



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :
//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

Pengemasan Warisan Budaya Tak Benda “*Paiya Lohungo Lopoli*” Sebagai Atraksi Wisata Budaya Di Gorontalo

Yumanraya Noho, Meilinda L. Modjo, Tazkiya N. Ichsan
Jurusan Pariwisata, Universitas Negeri Gorontalo
yumanraya@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah warisan budaya tak benda “*Paiya Lohungo Lopoli*” memiliki keunikan yang dapat dikemas sebagai atraksi wisata budaya yang bernilai jual bagi wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yakni dengan mengumpulkan data primer melalui observasi dan wawancara serta data sekunder pendukung lainnya. Pengemasan *Paiya Lohungo Lopoli* sebagai atraksi yang dapat dijual ke wisatawan masih membutuhkan banyak upaya, mulai dari pengemasan produk yang dikondisikan dengan pembuatan syair yang tematik dan menarik serta dapat menghibur wisatawan, penentuan lokasi pertunjukan yang mudah diakses serta, penjadwalan pertunjukan yang dapat memenuhi permintaan wisatawan.

Kata Kunci : *Paiya Lohungo Lopoli*, Pengemasan, Atraksi Wisata Budaya

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara majemuk memiliki berbagai bentuk ekspresi budaya baik berupa budaya benda (*tangible culture*) maupun budaya tak benda (*intangible culture*). Perbedaan latar belakang budaya di Indonesia telah menjadi faktor pendorong bagi wisatawan untuk mengunjungi dan mempelajari perbedaan tersebut. Atas alasan itulah budaya atau kebudayaan menjadi produk daya tarik yang diunggulkan dalam industri pariwisata Indonesia. Bercermin dari destinasi unggulan pariwisata Indonesia yakni Bali dengan tingkat kunjungan tertinggi baik wisatawan mancanegara maupun domestik, memiliki produk portofolio wisata yang terdiri dari budaya (*culture*) sebesar 50%, alam 30%, dan buatan (*manmade*) sebesar 20% (*Pacific Asia Tourism Association/PATA*, 2016). Persentase tersebut menunjukkan bahwa daya tarik budaya masih menempati urutan tertinggi sebagai produk wisata yang paling dicari wisatawan.

Kata warisan budaya yang berasal dari terjemahan *heritage* pada awalnya disebutkan sebagai benda cagar budaya (BCB) dalam Undang-Undang No, 5 Tahun 1992, namun ternyata BCB tidak mampu mengakomodir warisan budaya yang tak dapat dijelaskan aspek “kebendaannya”. Oleh karena itu saat ini warisan budaya dikategorikan ke dalam 2 jenis yakni warisan budaya benda sebagai warisan budaya yang bisa diindera dengan mata dan tangan, misalnya berbagai artefak atau situs yang ada di sekitar kita. Termasuk di dalamnya tentu saja misalnya candi-candi dan arsitektur kuno lainnya, sebilah keris, gerabah/keramik sebuah kawasan, dll. Sedangkan warisan budaya tak benda, sebaliknya, merupakan warisan budaya yang tak bisa diindera dengan tangan seperti tari-tarian, syair, pantun, dsb



Provinsi Gorontalo adalah salah satu provinsi yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal warisan budaya baik warisan budaya benda maupun warisan budaya tak benda. Namun saat ini warisan budaya tak benda menjadi perhatian sebab keberadaannya yang kurang populer di kalangan masyarakat. Banyak warisan budaya tak benda di Provinsi Gorontalo yang belum dimanfaatkan sebagai daya tarik pariwisata, sebagaimana yang telah banyak dilakukan oleh destinasi-destinasi populer lain seperti pertunjukkan Sendratari Ramayana di Candi Prambanan Yogyakarta atau tarian kecak di Uluwatu Bali yang bisa mendatangkan kurang lebih 1000 wisatawan per harinya.

Beberapa warisan budaya tak benda Provinsi Gorontalo dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 telah tersertifikasi oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) karena telah memenuhi syarat pencatatan warisan budaya tak benda yaitu Tumbilotohe, Binte Biluhuta, Permainan Polo Palo, *Molapi Saronde*, *Lohidu*, dan sebagainya.

Table 1.1 Warisan Budaya Tak Benda Provinsi Gorontalo tahun 2017

| Nama Karya Budaya | Kategori | Tahun |
|-----------------------------|----------------------------|--------------|
| <i>Paiya Lohungo Lopoli</i> | Tradisi dan Ekspresi Lisan | 2017 |
| Tuja'i | Tradisi dan Ekspresi Lisan | 2017 |
| Wunungo | Tradisi dan Ekspresi Lisan | 2017 |
| Tidi Lopolopalo | Tradisi dan Ekspresi Lisan | 2017 |
| Palebohu | Tradisi dan Ekspresi Lisan | 2017 |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa di wilayah Gorontalo, masih cukup banyak budaya seperti tradisi dan ekspresi lisan yang hidup dan berkembang dalam masyarakatnya. Tradisi lisan ini mengandung nilai-nilai budaya dan keagamaan, tumbuh dan berkembang sejalan dengan pertumbuhan dan perkembangan masyarakat, sehingga memegang peran penting dalam pembentukan watak sosial masyarakat. Sehingga budaya tradisi lisan ini sangat berpotensi untuk dijadikan suatu atraksi yang nantinya menjadi daya tarik budaya bagi Provinsi Gorontalo.

