



.....
**THE USE OF NEW MEDIA IN PROMOTING THE SANG HYANG DEDARI DANCE AS A
TOURIST ATTRACTION**

Oleh

A.A. Ngurah Oka Suryadinatha Gorda¹⁾, A.A. Istri A. Maheswari²⁾, Ni Putu Yunita
Anggreswari³⁾

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Nasional

E-mail : agungmaheswari@undiknas.ac.id & tata.anggreswari@undiknas.ac.id

Abstract

Tourism is the driving force for the economy of people in Bali. The attraction of Bali tourism is the diversity of arts and culture. One of the most well-known to foreign countries is Sang Hyang Dedari dance which has now been declared an intangible world heritage by cultural, educational and scientific organizations of the United Nations (UNESCO). The Sang Hyang Dedari dance is a sacred dance in Karangasem Regency, so that many foreign tourists who come to watch this dance, researchers from various parts of the world participate in examining the sacredness of this dancing Sang Hyang Dedari. The familiar dancing of Sang Hyang Dedari is certainly inseparable from the role of new media. This new media is a combination of audio, video and text that has become digital inside. For this reason, this research will discuss new media in the promotion of local culture-based regions. This research uses descriptive research using qualitative methods. Data collection techniques in this study were carried out with four stages namely data collection, data reduction, data display and conclusion drawing. The result of this research is that New Media plays a very important role in promoting the Sang Hyang Dedari dance.

Keywords: New Media, Promotion, Tourism & Culture

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan penghasil devisa terbesar dan juga sebagai penggerak perekonomian Nasional. Hal ini bisa kita lihat dari meningkatnya perekonomian provinsi Bali karena Pariwisata. Tidak bisa kita pungkiri bahwa wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Bali selain karena keindahan alamnya, juga karena kearifan lokal yang tidak didapatkan di daerah lain, seperti adat, budaya, agama dan kesenian di Bali yang masih dilestarikan oleh masyarakatnya hingga saat ini. Kearifan lokal merupakan kunci utama dari perkembangan pariwisata di Bali. Salah satu warisan budaya yang sangat ramai dibicarakan adalah Tarian Sang Hyang Dedari yang terdapat di Desa Adat Geriana Kauh, Desa Duda Utara, Kecamatan Selat, Kabupaten Karangasem. Tarian ini merupakan tarian sakral dan juga sudah dinyatakan menjadi Warisan Dunia Tak Benda oleh Organisasi Kebudayaan, Pendidikan, dan

Ilmu Pengetahuan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO).

Tarian Sanghyang Dedari ini sudah hampir punah. Punahnya tarian Sang Hyang Dedari tak bisa dipisahkan dengan semakin hilangnya tradisi pertanian. Tari Sang Hyang Dedari dilaksanakan dalam melakukan ritual disaat panen, sementara saat ini pertanian sudah menjadi pekerjaan yang mulai ditinggalkan oleh masyarakat. Tarian Sang Hyang Dedari juga merupakan tarian sakral yang diselenggarakan dalam kegiatan upacara suci. Tarian ini dibawakan oleh beberapa orang gadis yang belum memasuki fase menstruasi. Tarian Shanghyang Dedari ini memiliki gerakan yang gemulai dan lembut, sama halnya dengan tarian legong sehingga tarian ini merupakan seni pertunjukan sakral yang indah. Sebelum dimulainya tarian ini, perlu dilakukan upacara terlebih dahulu sebagai permohonan datangnya Sang Hyang Dedari untuk merasuki tubuh para penarinya. Tarian ini akan diiringi oleh nyanyian dari sekelompok pria



dan wanita yang menyanyikan Shanghyang Dedari. Pada saat prosesi tersebut dimulai, para gadis penari tersebut pingsan dan roh dedari tersebut diyakini telah masuk kedalam tubuh para gadis-gadis penari.

Keberadaan Tari Sanghyang Dedari yang telah dikenal di dunia Internasional tidak terlepas karena keberadaan Media baru atau *New Media*, dimana new media memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata Indonesia, dan mampu menarik jumlah wisatawan. *New Media* tersebut merupakan teknologi komunikasi digital yang menyalurkan informasi kepada penerima informasi. Dalam konteks promosi pariwisata budaya, promosi yang dilakukan melalui new media dapat memberikan keuntungan kepada pemerintah daerah dalam mengelola, mempromosikan dan meningkatkan perekonomian pada suatu daerah. Jika dilihat dari potensi-potensi pariwisata yang dikembangkan melalui konteks pariwisata berbasis kearifan budaya lokal, maka diperlukan peranan yang maksimal oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan pola komunikasi untuk mempromosikan sumber daya serta potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Karangasem. Berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas, studi ini memfokuskan pada penggunaan *new media* dalam promosi Tarian Sang Hyang Dedari sebagai daya tarik wisata. Adapun permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah penggunaan *new media* untuk mempromosikan Tarian Sang Hyang Dedari sebagai obyek wisata daerah berbasis budaya lokal di Kabupaten Karangasem?” Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan *new media* dalam mempromosikan Tarian Sang Hyang Dedari sebagai obyek wisata daerah berbasis budaya lokal di Kabupaten Karangasem. Penelitian terkait penggunaan *new media* dalam promosi budaya lokal menjadi penting agar hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi oleh masyarakat dalam melakukan promosi budaya lokal untuk kemudian diperkenalkan kepada wisatawan

manca negara sebagai daya tarik wisatawan yang unik.

