

KOMODIFIKASI KEUNIKAN KAMPUNG ADAT CIREUNDEU SEBAGAI OBJEK WISATA BUDAYA

Nunung Sanusi¹, Adi Permana Sidik²

^{1,2}Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana

Email: nunung.sanusi11@gmail.com¹, adi.permana@usbypkp.ac.id²

ABSTRACT

Indonesia has a diversity of ethnicities, cultures, languages and religions that are spread throughout the country from Sabang to Morocco is a gift that we must maintain as a nation that has a philosophical foundation of Bhineka Tunggal Ika. If we ignore the cultural diversity we have, then that potential will be lost and have no meaning at all. One of them is the existence of traditional villages that still maintain the traditional values of their ancestors. Cireundeu Traditional Village is one of the traditional villages in West Java that attracts many people. The uniqueness of the traditional village and the lifestyle of the people make tourists visit, so there are business actors who sell tour packages and produce processed cassava in the Cireundeu traditional village. This study seeks to answer (1) the form of commodification of cultural uniqueness in the traditional village of Cireundeu as a cultural tourism object, (2) the factors that influence commodification, and (3) the extent to which the impact of this commodification takes place on the indigenous people of Cireundeu. This study uses a qualitative approach and descriptive analysis, as well as the theory of commodification. Collecting data by literature study, observation, interviews, and documentation.

Keyword: *Kampung Adat Cireunde, Commodification, Cultural Tourism, Commercialization*

I. PENDAHULUAN

Kampung Adat Cireundeu berada di Kelurahan Leuwigajah, Kecamatan Cimahi Selatan, Kota Cimahi, Jawa Barat. Cireundeu merupakan tumbuhan yang berguna sebagai obat suatu penyakit. Nama tumbuhan inilah kemudian menjadi nama Kampung Adat Cireundeu. Kampung adat seluas 64 hektar dihuni kurang lebih 60 kepala keluarga (Tramontane, 2018).

Rene Char, penyair dan penulis kenamaan dari Prancis, bahkan menyatakan

bahwa kebudayaan adalah “warisan kita yang diturunkan tanpa surat wasiat” (*notre heritage n'est precede d'aucun testament*). Dengan mengutip Rene Char, Ignas Kleden menjelaskan setiap pembaruan suatu budaya. bahwa pada mulanya kebudayaan adalah “nasib”, dan baru kemudian kita menanggungnya sebagai tugas. Pada mulanya kita adalah penerima yang bukan saja menghayati tetapi juga menjadi penderita yang menanggung beban

kebudayaan tersebut sebelum kita bangkit dalam kesadaran untuk turut membentuk dan mengubahnya. Pada mulanya adalah “pasien” kebudayaan sebelum kita cukup kuat untuk menjadi “agen”nya (Sutrisno & Putranto, 2018). Apa yang disampaikan oleh Rene Char, yang kemudian dikembangkan oleh Ignas Kleden bisa dijadikan salah satu pijakan dalam melihat kondisi kampung adat Cireundeu Cimahi, Provinsi Jawa Barat.

Kebudayaan yang sangat beragam di Indonesia menjadi suatu fenomena yang menarik untuk diteliti, karena tidak menutup kemungkinan persoalan-persoalan kebudayaan akan menjadi suatu hal yang bersifat komersial yang akan berdampak lunturnya nilai-nilai budaya yang sesungguhnya. Dalam menyikapi permasalahan yang membuat kebudayaan punah, terutama yang menimpa kampung-kampung adat di nusantara perlu kita melakukan pembenahan secara komodifikasi terhadap keunikan nilai-nilai budaya, salah satunya di Kampung Adat Cireundeu, Provinsi Jawa Barat.

Masyarakat Cireundeu mewarisi kepercayaan Sunda Wiwitan, sebuah kepercayaan yang dibawa oleh Pangeran Madrais dari Kesultanan Gebang, Cirebon Timur pada 1918. Masyarakat Cireundeu rutin menyelenggarakan upacara satu sura, upacara bagi pemeluk kepercayaan Sunda Wiwitan. Sebelum tahun 2000, masyarakat Cireundeu merayakan upacara satu sura dengan pakaian baru. Namun kemudian ada aturan baru, kini lelaki harus menggunakan pakaian pangsi hitam dan ikat kepala batik, sedangkan perempuan memakai kebaya putih. Kemudian gunung buah dimodifikasi mirip janur, nasi tumpeng, dan hasil bumi lainnya.

