



## **STORYNOMICS DESA WISATA: PROMOSI DESA WISATA MUNGGU BERBASIS NARASI STORYTELLING**

Ni Nyoman Arini<sup>1</sup>, I Wayan Putra Aditya<sup>2</sup>, I Wayan Kartimin<sup>3</sup>, I Putu Tiana Raditya<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Triatma Mulya Badung, Email: [arin.arini10@yahoo.co.id](mailto:arin.arini10@yahoo.co.id)

<sup>2</sup>Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Email: [aditditya33@gmail.com](mailto:aditditya33@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Triatma Mulya Badung, Email: [wayan.kartimin@triatmamulya.ac.id](mailto:wayan.kartimin@triatmamulya.ac.id)

<sup>4</sup>Universitas Triatma Mulya Badung, Email: [tiana.raditya@gmail.com](mailto:tiana.raditya@gmail.com)

---

### **ABSTRAK**

Storynomics tourism merupakan salah satu strategi dalam mempromosikan pariwisata khususnya desa wisata. Warisan budaya di Desa Wisata Munggu memiliki cerita sejarah dan nilai-nilai budaya yang masih dipercayai oleh masyarakat setempat, sehingga konsep storynomics tourism dapat dikembangkan dalam mempromosikan desa wisata berbasis digital dengan tetap mempertahankan kearifan lokal berupa tradisi lisan. Konsep storynomics Desa Wisata Munggu merupakan bentuk promosi desa wisata berbasis digital storytelling dengan konsep bercerita dalam sebuah konten kreatif yang didalamnya terdapat uraian ringkas mengenai tradisi lisan dalam dua versi bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Artikel ini menganalisis tentang storynomics tourism yang diarahkan sebagai cara baru untuk mempromosikan keunikan-keunikan daya tarik wisata yang terdapat di Desa Wisata Munggu dengan menceritakan tradisi lisan termasuk sejarah dan nilai-nilai budaya dari kearifan lokal yang terkandung didalamnya. Pendekatan penelitian yang relevan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *storynomics tourism*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Desa Wisata Munggu memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang menyimpan sejarah maupun tradisi lisan yang menjadi kepercayaan masyarakat setempat secara turun-temurun. Daya tarik wisata alam dan budaya di Desa Wisata Munggu yang dinarasikan untuk kebutuhan promosi Desa Wisata Munggu adalah tradisi mekotek, ayunan tradisional, Pantai Munggu, dan Pancoran Pule, serta ekonomi kreatif yaitu makanan tradisional Bali dan seni lukis.

**Kata Kunci:** *storynomics tourism*, sastra pariwisata, desa wisata, promosi pariwisata

---

### **ABSTRACT**

*Storynomics tourism is one of the strategies in promoting tourism, especially rural tourism. The cultural heritage in Munggu Tourism Village has historical stories and cultural values that are still believed by the local community, so the concept of storynomics tourism can be developed in promoting digital-based rural tourism by still maintaining local wisdom in the form of verbal traditions. The storynomics concept of Munggu Tourism Village is a form of promotion of digital storytelling-based rural tourism with the concept of storytelling in a creative content in which there is a concise description of verbal traditions in two language versions, that are bahasa Indonesia and English. This study analyzed the storynomics tourism which is directed as a new way to promote the uniqueness of tourist attractions in Munggu Tourism Village by telling verbal traditions including the history and cultural values of the local wisdom contained*



therein. The relevant research approach used in this study is a qualitative approach. The theory used in this research is *storynomics tourism*. This study concludes that Munggu Tourism Village has natural and cultural tourist attractions that keep the history and verbal traditions that have been believed by the local community for generations. Natural and cultural tourist attractions in the Munggu Tourism Village which are narrated for the promotion needs of the Munggu Tourism Village are The Tradition of Mekotek, The Traditional Swing, Munggu Beach, and Pancoran Pule, as well as the creative economy, namely Balinese traditional foods and paintings.

