

TRANSFORMASI SOSIAL DAN BUDAYA MELALUI WISATA RELIGI DI MASJID AGUNG SEMARANG

Anita NurulHidayah¹, Desika Nur Jannah²
Universitas Semarang¹, Universitas Semarang²
Anitanurulhidayah0910@gmail.com¹, desika@usm.ac.id²

Received: 23 Juli 2024

Accepted: 1 Desember 2024

Published: 31 Desember 2024

Abstrak

Masjid Agung Semarang merupakan landmark penting di Jawa Tengah yang berfungsi sebagai tempat ibadah dan destinasi wisata religi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran masjid dalam menawarkan pengalaman spiritual dan memahami keberagaman budaya. Teori yang digunakan dalam studi ini mencakup teori sosial budaya dari Emile Durkheim, Karl Marx, dan Pierre Bourdieu, yang membantu dalam memahami interaksi sosial dan pengaruh budaya terhadap pariwisata religi. Metode yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi kasus, yang melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Masjid Agung Semarang tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat wisata yang menarik bagi berbagai kalangan. Daya tarik arsitektur dan kegiatan keagamaan di masjid ini meningkatkan kesadaran budaya dan memberikan dampak positif secara ekonomi bagi masyarakat sekitar. Namun, tantangan dalam pengelolaan arus wisatawan perlu diatasi melalui strategi yang lebih baik untuk menjaga kenyamanan pengunjung dan pelestarian lingkungan. Penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi pengembangan lebih lanjut dalam mengelola wisata religi di kawasan ini.

Kata Kunci : Masjid Agung Semarang, wisata religi, budaya, arsitektur, Jawa Tengah.

Abstrack

The Great Mosque of Semarang is an important landmark in Central Java that functions as a place of worship and a religious tourism destination. This study aims to explore the role of the mosque in offering spiritual experiences and understanding cultural diversity. The theories used in this study include socio-cultural theories from Emile Durkheim, Karl Marx, and Pierre Bourdieu, which help in understanding social interactions and cultural influences on religious tourism. The method applied is a qualitative approach with a case study technique, which involves data collection through interviews, observations, and documentation studies. The results of the study show that the Great Mosque of Semarang not only functions as a place of worship, but also as a tourist center that is attractive to various groups. The architectural appeal and religious activities in this mosque increase cultural awareness and provide a positive economic impact on the surrounding community. However, challenges in managing tourist flows need to be addressed through better strategies to maintain visitor comfort and environmental preservation. This study is expected to be the basis for further development in managing religious tourism in this area.

Keywords: Great Mosque of Semarang, religious tourism, culture, architecture, Central Java

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial, dan budaya. Menurut (Buhalis, 2000), pengembangan pariwisata dapat diwujudkan dengan 6 komponen yaitu *attractions* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas), *activity* (aktivitas), *available packages* (ketersediaan paket pariwisata), dan *ancillary services* (fasilitas pendukung lainnya). Salah satu bentuk pengembangan pariwisata adalah pengembangan wisata religi. Wisata religi merupakan wisata yang sangat erat kaitannya dengan atraksi dan karakteristik wisata berorientasi religius. Berdasarkan Hasil Penelitian (Verma & Sarangi, 2019), (Gupta & Basak, 2018; Patwal & Agarwal, 2013) bahwa untuk dikembangkan menjadi suatu wisata religi jika didalamnya terdapat *attractions*, tidak hanya berupa aspek fisik tetapi juga citra destinasi dan budaya masyarakat setempat berkarakteristik wisata religi. Selain itu, bukan hanya dari kelengkapan fasilitas yang ditawarkan untuk mendukung kegiatan wisata religi saja tetapi juga penghormatan terhadap budaya dan agama yang menjadi kepercayaan dari suatu daya tarik wisata yang didukung kawasan tersebut. Komponen wisata religi ini termasuk ke dalam komponen pariwisata.