Akan tetapi, hingga saat ini pengembangan pariwisata di Gorontalo masih lebih mengarah pada daya tarik alam dibandingkan dengan daya tarik budaya khususnya yang berbentuk tradisi lisan seperti diatas. Daya tarik budaya yang telah lebih dulu dimasukkan dalam pengembangan pariwisata Gorontalo masih berputar pada tari-tarian, pakaian adat, sulaman khas Gorontalo, kuliner tradisional dan beberapa alat musik tradisional, yang intinya semua ini adalah warisan budaya yang berbentuk benda. Sementara warisan budaya tak benda seperti tradisi lisan belum mendapat perhatian serius untuk dikembangkan menjadi atraksi dan daya tarik budaya yang tak kalah menariknya dengan warisan budaya berwujud benda yang



lain. Padahal di negara lain warisan budaya tak benda sudah banyak dikembangkan sebagai diversifikasi produk pariwisata untuk mengimbangi atraksi wisata yang berwujud benda.

Tradisi dan ekspresi lisan ini tentunya akan memiliki peluang besar untuk dikembangkan, karena budaya lisan ini jelas memiliki keunikan tersendiri dibandingkan budaya lainnya. Budaya lisan harus diperagakan langsung oleh dua orang atau lebih dan harus memiliki kemampuan untuk bisa “membahasakan” budaya lisan yang dimaksud seperti pantun, nasihat, dan lain-lain. Salah satu tradisi lisan yang telah tersertifikasi warisan budaya tak benda untuk Provinsi Gorontalo adalah *Paiya Lohungo Lopoli*. *Paiya Lohungo Lopoli* merupakan salah satu pantun bersyair dari Gorontalo yang menggunakan dua bahasa gabungan yakni Bahasa Melayu-Gorontalo. Dalam bahasa Gorontalo, *paiya* artinya melempar, *hungo* berarti buah atau bunga dan *poli/popoli* yaitu perilaku/tingkah laku/karakter. Sedangkan *lo* dalam kalimat merupakan awalan kata dalam bahasa Gorontalo yang artinya saling. Sehingga dapat diartikan *Paiya Lohungo Lopoli* yaitu saling melempar pantun.

Namun saat ini ditemukan fakta bahwa generasi muda Gorontalo banyak yang sudah tidak mengenal warisan budaya Gorontalo tersebut. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.2, ketika dilakukan wawancara awal terhadap 100 orang, terdapat 55 orang mengatakan tidak mengetahui budaya berbalas pantun *Paiya Lohungo Lopoli*.

Table 1.2 Posisi *Paiya Lohungo Lopoli* di Benak Generasi Muda (N=100)

| No | Latar Belakang Pendidikan | Pernyataan | |
|----|---------------------------|------------|-------|
| | | Ya | Tidak |
| 1 | SD | 9 | 10 |
| 2 | SMP | 11 | 13 |
| 3 | SMA | 10 | 14 |
| 4 | MAHASISWA | 15 | 18 |

Sumber: Hasil Wawancara Peneliti, 2018

Saat ini *Paiya Lohungo Lopoli* di Gorontalo sudah jarang dipertunjukkan. Padahal, sejak dulu pantun ini sering diadakan saat panen padi, syukuran, pesta rakyat, ataupun pernikahan, namun saat ini khususnya masyarakat Gorontalo di setiap pernikahan sudah banyak menggunakan budaya nasional, seperti pakaian nasional. Adapun yang masih menggunakan pakaian adat seperti *Bili'u*, namun tidak melalui proses adat yang menggunakan *Paiya Lohungo Lopoli* dan hanya sebagian masyarakat Gorontalo terutama di Kecamatan Tapa Kabupaten Bone Bolango masih banyak menggunakan adat atau tradisi ini, pada acara-acara tertentu.

Seperti yang sudah dijelaskan dihalaman sebelumnya bahwa budaya yang memiliki syair-syair berpantun ini sangat menarik dan berisikan percintaan-percintaan untuk pengantin, sehingga berpotensi untuk dikemas menjadi atraksi wisata. Hal ini dilakukan untuk mengatasi kekhawatiran bahwa budaya ini akan



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

mengalami kepunahan suatu saat nanti, karena tidak ada regenerasi atau jarang dipertunjukkan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengembangkan dan mengemas budaya atau tradisi ini agar bisa menjadi daya tarik wisata. Adapun ketertarikan dituangkan melalui suatu penelitian berjudul PENGEMASAN WARISAN BUDAYA TAK BENDA “*PAIYA LOHUNGO LOPOLI*” SEBAGAI ATRAKSI WISATA BUDAYA DI GORONTALO.

KAJIAN TEORI

Pengertian dan Konsep Warisan Budaya Tak Benda

Menurut Koentjaraningrat (2000), budaya adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan serta hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan cara belajar. Warisan budaya (*culture heritage*) yaitu sebagai harta pusaka budaya baik berwujud atau tidak berwujud dan bersumber dari masa lampau yang digunakan untuk kehidupan masyarakat sekarang dan kemudian diwariskan kembali untuk generasi yang akan datang secara berkesinambungan atau berkelanjutan. Menurut Davidson (1991) dalam Karmadi (2007) Warisan budaya diartikan sebagai ‘produk atau hasil budaya fisik dari tradisi-tradisi yang berbeda dan prestasi-prestasi spiritual dalam bentuk nilai dari masa lalu yang menjadi elemen pokok dalam jatidiri suatu kelompok atau bangsa’. Jadi warisan budaya merupakan hasil budaya fisik (*tangible*) dan nilai budaya (*intangible*) dari masa lalu. Warisan budaya memiliki 2 ekspresi budaya, dapat berwujud *tangible culture* dimana warisan budaya berbentuk fisik, seperti monumen, patung, artefak. *Intangible culture* atau warisan budaya berbentuk non fisik, seperti budaya, cerita rakyat, tradisi, bahasa, adat, natural heritage atau warisan budaya berbentuk alami, seperti lingkungan alam termasuk flora dan fauna langka, keanekaragaman hayati. Warisan budaya merupakan sebuah istilah yang mengalami perubahan arti yang jauh berbeda dalam beberapa dekade terakhir. Sebagian besar perubahan tersebut karena adanya instrumen yang dikembangkan oleh UNESCO (*United Nations Educational Scientific and Cultural Organizer*) dengan program perlindungan dan pengakuan bertujuan untuk mengkatalog, menamakan dan melestarikan tempat-tempat yang sangat penting untuk menjadi warisan dunia.

