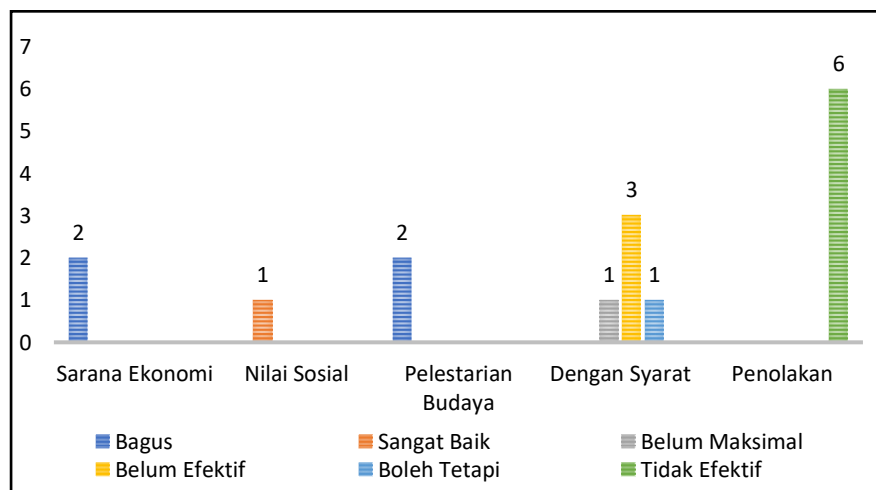


Gambar 5. *Word-Frequency* Respon Pelaku Pariwisata

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Dalam *word-frequency* analisis respon pelaku devosi pada Gambar 4, kata-kata kunci yang terlihat pada tanggapan pelaku devosi terbagi menjadi positif, netral dan negatif. Tanggapan positif diberikan responden karena memandang program pemerintah sebagai sarana ekonomi, nilai sosial, pelestarian budaya dan penguatan tradisi agama. Sedangkan tanggapan negatif karena adanya penolakan dalam beberapa program yang dikembangkan pemerintah. Sama seperti pihak gereja, kebanyakan perwakilan pelaku devosi memberikan sikap netral dengan kecenderungan mendukung namun dengan persyaratan tertentu ataupun batasan tertentu.

Kemudian dalam Gambar 5, terlihat kata-kata kunci yang terdapat dalam tanggapan pelaku pariwisata terhadap upaya pemerintah terbagi mejadi tanggapan positif, netral dan negatif. Tanggapan positif karena responden memandang bahwa upaya pemerintah sebagai sarana ekonomi, peningkatan nilai sosial dan pelestarian budaya. Selanjutnya tanggapan netral diberikan dengan menyertakan berbagai syarat dan harapan responden, serta tanggapan negatif ditunjukkan dalam persepsi yang menolak upaya yang dilakukan pemerintah, khususnya karena dianggap tidak efektif. Lebih lanjut terkait *word-frequency* analisis respon masyarakat dalam menanggapi upaya pemerintah mengembangkan pariwisata ziarah ritual Semana Santa adalah sebagai berikut:



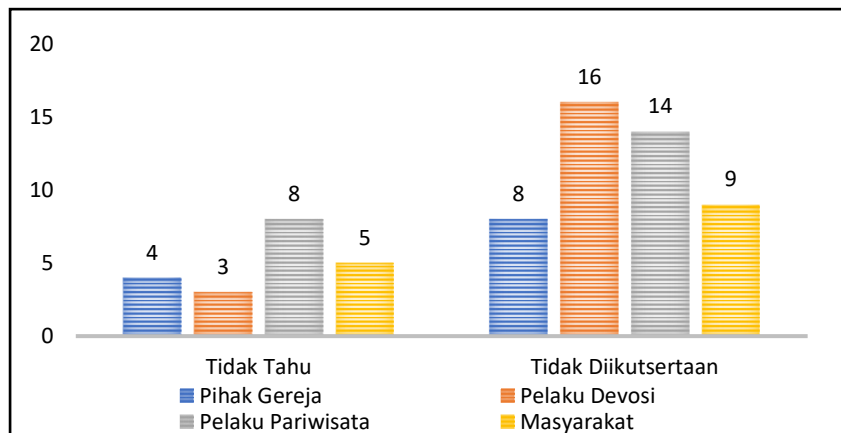
Gambar 6. *Word-Frequency* Respon Masyarakat