Wisata religi juga merupakan salah satu bentuk pariwisata yang memiliki tujuan khusus, yaitu untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan keagamaan individu atau kelompok. Di Indonesia, yang memiliki keragaman agama yang kaya, wisata religi sering kali melibatkan kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap sakral, seperti masjid, gereja, wihara, dan makam para tokoh agama. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk beribadah, tetapi juga untuk memperoleh pengalaman spiritual yang mendalam serta memahami nilai-nilai budaya dan sejarah yang terkandung di dalamnya.

Dalam konteks wisata religi, pengunjung biasanya melakukan perjalanan menuju lokasi-lokasi yang memiliki makna khusus bagi umat beragama. Misalnya, ziarah ke makam para wali atau tokoh agama dianggap sebagai praktik yang dapat mendekatkan diri kepada Tuhan dan memperkuat iman. Selain itu, wisata religi juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempromosikan nilai-nilai agama kepada masyarakat luas.

Masjid Agung Semarang merupakan salah satu masjid tertua di Kota Semarang yang sudah ada sejak tahun 1890. Berdasarkan RPJMD Kota

Semarang 2016-2021, Masjid ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai simbol budaya dan sejarah Islam di Indonesia. Dengan arsitektur yang megah dan berbagai fasilitas yang mendukung kegiatan keagamaan, masjid ini menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung yang ingin mengeksplorasi aspek spiritual dan budaya dalam satu tempat. Secara keseluruhan, wisata religi memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. Dengan mengunjungi tempat-tempat suci dan bersejarah, pengunjung dapat memperdalam pemahaman mereka tentang agama serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai spiritual dalam kehidupan sehari – hari.

Kawasan ini juga merupakan salah satu kawasan sosial budaya yang strategis di Kota Semarang. Hal ini didukung dengan nilai historis sejarah dibangunnya masjid, nilai estetika keindahan arsitektur masjid yang merupakan perpaduan gaya Eropa dan Jawa, serta nilai-nilai sosial budaya berikut ini. Hari Raya Peringatan Islam seperti penyembelihan hewan kurban, pembagian Zakat, dan acara Dagdelan diadakan setiap tahun untuk menyambut bulan Ramadhan. Keunggulan Masjid Agung Semarang adalah dapat dimanfaatkan sebagai potensi wisata religi di Kota Semarang. Sementara renovasi alun-alun dan Pasar Dzhokhar akan memperluas basis kegiatan di sekitar Masjid Raya Semarang. Tradisi tahunan budaya Dagdelan harus tetap dijaga agar tradisi ini tidak hilang. Selain itu kelestarian dan keasliannya juga harus dijaga agar nilai budaya dan sejarah bangunan Masjid Raya Semarang tetap terjaga. Hal ini yang akan menjadi tantangan bagi Masjid Raya Semarang.

LANDASAN TEORI

Sosial Budaya

Sosial budaya adalah bidang studi yang mengkaji interaksi antara individu dan masyarakat serta budaya yang berkembang dalam lingkungan tersebut. Salah satu teori utama dalam sosial budaya adalah teori sosial dari Emile Durkheim (1858-1917), yang menekankan pentingnya institusi sosial dan norma dalam mempertahankan keteraturan sosial. Durkheim berpendapat bahwa masyarakat memiliki kekuatan kolektif yang mempengaruhi perilaku individu melalui apa yang disebut sebagai “kesadaran kolektif” (Katalina et al., 2024).

Selain itu, teori Karl Marx (1818-1883) tentang konflik sosial juga memainkan peran penting dalam studi sosial budaya. Marx mengklaim bahwa

struktur ekonomi suatu masyarakat sangat mempengaruhi segala aspek kehidupan sosial, dan perubahan sosial terutama dipicu oleh konflik antara kelas-kelas yang berbeda. Marx melihat kapitalisme sebagai sistem yang menciptakan ketidaksetaraan dan ketidakadilan sosial yang akhirnya akan mengarah pada perubahan radikal dalam struktur sosial. Teori Interaksionisme Simbolik dari George Herbert Mead (1863-1931) dan Herbert Blumer (1900-1987) juga memberikan kontribusi penting. Teori ini menekankan bahwa makna dan identitas dibangun melalui interaksi sosial dan penggunaan simbol. Mead menekankan pentingnya permainan peran (role taking) dalam perkembangan diri, sementara Blumer menggarisbawahi proses interpretasi yang terus-menerus dan dinamis dalam interaksi sosial (Largus & Rochim, 2023).