**Keywords :** *storynomics tourism, literary tourism, rural tourism, tourism promotion*

**Copyright ©2022. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved**

## I. PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan suatu desa yang memiliki potensi wisata untuk dikembangkan dan didukung dengan adanya daya tarik wisata, serta fasilitas penunjang pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berlibur. Ketentuan Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung Pasal 1 (6) menyatakan bahwa, “Desa wisata adalah wilayah pelestarian alam lingkungan ekosistem serta simpul budaya tradisional masyarakat dengan tidak menghambat perkembangan warganya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya melalui usaha kepariwisataan”. Ketentuan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2020 tentang Standar Penyelenggaraan Kepariwisata Budaya Bali Pasal 1 (29) menyatakan bahwa, “Desa Wisata adalah wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya”. Wisatawan yang berlibur tentunya memiliki tujuan kunjungan ke suatu destinasi wisata seperti menyaksikan budaya masyarakat lokal, menikmati pemandangan alam, dan kuliner. Selain itu, cerita rakyat berupa tradisi lisan dan mitos-mitos yang berkembang di tengah masyarakat juga dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Desa Munggu merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Badung yang kaya akan tradisi lisan di balik keunikan daya tarik wisatanya. Konsep *storynomics tourism* merupakan upaya Pemerintah dalam mempromosikan desa wisata dengan menggunakan konsep *storytelling* dalam menghadapi situasi pandemi *coronavirus disease 2019*. Sharon (1992) menguraikan bahwa, “one major reason for travelling, and for selecting a particular destination, is to see something about which we have read or heard for a long time” (terjemahan: salah satu alasan pengunjung dalam melakukan perjalanan dan menentukan daerah tujuan wisata tertentu adalah untuk menyaksikan sesuatu yang pernah dibaca atau didengar dalam jangka waktu yang lama). Warisan budaya atau cultural heritage di Desa Wisata Munggu memiliki cerita sejarah dan nilai-nilai budaya yang masih dipercayai oleh masyarakat setempat, sehingga konsep *storynomics tourism* dapat dikembangkan dalam mempromosikan Desa Wisata Munggu dengan tetap mempertahankan kearifan lokal berupa tradisi lisan. Hal tersebut menunjukkan bahwa sastra juga dapat berkontribusi dalam mempromosikan daya tarik wisata melalui narasi *storytelling* yang menjadi *added value* dalam menarik kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Munggu. Konsep *storynomics tourism* mengedepankan narasi, konten kreatif, dan kekuatan tradisi serta budaya setempat sebagai daya tarik wisata dalam mempromosikan desa wisata. *Storynomics tourism* berlandaskan pada kekayaan budaya, sehingga promosi pariwisata khususnya desa wisata dapat dilakukan dengan mengemas tradisi lisan sebagai salah satu keunikan daya tarik wisata setempat dalam bentuk konten kreatif. *Storynomics tourism* diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih luas mengenai cerita-cerita di balik daya tarik desa wisata yang sarat akan cerita menarik untuk dielaborasi (kemenparekraf, 2015). McKee dan Gerace

(2018) menguraikan bahwa *storynomics* sebagai salah satu media promosi wisata yang memanfaatkan cerita untuk mendapatkan keuntungan ekonomi.

*Storynomics tourism* yang diterapkan di Desa Wisata Munggu mengedepankan konten kreatif sebagai media promosi desa wisata. Website Desa Wisata Munggu akan memuat narasi mengenai tradisi lisan yang telah ditetapkan oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Munggu untuk dinarasikan sebagai materi *storynomics tourism*. Penerapan konsep *storynomics* Desa Wisata Munggu sebagai bentuk promosi desa wisata berbasis digital *storytelling* dengan konsep bercerita. Konsep *storynomics tourism* yang diterapkan di Desa Munggu juga digunakan untuk persiapan dalam mengikuti Lomba Desa Wisata Nusantara. Materi promosi dengan konsep *storynomics tourism* memuat uraian ringkas mengenai tradisi lisan dalam dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Pembuatan narasi dalam dua versi bahasa bertujuan untuk kepentingan wisatawan nusantara dan mancanegara agar mereka dapat memahami tradisi-tradisi lisan yang menjadi kepercayaan masyarakat di Desa Wisata Munggu.

Penelitian ini menganalisis tentang *storynomics tourism* yang diarahkan sebagai cara baru untuk mempromosikan keunikan-keunikan daya tarik wisata yang terdapat di Desa Wisata Munggu dengan menceritakan tradisi lisan termasuk sejarah dan nilai-nilai budaya dari kearifan lokal yang terkandung didalamnya. Pada penelitian ini dirumuskan beberapa hal terkait bentuk ringkas (*simplified form*) tradisi lisan dari warisan budaya (*cultural heritage*) yang terkandung dalam daya tarik wisata di Desa Munggu. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan konsep *storynomics tourism* di Desa Wisata Munggu dalam pembuatan konten kreatif dengan mengungkap tradisi lisan sebagai media promosi desa wisata. Promosi desa wisata melalui *storynomics tourism* dapat meningkatkan kepuasan dan memberikan pengalaman berlibur yang berbeda (*tourist experience*) bagi wisatawan (Laksmi Sari et al., 2022:723). Promosi desa wisata dengan mengusung konsep *storynomics tourism* diharapkan agar wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Munggu dapat memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keunikan daya tarik wisata di Desa Munggu, sehingga wisatawan dapat menceritakan pengalamannya dan terjadi rekomendasi *word of mouth*.

## LITERATUR REVIEW

*Storynomics tourism* mulai diterapkan oleh desa-desa wisata dalam mempromosikan desa wisatanya. Kajian ini menggunakan teori *storynomics tourism* oleh Roberts McKee dan Thomas Gerace (2018) dalam bukunya yang berjudul *Storynomics Story-Driven Marketing in the Post-Advertising World*. McKee and Gerace menegaskan bahwa *when creating a content marketing experience for your customers, your first criteria for selecting contributors must be their domain expertise and their storytelling skills*. Kriteria pertama yang harus diperhatikan dalam membuat konten kreatif terkait pemasaran adalah keahlian domain dan kemampuan bercerita (2018:137). Konsep *storynomics tourism* merupakan terobosan baru dari pemerintah yang digunakan untuk mempromosikan pariwisata melalui cerita. Salah satu pengertian *storynomics* dikutip dari McKee and Gerace (2018) yang menguraikan bahwa, *“the storynomics concept was adapted from the marketing field by McKee. By preparing a good story, the marketing process becomes different. A story that has economic value can attract people in making a purchasing decision. In terms of tourism destinations, this economic value story is folklore, which can attract tourists in deciding to visit”*, (terjemahan: konsep *storynomics* diadaptasi dari bidang pemasaran oleh Robert McKee, dengan mempersiapkan cerita yang menarik, proses pemasaran menjadi berbeda. Sebuah cerita yang memiliki nilai ekonomi dapat menarik minat masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian. Dari segi destinasi pariwisata, cerita yang memiliki nilai ekonomi adalah cerita rakyat yang erat kaitannya dengan daya tarik wisata sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung). McKee and