Selain itu, kesenian kecapu suling, *ngamumule* Sunda, dan wuwuhan (nasehat sesepuh) (Hidayat, W., Nur'aeny, N. dan Wahyuni, 2016). Ini merupakan salah satu penyesuaian Kampung Adat Cireundeu untuk memperkuat adat sekaligus menambah daya tarik wisata.



Foto1. Makam leluhur masyarakat Cireundeu. 2020. Dok. Nunung Sanusi

Keunikan lain dari masyarakat Kampung Adat Cireundeu ialah konsumsi singkong sebagai makanan pokok. Singkong sebagai makanan pokok diyakini masyarakat Cireundeu sebagai upaya mempertahankan budaya lokal. Singkong sebagai makanan pokok masyarakat Cireundeu bermula dari ibu Omah Asnamah, anak Haji Ali, pada tahun 1918. Kemudian diikuti oleh saudara-saudaranya, dan meluas ke seluruh masyarakat Cireundeu. Wedana Cimahi pun memberikan penghargaan sebagai Pahlawan Pangan kepada ibu Omah Asnamah pada tahun 1964 (Hidayat, W., Nur'aeny, N. dan Wahyuni, 2016).

Tempus muntatur, et nos mutamur in illid. Waktu berubah, dan kita (ikut) berubah juga di dalamnya. Demikian pepatah latin kuno yang mungkin masih kita temukan aktualitasnya hingga sekarang. Waktu berubah dan cara-cara manusia mengekspresikan dirinya, menelusuri jejak pencarian makna tentang siapakah dirinya, orang lain dan dirinya bersama orang lain (masyarakat) juga berubah. Jika dikatakan bahwa tidak ada yang tetap di dunia ini

mungkin yang tetap hanyalah perubahan itu sendiri (Sutrisno & Putranto, 2018). Waktu terus bergulir dan kampung Adat Cireunde ada dalam guliran waktu tersebut, bagaimana membangun sinergi dengan perubahan zaman melalui nilai-nilai kearifan seperti *mi indung ka waktu, mi bapa ka jaman*.

Bermula dari dua keunikan tersebut kemudian di Cireunde berkembang menjadi objek daya tarik wisata (ODTW), dengan fokus pada agrowisata dan wisata budaya. Seperti yang telah dipaparkan diawal mengenai komodifikasi keunikan Kampung Adat Cireunde dalam menjaga nilai dan tradisi ditengah arus zaman dan himpitan pembangunan kota serta faktor-faktor yang mempengaruhi komodifikasi sebagai kampung Adat yang bergeser menjadi kampung tujuan wisata budaya. Pada akhirnya, keberadaan Kampung Adat Cireunde ini juga akan menguatkan Provinsi Jabar sebagai wilayah yang memiliki potensi pariwisata yang unik (Lestari et al., 2020).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori komodifikasi yang berguna untuk membahas perkembangan masyarakat dan pariwisata di Kampung Adat Cireunde. Jika berbicara – dalam hal konteks Kampung Adat sebagai produk – maka ada dua hal yang penting. Pertama “nilai guna”, kedua “nilai tukar.” Proser pertukaran “nilai guna” dengan “nilai tukar” itu kemudian disebut sebagai komodifikasi. Menurut Mosco, ada tiga tipe komodifikasi dalam komunikasi, yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi khalayak. Ibrahim kemudian menambahkan dua komodifikasi lainnya

yaitu komodifikasi anak-anak dan komodifikasi nilai (Hadi Purnama, 2019).

