KEASLIAN: DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI MATA PEMUDA SUKU BADUY

[Authenticity: The Cultural Attraction in The Eyes of Youth of Baduy Tribes]

Dhanik Puspita Sari¹, Jajang Gunawijaya², Nurbaeti³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, puspitasaridhanik@gmail.com

²Antropolog Universitas Indonesia, j_gunawijaya@yahoo.com

³Institut Pariwisata Trisakti, nurbaeti@stptrisakti.ac.id

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima
20 Oktober 2023

Disetujui
16 November 2023

Tersedia Secara
Online
30 Desember 2023

In cultural tourism, authenticity is one of the main elements that attract tourists to come and visit. The Baduy Luar tribe still holds firm to its culture and customs. However, it cannot be denied that the presence of social interaction between the Outer Baduy tribe and the tourists will cause a cultural shift, which in this case is acculturation that occurs among the youth of the Outer Baduy tribe. This research was conducted to find out the extent of the authenticity of the culture of the outer Baduy tribe and the preservation that will continue to be done by the youth of the outer Baduy tribe. The method used is a qualitative descriptive method with a case study analysis method, using purposive sampling to determine the response with the leader of the Luar Baduy tribe (Jaro) also the youth of the outer Baduy tribe. The results found that the youth of Baduy Luar have an understanding of the importance of cultural authenticity as an attraction for cultural tourism, they are also happy with the presence of tourists who come because it has an economic impact.

Keywords: authenticity, tourist attraction, acculturation, cultural preservation.

ABSTRAK

Dalam wisata budaya, keaslian merupakan salah satu unsur utama yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang dan berkunjung. Suku Baduy Luar dikenal masih memegang teguh budaya dan adat istiadat yang dimilikinya. Namun demikian tidak dapat dipungkiri hadirnya interaksi sosial yang terjadi antara suku Baduy Luar luar dengan para wisatawan akan menimbulkan pergeseran budaya yang dalam hal ini adalah akulturasi yang terjadi pada pemuda suku Baduy Luar. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keaslian budaya suku Baduy Luar serta pelestarian yang akan terus dilakukan oleh pemuda suku Baduy Luar. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan metode analiais studi kasus dimana penentuan narasumber menggunakan *purposive sampling* dengan ketua suku Baduy Luar (Jaro) dan juga pemuda suku Baduy Luar sebagai narasumber yang dipilih. Hasil yang didapatkan menemukan bahwa pemuda Baduy Luar memiliki pemahaman akan pentingnya keaslian budaya sebagai daya tarik wisata budaya, mereka juga senang dengan hadirnya wisatawan yang datang karena memberikan dampak ekonomi.

Kata Kunci: keaslian, daya tarik wisata, akulturasi, pelestarian budaya.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Portofolio produk pariwisata tertinggi yang paling banyak dicari oleh wisatawan adalah berupa produk wisata budaya yaitu sebesar 60% dari total keseluruhan produk wisata yang ada di Indonesia (Kemenpar, 2016). Pariwisata juga berkontribusi langsung terhadap pendapatan suatu daerah (Sari, 2018) sehingga pengembangan pariwisata pedesaan dirasakan sangat penting (Sari, 2022). Hal ini tentunya tidak lepas dari segala modernisasi yang ada, membuat banyak wisatawan mencari sesuatu yang asli, yang amat berbeda dari apa yang mereka lihat dan alami sehari-hari sehingga mereka mendapatkan pengalaman yang berbeda. Wisatawan cenderung merasa nyaman di lingkungan yang masih asri dan asli serta nyata (Ram et al., 2016).

Suku Baduy Luar yang bermukim di kaki pegunungan Kendeng di Desa Kanekes, Kecamatan Lewidamar, Kabupaten Lebak, Banten - Jawa Barat terkenal dengan keberadaan sukunya yang masih memegang teguh keaslian adat istiadat dan budaya leluhur yang dimilikinya. Hidup dengan bersahaja dan berdampingan dengan alam yang minim penggunaan peralatan modern merupakan daya tarik wisata budaya utama yang menjadikan wisatawan rela mengunjungi suku ini yang berada pada bagian ujung kulon pulau Jawa.