Gerace (2018) juga menyatakan bahwa *storynomics* memerlukan langkah-langkah yang terencana dalam menyusun suatu cerita agar mampu memukau para pendengar atau pembaca. Kajian pariwisata dan sastra saat ini dikenal dengan istilah *literary tourism*. Menurut Putra, (2019:177) terdapat empat area kajian pariwisata sastra yaitu kajian tematik pariwisata sastra (tourism themes), kajian atas peninggalan sastrawan yang menjadi daya tarik wisata (*literary figure, literary place*), kajian aktivitas sastra (festival) yang menjadi daya tarik wisata (*literary events, activities*), dan kajian sastra yang dialihwahanakan ke dalam bentuk film sebagai bentuk media promosi (*ecranisation*).

(i) Kajian tematik pariwisata sastra (*tourism themes*),

Kajian tematik dalam pariwisata sastra memilih karya sastra seperti puisi, cerpen, novel, atau drama yang bertema perjalanan wisata. Dalam sastra Indonesia modern, ada beberapa puisi bertema pariwisata yang ditulis penyair Indonesia seperti W.S. Rendra, Ajip Rosidi, dan Radar Panca Dahana. Karya-karya mereka bisa dikaji dalam satu kesatuan dengan melihat dampak pariwisata terhadap Bali seperti diartikulasikan dalam sajak-sajak tersebut. Tergantung dari penafsiran, kemungkinan citra Bali yang ditampilkan tidak tunggal, tetapi sangat beragam.

(ii) Kajian atas peninggalan sastrawan dan tempat-tempat sastra yang menjadi daya tarik wisata (*literary figure, literary place*);

Kajian pariwisata sastra dengan menganalisis sosok sastrawan dan tempat-tempat yang ditinggalkan atau yang diperkenalkan lewat karyanya merupakan fokus area pada *literary figures* dan *literary places*.

(iii) Kajian aktivitas sastra seperti festival yang menjadi daya tarik wisata (*literary events, activities*);

Di Indonesia terdapat sejumlah aktivitas seperti festival sastra dan seni budaya yang melibatkan sastra dikaji dengan pendekatan kajian pariwisata sastra. Sejumlah aktivitas atau festival sastra atau seni budaya yang melibatkan sastra seperti *Ubud Writers and Readers Festival*, dan *Borobudur Writers and Cultural Festival*. Festival sastra juga dapat berkontribusi dalam mempromosikan pariwisata daerah, dan mampu meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat lokal.

(iv) Kajian sastra yang dialihwahanakan ke dalam bentuk lain seperti film dan menjadi saran promosi pariwisata (*ecranisation*).

Fakta fenomenal yang menarik untuk dianalisis adalah kontribusi novel dan film sebagai daerah tujuan wisata. Setelah novel difilmkan, latar cerita dalam novel dan film tersebut akan ramai dikunjungi wisatawan dan masyarakat setempat akan menerima dampak dari pariwisata. Adaptasi film dari novel *Eat, Pray, Love* dan *Laskar pelangi* sebagai bukti bahwa karya sastra yang dialihwahanakan ke dalam bentuk film dapat berkontribusi dalam mempromosikan pariwisata daerah setempat. Busby dan Klug (2001 dalam Putra, 2019:3) menjelaskan :

*Literary tourism occurs when authors or their literature become so popular that people are drawn to either those locations associated with the author (e.g. birthplace, home, graveside) or those featured within their writings.*

Terjemahan: Pariwisata sastra terjadi ketika sastrawan atau karya-karyanya menjadi sangat populer sehingga orang-orang tertarik mengunjungi lokasi yang berkaitan dengan sastrawan tersebut (misalnya tempat kelahiran, rumah, kuburan) atau hal-hal yang diceritakan dalam karya mereka.

Sudikan (2020) dalam kumpulan karangan yang bertajuk *Sastra Pariwisata* menguraikan bahwa sastra pariwisata merujuk pada beberapa pemaknaan, yaitu sastra tentang pariwisata, sastra

untuk pariwisata, atau sastra dalam pariwisata. Menganalisis fenomena pariwisata sastra dapat menggunakan cerita rakyat, legenda, mitos, atau novel sebagai objek kajian dalam penelitian. Menurut Putra dalam kumpulan karangan yang bertajuk Sastra Pariwisata (2020), menguraikan bahwa kajian sastra perjalanan atau sastra pariwisata muncul karena beberapa alasan. Pertama, tersedianya begitu banyak karya sastra yang mengandung kisah-kisah perjalanan, termasuk yang hadir dengan setting luar negeri. Kedua, fakta yang menunjukkan penggunaan karya sastra sebagai branding pariwisata. Ketiga, ekranisasi novel ke dalam film yang menjadikan daerah tempat cerita dikisahkan akhirnya menjadi daya tarik pariwisata terkenal. Keempat, kegairahan untuk memberikan apresiasi terhadap karya-karya sastra perjalanan juga menjadi pemantik akan kian berkembangnya kajian sastra pariwisata.

