

Tabot, Sakralitas Dalam Komodifikasi Pariwisata

Dwi Aji Budiman

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Bengkulu

dwiaji.bengkulu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Nilai sakralitas tersebut juga dilekatkan pada tradisi upacara tabot, sebuah kegiatan rutin yang dilakukan oleh Kerukunan Keluarga Tabot (KKT) yang berada di Kota Bengkulu. Karena ritual Tabot tidak hanya menjadi identitas adat masyarakat Bengkulu, melainkan kini telah menjadi bagian dari event promosi pariwisata. Ditengah pergumulan adat, ritual tabot telah mengalami suatu komodifikasi budaya, festival yang menyertai perayaan tabot menandai suatu tranfer budaya populer ditengah masyarakat. Dalam hal ini, memiliki hasil bahwa Peran pengelolaan media dalam membentuk modifikasi upacara tabot sangat kuat, dari segi bentuk misalnya, media massa miliki aneka wahana-mulai dari yang terlihat, terdengar, tertulis hingga media yang berada di dunia maya, media massa juga menjadi tempat penampungan dan arena penuangan hasil kreasi seni.

Kata kunci : Tabot, Sakralitas dan Komodifikasi Pariwisata

Tabot, Sacrality in the Commodification of Tourism

ABSTRACT

This study aims to determine the sacred value is also attached to the tradition of the Tabot ceremony, a routine activity carried out by the Tabot Family Harmony (KKT) located in the city of Bengkulu. Because the Tabot ritual is not only a customary identity of Bengkulu society, but now it has become part of a tourism promotion event. In the midst of customary struggles, the Tabot ritual has experienced a commodification of culture, the festival that accompanies the Tabot celebration marks a transfer of popular culture in the community. In this case, it has the result that the role of media management in shaping the modification of the Tabot ceremony is very strong, in terms of form, for example, the mass media has a variety of vehicles - from the visible, the heard, written to the media in cyberspace, the mass media is also a place shelter and arena for pouring the results of artistic creations.

Keywords : Tabot, Sacrality and Tourism Commodification

PENDAHULUAN

Sakralitas identik dengan sesuatu yang bernilai tinggi, tidak saja melalui nilai-nilai budaya namun juga erat dikaitkan dengan kandungan keagamaan. Nilai sakralitas tersebut juga dilekatkan pada tradisi upacara tabot, sebuah kegiatan rutin yang dilakukan oleh Kerukunan Keluarga Tabot (KKT) yang berada di Kota Bengkulu. Upacara Tabot sendiri merupakan tradisi bagi sebagian masyarakat di Kota Bengkulu untuk mengenang peristiwa kematian cucu Nabi Muhammad SAW, Husein bin Ali bin Abi Thalib, dalam sebuah peperangan dengan pasukan 'Ubaidillah bin Zaid di padang Karbala Iraq, pada tanggal 10 Muharam 61 Hijriyah (681 M).

Upacara kegiatan tabot ini diadakan selama 10 hari, dimulai setiap tanggal 1 sampai 10 Muharram. Istilah Tabot berasal dari kata Arab (tabut) yang secara harfiah berarti "kotak kayu" atau "peti". Tidak ada catatan tertulis sejak kapan upacara Tabot mulai dikenal di Bengkulu. Namun, diduga kuat tradisi yang berangkat dari upacara berkabung yang dibawa oleh para pekerja saat membangun Benteng Marlborough (1718-1719) di Bengkulu. Para pekerja bangunan tersebut, didatangkan oleh Inggris dari Madras dan Bengali di bagian selatan. (kupasbengkulu;2017)

Para pekerja yang merasa cocok dengan tatahidup masyarakat Bengkulu, dipimpin oleh Imam Senggolo alias Syekh Burhanuddin, memutuskan tinggal dan mendirikan pemukiman baru yang disebut Berkas, sekarang dikenal dengan nama Kelurahan Tengah Padang. Tradisi yang dibawa dari Madras dan Bengali diwariskan kepada keturunan mereka yang telah berasimilasi dengan masyarakat Bengkulu asli. (Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Depdikbud)