Minat wisatawan dalam melakukan kegiatan perjalanan ke situs warisan alam dan budaya dengan dalam upaya untuk mencari keaslian (authenticity) dimana kedatangan wisatawan pada suatu daerah akan memicu pertumbuhan industri dan juga ekonomi setempat (Ramkissoon & Uysal, 2010). Banyaknya wisatawan yang datang tentunya akan membentuk suatu interaksi antara tuan rumah yaitu suku Baduy luar dengan tamu (wisatawan). Kegiatan wisata budaya yang di lakukanpun berupa wisata lambat, yakni wisata dengan tujuan untuk dapat menikmati dan bersatu dengan masyarakat sekitar tanpa dibatasi dengan waktu yang terburu-buru (Sari, 2022). Hal ini akan mengakibatkan bertemunya dua kebudayaan yang berbeda antara satu dan lainnya, yang tidak dapat dipungkiri pada saat ini telah terjadi pergeseran budaya yang ada di Baduy Luar yang dapat dilihat dengan jelas pada suku Baduy luar. Banyak pemuda Baduy Luar dalam memutuskan untuk menetap di Baduy luar karena berbagai macam alasan, seperti kemudahan cara hidup, dalam aksesibilitas serta kemudahan dalam melakukan kegiatan jual beli serta perputaran ekonomi. Lambat laun bila hal ini terus terjadi, maka bukan tidak mungkin keaslian budaya yang ada perlahan menghilang.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian artikel ini akan membahas daya tarik wisata budaya suku Baduy Luar dimata pemuda Baduy Luar luar. Sejauh mana pemahaman dan juga kesadaran bahwa daya tarik wisata budaya yang membuat wisatawan datang dan berkunjung ke Baduy Luar adalah keaslian (authenticity) budayanya. Serta bagaimana pandangan pemuda Baduy Luar dalam melihat budaya sebagai daya tarik wisata yang harus terus dipertahankan ditengah arus akulturasi yang ada. Keaslian budaya merupakan salah satu daya tarik utama bagi wisatawan untuk datang berkunjung ke Baduy Luar, namun demikian pertemuan antara masyarakat suku Baduy Luar dan wisatawan sedikit banyak telah merubah budaya dan perilaku pemuda suku Baduy Luar.

Untuk itu, penelitian perlu untuk dilakukan guna mengetahui daya tarik budaya asli suku Baduy Luar yang banyak dicari oleh wisatawan di mata pemuda Baduy Luar, kesadaran pemuda suku Baduy Luar akan keaslian sebagai daya tarik wisata budaya suku Baduy Luar, tanggapan dan harapan pemuda suku Baduy Luar akan banyaknya wisatawan yang berkunjung, serta tindakan pelestarian apa saja yang dilakukan oleh pemuda suku Baduy Luar dalam melestarikan keaslian budaya sebagai daya tarik wisata. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana daya tarik wisata budaya dimata Pemuda Baduy dan juga bentuk pelestarian budaya yang dilakukan.

KAJIAN LITERATUR

a. Daya Tarik Wisata

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Sari, 2017) Suatu destinasi menarik wisatawan karena adanya keunikan, keindahan, kekayaan alam, budaya, dan atraksi wisata (Aprilia et al, 2017). Adapun komponen dari daya tarik wisata adalah atraksi, aksesibilitas, amenitas dan ansilari (Cooper et al dalam Rindani 2016). Adapun persyaratan suatu daya tarik wisata adalah what to see (apa yang dapat di lihat), what to do (apa yang dapat dilakukan), what to buy (apa yang dapat di beli) (Muksin, 2016), sehingga wisatawan bersedia untuk datang berkunjung, karena tanpa adanya daya tarik wisata maka tidak akan ada wisatawan yang datang (Sari, 2018). Suatu daerah dapat dikatakan memiliki daya tarik wisata apabila memiliki sifat: keunikan, keaslian, kelangkaan, menumbuhkan semangat (Muksin, 2017).

b. Keaslian (*Authenticity*)

Konsep otentisitas atau keaslian mulai diperkenalkan pertama kali pada studi sosiologis tentang motivasi dan pengalaman dengan mengacu pada interaksi jujur antara hubungan manusia dalam masyarakat primitif yang hidup terbuka untuk semua orang lain tanpa khawatir tentang melindungi keaslian hidup mereka. Namun demikian konsep keaslian ini mendapat penolakan ditahun-tahun mendatang. Dalam kegiatan pariwisata, keaslian memiliki peranan yang besar dalam mendatangkan wisatawan ke suatu daerah, terutama bagi wisata alam, budaya dan cagar budaya.

Terdapat empat dimensi keaslian (Waller & Lea, 1999 dalam Karagöz & Uysal, 2022) sebagai penentu wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata, pertama wisatawan berpendapat bahwa semakin banyak kontak langsung dengan budaya pada suatu destinasi, maka semakin besar keaslian yang didapatkan dan dirasakan. Kedua, semakin sedikit pengunjung yang datang kesuatu destinasi maka semakin tinggi keaslian yang didapatkan dan dirasakan. Ketiga, semakin sedikit pihak yang turut serta dalam perjalanan yang dilakukan maka semakin besar keaslian yang akan dirasakan pada suatu destinasi, dan terakhir erat kaitannya dengan tingkat kesesuaian iklim, budaya dan lanskap. Semakin sesuai, maka semakin tinggi keaslian yang didapatkan.