## METODE

Pendekatan yang relevan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini melibatkan 4 (empat) orang sebagai informan. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012:54) *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan informan didasari pertimbangan bahwa informan dalam penelitian ini adalah tokoh masyarakat yang berperan dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata Munggu, sehingga dapat memberikan informasi terkait cerita sejarah di balik keunikan daya tarik wisata di Desa Wisata Munggu. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara dengan Bapak I Putu Suada Selaku Ketua POKDARWIS Desa Wisata Munggu, Bapak Dr. Drs. I Nyoman Nikanaya, M.M., selaku mantan Kepala Dinas Kebudayaan Provinsi Bali, Bapak I Made Dedik Arsana Maestro Seni lukis di Desa Munggu dan Made Ana salah satu generasi muda yang berkecimpung dalam POKDARWIS Desa Wisata Munggu. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen seperti buku, dan artikel-artikel penelitian terkait dengan *storynomics tourism*. Penelitian ini menggunakan tradisi lisan yang berkaitan dengan daya tarik wisata di Desa Munggu sebagai unit analisis. Cerita sejarah dikumpulkan dan ditulis dalam bentuk ringkas (*simplified form*) sehingga mudah untuk dipahami. Narasi dalam bentuk ringkas dimuat dalam *website* Desa Wisata Munggu sebagai salah satu bentuk promosi sehingga kedepannya mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Munggu.

## II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketentuan Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 Pasal 8 menyatakan bahwa Desa Munggu, Kecamatan Mengwi ditetapkan sebagai salah satu kawasan desa wisata yang terletak di wilayah Kabupaten Badung. Desa Wisata Munggu memiliki berbagai potensi wisata yang dijadikan sebagai daya tarik wisata. Daya tarik wisata alam di Desa Wisata Munggu adalah wisata tubing / tubing rekreasi yang menyuguhkan pemandangan tebing yang unik di Sungai Penet, wisata olahraga (Voly Pantai) dan wisata berkuda di Pantai Munggu, wisata trekking dan cycling di kawasan persawahan Teba Kauh. Daya tarik wisata budaya mencakup tradisi Mekotek, menyaksikan keunikan dan keindahan arsitektur Pura, menyaksikan keunikan dan keindahan arsitektur dengan pola kehidupan masyarakat Bali di Royal Palace Griya Sidemen Pemaron, wisata penyembuhan berupa terapi di pasir Pantai Munggu pada sore hari, wisata Religi (melukat dan melasti), wisata cagar budaya ayunan, dan festival layang-layang. Daya tarik wisata minat khusus mencakup wisatawan dapat belajar menari dan bermain gamelan (menabuh) di Sanggar Seni Semarandana, dan wisatawan juga dapat belajar seni lukis yang memiliki ciri khas filosofi kehidupan masyarakat Bali di Rumah Maestro Seni lukis Bapak I Made Dedik Arsana.

### Tradisi Lisan Sebagai Branding Wisata

Perkembangan pariwisata tentunya tidak terlepas dari pengetahuan tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi secara lisan. Pemanfaatan tradisi lisan sebagai atraksi wisata merupakan salah satu bentuk pelestarian tradisi dan budaya masyarakat lokal. Kontribusi sastra dalam pariwisata dapat dilihat dari konsep pariwisata budaya Bali yang menampilkan berbagai fragmen dalam sastra sebagai *branding* wisata. Desa Wisata Munggu memiliki berbagai aktivitas budaya seperti tradisi *mekotek*, dan ayunan tradisional yang menjadi ciri khas desa tersebut. Penelitian ini menganalisis 4 (empat) tradisi lisan yang berkembang di tengah masyarakat Desa Munggu yang dijadikan sebagai media promosi desa wisata dengan mengusung konsep *storynomics tourism*. Tradisi lisan ini berkaitan erat dengan daya tarik wisata alam dan budaya yang telah dikembangkan di Desa Wisata Munggu.