Menurut UNESCO (2003) perhatian dunia terhadap warisan budaya lebih mengarah pada upaya pelestarian warisan budaya benda (*tangible culture*), terutama bangunan-bangunan fisik yang merupakan monumen peradaban manusia masa lampau. Sedangkan warisan budaya tak benda belum tersentuh dan belum ada yang menetapkannya sebagai warisan budaya dunia. Sehubungan dengan masalah tersebut, pihak UNESCO selaku badan dunia mulai menangani masalah kebudayaan dengan menggagas warisan budaya tak benda sebagai warisan budaya dunia. Hal ini mulai bergeser dimana tidak semua warisan budaya berbentuk *tangible*. Pada tahun 1990-an adanya perubahan konsep mengenai warisan budaya yaitu adanya warisan budaya tak benda (*intangible*). Di tahun 2001 UNESCO mengadakan survei yang melibatkan berbagai negara dan organisasi internasional untuk mencapai kesepakatan mengenai cakupan *World Intangible Cultural Heritage* dan diresmikan tahun 2003 dalam bentuk konvensi yaitu



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

Convention for The Safeguarding of The Intangible Cultural Heritage. Hasil konvensi tersebut tidak langsung dapat diterapkan, tetapi membutuhkan waktu beberapa tahun untuk mempersiapkan petunjuk teknis, kriteria, payung hukum, dan ketentuan-ketentuan lain yang menguatkan posisi ketetapan tersebut. Hasilnya mulai ditetapkan dan dapat diterapkan pada tanggal 20 April 2006 (Nagaoka, 2012).

Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) atau *intangible cultural heritage* bersifat tak dapat di pegang (*intangible* / abstrak), seperti konsep dan teknologi, sifatnya dapat berlalu dan hilang dalam waktu seiring perkembangan zaman. Warisan budaya tak benda adalah warisan hidup yang dipraktikkan dan diekspresikan oleh para anggota komunitas kultural seperti dalam bentuk tradisi lisan, tembang/kidung, seni pertunjukan, ritual, keahlian kriya dan seni, dan sistem pengetahuan lokal. Warisan budaya tak benda bukanlah tembang atau tarian tradisional yang sudah direkam dan disebarluaskan dalam bentuk VCD, tetapi dinyanyikan dan ditarikan secara langsung dalam pertunjukan. Sebuah tarian, ritual, dan tembang bisa dikategorikan sebagai WBTB ketika dilakoni oleh komunitas yang menganggapnya sebagai kepunyaan mereka atau dipraktikkan oleh orang-orang yang menghidupkan tradisi tersebut dan yang akan mewariskannya kepada generasi berikutnya. Warisan budaya tak benda bisa dikatakan kehilangan ciri khasnya ketika sudah dimodifikasi oleh pihak lain yang bukan anggota dari komunitas seperti pegawai pemerintah, mahasiswa, dosen, seniman dan atau pihak-pihak lainnya.

Konvensi Warisan Budaya Tak Benda tahun 2003 (Pasal 2 ayat 1), warisan budaya tak benda adalah praktek, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan serta alat-alat, benda (alamiah), artefak dan ruang-ruang budaya yang berkaitan dengannya – yang diakui sebagai bagian dari warisan budaya mereka oleh komunitas, kelompok, dan dalam beberapa kasus, individu-individu. Warisan budaya tak benda ini, diwariskan dari generasi ke generasi, secara ajeg diciptakan ulang oleh komunitas dan kelompok dalam merespons lingkungan mereka, interaksi mereka dengan alam dan sejarah mereka, serta memberikan mereka makna identitas dan berkelanjutan sehingga mempromosikan penghormatan terhadap keberagaman kultural dan kreativitas manusia.

Berdasarkan hasil konvensi UNESCO tahun 2003, terdapat beberapa unsur warisan budaya tak benda yang meliputi lima kategori karya budaya diantaranya:

- a. Tradisi dan ekspresi lisan, termasuk bahasa sebagai wahana warisan budaya tak benda, termasuk cerita rakyat, naskah kuno, dan permainan tradisional;
- b. Seni pertunjukan, termasuk seni visual, seni teater, seni suara, seni tari, seni musik dan film;
- c. Adat istiadat masyarakat, ritus, dan perayaan-perayaan, sistem ekonomi tradisional, sistem organisasi sosial, dan upacara tradisional;
- d. Pengetahuan dan kebiasaan perilaku mengenai alam dan semesta, termasuk pengetahuan tradisional, kearifan lokal, pengobatan tradisional;
- e. Kemahiran kerajinan tradisional, termasuk seni lukis, seni pahat/ukir, arsitektur tradisional, makanan dan minuman tradisional, modal transportasi tradisional.