Keaslian erat kaitannya dengan keunikan. Semakin unik suatu destinasi, maka semakin tinggi tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung. Kebutuhan individu akan suatu keunikan merupakan suatu struktur psikologis yang diperhitungkan oleh seseorang yang mencerminkan ciri dari kepribadian yang dimilikinya (Karagöz & Uysal, 2022). Pada saat seseorang memiliki kebutuhan untuk mendapatkan keunikan, maka mereka akan mencari produk dan juga pelayanan sebagai suatu pencapaian yang ingin didapatkannya. Tentunya, tingkat keunikan yang diinginkan oleh seseorang berbeda beda antara satu dan lainnya. Kebutuhan suatu konsumen akan keunikan (consumer needs of uniqueness) adalah berupa pilihan kreatif, pilihan yang tidak populer dan juga penghindaran kesamaan (Karagöz & Uysal, 2022; Ruvio et al., 2008; K. T. Tian et al., 2001; K. T. Tian & McKenzie, 2001).

Beberapa penelitian mengenai keunikan dalam pariwisata telah dilakukan (Karagöz & Uysal, 2022; D. Tian et al., 2020; Zhang et al., 2018), keunikan tidak ditujukan bagi wisatawan backpacker. Karena yang backpacker lakukan walaupun selalu berada dekat dengan masyarakat lokal namun dikarenakan keterpaksaan keadaan, dan bukan menjadi suatu tujuan utama mereka dalam berwisata. Keunikan yang dicari oleh wisatawan lebih merujuk kepada keterlibatan wisatawan dalam keunikan dan pengalaman (Rickly-Boyd, 2012) yang dicari dalam melakukan perjalanan dalam rangkaian perjalanan wisata untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat asli, objek atau situs tertentu, juga gagasan dan pengalaman.

c. Akulturasi

Akulturasi adalah perubahan psikologis dan perilaku yang muncul pada suatu individu sebagai hasil kontak berkelanjutan dengan budaya lainnya. Dalam teori akulturasi (J. W. Berry, 2013) individu akan mengalami akulturasi psikologis ketika bersentuhan dengan budaya yang berbeda, tergantung dari persepsi mereka akan budaya yang dimilikinya dan penerimaan mereka terhadap budaya luar yang datang. Akulturasi akan menentukan seberapa baik masyarakat asli secara psikologis dan sosiokultural dalam menghadapi tantangan pertemuan perbedaan kebudayaan yang terjadi.

Dalam menghadapi akulturasi, beberapa strategi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut (J. W. Berry, 2013; Kim & Kim, 2019) asimilasi, integrasi, marginalisasi dan pemisahan. Sangat penting untuk mengetahui bagaimana tanggapan tuan rumah dalam hal ini adalah masyarakat Baduy Luar terhadap berbagai macam budaya yang dibawa oleh wisatawan yang datang dan berkunjung ke Baduy Luar. Kecepatan dalam menyesuaikan dengan budaya yang datang tentunya dipengaruhi oleh sikap dan juga penerimaan dari masyarakat yang dalam hal ini adalah para pemuda Baduy Luar itu sendiri sebagai ujung tombak pelestarian kebudayaan Baduy Luar kedepannya. Jika pemuda Baduy Luar adalah individu sosiosentris dari budaya sosiosentris dan dikelilingi oleh individu-individu sosiosentris, maka akulturasi akan jauh lebih mudah.

Akulturasi adalah proses dimana seorang individu terbiasa dengan budaya baru pada sejumlah bidang atau budayanya (Bhugra et al., 2021). Budaya adalah cara hidup dan terdiri dari berbagai perilaku dan nilai-nilai yang ditransmisikan melalui generasi. Kebudayaan dapat dikonseptualisasikan sebagai seperangkat pola perilaku dan gaya hidup yang unik bersama oleh sekelompok orang dengan totalitas pengetahuan, adat istiadat, kepercayaan, nilai dan norma yang membentuk perilaku dan tanggapan dan terlihat secara luas dengan makna bersama dalam kelompok (Bhugra et al., 2021).