Penelitian terdahulu berfungsi untuk menganalisa dan memperkaya pembahasan penelitian saat ini yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini disertakan dua penelitian yang berkaitan dengan new media dan hubungannya dengan pariwisata budaya atau kearifan lokal, adapun penelitian tersebut sebagai berikut: (1) Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal tahun 2016 penelitian ini ditulis oleh Ari Agung Prasetyo dan Heru Ryanto Budiana, serta dipublikasikan tahun 2016 pada Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 7, Nomor 1, Maret 2016, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Dalam penelitian ini dibahas mengenai bagaimana pola komunikasi berbasis kearifan lokal, kemudian bagaimana implementasi dari komunikasi pariwisata serta bagaimana gambaran tentang pemahaman komunikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata menurut staff Dispar Pangandaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada Dinas Pariwisata Pangandaran khususnya bidang destinasi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan kepariwisataan, terutama dalam pengembangannya melibatkan sosial media sebagai new media dalam mempromosikan obyek wisata. Sedangkan model komunikasi pariwisata ini menggambarkan bahwa dalam menyusun perencanaan melibatkan ketiga unsur pemerintah yakni Dinas Pariwisata, Dinas Kehutanan, dan Humas; (2) Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia, tahun 2015 penelitian ini ditulis oleh Ida Ri'aeni, serta dipublikasikan tahun 2015 pada Jurnal Komunikasi, Vol. 9 No. 2 (2015), Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Islam Indonesia. Dalam penelitian ini mengeksplorasi penggunaan new media dalam promosi pariwisata khususnya dalam wisata sejarah tentang situs cagar budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik media baru memberikan pengaruh pada proses komunikasi antar manusia, terutama berkaitan dengan cara dan budaya masyarakat



dalam menggunakan dan memahami teknologi komunikasi.

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai teori pembanding bahwa *new media* sangat penting dalam menciptakan promosi yang kuat terutama jika dikaitkan dengan komunikasi antar manusia dan pengembangan pariwisata, terutama pariwisata budaya yang mengedepankan kearifan lokal sebagai tonggak utama daya tarik pariwisata di Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kebudayaan yang ada di Bali yaitu Tarian Sang Hyang Dedari yang dikenal tidak hanya di nusantara, akan tetapi dikenal juga di dunia Internasional, dan bahkan dinyatakan menjadi Warisan Dunia Tak Benda oleh Organisasi Kebudayaan, Pendidikan, dan Ilmu Pengetahuan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO). Hal ini juga dipengaruhi oleh peran serta komunikasi antar manusia berupa *new media*.

New Media

Media massa adalah alat penyebarluasan pesan yang dirancang guna menjangkau banyak orang. Kekuatan media diyakini berawal dari sebuah penelitian dasar yang menjangkau massa dan dampak media yang besar. Media massa merupakan media yang mampu menyampaikan informasi setiap saat kepada khalayak. Media massa juga memiliki peran sebagai hiburan dan institusi budaya (Bungin, 2006:85).

Menurut Charles R. Wright dalam Siregar (2014:5) dikatakan bahwa perbedaan yang terdapat pada media lama dan media baru yakni media baru mampu membawa perubahan dalam digitalisasi dan konvergensi terhadap berbagai aspek media, interaktivitas dan konektivitas jaringan yang kian meningkat, mobilitas untuk mengirim dan menerima, adaptasi terhadap peranan pada publikasi dan khalayak, munculnya beragam bentuk baru dari media serta pemisahan dan pengauran dari lembaga media.

McQuail dalam Puspita (2015:216) turut menyatakan ciri utama yang menjadi perbedaan antara media baru dengan media lama berdasarkan perspektif pengguna meliputi: (1) *interactivity*, yakni indikasi oleh rasio feedback

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

atau inisiatif dari pengguna terhadap stimulus yang diterima; (2) *social presence*, meliputi *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah media dan media baru dapat menjembatani kerangka referensi, meminimalisir ambiguitas, memberikan isyarat yang lebih personal; (3) *Autonomy* meliputi seorang pengguna yang dapat mengendalikan isi serta adanya sikap independen terhadap sumber informasi; (4) *Playfulness* yakni media yang meliputi fungsi sebagai hiburan dan kenikmatan; (5) *Privacy* yakni penggunaan media dan isinya dapat dipilih; (6) *Personalization* yaitu tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

Manfaat media baru meliputi memudahkan seseorang untuk memperoleh suatu hal yang diinginkannya, seperti: (a) memudahkan akses terhadap arus informasi yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja; (b) sebagai media transaksi jual beli; (c) media hiburan yang meliputi game online, jejragin sosial, streaming video dan lainnya; (d) merupakan media komunikasi yang efisien; (e) merupakan sarana pendidikan yakni diaksesnya buku digital dengan mudah (Efendy, dkk, 2017:1).