Industri pariwisata yang masuk ke kampung adat Cireunde diyakini berpengaruh terhadap perkembangan budaya masyarakat Cireunde. Keunikan pola hidup masyarakat Cireunde menyebabkan berkembangnya komersialisasi budaya sebagai produk. Kebiasaan konsumsi singkong sebagai makanan pokok dan upacara 1 Sura menjadi produk wisata yang ditawarkan ke para wisatawan. Komodifikasi budaya secara berlebihan dapat menyebabkan pergeseran makna dari otentitas tradisi di kampung adat Cireunde (Fairclough, 1995). Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk komodifikasi yang terjadi, dan sejauhmana pergeseran makna tradisi tersebut berlangsung.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari data primer maupun data sekunder. Kemudian data juga didukung dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

III. HASIL & PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian lapangan di kampung adat Cireunde, terjadi bentuk komodifikasi terhadap keunikan budaya masyarakat Cireunde. Komodifikasi tersebut terbagi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi, dijelaskan sebagai berikut:

Proses Produksi

Menariknya industri wisata mengubah proses produksi keunikan di kampung adat Cireunde. Dahulu, setiap penyelenggaraan upacara 1 Sura, warga yang ikut merayakan memakai pakaian terbaru, tidak bedanya

dengan muslim yang merayakan lebaran dengan pakaian baru. Sejak tahun 2000an, ada perubahan aturan, mulai memakai pangsi hitam dan kebaya putih dalam perayaan tutup tahun ini. Hal ini menunjukkan upaya menguatkan identitas adat sekaligus menambah daya tarik atraksi wisata. Keunikan upacara adat 1 Sura ini didorong menjadi penarik wisatawan untuk berdatangan ke kampung adat Cireundeu.

Begitu pula dengan singkong sebagai pangan utama masyarakat Cireundeu, hal yang unik bagi masyarakat pemakan nasi. Singkong yang menjadi makanan pokok di kampung adat Cireundeu kemudian dikemas untuk dijadikan oleh-oleh untuk wisatawan, bahkan dipasarkan ke luar kampung Cireundeu. Produksi panganan Singkong ini dikerjakan rutin oleh warga setempat, bisa dikategorikan sebagai Usaha Menengah dan Kecil (UMK).



Proses Distribusi

Distribusi keunikan budaya masyarakat Cireundeu dilakukan dengan cara promosi ke sejumlah pihak, baik lewat pelaku wisata maupun langsung ke wisatawan. Media sosial seperti instagram dan facebook menjadi media utama distribusi informasi produk dari kampung adat Cireundeu. Promosi *offline* masih terbatas poster, undang cetak, pamflet, dan brosur. Promosi daring lebih efektif dilakukan karena jangkauan yang luas,

bertahan lama dan interaktif. Promosi tidak hanya dilakukan oleh pelaku wisata dan pemerintah kota Cimahi saja, sejumlah individu juga berinisiatif mempromosikan keunikan masyarakat Cireundeu.

Sebelum dipengarahui industri wisata, upacara 1 Sura diselenggarakan untuk masyarakat Cireundeu saja, hanya diikuti oleh warga kampung adat. Begitu pula dengan singkong, sebelumnya hanya dikonsumsi setiap hari oleh warga saja, tetapi sekarang sudah dikemas sebagai produk dan dipromosikan sebagai oleh-oleh. Kini kedua keunikan tersebut terus dipromosikan sebagai daya tarik kampung adat Cireundeu.

Proses Konsumsi

Upacara 1 Sura di kampung adat Cireundeu kini semakin ramai dengan hadirnya wisatawan yang tertarik dengan keunikan perayaan tutup tahun ini. Sebelumnya, upacara adat ini hanya dihadiri oleh warga Cireundeu, kini diramalkan dengan kehadiran wisatawan. Pakain pangsi hitam dan kebaya putih dalam perayaan menarik perhatian pengunjung, begitu pula dengan proses ritual yang berlangsung. Kemudian dalam upacara ini muncul pertunjukan kesenian khas Sunda, dan hadir pula pejabat pemerintah. Perayaan 1 Sura tahun 2019 (Tutup Taun 1952 Ngemban Taun 1953 1 Sura tahun Saka Sunda) dihadiri langsung Walikota Cimahi, Ajay M Priatna, Kepala Disbudparpora Kota Cimahi, tokoh agama, dan lainnya. Perayaan ini tidak lagi dikonsumsi oleh warga Cireundeu saja, namun mulai dikonsumsi oleh pengunjung dari berbagai kota di Indonesia.