Cerita pertama yang diangkat dalam konsep *storynomics tourism* adalah tradisi *mekotek* yang merupakan warisan budaya pada masa kejayaan Kerajaan Mengwi. Konon tradisi *mekotek* dilaksanakan untuk merayakan euphoria kemenangan atas keberhasilan Kerajaan Mengwi mengamankan Kerajaan Balambangan dari serangan Kerajaan Mataram. Pada masa pemerintahan Belanda, tradisi *mekotek* sempat dihentikan karena pelaksanaannya menggunakan tombak sehingga muncul kekhawatiran akan terjadinya pemberontakan. Adanya larangan terhadap pelaksanaan tradisi *mekotek* mengakibatkan masyarakat setempat sempat terkena wabah penyakit dan gagal panen. Para tokoh agama akhirnya melakukan meditasi dan mendapatkan pawisik bahwa penyebab terjadinya musibah karena pelaksanaan tradisi *mekotek* tidak dilaksanakan. Pihak Belanda akhirnya mengizinkan tradisi *mekotek* dilaksanakan kembali, dan dalam pelaksanaannya tombak diganti dengan sebatang kayu yang pada ujung atasnya diikatkan daun pandan berduri sebagai simbol mata tombak dan *tamiang* yaitu semacam simbol keagamaan yang terbuat dari daun lontar berbentuk bulat menyerupai tameng perang. Sejak saat itu muncul kepercayaan masyarakat bahwa tradisi *mekotek* dilaksanakan untuk menghindari musibah atau menolak *bala*. Tameng perang atau sebuah perisai yang digunakan untuk melindungi diri pada masa peperangan masih dijaga hingga saat ini oleh masyarakat setempat dan disimpan di Pura Dalem Khayangan Wisesa. Prosesi tradisi *mekotek* dimulai dengan mengambil (*memendak*) *tamiang* (tameng) dari Pura Dalem Khayangan Wisesa dan dibawa (*dipundut*) ke Pura Puseh lan Desa Adat Munggu lalu masyarakat setempat melakukan persembahyangan bersama. Setelah persembahyangan selesai dilakukan, *sekaa mekotek* dan pengiring mengelilingi wilayah Desa Adat Munggu dengan membawa kayu sejenis kayu pulet dan juga mengikutsertakan simbol-simbol keagamaan seperti umbul-umbul, *lelontek*, serta benda-benda pusaka seperti tombak, keris dan cambuk yang disucikan, dan tameng perang yang diiringi dengan gamelan bleganjur serta nyanyian rohani (*kidung*). Tradisi *mekotek* sebagai salah satu tradisi yang sakral di Desa Munggu sehingga masyarakat setempat yang sedang dalam keadaan *cuntaka* (sedang dalam keadaan tidak suci) tidak diperkenankan ikut terlibat dalam pelaksanaan tradisi *mekotek* (Wawancara 26/02/2022).

Cerita kedua yang diangkat dalam konsep *storynomics tourism* adalah tradisi ayunan tradisional yang terletak di Balai Banjar Kerobokan, Desa Munggu. Kepercayaan masyarakat lokal terhadap kesakralan ayunan tradisional yang erat kaitannya dengan niskala. Pelaksanaan ayunan tradisional ini dipercaya memiliki keterkaitan dengan Pura Puseh lan Desa Adat Munggu. Konon pada zaman dahulu Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan) yang berstana atau melinggih di Pura Puseh lan Desa Adat Munggu dipercaya sangat menyukai keramaian. Prosesi pelaksanaan ayunan tradisional dimulai dengan membuat sarana persembahyangan berupa daksina pelinggih yang digunakan untuk matur piuning atau memohon ijin kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa agar anak-anak diberikan keselamatan pada saat bermain ayunan. Masyarakat setempat meyakini bahwa selama pelaksanaan ayunan tradisional tidak pernah terjadi kecelakaan meskipun ayunan tradisional ini sudah berumur puluhan tahun. Keunikan dari pelaksanaan ayunan tradisional di Desa Munggu adalah masyarakat setempat hingga saat

ini masih menggunakan cara tradisional berupa beruk dalam durasi putaran ayunan. Beruk merupakan batok kelapa yang diberi lubang dan didalamnya berisi air, ketika air dalam beruk sudah habis maka ayunan tradisional akan berhenti berputar dalam satu putaran waktu. Berhentinya putaran waktu juga ditandai dengan suara yang muncul dari *tawe-tawe*, yang merupakan salah satu instrumen dalam gamelan Bali. Ayunan tradisional ini dipertahankan oleh masyarakat setempat sebagai salah satu bentuk pelestarian budaya dan menjaga warisan leluhur (Wawancara 26/02/2022).

Cerita ketiga yang diangkat dalam konsep *storynomics tourism* adalah tradisi lisan yang berkaitan dengan proses penyembuhan berupa terapi di pasir Pantai Munggu. Pantai Munggu yang menyuguhkan keindahan panorama indahnya matahari terbit *sunrise* sekaligus matahari terbenam atau *sunset*, ternyata juga menyimpan cerita unik di dalamnya yaitu pasir pantai yang dipercaya oleh masyarakat setempat dapat menyembuhkan penyakit seperti terapi kesehatan untuk melancarkan peredaran darah dengan cara membenamkan tubuh dari bagian leher sampai ujung kaki ke dalam pasir pantai. Waktu yang tepat untuk melakukan terapi di pasir pantai adalah pada sore hari, ketika pasir terasa hangat karena mendapat sinar matahari pada siang harinya. Wisatawan yang berkunjung ke Pantai Munggu dapat berwisata sembari melakukan relaksasi melalui terapi pasir pantai (Wawancara 26/02/2022).

Cerita keempat yang diangkat dalam konsep *storynomics tourism* adalah tradisi lisan yang diwariskan secara turun menurun dipercaya dapat menyembuhkan penyakit kulit (cacar) di Pancoran Pule. Penderita cacar biasanya disarankan agar kulitnya tidak terkena air atau tidak boleh mandi. Uniknya tradisi lisan yang menjadi kepercayaan masyarakat setempat adalah penderita cacar bisa sembuh dengan air suci yang terdapat di Pancoran Pule. Adapun tahapan-tahapan yang harus dilakukan adalah menghaturkan pejati dan berdoa terlebih dahulu untuk memohon kesembuhan kepada Tuhan / Ida Sang Hyang Widhi Wasa, kemudian mengambil air suci tersebut secukupnya (*nunas tirta*) di Pancoran Pule. Air suci dari Pancoran Pule tersebut ditambahkan sedikit air kayu cendana, dan bunga (sekar). Proses pengobatan ini dilakukan dengan menyemburkan air suci tersebut ke seluruh kulit penderita cacar. Prosesi pengobatan ini dilakukan di merajan / tatanan pura yang terkecil di lingkup masyarakat yang berada di rumah masing-masing (Wawancara 26/02/2022).