Media baru merupakan penggabungan dari radio, film dan televisi dan penyebarluasan melalui teknologi informasi. Media baru mengabaikan batasan percetakan dan model penyiaran dengan (1) memungkinkan percakapan antar banyak pihak; (2) memungkinkan terjadinya penerimaan secara simultan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya; (3) mengganggu tindakan komunikasi dari korelasi kewilayahan dari modernitas; (4) media menyediakan kontak global secara cepat dan instan (McQuails, 2011:1).

Dalam McQuails (2011:152) dijelaskan bahwa adapun metafora bagi media internet adalah sebagai berikut:

- Gateway yang meliputi pintu terhadap akses informasi web atau web itu sendiri.
- Billboard, yaitu mampu meningkatkan kesadaran dan keyakinan pada situs lainnya.



- Jaringan, yakni tersedianya wadah bagi pengguna yang memiliki kesamaan minat dan bakat.
- Niche, meliputi pemenuhan peran pengguna secara umum atau yang ditargetkan.
- Merek, yaitu sumber online yang menawarkan beberapa dari perangkat tertentu dari fungsi transaksi.

Adapun perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru adalah (1) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media; (2) interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat; (3) mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima; (4) adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak; (5) munculnya beragam bentuk baru gateway media; (6) permissahan dan pengaburan dari lembaga media (McQuails, 2011:153).

Menurut Warpindyastuti, (Warpindyastuti & Sulistyawati, 2018) adapun *new media* yang paling populer digunakan oleh anak-anak dan dewasa antara lain sosial media yang meliputi *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, dan *you tube*.

Akses yang kuat dan pesatnya pertumbuhan media baru internet terjadi begitu dramatis dimana secara nyata telah mengubah tata cara kehidupan dan keseharian manusia hamper diseluruh dunia bahkan sudah terjadi perubahan budaya akibat dari perkembangan teknologi dan media (Permana & Mahameruaji, 2019).

Promosi

Promosi adalah tindakan yang digunakan untuk menginformasikan dan membujuk pasar mengenai produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan, baik itu melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun melalui publikasi.

Adapun yang menjadi dasar dari tujuan promosi meliputi:

- a. Modifikasi tingkah laku. Dalam terjadinya komunikasi tentu memiliki beberapa tujuan yang diantaranya adalah mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan

pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Sementara itu, promosi dari sisi lainnya memiliki tujuan untuk mengubah tingkah laku dan opini. Penjualan memiliki peran menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa yang dimiliki perusahaan.

- b. Memberitahu. Kegiatan promosi dapat sendiri dapat ditujukan dengan tujuan memberitahu pasar yang dituju terkait dengan penawaran perusahaan. Promosi dalam bentuk informasi, biasanya lebih sesuai dilakukan pada tahapan awal di dalam siklus kehidupan produk tersebut. Hal ini merupakan masalah penting untuk meningkatkan permintaan primer pada pasar. Sebagian orang enggan membeli barang atau jasa sebelum mereka mengetahui produk tersebut. Promosi yang bersifat informative.
- c. Membujuk. Promosi yang dilakukan bersifat persuasi atau membujuk biasanya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. namun saat ini muncul banyak promosi yang bersifat persuasif. Promosi persuasif bertujuan untuk mendorong pembelian. Perusahaan sering kali tidak memperoleh tanggapan namun ingin menciptakan kesan positif. Hal tersebut bertujuan untuk memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli.
- d. Mengingatn Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan secara berkala dengan tujuan mempertahankan merek di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti pula perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada (Tasruddin 2015:111).

Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya merupakan kunjungan dari orang luar destinasi yang mana dirorong oleh ketertarikan terhadap objek peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan dan gaya hidup yang dimiliki kelompok, masyarakat, daerah ataupun

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems



lembaga (Tasruddin, 2015:111). Sedangkan Kristiningrum (2014: 47) mendefinisikan pariwisata budaya sebagai wisata yang melibatkan aspek atau nilai budaya mengenai adat istiadat suatu masyarakat, tradisi keagamaan dan warisan budaya suatu daerah.

Pariwisata budaya memiliki kaitan yang erat dengan daya atrik wisata budaya. Dimana saat ini budaya unik yang dimiliki suatu daerah menjadi daya tarik yang sangat kuat dalam menarik kunjungan wisatawan. Penjelasan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) pasal 14 ayat (1) huruf b menjelaskan bahwa daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dibedakan menjadi dua yakni daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud (*tangible*) dan daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak berwujud (*intangible*).

Aspek-aspek yang termasuk sebagai objek pariwisata budaya meliputi: adanya upacara kelahiran, tarian tradisional, musik tradisional, perkawinan, pakaian tradisional (pakaian adat), berbagai macam upacara (seperti turun ke sawah dan upacara panen), bangunan-bangunan bersejarah, cagar budaya, beberapa peninggalan tradisional, kain tradisional (seperti kain tenun), pemeran festival budaya dan pertunjukan tradisional, hasil tekstil lokal, museum sejarah dan budaya, serta adat-istiadat lokal lainnya.