WBTB perlu dijaga dan dilestarikan, bukan saja oleh masyarakat adat tapi juga warga masyarakat disekitar wilayah Indonesia. Hal ini sebagian tertuang dalam



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 16 Tahun 2013 pasal 12 sebagai berikut:

1. Setiap Orang dan Masyarakat Hukum Adat berperan aktif melakukan Perlindungan Warisan Budaya Tak Benda Indonesia melalui Pendaftaran.
2. Perlindungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan secara terkoordinasi antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, Setiap Orang, dan Masyarakat Hukum Adat.
3. Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan Perlindungan dengan cara:
 - a. Mendorong partisipasi untuk Pelestarian WBTB Indonesia;
 - b. Membantu fasilitasi pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan bimbingan teknis dalam Pelestarian WBTB; dan
 - c. Memberikan penghargaan kepada Setiap Masyarakat Hukum Adat yang berperan aktif melakukan Perlindungan WBTB Indonesia.
4. Perlindungan terhadap Warisan Budaya Tak Benda Indonesia diutamakan untuk mempertahankan dan menyelamatkan keberadaannya.

Pengertian Atraksi Wisata Budaya

Istilah atraksi merupakan kosakata dalam Bahasa Indonesia yang diserap dari Bahasa Belanda yaitu *attractie*. Istilah atraksi juga digunakan untuk pertunjukkan yang berkaitan dengan budaya daerah seperti musik, tarian, tradisi, warisan sejarah, dan kekayaan alam yang menjadi daya tarik wisatawan di daerah. Seperti tari kecak yang berasal dari Bali sangat menarik perhatian wisatawan karena keunikannya dan belum pernah disaksikan sebelumnya.

Berdasarkan paparan diatas dapat kita ketahui bahwa poin penting dari istilah atraksi adalah adanya daya tarik yang besar dari suatu pertunjukkan atau tontonan. Munculnya daya tarik yang besar ini, karena hal-hal tersebut di luar kebiasaan masyarakat sehingga menimbulkan rasa ingin tahu yang besar. Bisa juga karena belum pernah disaksikan sebelumnya seperti wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik yang belum pernah menyaksikan pertunjukan tari kecak dimana di tempat asalnya mereka belum pernah menyaksikan pertunjukan tersebut.

Hal inilah yang membedakan penggunaan istilah atraksi dengan istilah lainnya seperti pertunjukan, sajian, atau tontonan yang digunakan untuk menunjukkan sesuatu yang sudah biasa, seperti pertunjukan tarian atau nyanyian. Orang-orang tetap suka menyaksikan pertunjukan ini akan tetapi daya tariknya tidak terlalu besar, karena hal tersebut sudah biasa disaksikan.

Adapun pengertian atraksi lainnya diantaranya:

- a. Atraksi wisata adalah daya tarik dari suatu objek wisata atau hasil kesenian suatu daerah tertentu yang dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut.
- b. Atraksi budaya adalah atraksi yang berbasiskan pada segala sesuatu yang dihasilkan dari aktivitas manusia. Contoh atraksi budaya diantaranya arkeologi, keramah-tamahan penduduk setempat, situs budaya dan sejarah, museum, festival budaya dan lain-lain.



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

Pengembangan pariwisata merupakan rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Adapun jenis-jenis pengembangan pariwisata yaitu keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi; tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi; pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas, dengan meraih pangsa pasar yang baru; pengembangan baru pada keberadaan atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi meningkatnya pengeluaran sekunder oleh pengunjung; dan penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan dari kegiatan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur.

Pengemasan Warisan Budaya Sebagai Atraksi

Budaya dan tradisi adalah salah satu sumber perbedaan yang mendasar antara satu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Untuk menciptakan komoditas bagi pariwisata budaya pelaku pariwisata harus melihat ritual dan upacara, kebiasaan-kebiasaan serta seni dipertunjukkan atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Ayu, 2014). Makna dipertunjukkan dan diproduksi adalah suatu proses yang menghasilkan barang dan jasa yang dapat dipertukarkan (*exchange*) di pasar. Tradisi, ritual dan seni lokal tentu tidak dengan sendirinya dapat dipertukarkan tanpa suatu proses tertentu yakni manajemen. Sebagai contoh, pengaturan waktu yang tepat antara upacara dengan kehadiran wisatawan di lokasi harus dilakukan sedemikian rupa, sehingga kegiatan atau *event* tersebut dapat dinikmati oleh wisatawan.

Pariwisata adalah aktivitas yang dilibatkan oleh orang-orang yang melakukan perjalanan (Mill, 2000) dalam Damanik (2013). Pariwisata budaya merupakan salah satu produk industri pariwisata yang mengalami peningkatan minat kunjungan di negara-negara berkembang. Kegiatan pariwisata disebabkan oleh tiga hal, yang pertama penampilan yang eksotis dari pariwisata, yang kedua adanya keinginan dan kebutuhan orang modern yang disebut hiburan waktu senggang, dan ketiga memenuhi kepentingan politis pihak yang berkuasa dari negara yang dijadikan daerah tujuan turisme. Dalam sistem pariwisata melibatkan dua tipe area yaitu area yang menghasilkan terdiri dari pelayanan tiket, tur operator, agen perjalanan, dan pemasaran, dan area yang menerima menyediakan fungsi akomodasi, *catering*, industri hiburan, obyek dan atraksi wisata, tempat pembelanjaan dan pelayanan wisata. Pariwisata bukan hanya pada *buying product* tetapi lebih pada *buying experience* (Hermantoro, 2011). Produk industri wisata merupakan produk gabungan, campuran dari berbagai obyek dan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan hiburan. Komponen-komponen tersebut disuplai oleh masing-masing perusahaan atau unit kelompok industri pariwisata.