Begitu halnya dengan olahan singkong dari Cireundeu yang semakin banyak didistribusikan ke luar Cireundeu, baik oleh-oleh yang dibeli wisatawan yang datang maupun pemesan daring dari berbagai kota. Cireundeu pun dipikirkan untuk menjadi objek tujuan wisata untuk agrowisata, karena keunikan pengelolaan singkongnya (Putranto & Taofik, 2015). Seiring waktu, kampung adat Cireundeu semakin menarik wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara untuk berdatang. Promosi yang dilakukan terus-menerus, baik terencana maupun spontanitas melalui internet, menyebabkan Cireundeu



semakin dikenal sebagai obyek wisata budaya yang patut dikunjungi ketika berada di Kota Cimahi dan Jawa Barat.

Antara Mibapa Ka Jaman dan Komersialisasi

Masyarakat adat Cireundeu memercayai filosofi “*Ngindung Ka Waktu, Mibapa Ka Jaman*”, yang bermakna manusia memiliki cara, ciri dan keyakinan masing-masing, kemudian tidak bertentangan dengan perubahan zaman tetapi mengikuti arus. Masyarakat Cireundeu percaya bahwa keberlangsungan Cireundeu mesti berpedoman pada kemampuan beradaptasi terhadap perubahan zaman, perkembangan teknologi informasi mesti dapat diimbangi

tanpa harus menghilangkan ciri dan pandangan hidup.

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2011	1655
2	2012	1890
3	2013	1855
4	2014	1780
5	2015	2625
6	2016	2731

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kampung Cireundeu

Sisi lain, keunikan kampung adat Cireundeu membawa arus wisatawan masuk ke wilayah Cireundeu. Wisatawan dengan latar budaya berbeda meningkatkan interaksi antar budaya, juga membawa dampak ekonomi ke warga. Arus wisatawan memengaruhi sosial dan ekonomi masyarakat Cireundeu. Ritual adat yang biasanya hanya dihadiri oleh warga Cireundeu saja, mulai diramaikan dengan wisatawan yang berkunjung sesaat. Pemerintah setempat, baik kecamatan Leuwigajah maupun Kota Cimahi, memosisikan Cireundeu sebagai daya tarik wisata andalan di Cimahi yang dapat mendatangkan penghasilan daerah. Begitu pula dengan penyedia paket wisata, pemilik penginapan dan produsen kuliner bersemangat untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke kampung adat Cireundeu. Faktor ekonomi menjadi faktor utama ketiga pihak bersemangat mendukung bertambahnya kunjungan wisatawan ke Cireundeu. Warga Cireundeu pun ikut serta berminat menambah wisatawan yang berkunjung. Sesepuh (Ais Pangampah) Kampung Adat Cireundeu, Abah Widi, juga berharap peningkatan kunjungan

wisatawan. Beliau berharap Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kota Cimahi membuka jalur bus Sakoci ke Cireundeu agar wisatawan mau mampir untuk menikmati kesenian, wisata alam, dan wisata belanja di Cireundeu (Ziz, 2019)

Berdasarkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Cireundeu dari data Kampung Adat Cireundeu (Dasipah & Iskandar, 2019), ada pola peningkatan pengunjung wisatawan setiap tahunnya sejak 2011. Diperkirakan tahun-tahun kemudian, wisatawan akan semakin bertambah seiring mudahnya promosi daring, dan kemudahan transportasi ke kampung adat Cireundeu. Sisi lain, pariwisata membuka peluang kerja baru bagi masyarakat Cireundeu dan sekitarnya.



Foto3. Wawancara dengan sesepuh Cireundeu, Abah Emen. 2020.
Dok. Nunung Sanusi

Pengolahan singkong, pemandu wisata, penginapan, toko souvenir dan lainnya menjadi sumber pendapatan baru, jika dibandingkan dengan sebelumnya yang mengandalkan penjualan hasil pertanian. Semakin berkembang pariwisatanya semakin banyak pula dibutuhkan tenaga kerja, semakin banyak pula perputaran uang di Cireundeu.