Menurut McKercher dan du Cros (2002), dikatakan bahwa perkembangan pariwisata budaya memiliki kaitan yang erat dengan adanya apresiasi dari masyarakat untuk secara terus-menerus turut serta dalam menjaga serta memelihara asset budaya/pusaka busaya yang dimiliki dalam perkembangan saat ini yang dirasa semakin berkurang.

Kearifan Lokal

Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2009, Kearifan lokal adalah sebuah nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat antara lain untuk melindungi dan

mengolah lingkungan hidup secara lestari (UU No.32 th 2009).

Sedangkan menurut Wales, yang dikutip oleh Nasiwan, dkk (2012: 16) kearifan lokal dapat dilihat dari dua perspektif yang saling bertolak belakang, yaitu *extreme acculturation* dan *a less extreme acculturation*. *Extreme acculturation* memperlihatkan bentuk-bentuk tiruan suatu budaya yang tanpa adanya proses evolusi budaya dan akhirnya memusnahkan bentuk-bentuk budaya tradisional. Sedangkan *less extreme acculturation* adalah proses akulturasi yang masih menyisakan dan memperlihatkan *local genius* adanya, yaitu adanya unsur-unsur atau ciri-ciri tradisional yang mampu bertahan dan bahkan memiliki kemampuan untuk mengakomodasikan unsur-unsur budaya dari luar serta mengintegrasikannya dalam kebudayaan asli.

Tarian Sang Hyang Dedari

Menurut media online kompas tanggal 3 Desember 2015, terdapat sembilan tari asal Bali yang terbagi dalam tiga genre ditetapkan sebagai Warisan Budaya Dunia Tak Benda oleh UNESCO dalam Sidang ke-10 Komite Warisan Budaya Tak Benda di Windhoek, Namibia, pada tanggal 2 Desember 2015. Tari-tarian Bali digolongkan sebagai tarian sakral, semi-sakral, dan tarian untuk hiburan massal. Dimasukkannya tari-tarian tradisional Bali ke dalam daftar tersebut merupakan bentuk pengakuan dunia internasional terhadap arti penting budaya tersebut. Saat ini, Indonesia telah memiliki tujuh elemen budaya dalam Daftar Warisan Budaya Tak Benda UNESCO.

Sanghyang Dedari merupakan salah satu jenis tari Sanghyang, Tari Sanghyang adalah sebuah tari kerauhan yang ditarikan dalam kondisi dirasuki. Tari ini memiliki tujuan mistis, yaitu dengan tujuan untuk melindungi desa dari wabah penyakit, bencana alam dan sebagainya. Tarian ini merupakan tari tinggalan kebudayaan pra-hindu yang ditarikan oleh beberapa gadis yang belum mendapatkan menstruasi. Tarian ini diiringi oleh beberapa orang yang menyanyikan



lagu-lagu persembahkan kepada Dewa (Wahono, Tri.2015:3).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana penelitian ini berusaha menampilkan dan menjelaskan fenomena yang ditemukan di lapangan. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh) (Bogdan dan Taylor. 1975:48)

Paradigma penelitian ini berfokus kepada manusia sebagai subyek dan menelisik mengenai fenomena-fenomena sosial yang terjadi terkait dengan peran dari media baru dalam mewujudkan keinginan masyarakat desa Geriyana dalam memperkenalkan tarian Sang Hyang Dedari kepada wisatawan nasional dan wisatawan mancanegara. Objek dari penelitian ini adalah Tarian Sanghyang Dedari yang terletak di Desa Adat Geriana Kauh, Desa Duda Utara, Kecamatan Selat, Kabupaten Karangasem. Dalam sebuah penelitian, terdapat pula sebuah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam mengumpulkan data-data yang relevan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan tiga cara yang meliputi teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab dengan dua atau lebih informan secara langsung (Usman dan Akbar,1995:57).

Wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab dengan dinas pariwisata, dinas kebudayaan, pengelola museum serta tokoh adat untuk menggali informasi terkait dengan penelitian. Sementara itu, observasi adalah pengamatan langsung yang dilakukan di objek penelitian, dan dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan

dokumen-dokumen terkait yang didapatkan dari pihak lain (Hamidi,2010:140).

Selain wawancara, peneliti menggunakan observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data. menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018:7) Dalam hal ini didapatkan pengertian bahwa observasi merupakan sebuah proses dari pengamatan yang memiliki sifat logis, sistematis, rasional, objektif terhadap segala macam situasi yang sebenarnya ataupun situasi yang dibuat.

Adapun kegunaan dari observasi yang lebih terperinci terdiri dari memberi data yang dapat digeneralisasikan, mengisi, kemudian mendeskripsikan. Observasi dalam hal ini memiliki fungsi memberikan, merinci kegiatan dan gejala yang terjadi, dan kemudian menjelaskan fenomena tersebut. Untuk pengisian data, observasi dilakukan agar mampu melengkapi informasi ilmiah atas segala gejala-gejala sosial yang sedang diteliti melalui teknik penelitian. Peneliti mampu memberikan data yang bias digeneralisasikan, dalam hal ini melakukan penelitian, sehingga mengakibatkan respon atau reaksi dari subjek amatan. Dari gejala-gejala yang ada, dapat kami simpulkan secara umum gejala-gejala tersebut (Hasanah, 2017:21).