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

Manfaat dan kepuasan berwisata ditentukan oleh dua faktor yang saling berkaitan, yang pertama *tourist resources* yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata (DTW) yang merupakan daya tarik agar orang-orang datang berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata; yang kedua *tourist service* yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan dan aktifitas yang dapat dilakukan yang disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Perjalanan wisata dapat dilakukan bila ada sarana untuk mencapai tempat tersebut. Agar perjalanan wisata ke Daerah Tujuan Wisata dapat terpuaskan, maka diperlukan pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Dalam mengemas suatu produk pariwisata yaitu dengan cara melihat segmentasi pasar yang dituju atau membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli khas yang mungkin membutuhkan produk tersebut, dengan cara membidik pasar yaitu kita mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar, atau dengan kata lain mengemas sebuah produk pariwisata disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan yang dibidiknya. Wisatawan biasanya menyukai sesuatu yang berbeda dari apa yang dilihat, dirasakan, dan dilakukan di tempat dimana ia berasal.

Mengemas sebuah produk pariwisata harus mempertahankan keasliannya, karena selalu menarik perhatian ketimbang yang dibuat-buat. Oleh karena itu, untuk menciptakan suatu lingkungan yang tidak asli dari keadaan yang sebenarnya pasti tidak akan bertahan lama dan tidak menguntungkan bagi promosi kepariwisataan. Selain mempertahankan keasliannya, untuk mengemas sebuah produk pariwisata juga dapat dilakukan dengan cara menayangkannya di beberapa media, seperti televisi, radio, atau media sosial lainnya. Daya tarik yang dimiliki beberapa media tersebut cukup kuat karena memiliki unsur kata-kata, visual berupa gambar, musik, dan efek suara yang dapat menimbulkan kesan mendalam pada pendengar atau penonton.

Definisi pengemasan menurut Kotler "*Packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*" yang artinya proses pengemasan yang melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk, agar produk tetap terjaga kualitasnya. Tidak hanya sebagai pembungkus, tetapi bisa juga sebagai identifikasi merek. Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk yang dapat dipasarkan. Pemasaran adalah proses sosial yang dilakukan individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 2002). Kotler mengemukakan bahwa pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka. Terdapat 2 macam tujuan pemasaran menurut Buchari Alma:

- a. Untuk mencari keseimbangan pasar, antara *buyer's market* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dan produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

- b. Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba, akan tetapi tujuan utamanya ialah memberi kepuasan kepada konsumen.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 3 (tiga) bulan untuk mendapatkan data. Penelitian ini bertempat di Kecamatan Tapa Kabupaten Bone Bolango. Lokasi tersebut dipilih karena memiliki aspek pendukung agar penelitian dapat berjalan dengan baik.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak menggunakan perhitungan, atau diistilahkan dengan penelitian ilmiah yang menekankan pada karakter alamiah sumber data. Sedangkan penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2013) yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen), pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan data triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Data penelitian dikumpulkan baik lewat instrumen pengumpulan data, observasi, wawancara maupun lewat data dokumentasi. Sumber data secara garis besar terbagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik observasi secara terus-menerus dan triangulasi. Menggunakan teknik observasi secara terus-menerus ini dilakukan dengan cara mengobservasi secara terus-menerus terhadap subyek yang diteliti guna memahami gejala lebih mendalam, sehingga dapat mengetahui aspek-aspek yang penting sesuai dengan fokus penelitian. Sedangkan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.

Adapun tehnik analisis data yang dilakukan penulis, setelah mendapatkan beberapa data terkait Budaya Gorontalo *Paiya Lohungo Lopoli* yaitu mengamati *Paiya Lohungo Lopoli* yang saat ini masih dilakukan masyarakat Kecamatan Tapa, juga mengamati perkembangan *Paiya Lohungo Lopoli* saat zaman dulu, kini dan nanti apakah masih ada peminat yang ingin melaksanakan budaya pantun tersebut atau akan mengalami kepunahan, maka dari itu penulis akan mengemasnya atau mencocokkannya dengan beberapa teori yang sudah didapat seperti pengemasan sebuah pertunjukkan atau atraksi wisata budaya. Penulis juga melakukan wawancara mendalam yang dilakukan secara bebas terkontrol terhadap pemangku adat, pengurus sanggar, Bidang Kebudayaan di Dinas DIKBUDPORA, Sekretaris Dinas Pariwisata, dan beberapa masyarakat Gorontalo.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

***Paiya Lohungo Lopoli* Sebagai Komoditas Budaya**

Budaya berbalas pantun *Paiya Lohungo Lopoli* memiliki 3 bentuk penyebutan yang baik dan benar yaitu *Paiya Hungo Lopoli*, *Paiya Hungo Lo Popoli*,



dan *Paiya Hungo Lo Poli*, semua pengucapan tersebut memiliki arti yang sama yaitu melempar buah hati (Darwis, 2008). Tema dari *Paiya Lohungo Lopoli* yakni tentang percintaan. Akan tetapi disetiap penyelenggaraan lomba tersebut, tema dari *Paiya Lohungo Lopoli* sudah bervariasi ada yang bertemakan pendidikan, keagamaan, nasihat, kebahagiaan hidup dan lain-lain yang disesuaikan dengan peserta yang dituju. Contoh syair yang bertemakan keagamaan sebagai berikut:

| | |
|----------------------------|----------------------------|
| <i>Putra</i> | Putra : |
| <i>Poo Piyohe hu hutu</i> | Perbaikilah tingkah laku |
| <i>Huhutumu ode tamu</i> | Tingkah lakumu kepada tamu |
| <i>Tabiya utowakutu</i> | Solatlah pada waktunya |
| <i>Parenda lo isilamu</i> | Perintah agama Islam |
| | |
| <i>Putri</i> | Putri : |
| <i>Paotuluhe li hapusa</i> | Tempat tidurnya Hafsa |
| <i>Amongiyo peya-peya</i> | Alasnya tempat solat |
| <i>Motabiya mopuasa</i> | Solat dan berpuasalah |
| <i>Parenda liyo lo eya</i> | Itu perintah Tuhan |