Kelompok yang ada dalam akulturasi terbagi menjadi dua karakteristik yaitu berdasarkan tingkat dan durasi kontak budaya yang dilakukan (J. Berry & Sam, 2016) tentu saja tidak semua budaya dapat diterima kedalam budaya lainnya. Yang pasti, dalam akulturasi, masyarakat lokal harus terlebih dahulu sadar akan siapa dirinya. Hal ini erat kaitannya dengan budaya dan warisan budayanya. Faktor mikro seperti jenis kelamin, ras, kelas sosial, agama, usia, orientasi seksual akan menjadi bagian dari modal budaya karena sikap terhadap semua identitas ini akan dipengaruhi oleh budaya dimana seorang individu lahir dan hidup (Bhugra et al., 2021).

d. Pelestarian (*preservation*)

Budaya adalah segala sesuatu hasil cipta, rasa dan karsa manusia (Koentjaraningrat, 1984) yang membentuk masyarakat yang merupakan kekayaan bangsa yang harus terus dijaga demi kepentingan nasional dan juga sebagai jati diri bangsa yang bangga akan asal muasalnya. Pemanfaatan budaya bagi tujuan komersial seperti untuk tujuan pemenuhan kebutuhan wisata para wisatawan tentunya menjadi. Wisatawan akan datang bila disuatu daerah terdapat sesuatu yang dapat menarik minat mereka untuk datang, melihat dan melakukan suatu aktivitas (Sari, 2019). Datangnya wisatawan ke Baduy Luar sedikit banyak akan mempengaruhi budaya yang dimilikinya dan merubah masyarakat didalamnya.

Pelestarian budaya adalah suatu sistem yang besar yang saling berhubungan dengan berbagaimacam komponen yang berhubungan dengan subsistem kehidupan masyarakat. Pelestarian kebudayaan telah dituangkan juga pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 39 Tahun 2007 tentang Pedoman Fasilitasi Organisasi Kemasyarakatan Bidang Kebudayaan (PP No.39 Tahun 2007) yang juga di perkuat dengan Peraturan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Kebudayaan Dan Pariwisata No.42 dan No.40 tahun 2009 tentang Pedoman Pelestarian Kebudayaan (Peraturan Bersama No 42 dan No 40 Tahun 2009).

Studi mengenai partisipasi aktif dalam pelestarian budaya masih sangat sedikit dilakukan (Aritenang et al., 2021). Pelestarian budaya tentunya melibatkan masyarakat asli karena memang budaya merekalah yang menjadi pusat pelestarian agar tidak terjadi pergeseran budaya karena pengaruh budaya asing yang datang. Semakin besar keterlibatan masyarakat asli setempat makin semakin kompleks pendekatan yang harus dilakukan (Sarkissian et al., 2010) dan salah satu metode yang paling umum adalah dengan menggunakan pendekatan metode partisipatif (Keeton et al., 2021). Pariwisata dapat membuat masyarakat yang merupakan komunitas juga dapat melestarikan budaya

yang dimilikinya namun juga menciptakan peluang kewirausahaan sebagai peluang mata pencaharian namun juga memperkuat identitas budaya mereka dan mendukung pendapatan mereka secara bersamaan (Ghahramani et al., 2020). Hal yang sama diharapkan dapat pula dilakukan di Baduy Luar ini, dimana aktivitas wisata yang ada diharapkan dapat menjadi pendukung ekonomi masyarakat setempat namun juga menjadi penguat akan identitas dan budaya asli yang dimilikinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Baduy luar, dikaki pegunungan Kendeng di Desa Kanekes, Kecamatan Lewidamar, Kabupaten Lebak, Banten - Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data kualitatif meliputi keterangan, pendapat, ide, ungkapan, kesan, harapan, pujian, dan kritik yang berasal dari para pemuda dan pemangku adat Baduy untuk dapat memperoleh gambaran yang holistik mengenai kegiatan keaslian sebagai daya tarik wisata budaya dimata pemuda Baduy luar. Data primer yang berasal dari para narasumber dengan yang dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemuda suku Baduy luar yakni Itoh Marsela dan suami serta kepala adat (Jaro) Baduy Luar yaitu bapak Saija. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan penelusuran pustaka.

Teknik yang digunakan untuk menganalisis adalah teknik deskriptif, yaitu seluruh data yang terkumpul dianalisis dan dicari benang merahnya dengan teori-teori yang tersedia sehingga dapat menginterpretasikan dan menarik kesimpulan berdasarkan uraian jawaban yang diberikan oleh narasumber. Analisis obyek penelitian yaitu keaslian, daya tarik wisata budaya dan pelestarian yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Wisata budaya daya tarik budaya asli suku Baduy luar yang banyak dicari oleh wisatawan.