Pada era kontemporer, Pierre Bourdieu (1930-2002) memperkenalkan konsep habitus, kapital budaya, dan lapangan (field), yang menjelaskan bagaimana praktik sosial dan budaya dipengaruhi oleh struktur kekuasaan dan modal yang dimiliki individu. Bourdieu menekankan bahwa kebiasaan dan disposisi yang tertanam dalam diri individu sejak kecil membentuk cara mereka berinteraksi dan memahami dunia sekitar, yang pada gilirannya memperkuat atau menantang struktur sosial yang ada (Ashari, 2022).

Secara keseluruhan, studi sosial budaya berusaha untuk memahami bagaimana budaya dan masyarakat mempengaruhi dan dibentuk oleh individu. Teori-teori ini memberikan kerangka kerja yang berguna untuk menganalisis dinamika sosial dan perubahan budaya dalam sejarah dan kontemporer.

Wisata Religi

Wisata religi merupakan fenomena sosial budaya yang menggabungkan kegiatan keagamaan dengan pariwisata, memberikan dampak signifikan pada masyarakat lokal dan perekonomian. Menurut data dari World Tourism Organization (UNWTO), pada tahun 2019, sekitar 300 juta orang melakukan perjalanan wisata religi di seluruh dunia, menghasilkan pendapatan lebih dari \$18 miliar. Contoh populer dari wisata religi adalah ziarah ke Mekah dan Madinah bagi umat Islam, yang pada tahun 2019 menarik lebih dari 2,5 juta jemaah haji dari berbagai negara. Di India, Kumbh Mela, sebuah festival ziarah Hindu terbesar di dunia, menarik lebih dari 120 juta pengunjung selama 48 hari pada tahun 2019, memberikan dorongan ekonomi yang signifikan bagi daerah setempat (Farihah & Fauzi, 2023).

Wisata religi juga memainkan peran penting dalam melestarikan dan mempromosikan budaya lokal. Misalnya, di kota Varanasi, India, kegiatan ziarah yang terus-menerus membantu mempertahankan tradisi dan praktik keagamaan kuno serta memberikan kesempatan ekonomi bagi penduduk setempat melalui penyediaan akomodasi, makanan, dan barang-barang ritual. Di Eropa, kota Lourdes di Prancis menerima sekitar 6 juta pengunjung setiap tahun, yang datang untuk mengunjungi situs ziarah Katolik yang terkenal. Hal ini tidak hanya memperkuat identitas budaya lokal tetapi juga menyumbang sekitar €350 juta per tahun bagi perekonomian lokal (Fareza & Subianto, 2022).

Selain aspek ekonomi, wisata religi sering kali memperkuat hubungan sosial dan spiritual antar individu dan komunitas. Partisipasi dalam perjalanan religi dapat memperdalam iman individu dan memperkuat ikatan sosial melalui pengalaman bersama. Dalam banyak kasus, tempat-tempat suci menjadi pusat aktivitas sosial dan budaya, menyediakan ruang untuk interaksi antarbudaya dan pertukaran nilai-nilai. Secara keseluruhan, wisata religi merupakan fenomena kompleks yang menggabungkan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi, dengan dampak yang luas dan beragam pada masyarakat di seluruh dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai "Masjid Agung Semarang: Pusat Wisata Religi dan Budaya di Jawa Tengah" menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk mendalami secara mendalam aspek-aspek sosial, budaya, dan religius yang terkait dengan Masjid Agung Semarang sebagai destinasi wisata.