Budaya berbalas balas pantun ini mengandung makna dan pesan yang sangat dalam, dan bisa dijadikan pelajaran, sejalan dengan kebiasaan masyarakat Gorontalo yang pandai merangkai kata dalam menyampaikan nasehat, pendapat dan kritikan dengan tetap menjunjung tinggi sopan santun. Pantun *Paiya Lohungo Lopoli* seringkali dilaksanakan ketika ada kegiatan pernikahan, syukuran, keagamaan, panen raya, serta pentas kesenian di kampus-kampus maupun sekolah.

Paiya Lohungo Lopoli merupakan budaya dan tradisi dari Gorontalo. Dalam konteks ekonomi, budaya dan tradisi diperlakukan sebagai komoditas, yakni jasa yang dipertukarkan antara wisatawan sebagai penikmat dan komunitas lokal sebagai penyedia. Budaya yang dijadikan sebagai komoditas pariwisata, apabila kebiasaan-kebiasaan, ritual dan upacara serta seni dipertunjukkan atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan (Hiwasaki, 2000) dalam Paisal (2013).

Paiya Lohungo Lopoli dapat dijadikan komoditas budaya, karena memiliki beragam keunikan. Seperti bahasa, pantun *Paiya Lohungo Lopoli* menggunakan dua bahasa yang digabungkan yakni Bahasa Melayu-Gorontalo, iringan alat musik gambusi dan marawis sudah menjadi bagian dari pantun *Paiya Lohungo Lopoli* dengan ketukan irama 1234, sebelumnya tema *Paiya Lohungo Lopoli* hanya mengangkat tema percintaan, namun seiring berjalannya waktu tema pantun *Paiya Lohungo Lopoli* sudah banyak diperbaharui dengan berisikan pendidikan, keagamaan, nasihat dan lain sebagainya. Selama ini budaya berbalas pantun *Paiya Lohungo Lopoli* hanya digunakan saat pernikahan dan panen raya, namun sampai saat ini *Paiya Lohungo Lopoli* sudah menjadi aktivitas rutin masyarakat Kecamatan Tapa, mereka sering mengadakannya saat arisan keluarga, acara penyambutan, lomba *Paiya Lohungo Lopoli* di tingkat siswa yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Bone Bolango.

Pantun *Paiya Lohungo Lopoli* ataupun proses dari tradisi, ritual dan seni lokal tidak dengan sendirinya dapat dipertukarkan tanpa melalui manajemen atau



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :

//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index

pengelolaan. Pengemasan dan pemasaran menjadi keharusan dalam pengelolaan budaya *Paiya Lohungo Lopoli* agar dapat dijual atau dipertukarkan di pasar pariwisata. Misalnya pengaturan waktu yang tepat antara pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli* dengan kehadiran wisatawan di lokasi harus disesuaikan atau dilakukan sedemikian rupa, sehingga wisatawan dapat menikmati pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli*. Selain itu wisatawan juga mendapat pengalamannya selama berada di Provinsi Gorontalo.

Pengemasan *Paiya Lohungo Lopoli* Sebagai Atraksi Wisata Budaya

Daya tarik pariwisata budaya sangat kuat untuk menarik perhatian wisatawan terutama wisatawan mancanegara (wisman) di berbagai destinasi pariwisata. Kekuatan daya tarik budaya yaitu ketika wisatawan mengunjungi destinasi wisata secara berulang (*repeater guest*). Tradisi dan pagelaran budaya menjadi aktivitas inti pariwisata budaya yang menonjol. Sebagai contohnya pariwisata di NTT yang mengandalkan budaya sebagai atraksi pariwisata unggulan (Diparda NTT, 2008) seperti ritual Bole Bundo yaitu upacara ritual syukuran atas keberhasilan dalam perang, Pasola yaitu atraksi melempar lembing kayu dari atas kuda yang dipacu kencang oleh dua kelompok. Pengemasan warisan budaya berbentuk nonfisik dilakukan sedemikian rupa, sehingga wisatawan memperoleh kepuasan dan pengalaman yang mengesankan.