Daya tarik dalam lingkup pariwisata berisikan sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), dilakukan (*something to do*) dan dibeli (*something to buy*) oleh wisatawan yang datang berkunjung. Dalam hal ini yang ingin dilihat oleh wisatawan yang berkunjung ke Baduy Luar utamanya adalah masyarakat asli Baduy Luar itu sendiri dengan kehijauan dan keasrian lingkungan yang dimilikinya. Cara hidup, kebiasaan, adat istiadat, makanan khas adalah segala sesuatu yang ingin dilihat dan diketahui yang merupakan daya tarik serta alasan wisatawan berkunjung. Selain melihat, wisatawan, juga ingin merasakan, bersosialisasi, berkomunikasi, berfoto dengan masyarakat yang ada. Utami (2023), dalam penelitiannya mengutarakan bahwa bentuk wisata yang ada di Baudy adalah wisata kebudayaan yang menampilkan ketradisionalannya yang berupa pengalaman sebagai hasil dari kegiatan wisata yang dilakukan.

Menikmati keindahan, keasrian lingkungan yang masih terjaga dengan baik, serta hijaunya tumbuhan yang memanjakan pemandangan mata wisatawan. Disamping itu, wisatawan juga dapat melakukan kegiatan trekking menelusuri perkampungan Baduy Luar berdasarkan rute yang telah ditentukan sebelumnya. Tidak lupa pula, tentunya menikmati kudapan ataupun sajian makanan khas yang dimiliki oleh suku Baduy Luar merupakan kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan. Sebagai cinderamata ataupun buah tangan banyak sekali produk lokal yang dapat dibeli oleh wisatawan mulai dari minuman kesehatan, madu, topi, tas, pernak-pernik aksesoris yang merepresentasikan identitas masyarakat suku Baduy Luar, termasuk kain tenun yang ditenun secara manual oleh para wanita suku Baduy Luar. Hasil penelitian yang didapatkan sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Priyombodo, Wasan and Nugraha (2022) bahwa yang menarik wisatawan untuk datang ke Baudy adalah berupa kehidupan sosial, kehidupan ekonomi dan kehidupan adat dan budaya.

b. Kesadaran pemuda suku Baduy Luar akan otentisitas sebagai daya tarik wisata budaya suku Baduy Luar.

Pemuda suku Baduy Luar sekarang ini amat sangat paham bahwa banyaknya wisatawan yang berkunjung adalah karena ingin melihat budaya, adat istiadat, kebiasaan, dan juga cara hidup mereka

yang masih asli dan berpegang teguh pada ajaran nenek moyang yang diturunkan kepada mereka secara turun temurun. Mereka sadar bahwa budaya yang sampai saat ini mereka tetap pegang teguh dan jalankan menjadi sesuatu yang menarik orang untuk datang dan melihatnya. Utami (2023) menyatakan bahwa keunikan dan kerifan lokal yang masih sangat tradisional tanpa adanya moderenisasi menimbulkan kesan dan pengalaman tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung sehingga selalu terkenang dan menjadi pendorong niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Pemuda suku Baduy juga memiliki kesadaran bahwa banyaknya orang dengan berbagai macam budaya tentunya akan mempengaruhi budaya dan kebiasaan suku Baduy Luar, oleh karena itu maka peran Jaro (pemimpin suku) dirasakan amat penting untuk terus dapat menjaga budaya dan juga kebiasaan leluhur yang harus terus dipertahankan. Hal serupa juga diutarakan oleh

Jaro inilah yang menjadi pemimpin yang akan memutuskan dan juga memastikan bahwa semua masyarakatnya terutama pemuda suku Baduy Luar terus mempertahankan budaya dan kebiasaan leluhur, serta berjalan sebagaimana mestinya. Seminim mungkin mengurangi kemungkinan pergeseran budaya untuk menjaga keaslian budaya leluhur. Peranan Jaro tentunya memiliki pengaruh yang sangat besar di mata para pemuda suku Baduy Luar dalam melestarikan keaslian budaya dan kebiasaan demi keberlangsungan suku Baduy Luar. Peran penting Jaro juga diutarakan oleh Rostiyana, Rodiati dan Septiani, (2023) yang menjelaskan peranan penting Jaro dalam upaya pelestarian keaslian budaya Suku Baduy Luar.

c. Tanggapan dan harapan pemuda suku Baduy akan banyaknya wisatawan yang berkunjung.