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Dalam gambar di atas terlihat bahwa masyarakat memberikan tanggapan yang beragam dalam menanggapi upaya pemerintah. Tanggapan positif diberikan masyarakat karena melihat upaya yang dilakukan pemerintah mampu digunakan sebagai sarana peningkatan ekonomi, peningkatan nilai sosial dan pelestarian budaya. Sedangkan tanggapan netral diberikan masyarakat dalam bentuk persyaratan yang sekiranya mampu diperbaiki oleh pemerintah. Tanggapan negatif merupakan tanggapan dengan jumlah kata kunci terbanyak yang menunjukkan adanya persepsi berupa penolakan oleh masyarakat.

Dengan demikian diketahui bahwa kata-kata kunci dari respon yang diberikan oleh keseluruhan kelompok masyarakat memberikan tanggapan positif, netral dan negatif sesuai dengan kepentingan dan harapan masing-masing individu maupun kelompok. Namun dari seluruh kata kunci respon yang sudah dipaparkan di atas, terdapat temuan lain yang menunjukkan bahwa masyarakat tidak bisa memberikan tanggapan kepada upaya

pemerintah karena tidak mengetahui secara teknis bagaimana upaya tersebut dijalankan ataupun karena tidak diikutsertakan dalam kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah, sebagaimana terlihat dalam gambar berikut.



Gambar 7. *Word-Frequency* Bukan Respon

(Sumber: *Konstruksi Penulis, 2021*)

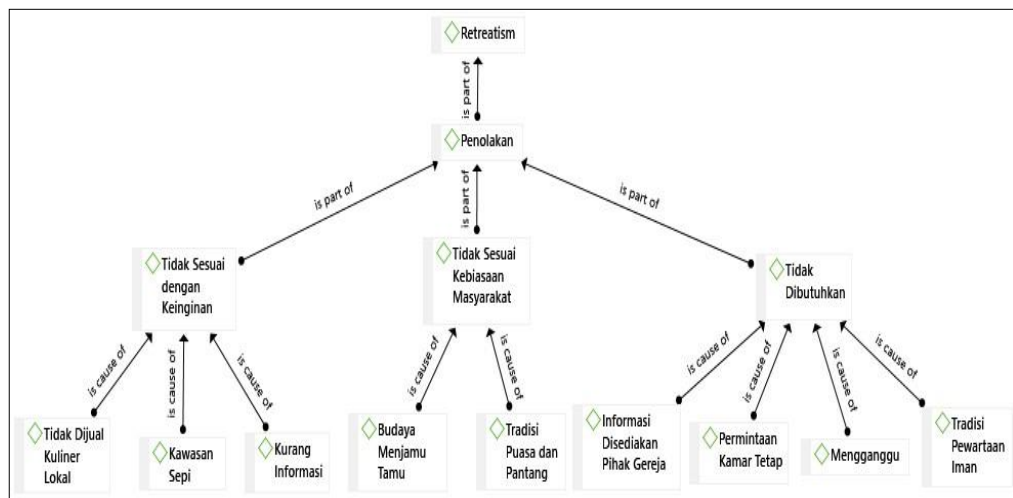
Dari gambar di atas diketahui bahwa masyarakat tidak dapat memberikan tanggapannya dalam menanggapi upaya pemerintah karena tidak tahu dan tidak diikutsertakan. Tanggapan tidak tahu paling banyak diberikan oleh pelaku pariwisata karena pada saat ritual Semana Santa berlangsung, mereka lebih banyak sedang melayani tamu-tamu mereka masing-masing sehingga tidak memahami secara teknis bagaimana upaya pemerintah dilakukan. Selanjutnya tanggapan berupa tidak diikutsertakan disampaikan paling banyak disampaikan oleh pelaku devosi diikuti pelaku pariwisata. Pelaku devosi masih minim pada tingkat partisipasi dalam kegiatan pariwisata karena mereka lebih banyak menjalankan kewajiban-kewajiban mereka berdevosi pada saat menjelang Semana Santa. Sedangkan bagi pelaku pariwisata, mereka hanya diikutsertakan pada kegiatan tertentu sesuai dengan kepentingan mereka sehingga terkadang tidak memahami kegiatan lain yang dilakukan pemerintah untuk jenis usaha pariwisata lain.