1. Pengumpulan Data

- **Wawancara:** Wawancara dilakukan dengan pengelola masjid, pengunjung, dan masyarakat sekitar untuk mendapatkan perspektif yang beragam mengenai peran masjid dalam konteks wisata religi dan budaya. Menurut Creswell (2014), wawancara mendalam memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang tidak terduga dan memahami makna yang diberikan responden terhadap pengalaman mereka.
- **Observasi:** Penelitian juga melibatkan observasi langsung di lokasi masjid, termasuk kegiatan ibadah, acara budaya, dan interaksi pengunjung. Hal ini

sesuai dengan metode yang diusulkan oleh Spradley (1980) yang menekankan pentingnya pengamatan dalam konteks budaya.

- Studi Dokumentasi: Mengumpulkan data dari literatur, laporan, artikel, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan Masjid Agung Semarang dan perkembangan wisata religi di daerah tersebut. Menurut Yin (2011), studi dokumentasi dapat memberikan konteks yang lebih luas dalam analisis data.

2. Analisis Data

- Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema yang muncul. Pendekatan analisis ini sejalan dengan metode yang diungkapkan oleh Braun dan Clarke (2006), yang menekankan pentingnya mengidentifikasi tema utama dalam data kualitatif.
- Hasil analisis akan dibandingkan dengan teori-teori yang relevan mengenai wisata religi dan budaya, serta peran tempat ibadah dalam masyarakat, untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.

3. Validitas dan Reliabilitas

- Untuk memastikan validitas hasil penelitian, triangulasi data akan dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi). Hal ini sesuai dengan pendapat Denzin (1978) yang menyatakan bahwa triangulasi dapat meningkatkan keandalan penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Masjid Agung Semarang memiliki peran yang signifikan sebagai pusat wisata religi dan budaya di Jawa Tengah. Data yang diperoleh dari wawancara dengan pengelola dan pengunjung menunjukkan bahwa masjid ini tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga menjadi tujuan wisata yang menarik bagi berbagai kalangan. Pengunjung datang untuk menikmati keindahan arsitektur, mengikuti kegiatan keagamaan, serta belajar tentang sejarah dan budaya Islam di Indonesia.

Observasi di lapangan mengungkapkan bahwa suasana di Masjid Agung Semarang sangat kondusif untuk kegiatan spiritual. Banyak pengunjung yang terlibat dalam shalat berjamaah dan kegiatan keagamaan lainnya, yang menunjukkan bahwa masjid ini berfungsi sebagai tempat yang memperkuat iman. Selain itu, kegiatan seperti pengajian dan diskusi keagamaan menarik perhatian masyarakat sekitar, sehingga masjid ini berperan sebagai pusat pendidikan agama.

Daya tarik arsitektur Masjid Agung Semarang juga menjadi salah satu faktor penting dalam menarik wisatawan. Dengan desain yang megah dan perpaduan elemen tradisional dan modern, masjid ini menjadi landmark yang mencolok di kota Semarang. Menurut pengunjung, keindahan bangunan masjid menjadi daya tarik utama yang membuat mereka ingin mengunjunginya, sekaligus memberikan pengalaman visual yang mendalam.

Selain itu, Masjid Agung Semarang juga berfungsi sebagai pusat pelestarian budaya lokal. Kegiatan budaya, seperti festival dan pameran seni, sering diadakan di masjid ini, yang melibatkan partisipasi aktif dari komunitas setempat. Hal ini sejalan dengan pendapat para ahli yang menyatakan bahwa tempat ibadah dapat berperan dalam pelestarian budaya dan tradisi masyarakat (Geertz, 1960).

Dari segi ekonomi, penelitian menunjukkan bahwa kehadiran Masjid Agung Semarang sebagai destinasi wisata religi memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Banyak usaha kecil, seperti penjual makanan dan kerajinan tangan, bermunculan di sekitar masjid, menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Ini sejalan dengan konsep pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk memberdayakan komunitas lokal.

Meskipun demikian, penelitian juga menemukan tantangan yang dihadapi oleh Masjid Agung Semarang dalam mengelola arus wisatawan. Pada hari-hari tertentu, terutama saat perayaan keagamaan, jumlah pengunjung dapat meningkat pesat, yang mengakibatkan kemacetan dan kurangnya fasilitas. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengelolaan yang lebih baik untuk memastikan kenyamanan pengunjung dan pelestarian lingkungan.