## **Ekonomi Kreatif**

### **Ciri khas kuliner makanan tradisional Bali**

Konsep *storynomics tourism* berlandaskan pada tradisi lisan juga berkaitan dengan warisan makanan tradisional Bali (gastronomi lokal) yang mengandung unsur kearifan lokal. Makanan tradisional Bali dapat dikonsumsi dan juga dijadikan sebagai sarana persembahan kepada Tuhan / Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Bubur (bubuh) sumsum sebagai salah satu makanan tradisional yang digunakan sebagai persembahan terhadap tumbuh-tumbuhan pada hari suci Tumpek Wariga atau Tumpek Bubuh yang dirayakan tepat 25 hari sebelum Hari Raya Galungan. Tumpek Bubuh adalah tradisi lisan yang memiliki nilai-nilai kearifan lokal dalam keberlanjutan pelestarian lingkungan. Perayaan Tumpek Bubuh ditandai dengan adanya aktivitas masyarakat membuat bubur sumsum dan menghaturkan persembahan dilengkapi dengan bubur sumsum dihadapan Tuhan dalam manifestasinya sebagai Dewa Sangkara yang menjaga keselamatan tumbuh-tumbuhan. Bubur sumsum dipercaya sebagai lambang kesuburan. Makna perayaan Tumpek Bubuh merupakan salah satu bentuk ucapan rasa syukur atas anugerah kesuburan yang telah diberikan oleh Tuhan, sehingga pohon-pohon dapat tumbuh semakin subur dan hasil panen dapat digunakan sebagai sarana persembahan pada saat Hari Raya Galungan. Perayaan Tumpek Bubuh juga sebagai bentuk penerapan Tri Hita Karana yaitu palemahan yang merupakan hari kasih sayang dalam harmonisasi hubungan antara manusia

dalam menjaga dan merawat tumbuh-tumbuhan dengan baik. Keunikan tradisi ini dapat dilihat ketika masyarakat adat mengucapkan doa dalam bentuk nyanyian rakyat yang dilantunkan pada saat Tumpek Bubuh sebagai berikut :

“*Nini Nini, buin selae dina galungan. Mebuah apang nged... nged... nged*” yang artinya “Nenek nenek, 25 hari lagi Galungan. Berbuahlah dengan lebat”. (Wawancara 26/02/2022).

Kutipan lirik di atas diucapkan ketika mempersembahkan sarana persembahan kepada Tuhan dengan menyentuh batang pohon sebanyak 3 (tiga) kali. Setelah itu, mengetokkan golok pada batang pohon agar batang pohon tersebut sedikit terbuka lalu dibubuhi bubur sumsum. Selain sebagai sarana persembahan, bubur sumsum di Bali juga dapat menjadi peluang usaha yang dapat meningkatkan perekonomian keluarga. Dalam melestarikan kuliner khas tradisional ini, masyarakat setempat biasanya ada yang menjual bubur sumsum di pasar tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat setempat berperan aktif dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di bidang kuliner.

### Seni Lukis di Desa Wisata Munggu

Ciri khas goresan-goresan seorang pelukis di Desa Wisata Munggu memiliki nilai filosofi kehidupan masyarakat Bali. Goresan pada setiap lukisannya dapat bercerita dan memunculkan interpretasi dari penikmat seni dalam bentuk lukisan. Desa Munggu dikenal dengan adanya tradisi *mekotek* yang menjadi daya tarik wisata budaya yang diminati oleh wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Pelukis Bapak I Made Dedik Arsana mentransformasikan tradisi mekotek ke dalam bentuk lukisan klasik sebagai salah satu bentuk cinderamata sebagai berikut :



**Gambar 1.** Seni Lukis Tradisi Mekotek

Sumber : Pelukis Bapak I Made Dedik Arsana, 2022

Upaya yang dapat dilakukan dalam mendukung ekonomi kreatif di Desa Wisata Munggu salah satunya adalah melalui seni yang dapat dikembangkan dengan pembuatan kaos yang berisi lukisan mekotek di bagian belakang sehingga dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas Desa Wisata Munggu. Bapak I Made Dedik Arsana juga melukis ragam hias pada bangunan tradisional Bali yang menampilkan ragam flora dan fauna berupa kekarangan. Kekarangan berfungsi sebagai alat komunikasi dalam berinteraksi dengan masyarakat lokal dalam menelaah ajaran agama Hindu melalui karya seni rupa. Kekarangan menampilkan suatu bentuk hiasan yang mendekati bentuk-bentuk flora yang memiliki gaya ekspresionis, artinya

bangunan atau arsitektur tradisional Bali dipenuhi dengan hiasan-hiasan ukiran menyerupai bentuk fauna yang dipahatkan sesuai bentuk sebenarnya, sehingga fauna ditampilkan secara abstrak (Hartanti dan Nediari, 2014:531). Adapun bentuk-bentuk kekarangan yang dilukis oleh Bapak I Made Dedik Arsana adalah :

- a. Karang Boma,
- b. Karang Manuk,
- c. Karang Tapel, dan
- d. Karang Asti atau Karang Gajah.