PEMBAHASAN

Komodifikasi Tabot Sebagai Festival Rakyat

Sakralitas dalam penyelenggaraan tabot tampaknya sudah semakin luntur seiring dengan perkembangan perayaan upacara tabot yang disandingkan dengan festival tahunan ketika pelaksanaan tabot diselenggarakan. Selain mengadakan 17 tabot sakral dari keluarga kerukunan tabot, upacara yang tabot kini juga menghadirkan tabot pembangunan yang diikuti oleh tabot yang berada diprovinsi Bengkulu. Ritual yang sudah menjadi tradisi sebagian masyarakat Bengkulu untuk mengenang peristiwa tragis kematian cucu Nabi Muhammad SAW, Husein bin Ali bin Abi

Thalib, dalam suatu pertempuran sejak beberapa tahun terakhir harus diakui memang sudah bergeser menjadi sekadar pesta tahunan masyarakat Bengkulu.

Bahkan, sakralitas itu sudah mulai meluntur pada sebagian keluarga inti yang tergabung dalam Kerukunan Keluarga Tabot itu sendiri. Di luar sembilan tahapan acara ritual tabot yang sudah melekat sejak dua abad silam tersebut, seperti mengambil tanah (mengambil tanah) pada tanggal 1 Muharram; duduk penja (mencuci benda berbentuk telapak tangan manusia) pada 4 Muharram; menjara (saling berkunjung pada malam hari sebagai simbol persiapan perang) pada 6 dan 7 Muharram; arak gedang (membawa tabot ke tanah lapang) pada 9 Muharram; hingga prosesi tabot tebuang (arak-arakan tabot menuju tempat pembuangan) pada 10 Muharram, bisa dikatakan bahwa upacara tabot sudah menjadi semacam seni pertunjukan dalam pengertian yang sesungguhnya terlebih lagi peran media yang telah mengeksploitasi tabot sebagai bagian dari sebuah pertunjukan hiburan yang dikemas sebagai iklan pariwisata.

Alhasil, ritus-ritus yang menyertainya pun dengan sendirinya sebagian besar murni sebagai tontonan. Termasuk di dalamnya

keberadaan arena pameran pembangunan dan pasar malam di pusat kegiatan festival di Lapangan Merdeka Bengkulu, yang justru lebih banyak menyedot perhatian khalayak pengunjung. Apa yang kemudian disebut Festival Tabot sebagai peristiwa budaya pada akhirnya adalah pesta rakyat. Aspek ritual yang semula melandasinya, yang pada awalnya adalah pusat dari segala upacara tradisi itu, kini malah terkesan hanya pelengkap. Sebaliknya, berbagai lomba dan atraksi budaya macam musik dol, tari, telong-telong (sejenis lampion dalam aneka bentuk) dan permainan ikan-ikanan, juga digelarinya arena pasar malam selama festival berlangsung, justru kini masuk ke tengah. Bumbu pelengkap itu malah jadi hidangan sekaligus santapan utama dalam kenduri rakyat Bengkulu tersebut. Dalam banyak hal, Festival Tabot kini tak ubahnya seperti Jakarta Fair di kawasan eks Bandara Kemayoran bagi warga Jakarta, atau Festival Sriwijaya di ibu kota provinsi tetangganya: Palembang. Bagi warga Bengkulu yang haus akan hiburan, kemeriahan itulah yang memang jadi tujuan utama.

Tabot Dan Media, Sebuah Hubungan Pelayanan

Upacara Tabot tidak hanya milik warga Bengkulu saja, melainkan telah

menjadi salah satu aset nasional untuk menarik para wisatawan baik dalam maupun luar negeri. Karena itu, rangkaian perayaan upacara tabot menjadi penting untuk dapat dipromosikan. Melalui media tabot mengalami suatu komodifikasi budaya sebagai aset daerah maupun nasional, peran media tidak hanya sebagai sumber informasi komunikasi bagi masyarakat Bengkulu melainkan masyarakat Indonesia secara keseluruhan. Harold D. Laswell yang dikenal di dunia komunikasi massa lewat rumusan strategi komunikasinya: *who says what in which channel to whom with what effect* menguraikan proses komunikasi di masyarakat menunjukkan 3 fungsi :

1. Pengamatan terhadap lingkungan (the surveillance of the environment), penyingkapan ancaman dan kesempatan mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.
2. Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan (correlation of the component of society in making response to the environment).
3. Penyebaran warisan sosial (transmission of the social inheritance). Institusi pendidikan formal maupun keluarga berperan

mewariskan warisan sosial sebagai bagian dari proses belajar.