Selain itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan promosi dan edukasi mengenai nilai-nilai keagamaan dan budaya yang ada di Masjid Agung Semarang.

Ini penting agar pengunjung tidak hanya datang untuk menikmati keindahan fisik, tetapi juga memahami makna spiritual dan sosial dari tempat tersebut. Dengan demikian, pengalaman wisata yang lebih holistik dapat tercipta.

Secara keseluruhan, Masjid Agung Semarang memiliki potensi besar sebagai pusat wisata religi dan budaya. Dengan memanfaatkan keunikan arsitektur, kegiatan keagamaan, dan partisipasi masyarakat, masjid ini dapat terus berkembang sebagai destinasi wisata yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memberikan nilai spiritual dan edukatif bagi pengunjung. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan lebih lanjut dalam mengelola wisata religi di kawasan ini.



Gambar 1.1 Masjid Agung Semarang
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024

KESIMPULAN

Masjid Agung Semarang berperan penting sebagai pusat wisata religi dan budaya di Jawa Tengah. Penelitian ini menunjukkan bahwa masjid ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai destinasi yang menarik bagi wisatawan yang ingin belajar tentang sejarah dan budaya Islam. Daya tarik arsitektur yang megah dan suasana spiritual yang kondusif menciptakan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung.

Kegiatan keagamaan, program edukatif, dan festival budaya yang diadakan di masjid ini meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat pelestarian budaya lokal. Selain memberikan manfaat spiritual, keberadaan Masjid Agung Semarang juga berdampak positif secara ekonomi bagi komunitas sekitar melalui peningkatan usaha kecil dan lapangan kerja.

Namun, tantangan dalam pengelolaan arus wisatawan, terutama saat perayaan keagamaan, perlu diatasi dengan strategi yang baik agar kenyamanan

pengunjung tetap terjaga. Upaya promosi dan edukasi mengenai nilai-nilai keagamaan dan budaya juga penting untuk meningkatkan kesadaran pengunjung.

Secara keseluruhan, Masjid Agung Semarang memiliki potensi besar untuk terus berkembang sebagai pusat wisata religi dan budaya yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan pengalaman spiritual yang berharga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengembangan lebih lanjut dalam mengelola wisata religi di kawasan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociological Review*, 27(3), 179-201. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1979.tb00566.x>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Geertz, C. (1960). *The religion of Java*. University of Chicago Press.
- Henderson, J. C. (2019). Religious tourism and its management. *Journal of Heritage Tourism*, 14(2), 95-109.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Purwanto, A. (2021). Budaya dan Pariwisata Religi di Jawa Tengah. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 13(1), 45-56.
- Rahardjo, S. (2010). Pendidikan agama dalam konteks pariwisata. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 16(1), 45-60.
- Santoso, B. (2020). Arsitektur Masjid: Simbol Toleransi dan Keberagaman. *Indonesian Journal of Architecture*, 9(3), 113-127.
- Smith, M. (2018). The Role of Religious Tourism in Cultural Exchange. *Tourism Management Perspectives*, 25, 159-168.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart and Winston.
- Sudarminta, S. (2012). Pelestarian situs bersejarah: Studi kasus Masjid Agung Semarang. *Jurnal Arsitektur dan Lingkungan*, 7(2), 112-125.
- Yin, R. K. (2011). *Applications of case study research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Verma, M., & Sarangi, P. (2019, August). Modeling attributes of religious tourism: A study of Kumbh Mela, India. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 20, No. 4, pp. 296-324). Routledge.

- Buhalis, D., & Spada, A. (2000). Destination management systems: criteria for success—an exploratory research. *Information Technology & Tourism*, 3(1), 41-58.
- Gupta, S., & Basak, B. (2018). Exploring pilgrim satisfaction on facilities for religious events: A case of Ratha Yatra at Puri. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(8), 765-779.
- Katalina, K., Wulandari, K., Wahyuningsih, T., & Fatmawati, D. (2024). Kebijakan Pariwisata Syariah Untuk Peningkatan Pembangunan Ekonomi Daerah Surabaya. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(1), 266-276.