

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor penting dalam pengembangan pariwisata di Indonesia karena mampu memperkenalkan kearifan lokal sekaligus tradisi masyarakat (Zunaidi et al., 2022). Keanekaragaman budaya yang dimiliki Indonesia seperti bahasa, tarian, musik tradisional, hingga adat istiadat, memberikan peluang besar dalam pengembangan pariwisata budaya. Seperti yang dikemukakan oleh Surata et al., (2024) bahwa wisatawan tidak hanya tertarik pada keindahan alam, tetapi juga pada ritual adat, kesenian, dan tradisi lokal yang menjadi ciri khas suatu daerah. Hal ini diperkuat oleh Zunaidi (2022) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata budaya berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi sekaligus memperkuat identitas budaya masyarakat. Keterlibatan wisatawan dalam kegiatan budaya dapat memotivasi masyarakat lokal untuk terus melestarikan dan mempertahankan tradisi mereka, karena adanya rasa bangga terhadap identitas yang dimiliki sekaligus keuntungan ekonomi yang diperoleh. Oleh karena itu, kebudayaan tidak hanya dipandang sebagai warisan nenek moyang, tetapi juga sebagai potensi strategis dalam pengembangan pariwisata.

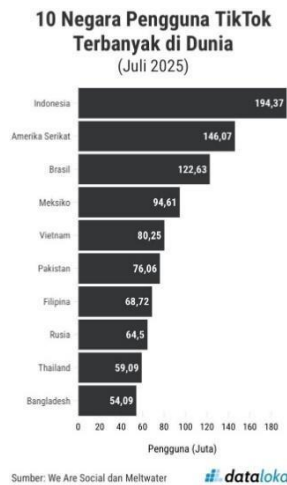
Salah satu destinasi wisata yang memadukan kekayaan alam dan budaya adalah Gunung Bromo yang berada di kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Gunung Bromo dikenal sebagai destinasi wisata unggulan di Indonesia yang memiliki daya tarik panorama alam berupa lautan pasir, kawah aktif, serta pemandangan matahari terbit yang menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Kawasan TNBTS dikenal luas sebagai salah satu destinasi wisata alam yang populer di Jawa Timur karena keindahan lanskap vulkanik, lautan pasir, serta panorama pegunungan yang menarik minat wisatawan lokal maupun internasional (Idwar et al., 2024). Selain keindahan alamnya, kawasan ini juga memiliki nilai budaya yang kuat karena menjadi wilayah hidup masyarakat Tengger yang hingga kini masih mempertahankan berbagai tradisi adat.

Interaksi antara potensi alam dan tradisi masyarakat lokal menjadikan kawasan Bromo Tengger Semeru sebagai destinasi pariwisata yang

menggabungkan unsur ekowisata, budaya, dan pengalaman wisata yang khas (Meitasari et al., 2023). Dengan demikian, Gunung Bromo tidak hanya dipandang sebagai destinasi wisata alam, tetapi juga sebagai destinasi wisata budaya yang menghadirkan pengalaman wisata berbasis tradisi lokal masyarakat Tengger. Oleh karena itu, citra Gunung Bromo tidak hanya dibentuk dari keindahan lanskap alamnya, tetapi juga oleh nilai-nilai budaya, spiritual, dan kehidupan masyarakat Tengger yang menyertainya.

Namun demikian, dinamika pariwisata budaya di era transformasi digital mengalami perubahan signifikan karena media sosial kini berperan sebagai sarana interaksi dan promosi yang memengaruhi bagaimana pengalaman budaya disebarkan dan dikonsumsi, termasuk dalam konteks wisata budaya lokal (Novilia & Gustaman, 2024). Ritual dan tradisi yang pada awalnya dipahami dalam kerangka adat serta relasi komunal kini mengalami proses digitalisasi, sehingga hadir dalam bentuk potongan-potongan visual yang tersebar luas dan dapat diakses oleh netizen global. Perubahan tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola akses terhadap budaya dari ruang fisik menuju ruang digital yang lebih terbuka dan interaktif yang artinya budaya tidak lagi hanya diakses melalui kunjungan fisik, melainkan juga melalui representasi visual di ruang digital.