Peningkatan jumlah wisatawan ini pasti berdampak meningkatnya aktivitas pariwisata di wilayah kampung adat Cireundeu. Semakin banyak wisatawan berdatangan, semakin kuat pula komersialisasi

budaya berlangsung, semakin banyak pihak yang ingin mendapatkan rupiah dari pariwisata. Hal paling dikhawatirkan semakin mengikisnya adat di Cireundeu, pada akhirnya yang muncul hanya *pseudo traditional*, tradisi yang hanya dikemas untuk kepentingan pariwisata saja. Bagi sejumlah pihak, perubahan ini sesuai dengan prinsip *Ngindung Ka Waktu, Mibapa Ka Jaman*, namun komersialisasi yang berlebihan akan mengikis adat istiadat, mengubah norma dan nilai masyarakat Cireundeu. Komersialisasi budaya dapat mengubah masyarakat Cireundeu, bukan masyarakat Cireundeu yang beradaptasi dengan perubahan zaman. Komersialisasi budaya yang berlebihan dapat menghilangkan kesakralan upacara adat, dikemas dalam waktu terbatas, dan ruang penyelenggaraan yang tidak berhingga.

IV. KESIMPULAN

Keberadaan kampung adat Cireundeu tidak lepas dari pengaruh pariwisata, keunikan yang dilakoni masyarakatnya membuat daya tarik tersendiri untuk orang berdatangan. Komodifikasi pun berlangsung di Cireundeu, baik dalam prosesi upacara 1 Sura maupun olahan singkong. Komodifikasi ini terjadi mulai dari proses produksi, proses distribusi, dan proses konsumsi.

Sejumlah pihak terlibat untuk mengembangkan wisata budaya di Cireundeu. Pemerintah Kota Cimahi, pelaku usaha wisata, dan warga Cireundeu pun berusaha meningkatkan kunjungan wisata ke kampung adat ini. Faktor ekonomi menjadi salah satu penyebab dukungan peningkatan wisatawan, ketiga pihak punya kepentingan. Bahkan akademisi dan peneliti juga mendukung

bertambahnya wisatawan ke Cireundeu, lewat artikel ilmiah dan kajiannya.

Diperlukan kesepakatan semua pihak, baik masyarakat Cireundeu, pemerintah daerah maupun pelaku usaha, untuk menjaga tradisi Sunda yang berlangsung di Cireundeu. Perlu ada pemisahan yang jelas antara ritual adat yang membutuhkan suasana sakral dan hanya diikuti kalangan terbatas, dengan *pseudo traditional* yang diciptakan untuk sajian paket wisata.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Dasipah, E., & Iskandar, I. (2019). KAJIAN PENGEMBANGAN AGRIBISNIS SINGKONG (*Manihot esculenta*) BERBASIS KEARIFAN LOKAL MELALUI PENERAPAN AGROWISATA DI KAMPUNG CIREUNDEU. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(1).
<https://doi.org/10.17509/jithor.v2i1.16435>
- Fairclough, N. (1995). *Discourse and Social Change*. Polity Pres.
- Hadi Purnama, R. T. A. (2019). Komodifikasi Kata “Halal” Pada Iklan Hijab Zoya. *LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(2).
<https://doi.org/10.23969/linimasa.v2i2.1687>
- Hidayat, W., Nur’aeny, N. dan Wahyuni, I. S. (2016). PEMBINAAN PERPUSTAKAAN DESA DI KAMPUNG CIREUNDEU KELURAHAN LEUWIGAJAH KECAMATAN CIMAH SELATAN. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 5(1).
- Lestari, G. T., Salmiyah, D., & Ali, F. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DISPORAPARBUD KABUPATEN PURWAKARTA MELALUI MEDIA APLIKASI SAMPURASUN DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA. In *Jurnal LINIMASA* (Vol. 3, Issue 1).
- Putranto, K., & Taofik, A. (2015). Pola Diversifikasi Konsumsi Pangan Masyarakat Adat Kampung Cireundeu Kota Cimahi Jawa Barat. *Jurnal Istek*, 8(1).
- Sutrisno, M., & Putranto, H. (2018). *Teori-Teori Kebudayaan*. Kanisius.
- Tramontane, P. M. (2018). Tinjauan Konsistensi Masyarakat Kampung Adat Cireundeu Dalam Melestarikan Adat Istiadat Leluhur. *ULTIMART Jurnal Komunikasi Visual*, 10(2).
<https://doi.org/10.31937/ultimart.v10i2.769>
- Ziz. (2019, October 29). *Sesepuh Kampung Adat Cireundeu Sayangkan Wisatawan Tak Diarahkan Masuk Perkampungan*. www.jabarekspres.com.