Hadirnya wisatawan yang merupakan orang asing yang berasal dari luar suku Baduy Luar yang datang dan berkunjung tentunya baik secara langsung ataupun tidak langsung akan mempengaruhi kebiasaan dan juga perilaku dari masyarakat suku Baduy Luar, terutama pada pemuda. Hadirnya wisatawan dirasakan memberikan dampak ekonomi positif bagi para pemuda suku Baduy Luar. Mereka bisa mendapatkan uang untuk membeli berbagai macam kebutuhan hidup karena hadirnya wisatawan yang datang. Anak-anak suku Baduy Luar tidak diperbolehkan untuk mendapatkan pendidikan formal di sekolah-sekolah formal. Hal ini tentunya menjadikan penghalang apabila dikemudian hari mereka ingin bekerja disektor formal ataupun mencari pekerjaan yang mengharuskan untuk dapat melampirkan ijazah. Bagi masyarakat suku Baduy Luar, mata pencaharian ataupun pekerjaan utama adalah bertani dimana hasil yang didapatkan tidak dapat dipanen setiap waktu.

Kehadiran wisatawan juga memberikan peluang bagi para pemuda untuk dapat meningkatkan perekonomiannya dengan berbagai macam cara. Mulai dari menyediakan jasa bagi pemenuhan kebutuhan berwisata seperti menjadi pemandu wisata, penyediaan makan dan minum bagi wisatawan, hingga penjualan produk kerajinan lokal seperti topi, gelang, madu, aksesoris ikat kepala, berbagai macam minuman kesehatan, gula merah, kerajinan gelas bambu, hingga tenun yang diproduksi secara lokal melalui cara-cara yang masih sangat tradisional.

Secara umum, respons pemuda suku Baduy Luar akan hadirnya wisatawan disambut dengan baik dan dengan kesadaran penuh bahwa wisatawan yang berkunjung dapat memberikan kontribusi ekonomi bagi peningkatan taraf hidup dan juga pemenuhan kebutuhan hidup mereka. Harapan yang dimiliki oleh pemuda Baduy Luar adalah bahwa kedepannya hadirnya wisatawan dapat terus berlangsung dan tidak mengalami hambatan. Karena dengan hadirnya wisatawan maka mereka dapat dengan mudah menawarkan produk-produk unggulan yang dimilikinya.

d. Tindakan pelestarian yang dilakukan oleh pemuda suku Baduy luar

Pergeseran budaya telah disadari oleh para pemuda suku Baduy Luar itu sendiri. Mereka menyadari bahwa terdapat beberapa perbedaan budaya yang dalam hal ini adalah larangan yang dirasakan lebih ketat pada suku Baduy Dalam di bandingkan dengan suku Baduy Luar. Beberapa adopsi kebudayaan ataupun kebiasaan masyarakat modern telah dilakukan juga oleh pemuda suku Baduy Luar. Beberapa contohnya adalah dengan dipergunakannya alat komunikasi berupa handphone untuk berkomunikasi dan juga menjelajah dunia luar. Sejalan dengan penelitian yang diutarakan oleh Rostiyana, Rodiati and Septiani (2023) bahwa Suku Baduy Luar masih konsisten dalam melestarikan buaya yang dimilikinya.

Sedikit banyak masyarakat juga telah menggunakan pakaian modern yang merupakan hasil kebudayaan masyarakat urban. Perpindahan keyakinan yang dilakukan oleh beberapa pemuda Baduy Luar. Hal ini tentunya tidak lepas dari hadirnya wisatawan yang merupakan manusia urban yang datang dengan membawa kebiasaan ataupun budaya urban yang kemudian dilihat lalu ditiru oleh para pemuda suku Baduy Luar.

Namun demikian, para pemuda suku Baduy Luar masih terus berpegang teguh pada keyakinan yang dianut ataupun diturunkan secara turun-temurun di desanya. Mereka masih meyakini akan adanya karma dan juga nجوم. Disamping itu Jaro juga selalu berperan dalam mengingatkan dan memastikan bahwa adat istiadat, budaya dan kebiasaan asli dari para leluhur sebelumnya tetap berjalan sebagaimana mestinya. Banyak hal yang masih dipertahankan oleh pemuda suku Baduy Luar dalam melestarikan keaslian adat istiadat dan budaya yang dimilikinya, salah satunya adalah dengan memegang teguh aturan yang telah diturunkan oleh leluhur seperti tidak membuat bangunan yang permanen dengan menggunakan tembok yang berasal dari material selain yang berasal dari alam, masih menggunakan pakaian adat, melestarikan kriya tenun dan masih banyak lagi

SIMPULAN

Daya tarik merupakan hal yang penting dan paling inti dalam menarik wisatawan datang dan berkunjung. Dalam wisata budaya, keaslian adalah sesuatu yang paling banyak dicari oleh wisatawan namun demikian tidak dapat dipungkiri bertemunya wisatawan dengan masyarakat lokal akan menghadirkan pertemuan antar budaya dimana akan terjadi akulturasi antara budaya yang lebih dominan terhadap budaya lainnya.