Kualitas penelitian ditentukan oleh seberapa jauh dan mendalam peneliti tersebut memahami tentang situasi dan konteks yang digambarkan sealamiah mungkin (Semiawan, 2010). Selain itu, observasi tidak harus dilakukan oleh peneliti sendiri, sehingga peneliti dapat meminta bantuan kepada orang lain untuk melaksanakan observasi (Kristanto, 2018:7).

Selain melakukan wawancara dan observasi, penulis juga mendapatkan data berupa informasi, dokumen, arsip, photo. Data berupa dokumen-dokumen dan photo tersebut dipergunakan oleh peneliti untuk menggali informasi. Peneliti harus memiliki kepekaan dalam memberikan makna dari semua dokumen yang diterima.

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan



mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (Yusuf, 2014:372).

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem, Dinas Kebudayaan kabupaten Karangasem, Pihak Pengelola Museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta, serta tokoh masyarakat desa Geriyana. Wawancara dilakukan dengan tujuan menggali informasi untuk menjawab permasalahan dari penelitian ini.

Teknik analisis yang digunakan adalah model interaktif yang dilakukan dengan cara *data collections* (data dikoleksi), *data reductions* (data direduksi), melakukan *display* dan mengambil keputusan dan verifikasi. Hal pertama yang dilakukan dalam menganalisis data adalah *data collections* (koleksi data) yang mana dilakukan dengan cara menggali berbagai informasi dengan melakukan wawancara dengan dinas pariwisata, dinas kebudayaan, pengelola museum serta kepala desa dan sekretaris desa. Adapun data yang diperoleh adalah terkait dengan peran dari *new media* dalam melakukan promosi terhadap tarian Sang Hyang Dedari. Dari data yang sudah dikoleksi kemudian dilakukan proses reduksi data yakni memilah hasil wawancara agar sesuai dengan data yang diperlukan untuk menjawab hasil penelitian. Selanjutnya dilakukan *data display* yakni data yang sudah mampu menjawab permasalahan atau data yang merupakan hasil penelitian kemudian dituangkan secara deskriptif dan kemudian dianalisis. Langkah terakhir adalah mengambil keputusan atau verifikasi yakni menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan.

Kualitas penelitian ditentukan oleh seberapa jauh dan mendalam peneliti tersebut memahami tentang situasi dan konteks yang digambarkan sealamiah mungkin (Semiawan, 2010). Selain itu, observasi tidak harus dilakukan oleh peneliti sendiri, sehingga peneliti dapat

meminta bantuan kepada orang lain untuk melaksanakan observasi (Kristanto, 2018).

Selain melakukan wawancara dan observasi, penulis juga mendapatkan data berupa informasi, dokumen, arsip, photo. Data berupa dokumen-dokumen dan photo tersebut dipergunakan oleh peneliti untuk menggali informasi. Peneliti harus memiliki kepekaan dalam memberikan makna dari semua dokumen yang diterima.

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang tertulis, metode dokumentasi berarti tata cara pengumpulan data dengan mencatat data-data yang sudah ada. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (Yusuf, 2014).

Untuk menguji keabsahan data yang didapatkan, pada penelitian ini digunakan teknik triangulasi data. Triangulasi data menggunakan beragam sumber data yang tersedia, data yang sama dapat diketahui kebenarannya bila didapatkan dari beberapa sumber data yang berbeda. Triangulasi sumber atau data yang memanfaatkan jenis sumber data yang berbeda-beda untuk menggali data yang sejenis. Dengan cara menggali data dari sumber yang berbeda-beda dan juga teknik pengumpulan data yang berbeda bisa teruji kebenarannya (Sutopo.2012:78).

Pada teknik pengumpulan keabsahan data, peneliti menggali data yang sama dari narasumber yang berbeda. Adapun narasumber dari penelitian ini adalah kepala dinas Pariwisata, perwakilan dari dinas Kebudayaan yang bertugas melakukan pencatatan mengenai benda-benda dan tarian bersejarah yang dimiliki kabupaten Karangasem. Narasumber dari penelitian ini juga meliputi pengelola museum, tokoh masyarakat yang meliputi kepala desa Griyana dan sekretaris desa. Pengumpulan data yang sama dari narasumber berbeda bertujuan untuk



memverifikasi keakuratan dari data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa banyak wisatawan yang datang ke daerah Karangasem khususnya ke desa Geriyana untuk menyaksikan tarian Sang Hyang Dedari, tentu ini merupakan salah satu bentuk daya tarik wisatawan berbasis budaya lokal yang sedang berkembang. Di Desa Geriyana Kecamatan Selat Kabupaten Karangasem bahkan sudah diresmikan sebuah museum Sang Hyang Dedari pada tanggal 12 November 2019 dengan nama Museum Sang Hyang Dedari Giri Amertha. Museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta dibangun oleh Universitas Indonesia bersama masyarakat desa Geriyana Kauh sebagai bentuk penghormatan kepada tarian sakral Sang Hyang Dedari.