Menurut Laswell pula, dalam menilai efisiensi komunikasi pada suatu ketika, perlu diperhitungkan pertaruhan nilai-nilai dan identitas kelompok yang dikaji, media mampu memahami target market yang dituju dalam komunikasi persuasifnya, dengan kemampuan produsen yang bekerjasama untuk memetakan demografi, psikografi, gaya hidup dan nilai-nilai yang diyakini audiens sebagai pintu masuk merencanakan suatu pesan agar sampai kepada khalayak. Joseph R Dominick, seorang guru besar Universitas Georgia menguraikan fungsi komunikasi massa sebagai:

- Pengawasan (surveillance), dimana media massa menyajikan informasi yang diperoleh dari hasil pengawasannya yang tidak dapat dilakukan masyarakat. Lebih lanjut fungsi ini dibagi lagi menjadi: pengawasan peringatan (warning surveillance) seperti pengawasan yang disampaikan media mengenai informasi yang berhubungan dengan ancaman tertentu, seperti bencana alam, krisis ekonomi, inflasi militer atau ancaman ledakan pengangguran, dan pengawasan instrumental

(instrumental surveillance) yang berkaitan dengan informasi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari, seperti informasi tentang harga bahan kebutuhan, produk-produk hingga publikasi pengetahuan.

- Interpretasi (interpretation), media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data tetapi juga interpretasi mengenai suatu berita tertentu.
- Hubungan (linkage), media mampu menghubungkan unsur-unsur yang terdapat dalam masyarakat yang tidak dapat dilakukan secara langsung oleh saluran perseorangan. Misalnya iklan, menghubungkan kebutuhan dengan produk-produk penjual.
- Sosialisasi, bahwa sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai (transmission of values) yang mengacu pada cara-cara individu mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok.
- Hiburan (entertainment), media mampu menyajikan hal-hal yang menghibur bagi audiensnya.

Fungsi-fungsi itu kemudian disederhanakan kembali oleh Onong Uchyana (1986), dengan menyebutkan bahwa fungsi utama komunikasi massa

adalah memberikan informasi (to inform), mendidik masyarakat (to educate), menyajikan hiburan (to entertain) dan mempengaruhi masyarakat (to influence).



Gambar.1 Upacara ritual tabot yang dikemas dalam bentuk festival dan telah menjadi bagian dari proses komodifikasi media

Peran pengelolaan media dalam membentuk modifikasi upacara tabot sangat kuat, dari segi bentuk misalnya, media massa memiliki aneka wahana-mulai dari yang terlihat, terdengar, tertulis hingga media yang berada di dunia maya, media massa

juga menjadi tempat penampungan dan arena penuangan hasil kreasi seni. Kini Tabot tak lain adalah suatu ajang festival yang kegiatan rutinitas tahunannya selalu disertai liputan media, karena itu komodifikasi ide, gaya hidup hingga kecenderungan perilaku menjadi bagian dari peran media kendatipun media pada satu sisi memang memiliki pakem bisnis sendiri. Di sisi lain Tabot mengalami sebuah distorsi realitas, dalam kaitannya dengan informasi alias produk media, paradigma positivistik-empiris meyakini bahwa apa yang dilakukan media seolah sekadar memindah realitas pertama (realitas sosial) ke realitas kedua (realitas media). Seolah-olah, media adalah cermin dari realitas masyarakat yang sesungguhnya.

Seperti dalam teori Lasswell yang mengandaikan komunikasi sebagai *who says what in which channel to whom with what effect* oleh Harold D. Lasswell, komunikasi digambarkan sebagai proses transmisi pesan (isi media/produksi media) dari komunikator (media) kepada komunikan (pembaca/khalayak) melalui media dengan efek tertentu.

Melihat realitas media seperti tersebut, bahwa keberadaan upacara tabot menjadi bagian dari peranserta kegiatan

masyarakat dalam mensukseskan program pemerintah dibidang pembinaan dan pengembangan kebudayaan daerah serta mensukseskan pengembangan pariwisata khususnya di daerah Bengkulu.