Dalam hal ini kehidupan suku Baduy Luar yang masih memegang teguh adat istiadat dan budaya yang dimilikinya menjadikan daya tarik paling kuat. Wisatawan yang datang ingin melihat, berinteraksi dan mendapatkan pengalaman dari hadirnya mereka di tengah-tengah masyarakat Baduy Luar luar. Hal ini pun telah disadari oleh pemuda Baduy Luar. Mereka memiliki kesadaran yang baik bahwa wisatawan yang datang karena keaslian (authenticity) yang dimilikinya, oleh karena itu mereka tetap akan mempertahankan adat istiadat dan budaya asli seperti yang diturunkan oleh para leluhur serta dengan patuh mematuhi peraturan yang telah dibuat.

Bagi pemuda suku Baduy Luar, wisatawan yang datang merupakan suatu hal yang baik dan positif bagi kehidupan mereka. Hadirnya wisatawan, mereka bisa mendapatkan pendapatan yang lumayan baik untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Harapan yang dimiliki adalah kedepannya wisatawan yang datang akan terus menerus datang kembali sehingga kegiatan pariwisata yang ada dapat terus berkelanjutan. Kesadaran akan pelestarian budaya asli selalu tertanam didalam benak setiap pemuda suku Baduy Luar dalam. Selain itu Jaro juga memiliki fungsi untuk memastikan bahwa adat istiadat, budaya dan kebiasaan suku Baduy Luar tetap berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan arahan suku Baduy Dalam yang merupakan sumber utama adat istiadat dan budaya Suku Baduy.

Secara umum, dapat dikatakan bahwa daya tarik utama yang menarik wisatawan untuk datang ke Baduy Luar adalah karena keaslian budaya yang dimilikinya, dimana para pemuda Baduy Luar memiliki kesadaran yang baik akan hal itu dan mereka akan tetap mempertahankan budaya yang telah kukuh dipegangnya demi mempertahankan kelangsungan kehidupannya dan juga kelangsungan kegiatan pariwisata disana.

REFERENSI

- Aritenang, A. F., Iskandar, Z. S., Safitri, P., Drianda, R. P., & Zohrah, L. (2021). Assessing Participatory Practices in a Cultural Preservation Workshop of the Sriwijaya Museum. *Journal of Regional and City Planning*, 32(2), 165–178. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2021.13.2.5>
- Berry, J., & Sam, D. (2016). Cambridge handbook of acculturation. In *Cambridge handbook of acculturation (D. Sam and)*. Cambridge: C.U.P.
- Berry, J. W. (2013). Immigration, acculturation and adaptation. *Immigration: Policies, Challenges and Impact*, 46(1), 195–211.
- Bhugra, D., Watson, C., & Ventriglio, A. (2021). Migration, cultural capital and acculturation. *International Review of Psychiatry*, 33(1–2), 126–131. <https://doi.org/10.1080/09540261.2020.1733786>
- Ghahramani, L., McArdle, K., & Fatoric, S. (2020). Minority community resilience and cultural heritage preservation: A case study of the gullah geechee community. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12062266>
- Karagöz, D., & Uysal, M. (2022). Tourists' Need for Uniqueness as a Representation of Differentiated Identity. *Journal of Travel Research*, 61(1), 76–92. <https://doi.org/10.1177/0047287520972804>
- Keeton, R., Mota, N., & Tan, E. (2021). Participatory Workshops as a Tool for Building Inclusivity in New Towns in Africa. *Research in Urbanism Series*, 6, 281–299. <https://doi.org/10.7480/rius.6.104>
- Kemenpar. (2016). Inovasi Pariwisata Untuk Daya Saing Bangsa.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri No 39 Tahun 2007 Tentang Fasilitasi Organisasi Kemasyarakatan Bidang Kebudayaan, Keraton, Dan Lembaga Adat Dalam Pelestarian Dan Pengembangan Budaya Daerah, 1 (2007). https://jdih.mkri.id/mg58ufsc89hrsg/Dagri_No_39_2007.pdf
- Kim, J. J., & Kim, I. (2019). Chinese international students' psychological adaptation process in Korea: the role of tourism experience in the host country. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(2), 150–167. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1556713>
- Koentjaraningrat. (1984). Kebudayaan Jawa. Balai Pustaka.
- Peraturan Bersama Menteri Dalam Negeri dan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor 42 Tahun 2009; Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pelestarian Kebudayaan, 1 (2009). https://danisuluhpermadi.web.id/wp-content/uploads/2021/03/PBM-Mendagri-Menbudpar_42-40_2009_Pedoman-Pelestarian-Kebudayaan.pdf.
- Priyombodo, S. A., Wasan, A. and Nugraha, H. (2022) 'Daya Tarik Suku Baduy Banten Terhadap Wisatawan', *Journal of Sport Science and Tourism Activity (JOSITA)*, 1(1), pp. 18–30. doi: DOI: <http://dx.doi.org/10.52742/josita.v1i1.15431>
- Ram, Y., Björk, P., & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Tourism Management*, 52, 110–122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.010>