Dalam konteks pergeseran tersebut, berbagai platform media sosial kemudian menjadi ruang utama bagi proses representasi dan distribusi budaya secara digital. Perubahan tersebut terutama dipicu oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana utama distribusi informasi dan pengalaman wisata di era digital. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya berfungsi sebagai medium komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai ruang budaya yang memungkinkan produksi dan pertukaran simbol, makna, serta identitas secara masif dan cepat (Fitrianti & Hanaf, 2025)



Gambar 1. 1 Grafik Pengguna TikTok

Sumber: Dataloka, 2025

Berdasarkan laporan *Digital 2025 Indonesia* yang dirilis oleh *We Are Social* dan *Meltwater*, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yaitu mencapai 194,37 juta pengguna pada tahun 2025 (Nouvan, 2026). Data tersebut menunjukkan bahwa TikTok memiliki tingkat penetrasi yang tinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Besarnya jumlah pengguna ini menjadikan TikTok sebagai ruang publik digital yang memiliki posisi strategis dalam membentuk opini, persepsi, serta citra terhadap berbagai isu sosial, termasuk representasi budaya lokal. Konten budaya di TikTok cenderung disajikan secara ringkas, dramatik, dan menonjolkan aspek visual yang menarik perhatian. Sehubungan dengan hal tersebut, ritual budaya tidak hanya direkam, tetapi juga dikurasi dan dikonstruksi ulang melalui proses seleksi adegan, penggunaan musik, penyuntingan visual, serta pemberian *caption* dan *hashtag*. Hal tersebut ditegaskan oleh Rachmawati (2022) bahwa representasi budaya di media digital berpotensi mengalami reduksi makna karena tekanan pada estetika dan daya tarik visual.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa bukan sekadar cara budaya ditampilkan secara visual, tetapi bagaimana makna budaya dikonstruksi, diarahkan, dan dimaknai dalam media digital. Media tidak sekadar merefleksikan realitas, melainkan membangun makna melalui sistem tanda, simbol, dan narasi. Hall (1997) menegaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna yang

Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025

Dengan 194,37 juta pengguna, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara pengguna TikTok terbanyak di dunia 2025. Simak daftar lengkapnya berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater.

BY NOUVAN - 8 November 2025



Indonesia menempati posisi teratas sebagai negara pengguna TikTok terbanyak di dunia 2025 dengan 194,37 juta pengguna. (Sumber: [Rangkainews.com](https://www.rangkainews.com))

Gambar 1. 2 Berita pengguna TikTok

Sumber: Dataloka, 2025

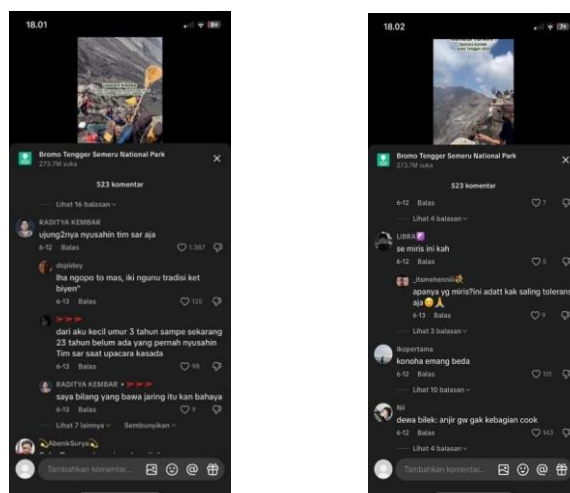
dipengaruhi oleh sudut pandang pembuat pesan, konteks sosial, serta struktur institusional atau platform yang menaunginya. Oleh karena itu, konten budaya di TikTok tidak dapat dipahami sebagai dokumentasi netral terhadap suatu ritual, melainkan sebagai konstruksi ulang ritual tersebut bagi penonton digital. Kreator memilih adegan tertentu, menambahkan musik atau narasi tertentu, serta menyematkan *caption* dan *hashtag* yang mengarahkan interpretasi netizen. Pemahaman konseptual mengenai representasi tersebut menjadi landasan penting untuk menganalisis bagaimana ritual budaya tertentu dimaknai dalam ruang digital, termasuk dalam konteks Upacara Yadnya Kasada.