Media dan Ekonomi, Sebuah Kepentingan Bisnis Pariwisata

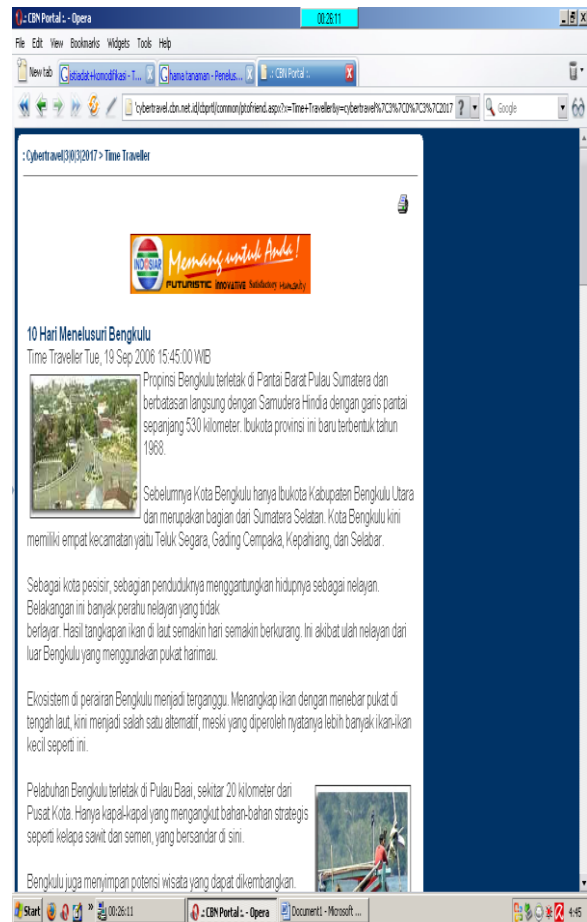
Ada yang menarik dalam setiap pelaksanaan festival tabot, kegiatan tabot Bengkulu turut diliput oleh media nasional bahkan internasional, inilah yang membuat festival tabot memasuki wilayah bisnis peliputan dengan perhitungan durasi jika dipublikasikan dalam bentuk tayangan di media nasional. Sebenarnya, hal ini adalah sebuah gambaran tentang sejauh mana media mengambil posisi di tengah pergulatan kepentingan bisnis, wilayah ini (baca: promosi pariwisata) barangkali adalah abstraksi yang paling nyata dimana terjadi serangkaian konsep dalam produksi dan distribusi melalui media.

Seperti yang dijelaskan Vincent Mosco bahwa media turut dalam menawarkan sebuah komodifikasi (commodification), dimana komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Peran media

dalam upacara tabot berkaitan dengan sejauh mana media itu mampu menyajikan produknya (baca aset pariwisata pemda) dalam batasan ruang dan waktu. Pada aras ini maka media menentukan perannya di dalam memenuhi jaringan dan kecepatan penyampaian produk (baca:tabot) kepada khalayak.

Tabot Dalam Masyarakat Modern

Sudah menjadi lumrah keseharian hidup kita dikepong oleh media. Media memberi tahu, membujuk, mengarahkan, atau mungkin sekadar menyapa keseharian kita. Inilah masanya tatkala budaya kita di konstruk oleh media yang memang masuk kedalam relung dan kehidupan kebudayaan kita. Apa yang sakral (baca:tabot) telah semakin masuk ranah media. Inilah zaman komodifikasi media, revolusi komunikasi mampu menghadirkan situasi yang jauhnya beribu mil dari rumah kita, bahkan kita seakan merasakan saat itu juga kita hadir disana.



Gambar.2 Ritual upacara perayaan tabot kini telah menjadi aset wisata dengan didukung promosi melalui media, kini pertunjukan budaya telah menjadi salah satu hasil dari produk media. (Cybertravel. Indosiar.com)

Salah satu ciri berkembangnya kebudayaan populer adalah berkembangnya industri media yang selalu menyebarkan ikon-ikon kebudayaan ke publik. Itu semua memperlihatkan bagaimana teknologi terlibat di dalamnya. Seperti yang diungkap Alvin Toffler, setiap jenis teknologi melahirkan lingkungan teknologi. Keberadaan tradisi tabot tidak terlepas sebagai upaya pelestarian adat yang

dilaksanakan oleh Keluarga Kerukunan Tabot, namun yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana kebudayaan tabot ditengah industrialisasi informasi dan masyarakat modern, karena pada tahap selanjutnya perkembangan teknologi akan mempengaruhi pertukaran informasi budaya.