- Ramkissoon, H., & Uysal, M. (2010). Testing the role of authenticity in cultural tourism consumption: A case of mauritius. *Tourism Analysis*, 15(5), 571–583. <https://doi.org/10.3727/108354210X12889831783396>
- Rickly-Boyd, J. M. (2012). Authenticity & aura. A benjaminian approach to tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 269–289. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.003>
- Rostiyana, A., Rodiati, T. and Septiani, V. F. (2023) ‘Perlindungan Hukum Terhadap Perkembangan Wisata Baduy’, *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara dan Hukum*, 1(1), pp. 371–378. doi: 10.30656/senaskah.v1i1.20.
- Ruvio, A., Shoham, A., & Brenčič, M. M. (2008). Consumers’ need for uniqueness: Short-form scale development and cross-cultural validation. *International Marketing Review*, 25(1), 33–53. <https://doi.org/10.1108/02651330810851872>
- Sari, D. P. (2017). The Process of Making Tempe Benguk as Tourist Attraction in Kulon Progo Yogyakarta. *E-Journal of Tourism*, 4(2), 78. <https://doi.org/10.24922/eot.v4i2.36399>
- Sari, D. P. (2018). Apakah Ada Peranan Aktivitas Wisata Dalam Peningkatan Ekonomi Daerah Di Kota Bogor? *Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 5(1), 12–22.
- Sari, D. P. (2019). Motivation towards Inbound Tourism: A Study of Middle East Tourist. *E-Journal of Tourism*, 6(2), 235. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i2.53474>
- Sari, D. P. (2022). Model Pemasaran Pada Destinasi Wisata Rural Dan Wisata Urban. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 8(2), 134–137. <https://doi.org/10.30813/jhp.v8i2.3813>
- Sari, D. P. (2022). Slow Tourism Possibilities in Cimande Tourism Village. *E-Journal of Tourism*, 9(1), 31–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.24922/eot.v9i1.82895>
- Sarkissian, W., Hurford, D., & Wenman, C. (2010). Creative Community Planning: Transformative Engagement Methods for Working at the Edge (J. Forester (ed.)). *Earthscan*. https://dl1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/30725502/Creative_Community_Planning-Transformative_Engagement_Method-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1657527647&Signature=T7L5tPunpohZWYZBmR~CgifHTqxRxINEzb5YHFJ5-OOw8NmkwOhXUV~kn7bJFP5VCJ~5nrnBpSvSDzgwgNOVeIoUd2Ln2FP
- Tian, D., Wang, Q., Law, R., & Zhang, M. (2020). Influence of cultural identity on tourists’ authenticity perception, tourist satisfaction, and traveler loyalty. *Sustainability (Switzerland)*, 12(16). <https://doi.org/10.3390/SU12166344>
- Tian, K. T., Bearden, W. O., & Hunter, G. L. (2001). Consumers’ need for uniqueness: Short-form scale development and cross-cultural validation. *Journal of Consumer Research*, 28(1), 50–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/321947>
- Tian, K. T., & McKenzie, K. (2001). The Long-Term Predictive Validity of the Consumers’ Need for Uniqueness Scale. *Journal of Consumer Psychology*, 10(3), 171–193. <https://doi.org/10.1207/153276601750132731>
- Utami, I. J. (2023) ‘Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 di Provinsi Banten’, *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara dan Hukum*, 1(1), pp. 301–306. doi: 10.30656/senaskah.v1i1.242.
- Waller, J., & Lea, E. G. S. (1999). Seeking the real Spain? Authenticity in Motivation. *Annals of*

Tourism Research, 26(1), 110–129. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00058-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00058-9)

Zhang, H., Cho, T., Wang, H., & Ge, Q. (2018). The influence of cross-cultural awareness and tourist experience on authenticity, tourist satisfaction, and acculturation in World Cultural Heritage Sites of Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/su10040927>