Yadnya Kasada merupakan ritual tahunan yang dilaksanakan oleh masyarakat Tengger di kawasan Gunung Bromo dan memiliki makna religius serta kosmologis sebagai bentuk persembahan kepada Sang Hyang Widhi dan penghormatan terhadap leluhur (Rahmawati & Andalas, 2023). Ritual ini tidak hanya berfungsi sebagai praktik keagamaan, tetapi juga menjadi bagian integral dari identitas kolektif masyarakat Tengger yang merepresentasikan harmoni antara manusia, alam, dan kekuatan spiritual. Selain memiliki nilai religius bagi masyarakat Tengger, Upacara Yadnya Kasada juga merupakan tradisi budaya yang menjadi bagian penting dari identitas kawasan Gunung Bromo.

Berdasarkan keterangan dari informan yang diwawancarai, pada saat prosesi upacara berlangsung kawasan Gunung Bromo biasanya ditutup sementara dari aktivitas wisata. Penutupan tersebut dilakukan agar pelaksanaan ritual dapat berlangsung secara khidmat dan khusus bagi masyarakat Tengger sebagai bagian dari praktik keagamaan mereka. Lain halnya dengan media sosial khususnya TikTok, prosesi seperti pelemparan sesaji ke kawah sering kali menjadi fokus utama visualisasi karena dianggap memiliki daya tarik dramatik dan spektakuler. Di sisi lain, visualisasi tersebut juga berpotensi menimbulkan interpretasi yang berbeda di kalangan netizen digital. Sebagian pengguna media sosial dapat memandang ritual tersebut sebagai tradisi budaya yang unik dan menarik untuk disaksikan, sehingga memperkuat citra Gunung Bromo sebagai destinasi wisata budaya yang autentik. Namun, terdapat juga sebagian netizen menafsirkan prosesi pelarungan sesaji sebagai tindakan membuang hasil bumi atau aktivitas yang dianggap mengotori

kawasan wisata. Padahal, bagi masyarakat Tengger, prosesi tersebut merupakan simbol penghormatan kepada Tuhan, leluhur, dan alam. Perbedaan penafsiran ini menunjukkan adanya pergeseran makna ketika ritual budaya direpresentasikan melalui media sosial. Perbedaan interpretasi tersebut berpotensi memengaruhi citra destinasi wisata Gunung Bromo di mata publik digital.

Berdasarkan pengamatan awal terhadap konten Upacara Yadnya Kasada tahun 2025 di TikTok, ditemukan adanya perbedaan pemaknaan di kalangan netizen terhadap ritual tersebut. Sebagian pengguna memaknai Yadnya Kasada sebagai tradisi sakral yang mencerminkan rasa syukur serta identitas budaya masyarakat Tengger. Namun, sebagian lainnya menafsirkan prosesi pelemparan sesaji sebagai tindakan yang tidak rasional, pemborosan hasil bumi, bahkan sekadar tontonan ekstrem. Perbedaan pemaknaan tersebut menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara makna sakral yang hidup dalam masyarakat Tengger dengan pemaknaan yang dibangun sebagian netizen melalui media sosial. Kondisi inilah yang menjadi fokus penelitian, yaitu bagaimana representasi Upacara Yadnya Kasada di TikTok dikonstruksi oleh kreator dan bagaimana representasi tersebut dimaknai oleh audiens.



