

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak semakin ketatnya persaingan dalam semua aspek kehidupan. Setiap orang disibukkan dengan kegiatannya masing-masing. Rutinitas yang dialami manusia dalam kesehariannya menimbulkan ketegangan, kebosanan, dan kejenuhan. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa waktu senggang yang mereka miliki akan dijadikan sebagai sarana untuk memulihkan kejernihan berfikir, mendapatkan inspirasi, dan mendapat kesegaran baru. Salah satu bentuk kegiatan yang dapat dilakukan dalam mengisi waktu senggang tersebut adalah berwisata (Suyitno, 2001:4). Pariwisata merupakan industri global yang potensial untuk dikembangkan oleh pemerintah sebagai salah satu sumber pendapatan negara maupun pendapatan daerah. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pada saat ini, pariwisata memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Banyak sektor industri dalam negara tersebut terkait dengan industri pariwisata. Pengembangan pariwisata dapat mendorong pertumbuhan kegiatan bisnis, sehingga menghasilkan manfaat ekonomi yang penting bagi negara tersebut. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Indonesia adalah sebuah negara kepulauan yang terdiri dari 34 provinsi, dan setiap provinsi memiliki berbagai destinasi wisata menarik dan unik yang patut dikunjungi. Pembangunan kepariwisataan juga diarahkan untuk mendorong pengembangan, pengenalan dan pemasaran produk nasional (Karyono, 1997: 89). Dalam pengembangan pariwisata, sangat penting sekali untuk memperhatikan potensi yang dimiliki

oleh wilayah tersebut. Hal ini perlu dilakukan agar kita dapat mengevaluasi sejauh mana potensi yang tersedia di daerah tersebut. Semakin banyak potensi yang dapat diidentifikasi, semakin layak daerah tersebut untuk dikembangkan sebagai tujuan wisata. Selain itu, kita juga harus mempertimbangkan berbagai aspek seperti aspek sosial, budaya, dan lingkungan alam. Di Indonesia ada banyak sekali jenis kegiatan wisata.

Menurut Pendit (1994) dalam Haryono dan astuti, ada beberapa jenis pariwisata berdasarkan motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat, yaitu wisata budaya, wisata maritim atau bahari wisata cagar alam atau taman konservasi, wisata konvensi, wisata pertanian atau agrowisata, wisata buruh dan wisata ziarah. Wisata ziarah satu jenis wisata yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah wisata ziarah yang biasanya disebut wisata religi (*pilgirm*). Wisata ziarah merupakan praktik religius yang dimaksud untuk membangun spiritualitas umat. Wisata religi pada saat ini telah menjadi rutinitas di kalangan masyarakat serta merupakan fenomena kompleks dan global yang mencakup tidak hanya dimensi agama, tetapi juga ekonomi, sosial, budaya, politik, lingkungan, dan juga pendidikan.

Melihat perkembangan pariwisata, Madura seperti juga daerah lainnya di Indonesia merupakan sebuah pulau di Jawa Timur yang mempunyai potensi pariwisata yang sangat besar, karena selain memiliki keindahan alam juga keanekaragaman budaya dan adat istiadat yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat Madura. Potensi tersebut belum semuanya tergarap secara optimal, sehingga pariwisata Madura nampak kurang terawat dan nyaristerabaikan. Padahal apabila dikembangkan secara maksimal, Madura juga berpotensi menjadi destinasi pariwisata yang khas dan unik seperti daerah lainnya di Indonesia Madura merupakan salah satu pulau di Indonesia yang memiliki kekayaan melimpah. . Madura dikenal sangat kental dengan keagamaan dan budayanya, memiliki bermacam-macam budaya dan tempat wisata yang berbasis religius. Potensi wisata religi sangat besar di Madura, hal ini disebabkan karena kentalnya agama dan kebudayaannya yang membuat banyak sekali wisatawan dalam maupun luar daerah yang mendorong para wisatawan berkunjung ke destinasi wisata religi

dan tak hanya tentang perjalanan spiritual melainkan budaya dan sejarahnya. Banyak sekali bangunan dan tempat bersejarah yang memiliki makna tersendiri. Salah satu faktor yang mendorong perkembangan wisata religi, terutama wisata ziarah, adalah tingginya penghormatan terhadap leluhur dan tokoh-tokoh besar. Sikap hormat terhadap leluhur dan tokoh-tokoh yang telah memberikan kontribusi penting dalam suatu masyarakat, selanjutnya menciptakan rasa hormat terhadap makam atau kuburan.