Dalam museum ditampilkan video sejarah Tarian Sang Hyang Dedari, alat pertanian serta berbagai perlengkapan yang digunakan dalam pementasan tarian Sang Hyang Dedari. Tarian Sanghyang Dedari sendiri merupakan sebuah tarian yang diperuntukkan untuk pemujaan Dewi Sri, dimana Dewi Sri merupakan lambang kemakmuran. Tarian Sang Hyang Dedari juga dipercaya sebagai penangkal hama yang menyerang pertanian, dan dipentaskan di perempatan desa adat setempat. Penari dalam tarian ini adalah anak-anak yang sudah tanggal gigi namun belum memasuki masa remaja (akil balik). Berbeda dengan tarian lainnya, tarian ini tidak diiringi dengan gambelan dalam pementasannya namun hanya diiringi dengan nyanyian yang dinyanyikan oleh warga desa. Selama lagu masih dinyanyikan maka para penari yang sudah dirasuki roh suci akan terus menari secara tidak sadar.

Tarian ini diyakini akan membawa panen padi yang berhasil untuk itu akan terus dipentaskan setiap tahunnya. Tarian Sang Hyang Dedari tidak diperkenalkan untuk ditarikan selain di hari suci Purnama Kedasa sehingga bagi wisatawan yang hendak menonton harus datang pada bulan April disetiap tahunnya. Berdasarkan

penjabaran mengenai tarian Sang Hyang Dedari maka tarian Sang Hyang Dedari dapat dikatakan sebagai kearifan lokal, menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 kearifan lokal merupakan sebuah nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat antara lain untuk melindungi dan mengolah lingkungan hidup secara lestari.

Dari dinas kebudayaan sendiri awal mulanya hanya membantu melakukan pendataan dan pencatatan mengenai Tarian Sang Hyang Dedari dimana pencatatan juga dilakukan hingga ke Kementerian Kebudayaan dan tercatat pula sebagai Warisan Dunia Tak Benda oleh Organisasi Kebudayaan, Pendidikan, dan Ilmu Pengetahuan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO). Hal serupa diungkapkan oleh bagian pencatatan benda bersejarah dari Dinas Kebudayaan Kabupaten Karangasem yang mengatakan bahwa “kami membantu proses pencatatan agar terdaftar di pusat kemudian dari kementerian membantu pencatatan hingga ke Unesco”. Hal serupa juga diungkapkan oleh Kepala Dinas Pariwisata yang mengatakan bahwa “untuk pencatatan dilakukan oleh Dinas kebudayaan, kami dari dinas pariwisata tentu membantu dan mendukung masyarakat desa Geriyana yang ingin memperkenalkan tarian Sang Hyang Dedari ini kepada khalayak luas, dari dinas Pariwisata membantu pencatatan museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta sebagai destinasi pariwisata baru yang dimiliki oleh kabupaten Karangasem”.

Viralnya tarian Sang Hyang Dedari tidak terlepas dari peran *new media* dalam turut mempromosikan tarian itu sendiri, dimana memang muncul keinginan dari pihak masyarakat adat yang ingin memperkenalkan tarian Sang Hyang Dedari kepada masyarakat luas. Hal serupa diungkapkan oleh Kepala Desa Geriyana yang mengatakan bahwa “memang masyarakat kami yang ingin memperkenalkan tarian ini kepada khalayak luas, untuk itu kami sejak beberapa tahun lalu sangat gencar melakukan promosi agar tarian ini dikenal oleh masyarakat luas. Pihak yang membantu kami adalah UI yang awalnya penelitian disini

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



kemudian membantu kami untuk mempromosikan tarian Sang Hyang Dedari ini”. Tidak hanya pernyataan kepada desa, hal serupa juga diungkapkan oleh pengelola museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta yang menyatakan bahwa “memang masyarakat sangat antusias dalam memperkenalkan tarian ini ke publik, kami sangat terbantu oleh pihak UI yang datang dan memberikan dukungan kepada kami hingga kami bisa memiliki museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta tahun ini. Pihak masyarakat aktif mengundang media-media online seperti media Nusa Bali, iNews tv, Bali Tv dan dibantu pula oleh akun youtube perorangan untuk mempublish keberadaan museum dan memperkenalkan tarian Sang Hyang Dedari”.