*Kekarangan* tersebut menjadi ciri khas dari lukisan Bapak I Made Dedik Arsana di Desa Wisata Munggu. *Kekarangan* tersebut juga penuh dengan cerita yang terkandung didalamnya. *Kekarangan-kekarangan* tersebut ditampilkan dan diisi ulasan-ulasan berkaitan dengan makna yang terkandung didalamnya yaitu sebagai berikut :

a. **Karang Boma**

Karang Boma adalah ornamen yang motifnya menyerupai kepala raksasa sebagai simbol agar manusia memasuki area pura harus dalam keadaan tenang dan meninggalkan sifat-sifat keraksasaan. Karang Boma sarat akan makna filosofi yang tersurat dalam cerita *Bhomantaka*. Cerita *Bhomantaka* menyuratkan bahwa Bhome adalah putra dari Dewa Wisnu (Dewa Air) dan Dewi Pertiwi (Dewi Bumi). Konon diceritakan bahwa Dewa Brahma dan Dewa Wisnu saling bersitegang mengenai kekuatan siapa yang paling sakti. Dewa Siwa memberikan saran bahwa Dewa Brahma dan Dewa Wisnu harus menemukan ujung dan pangkal lingga (tiang) besar milik Dewa Siwa untuk membuktikan siapa yang paling sakti. Dewa Brahma mencari ujung lingga ke atas dengan menaiki Burung Garuda, sedangkan Dewa Wisnu menjelma sebagai babi hutan (*waraha*) untuk menuju pangkal lingga ke dasar bumi. Dalam pencarian pangkal lingga ke dasar bumi, Dewa Wisnu akhirnya bertemu dengan Dewi Pertiwi. Perwujudan Dewa Wisnu yang menjelma sebagai babi hutan berhubungan dengan Dewi Pertiwi dan melahirkan seorang putera berwujud menakutkan bernama Bhome Narakasura. Karang Boma erat kaitannya dengan konsep mitologi Hindu tentang putera Dewa Wisnu dengan Dewi Pertiwi yang lahir dalam wujud seorang raksasa yang menakutkan. Makna filosofi Karang Boma adalah sebagai sarana panglукatan atau penyucian, ketika memasuki pura berarti seluruh anggota tubuh secara langsung disucikan oleh Karang Boma. Karang Boma dipahatkan di atas lubang pintu masuk arsitektur sebuah bangunan suci (pelinggih) diyakini sebagai relief sakral yang menjaga kesucian Pura dan bangunan-bangunan suci di Bali dari hal-hal negatif (Wawancara 20/03/2022). Lukisan Karang Boma karya Bapak I Made Dedik Arsana merupakan salah satu upaya pelestarian nilai-nilai budaya Bali pada bentuk-bentuk arsitektur bangunan di Bali yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 2.** Seni Lukis Karang Boma  
Sumber: Pelukis Bapak I Made Dedik Arsana, 2022

### b. Karang Manuk

Ornamen Karang Manuk dipahatkan menyerupai wajah seekor burung. Arti kata manuk adalah burung. Karang manuk sebagai stilisasi kepala burung yang berkaitan erat dengan mitos tentang tugas burung sebagai penjaga dunia atas. Mitologi maupun tradisi lisan yang sudah menjadi suatu keyakinan bagi masyarakat lokal mengenai ketangguhan burung dalam menjaga kedamaian dunia. Seekor burung yang mengepakkan sayapnya untuk terbang tinggi. Sesuai dengan kehidupan burung sebagai binatang bersayap, hiasan karang manuk dipahatkan pada sudut-sudut di bagian atas bangunan. Pahatan Karang Manuk biasanya menyatu dengan karang simbar. Karang simbar adalah hiasan yang menyerupai bentuk tumbuh-tumbuhan. Karang manuk dan karang simbar erat kaitannya karena tumbuh-tumbuhan merupakan habitat penting bagi burung yang dimanfaatkan untuk bersarang, berlindung, mencari makanan, dan berkembang biak (Wawancara 26/02/2022). Lukisan Ornamen Karang Manuk dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 3.** Seni Lukis Karang Manuk  
Sumber: Pelukis Bapak I Made Dedik Arsana, 2022

### c. Karang Tapel

Tapel atau lebih dikenal dengan topeng sebagai salah satu bentuk ekspresi wajah manusia yang dituangkan ke dalam bentuk karya seni. Ornamen tapel merupakan salah satu bentuk karya seni yang wujudnya menyerupai wajah makhluk mitologi masyarakat Hindu yang dipercaya sebagai simbol kekuatan. Ornamen karang tapel dipahatkan di bagian tengah-tengah bangunan

(Wawancara 26/02/2022). Lukisan Ornamen Karang Tapel dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 4.** Seni Lukis Karang Tapel  
Sumber: Pelukis Bapak I Made Dedik Arsana, 2022

d. **Karang Asti atau Karang Gajah**

Karang Asti atau Karang Gajah adalah ornamen yang motifnya menyerupai wajah seekor gajah. Ornamen karang gajah dipahatkan pada setiap sudut bagian bawah pada sebuah bangunan di Bali. Karang gajah dipahatkan menyatu dengan ukiran-ukiran lain semacam patra sebagai pelengkap hiasan karang gajah. Karang gajah dipilih sebagai hiasan yang dipahatkan pada bagian bawah atau dasar bangunan memiliki makna bahwa gajah merupakan simbol kekuatan fisik, sehingga bangunan yang dihias dengan bentuk karang gajah merupakan lambang kekokohan sebuah bangunan (Wawancara 26/02/2022). Lukisan Ornamen Karang Asti atau Karang Gajah dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