Gambar 1. 3 Contoh variasi komentar

Sumber : *Screenshot* peneliti (2026)

Variasi tanggapan ini menunjukkan bahwa makna ritual tidak berhenti pada tahap produksi dan distribusi konten, melainkan terus mengalami proses konstruksi makna melalui interaksi digital antar pengguna. Prasetyo (2021), menyatakan bahwa kolom komentar dalam media sosial berfungsi sebagai ruang diskursif, di mana publik tidak hanya merespons, tetapi juga membangun dan mempertukarkan makna secara kolektif. Dalam konteks pariwisata, diskursus yang berkembang di ruang digital tersebut tidak hanya membentuk pemahaman publik terhadap ritual budaya, tetapi juga berpotensi mempengaruhi citra destinasi wisata Gunung Bromo. Persepsi yang terbentuk melalui interaksi digital tersebut dapat mempengaruhi cara calon wisatawan memandang destinasi tersebut, baik sebagai destinasi wisata budaya yang unik dan menarik untuk dikunjungi maupun sebaliknya sebagai kawasan wisata yang dianggap memiliki praktik yang berpotensi menimbulkan dampak terhadap lingkungan.

Pemilihan tahun 2025 dalam penelitian ini tidak didasarkan pada pertimbangan yang bersifat kebetulan, melainkan didasarkan pada indikasi adanya perbedaan karakter representasi dan respons publik dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, pada periode sebelum 2025 jumlah konten Yadnya Kasada yang mencapai tingkat viral relatif terbatas, dan komentar yang muncul cenderung menunjukkan sikap penghormatan terhadap nilai sakral ritual. Namun, pada tahun 2025 terlihat peningkatan signifikan jumlah video yang mencapai jutaan penayangan disertai variasi komentar yang lebih beragam, termasuk kritik, perdebatan, serta interpretasi yang tidak selalu selaras dengan makna budaya aslinya. Tingginya viralitas dan dinamika diskursus digital tersebut menunjukkan adanya pergeseran pola representasi dan pemaknaan publik. Dengan demikian, tahun 2025 dipilih sebagai penelitian karena merepresentasikan masa munculnya konten ini secara lebih luas sekaligus konstruksi makna yang lebih kompleks di ruang TikTok.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa representasi budaya di media sosial tidak hanya berkaitan dengan bagaimana suatu tradisi ditampilkan, tetapi juga dengan bagaimana publik memaknai dan menilai praktik budaya tersebut dalam konteks yang lebih luas, termasuk dalam kaitannya dengan destinasi wisata tempat tradisi

tersebut berlangsung. Pada Upacara Yadnya Kasada, representasi visual yang beredar di TikTok tidak hanya memperlihatkan ritual keagamaan masyarakat Tengger, tetapi juga secara tidak langsung merepresentasikan kawasan Gunung Bromo sebagai lokasi pelaksanaan tradisi tersebut. Dengan demikian, persepsi yang terbentuk melalui konten digital dapat memengaruhi cara netizen memandang Gunung Bromo, baik sebagai destinasi wisata budaya yang memiliki keunikan tradisi lokal maupun sebagai kawasan wisata yang dipersepsikan secara berbeda akibat interpretasi terhadap praktik ritual yang ditampilkan.