Dari *word-frequency* analisis yang dilakukan di atas terlihat kata-kata kunci tanggapan masyarakat yang mengarahkan pada tiga tipe respon menurut teori Dogan yaitu *retreatism*, *boundary maintenance* dan *revitalization*. Ketiga tipe respon ini kemudian akan dianalisis lebih lanjut dalam *text encoding*.

b. *Text Encoding*

Retreatism adalah tanggapan negatif yang diberikan oleh masyarakat dalam menanggapi upaya pengembangan pariwisata yang dilakukan pemerintah. Tipe respon *retreatism* terlihat adalah dalam bentuk penolakan yang terbagi menjadi tiga kategorisasi yaitu: 1) Tidak sesuai dengan keinginan masyarakat. Alasan yang diberikan oleh masyarakat yang sesuai dengan kategori ini adalah karena pemerintah merancang kawasan wisata kuliner yang tidak dijual kuliner lokal sehingga tidak menarik bagi sebagian kalangan untuk berkunjung ke kawasan tersebut. Selain itu kawasan yang disediakan dianggap sepi sehingga pedagang enggan untuk berjualan di kawasan tersebut. Terkait TIC yang disediakan pemerintah juga dianggap kurang informasi sehingga dianggap tidak

menunjang peziarah, karena lebih banyak peziarah yang mendapatkan informasi di kantor gereja; selanjutnya 2) Tidak sesuai dengan kebiasaan masyarakat, yang mana dikaitkan dengan budaya menjamu tamu dan tradisi berpuasa dan berpantang. Bagi sebagian kalangan mempercayai bahwa budaya seperti ini tidak boleh dikaitkan dengan peningkatan ekonomi yang dianggap tidak sejalan dengan pemahaman kebiasaan budaya yang ada di masyarakat aslinya; dan 3) Tidak dibutuhkan, yang mana mengacu pada beberapa alasan yaitu bahwa informasi telah disediakan oleh pihak gereja, permintaan kamar untuk hotel selalu tetap, bantuan fasilitas ada yang mengganggu jalannya ritual, serta tradisi pewartaan iman yang dianggap merupakan tradisi agama yang tidak disangkutpautkan pada usaha pariwisata. Secara rinci tipe respon *retreatism* yang dianalisis dalam *text encoding* terlihat dalam Gambar berikut.