**Gambar 5.** Seni Lukis Karang Asti / Gajah  
Sumber: Pelukis Bapak I Made Dedik Arsana,  
2022

### III. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang mengkaji promosi daya tarik wisata berbasis narasi *storynomics tourism* di Desa Wisata Munggu dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Munggu memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang menyimpan sejarah maupun tradisi lisan dan masih berkembang sebagai suatu kepercayaan masyarakat setempat secara turun-temurun. Adapun daya tarik wisata alam dan budaya di Desa Wisata Munggu yang dibuatkan narasi adalah Tradisi *Mekotek*, Ayunan Tradisional, Pantai Munggu, dan Pancoran Pule. Selain itu, ekonomi kreatif berupa makanan tradisional Bali dan seni lukis juga dinarasikan untuk kebutuhan promosi Desa Wisata Munggu. Narasi mengenai tradisi lisan yang telah dipilih oleh penulis dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Munggu untuk dinarasikan sebagai *materi storynomics tourism* akan ditampilkan pada website Desa Wisata Munggu dan juga akan digunakan untuk persiapan dalam mengikuti Lomba Desa Wisata Nusantara. Uraian ringkas

mengenai tradisi lisan yang berkaitan dengan daya tarik wisata di Desa Munggu dalam penelitian ini akan ditampilkan pada *website* Desa Wisata Munggu dalam dua versi bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris agar mudah dipahami oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Pembuatan narasi ringkas terkait daya tarik wisata di Desa Munggu diharapkan dapat memberikan manfaat. Pertama, membujuk pembaca agar tertarik menyaksikan keunikan-keunikan tradisi di Desa Wisata Munggu secara langsung dengan berkunjung ke Desa Wisata Munggu. Kedua, narasi-narasi yang telah disusun dapat dijadikan sebagai pedoman bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Munggu dalam menyampaikan sejarah dan tradisi lisan di balik daya tarik wisata kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Munggu. Penuturan terkait tradisi lisan yang berkembang di tengah-tengah masyarakat lokal sangat penting untuk dilakukan agar tidak punah. Desa Wisata Munggu mengusung konsep *storynomics tourism* merupakan salah satu langkah awal dalam mempromosikan desa wisata dengan konsep bercerita dan tetap mempertahankan nilai-nilai budayanya, serta sebagai bentuk pelestarian terhadap tradisi dan budaya yang berkembang di Desa Wisata Munggu.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak I Putu Suada Selaku Ketua POKDARWIS Desa Wisata Munggu, Bapak Dr. Drs. I Nyoman Nikanaya, M.M., selaku mantan Kepala Dinas Kebudayaan Provinsi Bali, Bapak I Made Dedik Arsana Maestro Seni lukis di Desa Munggu dan Made Ana yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi mengenai cerita sejarah di balik keunikan daya tarik wisata di Desa Wisata Munggu.

### REFERENSI

- Anoegrajekti, N., Saryono, D., & Putra, I. 2020. *Sastra Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius bekerja sama dengan HISKI Komisariat Jember.
- Hartanti, G., & Nediari, A. (2014). Pendokumentasian Aplikasi Ragam Hias Budaya Bali, Sebagai Upaya Konservasi Budaya Bangsa Khususnya pada Perancangan Interior. *Humaniora*, 5(1), 521-540.
- McKee, R., & Gerace, T. (2018). *Storynomics: Story-driven marketing in the post-advertising world*. Hachette UK.
- Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2020 tentang Standar Penyelenggaraan Kepariwisata Budaya Bali
- Putra, I. N. D. 2017. "Literary Tourism: Kajian Sastra Dengan Pendekatan Pariwisata", Makalah: Disampaikan dalam Seminar Nasional pada Prodi Bahasa Inggris – FIB, Universitas Diponegoro, Semarang, 30/11/2017.
- Putra, I. N. D. 2019. "Sastra Pariwisata: Pendekatan Interdisipliner Kajian Sastra dan Pariwisata", Seminar Nasional Inovasi dalam Penelitian Sains, Teknologi dan Humaniora-InoBali, pp.173-181.
- Rahayu, A. 2015. "Siaran Pers Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Menparekraf: Pemulihan Ekonomi Pariwisata Secara Umum Jadi Fokus di 2021", sumber: <https://www.kemenparekraf.go.id/post/siaran-pers-menparekrafpemulihan-ekonomi-pariwisata-secara-umum-jadi-fokus-di-2021> Diakses 10/03/2022
- Sari, I. A. L., Putra, I. N. D., Purnawan, N. L. R., & Suardiana, I. W. *Storynomics Bali Aga: Pemanfaatan Cerita Rakyat Untuk Promosi Desa Wisata Sidetapa, Kabupaten Buleleng*.
- Sharon, D. 1992. *Tourism: An Introductory Text*. Victoria: Edward Arnold Australia