Untuk mengemas sebuah produk pariwisata harus menargetkan segmen pasar yang sesuai dengan karakteristik produk seperti wisatawan yang menyukai hal tentang budaya, membuat identitas produk yang dapat dibedakan dengan produk pariwisata budaya lainnya. Setelah itu, mengembangkan produk pariwisata budaya juga disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan target dengan memperhatikan daya dukung lingkungan dan sosial, serta melakukan pelayanan yang dapat memuaskan wisatawan. Adapun pengemasan dan pemasaran yang harus dilakukan agar budaya berbalas pantun *Paiya Lohungo Lopoli* dapat dijadikan sebagai atraksi wisata budaya adalah sebagai berikut:

a. Pengemasan Produk Atraksi

Untuk mengemas *Paiya Lohungo Lopoli* dalam bentuk paket wisata budaya yaitu menggabungkan beberapa aktivitas wisata bertema budaya yang dapat dilakukan seperti mengunjungi benteng-benteng bersejarah, museum Gorontalo, berziarah ke makam Ju Panggola dan lain sebagainya. Isi dari pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli* biasanya pemantun terdiri dari 2 orang (laki-laki dan perempuan), pemetik gambus 1 orang, dan marwas 3 atau 4 orang. Pemantun menjual pantun *Paiya Lohungo Lopoli* dengan berbagai tema, mulai dari tema yang serius hingga tema yang jenaka dan mengandung pesan-pesan moral didalamnya. Sehingga wisatawan ataupun pengunjung dapat menikmati setiap pertunjukan yang dilakukan oleh pelakon *Paiya Lohungo Lopoli*. Hal yang paling unik adalah spontanitas dari pemantun yang menjawab dan saling berbalas pantun tanpa menggunakan teks sama sekali, serta petikan gambus dan pukulan marwas yang dilakukan oleh pemainnya.



Para pemantun *Paiya Lohungo Lopoli* menjawab atau membalas pantun dari awal sampai akhir dan memiliki durasi waktu sekitar 3 dan/atau 4 menit, tergantung isi teks yang dibawakan. Selama *Paiya Lohungo Lopoli* dipertunjukkan akan ada penari yang menarikan tarian saronde dan pelakon-pelakon yang akan memainkan drama kecil yang berceritakan cerita rakyat dari Gorontalo maupun luar Gorontalo. Saat pertunjukkan *Paiya Lohungo Lopoli* berlangsung, pemantun menggunakan Bahasa Gorontalo-Melayu yang terjemahannya akan ditayangkan di layar protector atau menyewa translator jika wisatawan mancanegara dan domestik.

b. Pengemasan Fasilitas dan Pelayanan

Setelah membuat atau membangun identitas produk berbeda dengan produk yang lain, maka sebaiknya mengembangkan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan target dengan memperhatikan daya dukung lingkungan dan sosial. Agar budaya berbalas pantun *Paiya Lohungo Lopoli* dapat terjaga dan dipertunjukkan secara berulang-ulang di waktu tertentu. Meski di awal mulanya *Paiya Lohungo Lopoli* hanya digelar di lokasi yang sederhana, namun sekarang seharusnya disiapkan fasilitas yang mendukung agar fasilitas tersebut bisa memberikan kesan menghibur bagi pengunjung ataupun penonton.

Untuk lokasi pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli* bisa mengambil *venue* di rumah adat Gorontalo yakni Dulohupa dan Banthayo Poboide. Waktu pelaksanaannya 2 minggu 2 kali. Atraksi *Paiya Lohungo Lopoli* ini pun bisa di pertunjukan saat pemerintah negeri maupun swasta mengadakan sebuah acara, yang nantinya *Paiya Lohungo Lopoli* akan mengisi acara penyambutan tamu-tamu kehormatan.

Dalam mengemas paket wisata budaya maka seharusnya memperhatikan beberapa fasilitas, seperti fasilitas inti berupa gedung, panggung pertunjukan, *sound*, *microphone*, kursi, gambus dan marwas, fasilitas penunjang berupa tempat makan dan minum, tempat sampah, toilet, tempat parkir, monitoring tv, pemandu wisata lokal, dan fasilitas lainnya berupa buku panduan yang berisi pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli*. Untuk menyelenggarakan *event Paiya Lohungo Lopoli* dengan cara mempertahankan keaslian dari *Paiya Lohungo Lopoli* itu sendiri serta memberikan atraksi yang bervariasi seperti tema yang diubah menjadi tema yang berpendidikan, berkeagamaan dan lain sebagainya, membuat cerita rakyat dengan menyisipkan pantun *Paiya Lohungo Lopoli*, serta memberikan pesan-pesan moral terhadap wisatawan atau pengunjung.

Selain mengemasnya ke dalam bentuk paket wisata, sebaiknya direncanakan lokasi pertunjukan secara paten di beberapa lokasi/tempat sesuai jadwal yang telah direncanakan, dengan syarat lokasi pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli* mudah dijangkau oleh wisatawan. Selain itu harus mencantumkan 7 sapa pesona yang membuat wisatawan merasa aman dan nyaman serta berujung memiliki kenangan saat berkunjung di destinasi wisata tersebut. Dengan kata lain ketertarikan wisatawan terhadap budaya akan menimbulkan kunjungan secara berulang atau yang disebut *repeater guest*. Menjadwalkan pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli* seminggu sekali ataupun sesuai isi dari paket wisata.



c. Kerjasama

Agar pertunjukan *Paiya Lohungo Lopoli* dapat berjalan dengan lancar, sebaiknya menargetkan segmen wisatawan yang tertarik terhadap warisan budaya benda maupun budaya tak benda. Pengelola juga perlu untuk melakukan kerja sama dengan mitra-mitra seperti pelaku seni atau seniman, pemangku adat, *agent tour and travel*, pemandu wisata, Pemerintah seperti Dinas Pendidikan Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Provinsi Gorontalo, Dinas Pariwisata Provinsi, Kota maupun Kabupaten di Provinsi Gorontalo. Selain itu harus melibatkan masyarakat di sekitar lokasi/obyek dan atraksi wisata, karena mereka salah satu peran penting dalam melaksanakan pertunjukan budaya tersebut.