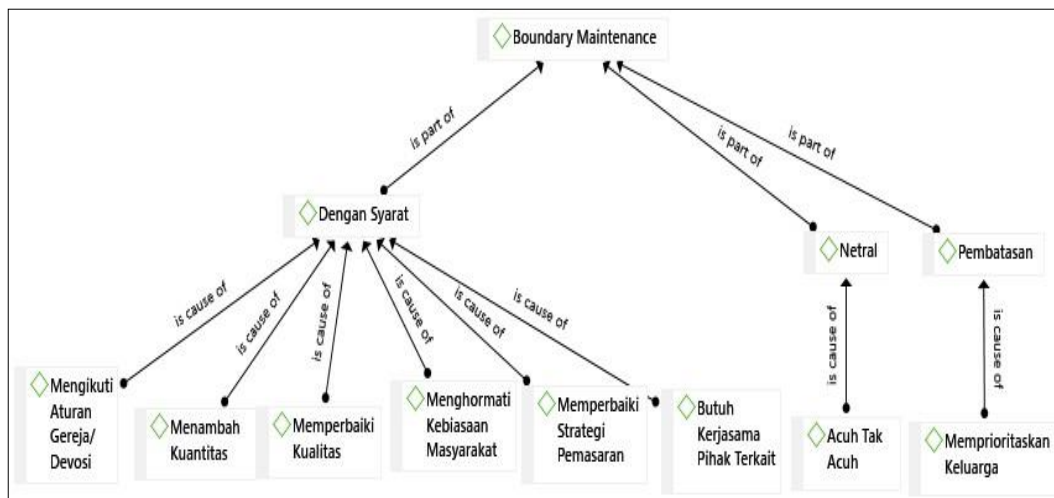


Gambar 8. Tipe Respon *Retreatism*

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Selanjutnya adalah tipe respon *boundary maintenance* yang ditunjukkan sebagai tanggapan netral atas upaya yang dilakukan oleh pemerintah. Respon *boundary maintenance* diberikan masyarakat dalam tiga kategori yaitu dengan syarat, netral dan pembatasan. Tanggapan yang menunjukkan persyaratan umumnya diberikan sebagai ketentuan dukungan bila keinginan mereka terpenuhi oleh pemerintah. Beberapa alasan masyarakat untuk diperbaiki pemerintah adalah: mengikuti aturan yang berlaku oleh pihak gereja atau pelaku devosi, menambah kuantitas target program yang dibuat oleh pemerintah kepada berbagai kalangan masyarakat, memperbaiki kualitas dari program-program yang sudah dikembangkan, menghormati kebiasaan masyarakat misalnya pada saat masyarakat lokal sedang berpuasa atau berpantang, memperbaiki strategi pemasaran yang mampu memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat, serta dibutuhkan kerjasama antar pihak terkait sehingga produk pengembangan pariwisata lebih bernilai dan bermanfaat selain bagi masyarakat juga bagi pengunjung. Selanjutnya tanggapan netral diberikan karena alasan sikap acuh-tak-acuh oleh salah satu responden yang memandang salah satu upaya pemerintah tidak mempengaruhi apapun. Sedangkan tanggapan pembatasan diberikan responden dengan alasan pihak keluarga yang lebih mengutamakan kebutuhan keluarga daripada ikut serta dalam program yang dikembangkan oleh

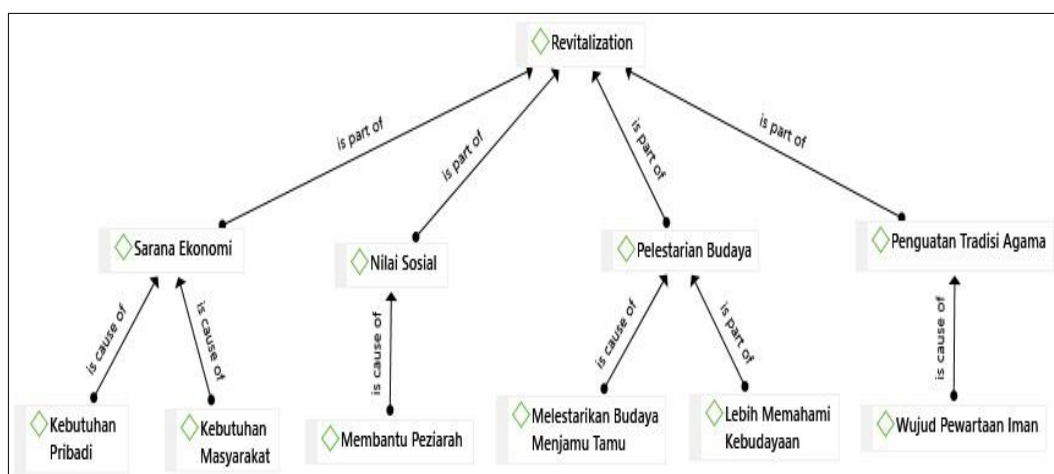
pemerintah. Berikut adalah gambar tipe respon *boundary maintenance* dengan analisis *text encoding*.