Tarian Sang Hyang Dedari dikenal pula oleh khalayak luas dikarenakan banyaknya akademisi yang datang untuk meneliti tarian Sang Hyang Dedari dan kemudian mempublikasikannya kedalam sebuah tulisan berupa jurnal ilmiah. Berdasarkan hasil observasi lapangan, wisatawan mengaku mendapatkan informasi terkait dengan tarian Sang Hyang Dedari dari media internet seperti youtube karena media ini merupakan media yang mudah diakses dari berbagai belahan dunia, hal tersebut serupa dengan manfaat media baru yang di kemukakan dalam Efendy, Astuti dan Rahayu (2017:13) dimana media baru memudahkan seseorang memperoleh suatu hal yang diinginkan seperti arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja, kapan saja. Sehingga penggunaan youtube sebagai salah satu bentuk media baru juga merupakan media komunikasi yang efisien. Unggahan yang ada di youtube memang sudah mendapatkan izin dari pihak desa adat dan masyarakat desa yang memang berkeinginan memperkenalkan tarian Sanghyang sebagai warisan leluhur kepada khalayak luas sehingga ketika peresmian Museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta, pihak masyarakat turut mengundang beberapa media online pula untuk meliput opening museum.

Unggahan yang ada di youtube memang sudah mendapatkan izin dari pihak desa adat dan masyarakat desa yang memang berkeinginan

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

memperkenalkan tarian Sanghyang sebagai warisan leluhur tersebut kepada khalayak luas sehingga ketika peresmian Museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta, pihak masyarakat turut mengundang beberapa media online pula untuk meliput opening museum untuk kemudian memeperkenalkannya kepada khalayak luas. Pemilihan media online sendiri dilakukan karena kemampuannya menjangkau khalayak luas daripada media konvensional, hal tersebut sesuai dengan sifat dari media baru yang tercantum dalam McQuails (2011:151) yang menyatakan bahwa media baru memungkinkan terjadinya percakapan antar banyak pihak dan menyediakan kontak global secara instan.

Adapun akun youtube yang turut mengunggah tarian Sang Hyang Dedari adalah akun atas nama Tony GWilliam dengan viewers sebanyak 109.000, akun atas nama Rais Abduh dengan viewers sebanyak 78.000, akun Yong Sagita dengan viewers sebanyak 171.000, akun My Bali dengan viewers sebanyak 1.900, dan masih banyak akun personal lainnya. Sementara itu akun media yang turut mengunggah tarian Sang Hyang Dedari terdiri dari akun news Bali Tv dengan viewers sebanyak 1.200, ANTV Official dengan viewers sebanyak 23.000, akun Budaya Tradisi Nusantara dengan viewers sebanyak 25.000, akun Seameospafa dengan viewers sebanyak 16.000, akun inews Bali dengan viewers sebanyak 236, dan kompas tv dengan viewers sebanyak 4.100.

Dalam keberhasilan memviralkan tarian Sang Hyang Dedari yang dilakukan oleh masyarakat adat melalui media internet tentu ini merupakan implementasi dari tujuan promosi yakni memodifikasi tingkah laku orang lain dimana berusaha merubah tingkah laku dan pendapat orang lain (Tasruddin,2015:111). Hal tersebut sesuai dengan tujuan dari masyarakat adat Griyana bahwa pihak masyarakat adat berkeinginan memperkenalkan tarian Sang Hyang Dedari kepada khalayak luas termasuk pula kepada wisatawan, tentu hal ini mengandung pola interaksi yang bertujuan untuk memodifikasi tingkah laku orang lain agar datang untuk menyaksikan tarian Sang Hyang Dedari dan



datang berkunjung untuk melihat museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta. Tidak hanya memofikasi tingkah laku, bentuk promosi yang dilakukan termasuk pula membujuk, dimana segala informasi yang dihadirkan melalui youtube, dan portal media online juga bersifat membujuk atau mempersuasi dimana informasi ditampilkan lengkap dengan visual dan audio sehingga bentuk promosi juga bersifat membujuk dengan memberi pengaruh dalam waktu lama yang menysar kepada khalayak umum agar datang mengunjungi museum dan menyaksikan tarian Sang Hyang Dedari.

Banyaknya masyarakat luas yang hadir berkunjung ke museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta serta datang untuk menyaksikan tarian Sang Hyang Dedari tentu ini merupakan salah satu bentuk pariwisata budaya, dimana pariwisata budaya merupakan kunjungan orang dari luar destinasi yang didorong oleh ketertarikan pada objek-objek atau peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan dan gaya hidup yang dimiliki oleh kelompok, masyarakat, daerah ataupun lembaga (Damanik (2013:118). Tarian Sang Hyang Dedari yang merupakan warisan budaya desa Griyana juga memenuhi unsur pariwisata budaya yang dikemukakan oleh Kristiningrum (2014:47) yang menyatakan bahwa pariwisata budaya adalah wisata yang didalamnya terdapat aspek/nilai budaya mengenai adat istiadat masyarakat, tradisi keagamaan dan warisan budaya suatu daerah.

Tarian Sang Hyang Dedari yang ditujukan sebagai ritual suci untuk mengusir hama pertanian dan dipercaya sebagai tarian pengusir hama merupakan tarian yang wajib ditarikan setiap tahunnya merupakan tarian tradisional yang diiringi dengan nyanyian yang bersifat sakral merupakan implementasi dari aspek pariwisata budaya. Objek pariwisata budaya memiliki aspek upacara kelahiran, tarian-tarian tradisional, music tradisional, museum sejaran dan budaya serta adat istiadat lainnya.