Perbedaan interpretasi tersebut menunjukkan bahwa representasi digital suatu tradisi tidak hanya memengaruhi pemahaman publik terhadap budaya lokal, tetapi juga dapat berimplikasi pada pembentukan citra destinasi wisata tempat tradisi tersebut dilaksanakan. Menurut Tasci dan Kozak (2006) dalam Sari et al., (2021) citra destinasi merupakan persepsi individu terhadap karakteristik suatu destinasi yang terbentuk melalui berbagai sumber informasi, seperti promosi, media massa, serta pengalaman yang diterima oleh netizen. Persepsi tersebut kemudian membentuk gambaran tertentu mengenai suatu destinasi di benak publik. Merujuk pada hal tersebut, konten TikTok yang menampilkan Upacara Yadnya Kasada berpotensi membentuk persepsi tertentu terhadap Gunung Bromo, baik sebagai destinasi wisata yang memiliki kekayaan tradisi budaya yang unik maupun sebagai destinasi yang dipersepsikan secara berbeda akibat interpretasi visual terhadap ritual tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk memahami bagaimana Upacara Yadnya Kasada direpresentasikan di media sosial TikTok serta bagaimana representasi tersebut berimplikasi terhadap citra destinasi wisata Gunung Bromo. Analisis terhadap representasi visual, narasi, serta respons netizen dalam kolom komentar dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana makna ritual dikonstruksi di ruang digital serta bagaimana persepsi publik terbentuk melalui interaksi tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara representasi budaya di media sosial dan pembentukan citra destinasi wisata, khususnya dalam konteks tradisi masyarakat Tengger di kawasan Gunung Bromo.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana representasi Upacara Yadnya Kasada Tahun 2025 di media sosial TikTok?
2. Bagaimana representasi tersebut berimplikasi pada citra destinasi wisata Gunung Bromo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisis representasi Upacara Yadnya Kasada tahun 2025 di media sosial TikTok.
2. Menganalisis implikasi representasi tersebut terhadap citra Destinasi Wisata Gunung Bromo.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi pariwisata dan studi budaya, khususnya terkait teori representasi dalam konteks media digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas literatur mengenai hubungan antara representasi budaya di media sosial dan pembentukan citra destinasi wisata. Secara khusus, penelitian ini menyoroti bagaimana Upacara Yadnya Kasada direpresentasikan dalam konten TikTok serta bagaimana representasi tersebut berimplikasi terhadap citra destinasi wisata Gunung Bromo di ruang publik digital. Kajian ini menjadi penting karena penelitian yang menghubungkan representasi ritual adat masyarakat Tengger dengan citra destinasi wisata melalui perspektif komunikasi digital masih relatif terbatas.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat Tengger

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana refleksi bagi masyarakat Tengger dalam memahami bagaimana Upacara Yadnya Kasada direpresentasikan di media sosial, khususnya pada platform TikTok. Melalui hasil penelitian ini, masyarakat dapat mengetahui bagaimana publik digital menafsirkan dan memaknai

representasi ritual tersebut. Pemahaman ini penting karena representasi yang beredar di ruang digital berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap kawasan Gunung Bromo sebagai destinasi wisata. Dengan demikian, masyarakat Tengger diharapkan dapat lebih menyadari pentingnya penyampaian informasi budaya yang tepat dan kontekstual agar makna ritual tetap terjaga serta tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan masyarakat luas.

b. Bagi Pengelola Destinasi dan Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola kawasan Gunung Bromo serta pemerintah daerah dalam memahami bagaimana representasi Upacara Yadnya Kasada di media sosial terhadap citra destinasi wisata Gunung Bromo. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dalam memahami dinamika pengelolaan informasi pariwisata di media digital, sehingga citra Gunung Bromo diharapkan tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata alam, tetapi juga sebagai destinasi wisata yang memiliki kekayaan budaya lokal yang bernilai tinggi, sekaligus tetap menjaga keseimbangan antara eksposur digital, pelestarian tradisi, dan keberlanjutan pariwisata.

c. Bagi Kreator Konten dan Pengguna Media Sosial

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya sensitivitas budaya dalam memproduksi dan menyebarkan konten yang berkaitan dengan tradisi sakral. Representasi budaya yang tepat dan kontekstual dapat membantu masyarakat memahami makna ritual secara lebih komprehensif serta meminimalkan potensi kesalahpahaman dalam penafsiran publik. Selain itu, konten yang disajikan secara bertanggung jawab juga dapat mendukung terbentuknya persepsi yang positif terhadap kawasan Gunung Bromo sebagai destinasi wisata yang tidak hanya memiliki keindahan alam, tetapi juga kekayaan nilai budaya.