Gambar 9. Tipe Respon *Boundary Maintenance*

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Tipe respon *revitalization* adalah tipe respon yang menunjukkan tanggapan positif yang diberikan oleh masyarakat dalam menganggapi upaya yang dikembangkan oleh pemerintah, seperti terlihat dalam gambar berikut.



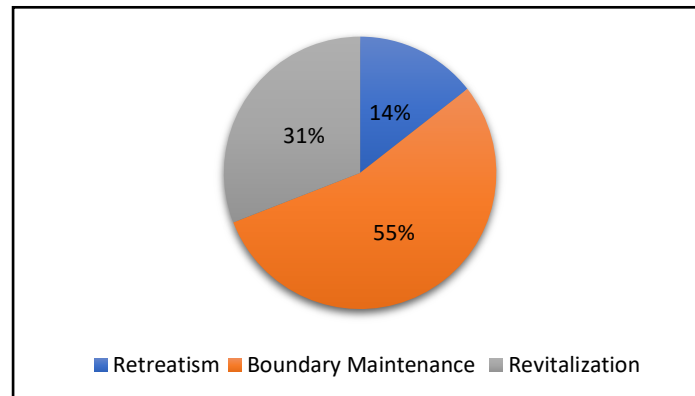
Gambar 10. Tipe Respon *Revitalization*

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Dari gambar di atas diketahui bahwa tanggapan positif diberikan oleh masyarakat berdasarkan beberapa kategori yaitu sarana ekonomi, nilai sosial, pelestarian budaya dan penguatan tradisi agama. Dalam menjadikan upaya pemerintah sebagai sarana untuk meningkatkan ekonomi, masyarakat memiliki alasan untuk kebutuhan pribadi dan ada juga untuk kebutuhan masyarakat Larantuka secara umum. Selanjutnya peningkatan nilai sosial dijadikan tanggapan masyarakat, karena program pemerintah mampu membantu peziarah selama mengikuti ritual Semana Santa ataupun selama berada di Larantuka. Tanggapan pelestarian budaya diberikan beberapa kalangan masyarakat karena memandang upaya pemerintah mampu membuat masyarakat lebih sadar untuk melestarikan budaya menjamu tamu dan lebih memahami kebudayaan yang ada di masyarakat. Selain itu tanggapan

penguatan tradisi ditunjukkan sebagai alasan masyarakat karena mereka mampu mewujudkan pewartaan iman melalui upaya pemasaran yang dikembangkan oleh pemerintah.

Dari keseluruhan respon yang sudah dianalisis sebelumnya, akan dikumpulkan menjadi satu grafik yang merupakan gambaran besar respon masyarakat Larantuka terhadap upaya pemerintah dalam mengembangkan pariwisata ziarah ritual Semana Santa sebagai berikut.



Gambar 11. Keseluruhan Tipe Respon Masyarakat

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Dari keseluruhan tipe respon yang diberikan oleh masyarakat Larantuka, terlihat tipe respon *boundary maintenance* mendominasi tanggapan masyarakat yang mengharapkan pemerintah melakukan perbaikan dalam berbagai aspek pengembangan pariwisata ziarah yang sudah dilakukan kepada masyarakat hingga saat penelitian berlangsung. Meskipun tergolong tipe respon yang netral, namun *boundary maintenance* yang terlihat dalam tanggapan masyarakat Larantuka umumnya adalah tanggapan yang menyiratkan persetujuan terhadap upaya pemerintah namun belum merasa upaya tersebut secara praktik mampu memenuhi harapan masyarakat. Selanjutnya tipe respon *revitalization* menunjukkan bahwa sebagian masyarakat sudah melihat upaya pemerintah secara positif karena merasa adanya manfaat bila berpartisipasi dalam program pemerintah tersebut.