Madura terdiri dari 4 kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasandan Sumenep. Di setiap kabupaten memiliki destinasi wisata religi tersendiri. Sumenep adalah salah satu daerah tujuan wisatawan, tentunya memiliki kawasan wisata unggulan yang menjadi minat wisatawan untuk berkunjung ke Sumenep. Wisata Religi di kabupaten Sumenep tak kalah ramai di kunjungi oleh para wisatawan. Ada banyak wisata religi di kabupaten Sumenep namun hanya beberapa yang banyak peminatnya, seperti Masjid Jamik, Asta Tinggi dan Asta Sayyid Yusuf merupakan wisata religi kompleks pemakaman para Raja-raja yang telah gugur di kabupaten Sumenep berbeda dengan Masjid Jamik yang hanya mesjid peninggalan zaman kuno dengan arsitek bangunannya yang unik. Dari ketiga wisata religi yang paling menonjol di kabupaten Sumenep wisata Asta Tinggi inilah yang mampu menyaingi wisata religi Sunan Ampel Surabaya.

Asta Tinggi dibangun pertama kali sekitar 1600 Masehi, kompleks Asta Tinggi dibagi menjadi dua bagian yaitu timur dan barat. Pembangunan Asta Tinggi dilanjutkan oleh Panembahan Sumolo (Pangeran Notokusumo I Asiruddin). Panembahan Sumolo membuat bangunan Asta Tinggi bernuansa China, Arab, dan Jawa. Bangunan tersebut dapat ditemukan pada saat peziarah masuk ke Asta bagian Timur tempat Panembahan Sumolo dikebumikan.

Berdasarkan data pengunjung yang ada di Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda, dan Olahraga (Disparbudpora), pada tahun 2022 jumlah wisatawan yang berkunjung pada wisata religi Asta Tinggi sebanyak 224.669 wisatawan. Bapak Ahmad Nur Hidayat, salah satu anggota pengelola dari Panembahan Somala menyampaikan bahwa setiap harinya

pengunjung selalu ada, tetapi puncak kedatangan wisatawan biasanya pada hari-hari tertentu, seperti bulan Ramadhan. Bahkan pada bulan suci tersebut, wisatawan juga banyak dari luar Madura.

Kedatangan wisatawan pada sebuah destinasi wisata, dalam hal ini wisata religi, tentu dipicu oleh banyak faktor yang menjadi motivasi mereka untuk datang. Dalam kehidupan yang semakin modern ini, motivasi kehadiran wisatawan menjadi hal yang menarik untuk diketahui. Karena itulah, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi kedatangan mereka. Meskipun destinasi wisata religi sangatlah banyak, terutama di Madura, namun Asta Tinggi tetap menjadi salah satu pilihan yang tidak pernah ditinggalkan oleh para wisatawan. Inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti motivasi wisatawan untuk tetap datang berkunjung ke Asta Tinggi yang berada di kabupaten Sumenep Pulau Madura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana komunikasi ritual pengunjung wisata religi di Asta Tinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk analisis dan mendeskripsikan bentuk dan praktik komunikasi ritual yang dilakukan oleh wisatawan di destinasi wisata religi Asta Tinggi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharap mampu memberikan kontribusi, khususnya bagi jurusan ilmu komunikasi sehingga literatur dan bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian dengan jenis yang sama.
 - b. Penulis berharap penelitian ini juga bermanfaat untuk menambah

wawasan dan pengetahuan dalam mengaplikasikan kemampuan yang didapat secara teori maupun praktik dalam perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengelola Asta Tinggi untuk meningkatkan fasilitas dan layanan di Asta Tinggi berdasarkan kebutuhan dan motivasi wisatawan serta membantu dalam merancang strategi promosi yang sesuai untuk menarik lebih banyak pengunjung.
- b. Penulis juga berharap dapat memberikan informasi yang lebih baik tentang Asta tinggi, termasuk aspek budaya, spiritual, dan mistisnya, sehingga meningkatkan pengalaman berkunjung.