Oleh sebab itu, untuk memperkenalkan budaya berbalas pantun *Paiya Lohungo Lopoli* sebaiknya dipasarkan dalam bentuk paket wisata musiman yang bertemakan budaya, memasarkan *Paiya Lohungo Lopoli* juga melalui media sosial (Instagram dan Facebook) dan melakukan kerjasama dengan *stakeholder* terkait, mengemasnya dalam bentuk video tentang pertunjukan pantun *Paiya Lohungo Lopoli* dipasarkan atau dibagikan di youtube ataupun instagramtv, menginformasikan kepada masyarakat Gorontalo khususnya di sekolah dan perguruan tinggi. Misalkan saja bahwa akan diadakan pertunjukan budaya pantun *Paiya Lohungo Lopoli* di Rumah Adat Bandhayo Poboide setiap seminggu sekali atau lebih dengan menetapkan tarif menonton pertunjukkan . Hal seperti itulah *Paiya Lohungo Lopoli* dapat dikenal dan diketahui masyarakat maupun wisatawan.

PENUTUP

Warisan budaya tak benda yakni tradisi lisan *Paiya Lohungo Lopoli* memiliki keunikan yang dapat dikembangkan dan dikemas sebagai atraksi wisata budaya. Namun upaya untuk menjadikan *Paiya Lohungo Lopoli* sebagai atraksi yang dapat dijual ke wisatawan masih membutuhkan banyak upaya, mulai dari pengemasan produk yang dikondisikan dengan pembuatan syair yang tematik dan menarik serta dapat menghibur wisatawan, penentuan lokasi pertunjukan yang mudah diakses serta, penjadwalan pertunjukan yang dapat memenuhi permintaan wisatawan.

Saran

Adapun saran yang dikemukakan penulis yaitu:

- Pemerintah harus lebih intens mensosialisasikan warisan budaya tak benda *Paiya Lohungo Lopoli* mulai dari bengku-bangku pendidikan yakni sekolah, perguruan tinggi, dan masyarakat pada umumnya.
- Perlu adanya kerjasama antar *stakeholder* terkait untuk memasarkan warisan budaya tak benda *Paiya Lohungo Lopoli* sehingga menjadi alternatif pilihan wisata budaya di Provinsi Gorontalo

DAFTAR PUSTAKA

Abuna, Darwis. 2008. *Paiya Lohungo Lopoli*. Gorontalo: FSB Universitas Negeri Gorontalo.



Volume : 04
Nomor : 02
Bulan : Mei
Tahun : 2018
http :
[//ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index](http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index)

- Armini I Gusti Ayu. 2014. *Identifikasi Permasalahan Pencatatan Warisan Budaya Tak Benda Indonesia*. Walasuji. Vol. 5. No. 2 (diunduh pada tanggal 15 Maret 2018).
- Basiya R., Rozak H A. 2012. *Kualitas Daya Tarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*. *Dinamika Kepariwisata*. Vol. XI. No. 2 (diunduh pada tanggal 04 April 2018).
- Damanik, Janianton, 2013 “Pariwisata Indonesia (Antara Peluang Dan Tantangan)”, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- DepbudparRI. 2009. *Buku Panduan Praktis Pencatatan Warisan Budaya Takbenda Indonesia*. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia dan Kantor UNESCO Jakarta. Diunduh pada tanggal 15 Maret 2018.
- Hermantoro, Henky. 2011. *Creative -Based Tourism dari wisata rekreatif menjadi wisata kreatif*. Depok, Jabar: Aditri.
- Karmadi, Agus Dono. 2007. *Budaya Lokal dan sebagai Warisan Budaya dan Upaya Pelestariannya*. Semarang : Makalah Dialog Budaya Jawa Tengah
- Koentjaraningrat. 2000. *Persepsi Tentang Kebudayaan Nasional*. Tidak diterbitkan. Hlm. 180-181. Diunduh pada tanggal 18 Maret 2018 melalui <http://erepo.unud.ac.id/10237/3/ab6a40cd1f0f48f9525ad66172ffc697.pdf>.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta
- Paisal. 2013. *PAIYA LOHUNGO LOPOLI Menemukan Petuah Bijak Agama dan Keagamaan dalam Pantun Khas Gorontalo*. *Jurnal “Al-Qalam”*. Vol. 19 No. 2. (diunduh pada tanggal 10 Maret 2018).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta. Bandung. 2013.
- Warisan Budaya Tak Benda Indonesia dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 16 Tahun 2013
- Daya Tarik Daerah Tujuan Wisata diakses pada tanggal 03 April 2018 melalui <http://www.sandywarman.com/2014/10/daya-tarik-daerah-tujuan-wisata.html>.
- Pengertian Cagar Budaya dan Pengertian Warisan Budaya (<http://trikkesehatanbiayamurah.blogspot.co.id/2017/04/pengertian-cagar-budaya-dan-pengertian.html>) diakses pada tanggal 29 Maret 2018.
- Pengertian & Contoh Daya Tarik Wisata Budaya, Alam, Buatan, Minat Khusus diakses pada tanggal 17 April 2018 melalui <http://www.tribunwisata.com/2017/08/pengertian-contoh-daya-tarik-wisata-budaya-alam-buatan-minat-khusus.html>.
- Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) Indonesia. Kantor Delegasi Tetap Republik Indonesia Untuk UNESCO diakses pada tanggal 25 Maret 2018 melalui (<http://kwriu.kemdikbud.go.id/info-budaya-indonesia/warisan-budaya-tak-benda-indonesia/>).
- <http://patainanews.com/produk-portofolio-pariwisata-indonesia-itu-wisata-budaya/>