Meskipun begitu masyarakat tetap tidak berbaur ataupun lebih mementingkan aktivitas pariwisata, mereka tetap sadar untuk memprioritaskan urusan agama atau tradisi yang sudah berakar di dalam kehidupan masyarakat. Selain itu terdapat juga tipe respon *retreatism* yang menunjukkan tanggapan negatif oleh masyarakat terhadap upaya yang dilakukan pemerintah. Tanggapan yang diberikan berupa penolakan karena beberapa upaya yang dilakukan pemerintah dianggap tidak dibutuhkan atau masih belum tepat sasaran. Penolakan ini tidak diikuti perlawanan karena dianggap belum mengancam, namun alangkah bijaknya bila pemerintah juga mempertimbangkan hal ini agar ke depannya masyarakat dapat memandang pariwisata sebagai upaya bersama yang tidak dianggap mengancam khususnya dalam kaitannya dengan ritual Semana Santa itu sendiri.

KESIMPULAN

Dari berbagai tanggapan masyarakat terhadap upaya pemerintah, terdapat beberapa respon ekonomi yang sudah ditunjukkan dalam bentuk tindakan oleh beberapa individu dalam kelompok masyarakat yaitu sebagai berikut.

Tabel 2. Tabel Respon Ekonomi Masyarakat

No.	Jenis Pengembangan	Respon Ekonomi
1	Pengembangan Fasilitas dalam Industri Pariwisata	Komersialisasi Ruang Kamar
2	Pengembangan SDM dalam Industri Pariwisata	Komersialisasi Budaya Menjamu Tamu
3	Pengembangan Kawasan Wisata dalam Destinasi Pariwisata	Komersialisasi Ruang Areal Pelabuhan Larantuka
4	Pengembangan Sarana Promosi dalam Pemasaran	1) Komersialisasi Budaya Menenun; 2) Penguatan Tradisi Agama berupa Pewartaan Iman.

(Sumber: Konstruksi Penulis, 2021)

Selanjutnya berdasarkan bantuan *Word-Frequency Analysis* dan *Text Encoding* dapat disimpulkan beberapa tipe respon masyarakat yaitu:

- 1) Respon *retreatism* yang ditunjukkan dalam bentuk penolakan namun tidak diikuti upaya penutupan diri ataupun perlawanan. Respon ini tergolong negatif kerana rasa tidak aman ataupun tidak ada keyakinan pada upaya yang dilakukan pemerintah. Respon ini paling sedikit muncul sebagai tanggapan masyarakat namun tetap perlu untuk diperhatikan.
- 2) Respon *boundary maintenance* sebagai bentuk tanggapan netral masyarakat. Tanggapan netral yang terlihat ini mengarah ke hal positif dan dapat menjadi dukungan namun diberikan persyaratan dan pembatasan yang diharapkan dilakukan oleh pemerintah. Respon ini menjadi tipe respon terbanyak yang diberikan oleh masyarakat dalam menanggapi upaya pemerintah.
- 3) Respon *revitalization* menunjukkan tanggapan positif masyarakat terhadap upaya pemerintah. Tanggapan ini sebagai bentuk dukungan masyarakat kepada program pemerintah kerana telah dipandang mampu memberikan manfaat tertentu baik secara individu ataupun kepada kalangan masyarakat secara luas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan dari keseluruhan analisis respon masyarakat terhadap upaya pemerintah, masyarakat mengisyaratkan adanya dukungan yang mengarah kepada hal positif namun harus diikuti berbagai persyaratan yang membuat masyarakat merasa yakin dan aman untuk mendukung program-program pemerintah secara penuh dalam pengembangan pariwisata ziarah ritual Semana Santa di Larantuka. Namun respon yang diberikan ini lebih mengacu pada tanggapan secara ekonomi dan belum sampai untuk menganalisis hingga tingkat sosial-budaya dan lingkungan.