Tarian Sang Hyang Dedari yang ditujukan sebagai ritual suci untuk mengusir hama pertanian dan dipercaya sebagai tarian pengusir hama merupakan tarian yang wajib ditarikan setiap tahunnya merupakan tarian tradisional yang

diiringi dengan nyanyian yang bersifat sakral merupakan implementasi dari aspek pariwisata budaya, yang mana dalam hal ini pariwisata budaya memiliki aspek upacara kelahiran, tarian-tarian tradisional, music tradisional, museum sejaran dan budaya serta adat istiadat lainnya.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan *new media* secara sengaja dipilih sebagai media promosi pariwisata budaya dengan tujuan untuk menyebarkan informais secara global dan instan yang menjangkau khalayak luas untuk mempromosikan pariwisata budaya berupa Tarian Sang Hyang Dedari dan Museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta. New media yang dipilih adalah dalam bentuk youtube dan internet melalui portal media online dengan tujuan membujuk dan memodifikasi tingkah laku orang lain agar datang ke desa Griyana untuk mengunjungi Museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta serta menyaksikan secara langsung tarian Sang Hyang Dedari. Penggunaan new media dirasa sudah efektif dikarenakan tarian Sang Hyang Dedari kini sudah diteliti oleh banyak akademisi serta banyaknya pengunjung yang hadir ke desa Griyana untuk mengunjungi museum Sang Hyang Dedari Giri Amerta. Hal tersebut sesuai dengan manfaat dari media baru sendiri yakni memberikan arus informasi yang dapat diakses dengan mudah dan cepat, media baru sebagai media hiburan serta manfaat media baru sebagai media komunikasi yang efisien.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan kali ini, ijinan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu hingga penelitian ini dapat terlaksana:

1. Kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Undiknas Denpasar.
2. Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem.
3. Dinas Kebudayaan Kabupaten Karangasem.



4. Pengelola Museum Sang Hyang Dedari Giri Amertha.
 5. Kepala Desa Griyana Kabupaten Karangasem.
 6. Sekretaris Desa Griyana Kabupaten Karangasem.
 7. Dewan editor Jurnal Komunikasi Pembangunan IPB.
 8. Panitia Seminar Untag Surabaya.
 9. Seluruh tim penulis dan
 10. Seluruh tim Student Affairs and Alumni Undiknas (SALUT Team).
- [10] Kristiningrum, Nur Dwi. 2014. Heritage Tourism dan Creative Tourism : Eksistensi Pasar Seni (Central market) di Malaysia sebagai salah satu pasar bersejarah. *Jurnal Hubungan Internasional* tahun VII, No.1 Januari-Juni 2014.
 - [11] Kristanto, V. H. (2018). Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI). Yogyakarta: CV Budi Utama.
 - [12] Mc Kercher B, du Cros H. 2002. *Cultural Tourism: Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Press, Binghamton, NY.
 - [13] McQuails Denis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. 2011.
 - [14] Nasiwan, dkk. 2012 *Hak Asasi Manusia-Hakekat, Konsep & Implikasinya dalam Perspektif Hukum & Masyarakat*.: PT Refika Aditama, cetakan ketiga. Bandung.
 - [15] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.
 - [16] Permana Rangga Saptya Mohamad, Mahameruaji Jimi Naratoma. 2019. Strategi Pemanfaatan Media Baru Net Tv. Universitas Padjajaran Bandung. 2019.
 - [17] Puspita Yesi. *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay*. Universitas Andalas. 2015.
 - [18] Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara. 1995.
 - [19] Semiawan, C. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya. Jakarta: Grasindo.
 - [20] Siregar Ellanda Amdarini Siregar. *Perbandingan Media Konvensional dan New Media terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi*. Universitas Sumatera Utara. 2014.
 - [21] Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press. 2012.
 - [22] Tasruddin Ramsiah. *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*. Makassar: UIN Alaudin. 2015.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asriady, I. (2016). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng. Skripsi (Tidak Diterbitkan). Makassar: UNHAS
- [2] Bogdan dan Taylor. 1975. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya
- [3] Bungin Burhan. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2004.
- [4] Damanik, Phil Janianton. 2013. Pariwisata Indonesia : *Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [5] Effendi Agus, Astuti Puwani Indri, Rahayu Nuryani Tri. *Analisis Pengaruh Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial anak di Kabupaten Sukoharjo*. Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo. 2017.
- [6] Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- [7] Hamidi. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press. 2010.
- [8] Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). At-Taqaddum .
- [9] Hedynata Marceline Livia, Radianto Wirawan E.D. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack*. Universitas Ciputra. 2016.



-
- [23] Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- [24] Wahono, Tri. (2015, Desember 3). Ini 9 Tari Bali yang Ditetapkan UNESCO Jadi Warisan Budaya Dunia Tak Benda, retrieved from <https://regional.kompas.com>.
- [25] Warpindyastuti Lady Diana, Sulistyawati Meiva Eka Siri. 2018. Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Prmosi Pada MIN 18 Jakarta. AMIK BSI Bekasi.
- [26] Yusuf, A. M. (2014). Kuantitatif, Kualitatif, & Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.