Gambar.3 gambar proses ritual tabot yang telah mengalami perubahan bentuk dalam perkembangannya

Dalam masyarakat selalu ada yang berubah saat teknologi baru ditemukan,

sesuai konsep teknologi sendiri, efektifitas dan efisiensi, meskipun seringkali berakibat pada kerumitan. Demikian pula halnya dengan tradisi tabot, tabot kini tidak hanya sekedar pelaksanaan ritual saja, namun lebih jauh dari itu, ada proses industrialisasi yang menyelimutinya, yang pada tahap selanjutnya adalah berubahnya Sosiosfer, norma-norma sosial dan pola-pola interaksi hingga organisasi kemasyarakatan. Perubahan pada sosiosfer ini akan mengubah cara berpikir dan berperilaku, yang disebutkan oleh Alfin Toffler sebagai gelombang ketiga yaitu perubahan pada Psikoser karena akselerasi dalam teknologi informasi. Kini tabot menjadi objek komodifikasi, pergeseran dunia modern mempengaruhi dan dipengaruhi gaya hidup dan gerak peradaban. Faktor ini yang kemudian memunculkan peradaban baru perayaan tabot sebagai bagian media yang terglobalisasi.

Pada awalnya, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, Jero Wacik, telah mencanangkan Bengkulu sebagai kota wisata bertaraf internasional, saat pembukaan Festival Tabot 2007, pencanangan Bengkulu sebagai kota wisata bertaraf internasional bertetapan dengan Festival Tabot, karena Tabot merupakan bagian dari seni budaya masyarakat

Bengkulu yang akan ditawarkan kepada para turis mancanegara dan nusantara agar tertarik datang ke Bengkulu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada perkembangannya, ritual Tabot tidak hanya menjadi identitas adat masyarakat Bengkulu, melainkan kini telah menjadi bagian dari event promosi pariwisata. Ditengah pergumulan adat, ritual tabot telah mengalami suatu komodifikasi budaya, festival yang menyertai perayaan tabot menandai suatu tranfer budaya populer ditengah masyarakat.

Disadari atau tidak, kegiatan tabot merupakan upaya melaksanakan wasiat leluhur dimana didalamnya terkandung peranserta serta dalam mensukseskan program pemerintah dibidang pembinaan dan pengembangan kebudayaan. Peran pengelolaan media dalam membentuk modifikasi upacara tabot sangat kuat, dari segi bentuk misalnya, media massa miliki aneka wahana-mulai dari yang terlihat, terdengar, tertulis hingga media yang berada di dunia maya, media massa juga menjadi tempat penampungan dan arena penuangan hasil kreasi seni.

Karena itu, kegiatan tabot saat ini tidak hanya dilihat sebagai suatu ritual semata, melainkan telah mengalami pengembangan komodifikasi baik dari tataran media, seni pertunjukan hingga ajang festival. Pelaksanaan tahunan tradisi upacara tabot diharapkan mampu mempromosikan daerah sehingga dapat mendongkrak pendapatan daerah dengan tidak melupakan ciri dan identitas leluhur masyarakat Bengkulu. Semoga.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Direktorat Sejarah dan Nilai Tradisional Depdikbud. 1991/1992.
- Upacara Tabot: Upacara Tradisional Daerah Bengkulu di Kotamadya Bengkulu.

Effendy, Onong Uchjana. 2011. Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek, Bandung, Rosda.

Indarto Bambang. 2006 Ritual Budaya Tabut Sebagai Media Penyiaran Dakwah Islam di Bengkulu, Skripsi Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,

McQuail, Denis. 2000. Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa). Diterjemahkan oleh: Agus Dharma dan Aminuddin Ram. Jakarta: Erlangga

Strinati, Dominic. 2007. Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Yogyakarta:Bentang.

Storey, John. 2007.Cultural Studies dan Kajian BudayaPop, Pengantar Komprehensif Teori dan Metode, Yogyakarta: Jelasutra

Tubbs, S.L dan S.Moss (1996). Human Communication. Prinsip-Prinsip Dasar. (terjemahan: Dedy Mulyana). Bandung: Rosda

Sumber Internet

<http://kupasbengkulu.com/tabot-bengkulu-dalam-kontroversial-sejarah-2/>