REFERENSI

- Abdulsyani. (1987). *Sosiologi Kelompok dan Masalah Sosial*, Jakarta: Fajar Agung
- Ahimsa-Putra, H. S. (2004). *Mengembangkan Wisata Budaya dan Budaya Wisata, Sebuah Refleksi Antropologis*, Yogyakarta: PUSPAR
- Ahimsa-Putra, H. S. (2011). *Pariwisata di Desa dan Respon Ekonomi: Kasus Dusun Brayut di Kabupaten Sleman Yogyakarta*. *Jurnal Patrawidya*, 12 (4), 635-659.
- Canoves et al. (2012). *Religious Tourism and Sacred Places in Spain: Old Practice, New Forms of Tourism*. *International Journal of Tourism Anthropology*, 2 (4), 282-298.

- Dogan, H. Z. (1989). Forms of Adjustment Sociocultural Impacts of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 16 (2), 216-236.
- Hariyana dan Mahagangga. (2015). Persepsi Masyarakat terhadap Pengembangan Kawasan Goa Peteng sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 3 (1), 24-34.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinblod
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*, Jakarta: Grasindo
- Jebarus, E. (2017). *Sejarah Keuskupan Larantuka*, Maumere: Penerbit Ledalero
- Kreiner, N. C. (2010). Current Jewish Pilgrimage Tourism: Modes and Models of Development. *Journal of Tourism*, 58 (3), 259-270.
- Kreiner, N. C. (2018). Pilgrimage-Tourism: Common Themes in Different Religions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. 6 (1), 8-17.
- McGuire, T. R. (1989). Ritual, Theater, and the Persistence of the Ethnic Group: Interpreting Yaqui Semana Santa. *Journal of the Southwest*, 31 (2), 159-178.
- Miras, L. S. (2016). How do Barceloneta Residents that Directly Depend on the Tourist Industry Perceive Tourism?, Barcelona: Ramon Llull University
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Monteiro, Y. H. (2020). *Semana Santa di Larantuka*, Maumere: Penerbit Ledalero
- Morrill et al. (2006). *Practicing Catholic: Ritual, Body, and Contestation in Catholic Faith*, USA: Palgrave Macmillan
- Mulyati. (2019). *Semana Santa, Tradisi Paskah Umat Katolik di Larantuka, Flores Timur, Nusa Tenggara Timur*. WALASUJI, 10 (2), 203-218.
- Nelson, J. M. (2009). *Psychology, Religion, and Spirituality*, New York: Springer
- Pendit, N. (2002). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta: Pradya Paramita
- PERDA Kabupaten Flores Timur Nomor 2 Tahun 2013
- PERDA Provinsi Nusa Tenggara Timur Nomor 2 Tahun 2015
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPKD) Kabupaten Flores Timur Tahun 2013-2023
- Rencana Induk Pembangunan Nasional (RIPPARNAS) Nomor 50 Tahun 2011
- Sanchez, et al. (2016). Economic Impact of a Religious and Tourist Event: A Holy Week Celebration. *Journal of Tourism Economics*, 23 (6), 1-20.
- Sanchez, et al. (2018). Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview. *Journal of Religions*, 9 (9), 249-260.
- Sevim dan Hall. (2016). Costumer Acculturation: Perspective of Immigrants and Tourists. *International Journal of Academic Research in Economic and Management Sciences*. 5 (4), 126-139.

- Suryawan, I. B. (2017). Model Kelembagaan Kawasan Strategis Pariwisata, Denpasar: UNUD
- Timothy, D. J. dan Olsen. (2006). *Tourism, Religion & Spiritual Journeys*, USA: Routledge
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009
- Valiente dan Romero. (2011). Religious Tourism in Spain: The Goose that Laid the Golden Egg? An Old Tradition, Versus an Emerging Form of Tourism. *Cuadernos de Turismo*, 27, 1021-1028.
- Wahab, S. (1988). *Pemasaran Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramitha
- Wilopo dan Hakim. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya: Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4 (1), 56-65.
- Yasuda et al. (2018). *Religious Tourism in Asia*, UK: CAB International
- Yoeti, O. A. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramitha
- Yoeti, O. A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramitha