

Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Pariwisata Religi Bahari Berbasis Sejarah di Cirebon

<http://dx.doi.org/xxxxx/xxxx>

Nurul Chamidah^{1*} Daduk Merdika Mansur², Endah Nurhawaeny Kardiyan³, Dea Angkasa Putri Supardi⁴, Yusa Indera Permana⁵

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Cirebon, Jawa Barat

²Manajemen Bisnis Rekreasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Jawa Barat

³Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Cirebon, Jawa Barat

⁴Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Cirebon, Jawa Barat

⁵Badan Perencanaan Pembangunan Riset dan Inovasi Daerah Kabupaten Cirebon, Jawa Barat

*correspondent author: nurul.chamidah@umc.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan pariwisata di kawasan Gunung Jati, Kabupaten Cirebon, hingga saat ini masih terkonsentrasi pada wisata ziarah makam Sunan Gunung Jati, sementara potensi bahari, sejarah maritim, dan lingkungan pesisir di sekitarnya belum terintegrasi sebagai satu kesatuan destinasi. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengembangan pariwisata religi bahari sebagai alternatif pembangunan pariwisata berkelanjutan melalui perspektif komunikasi pembangunan dengan menggunakan teori Difusi Inovasi sebagai kerangka teoretik utama untuk menjelaskan proses penyebaran gagasan pariwisata berbasis kawasan dan adopsinya oleh masyarakat. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa inovasi pariwisata akan lebih mudah diterima apabila dikomunikasikan melalui saluran berbasis komunitas, selaras dengan nilai religius lokal, dan menempatkan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-eksploratif yang dilaksanakan pada periode 2022–2025 melalui studi dokumen kebijakan (RPJMD, RIPPARDA/Raperiparda, dan RTRW), observasi lapangan dan pemetaan potensi pariwisata di Kecamatan Gunung Jati, wawancara mendalam dengan aktor penggerak masyarakat, tokoh agama, pemerintah kecamatan, serta Bapelitbangda, dan *Focus Group Discussion* (FGD) multipihak. Analisis data dilakukan secara tematik menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña untuk mengidentifikasi aktor komunikasi, saluran komunikasi, tahapan adopsi inovasi, serta bentuk partisipasi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata religi bahari dipahami sebagai inovasi sosial yang bertumpu pada narasi sejarah, penguatan kapasitas masyarakat, dan pembelajaran sosial bertahap, dengan komunitas mangrove dan pelaku UMKM sebagai *early adopters* serta tokoh agama dan penggerak komunitas sebagai *change agents*. Temuan ini memperkuat relevansi teori difusi inovasi dalam konteks pariwisata berbasis nilai religius dengan strategi guna mengurai konsentrasi wisata ziarah, memperluas destinasi pendukung, dan mendorong pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat.

Kata kunci: difusi inovasi, pariwisata, religi, bahari, masyarakat

ABSTRACT

Tourism development in the Gunung Jati area of Cirebon Regency remains largely concentrated on pilgrimage tourism to the Tomb of Sunan Gunung Jati, while the surrounding maritime potential, maritime history, and coastal environment have not yet been integrated into a unified destination. This study aims to examine the development of religious maritime tourism as an alternative pathway toward sustainable tourism development through the perspective of development communication, employing Diffusion of Innovation Theory as the main theoretical framework to explain the dissemination of area-based tourism ideas and their adoption by local communities. This study is grounded in the assumption that tourism innovation is more readily accepted when communicated through community-based channels, aligned with local religious values, and positions the community as the main actor of development. Using a qualitative descriptive-exploratory approach conducted during the period 2022–2025, data were collected through policy document analysis (RPJMD, RIPPANDA/Raperipanda, and RTRW), field observations and tourism potential mapping in Gunung Jati District, in-depth interviews with community mobilizers, religious leaders, sub-district government officials, and the Regional Development Planning, Research, and Development Agency (Bapelitbangda), as well as multi-stakeholder Focus Group Discussions (FGDs). Data were analyzed thematically using the interactive analysis model of Miles, Huberman, and Saldaña to identify communication actors, communication channels, stages of innovation adoption, and forms of community participation. The findings indicate that religious maritime tourism is perceived as a social innovation grounded in historical narratives, community capacity building, and gradual social learning processes, with mangrove community groups and MSME actors functioning as early adopters, while religious leaders and community activists serve as key change agents. These findings reinforce the relevance of diffusion of innovation theory in the context of value-based tourism and highlight its strategic role in reducing the concentration of pilgrimage tourism, expanding supporting destinations, and promoting sustainable, community-based tourism development.

Keywords: Communication, empowerment, tourism, religy, maritime

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara maritim memiliki peluang strategis untuk mengembangkan pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada keberlanjutan sosial, budaya, dan lingkungan. Dalam satu dekade terakhir, kecenderungan pariwisata global menunjukkan pergeseran dari wisata massal menuju wisata berbasis pengalaman yang menekankan nilai edukatif, spiritual, dan kearifan lokal. Perubahan orientasi ini mendorong lahirnya berbagai bentuk pariwisata alternatif yang lebih sensitif terhadap konteks lokal dan keberlanjutan jangka panjang. Salah satu bentuk pariwisata alternatif tersebut adalah pariwisata religi bahari, yang mengintegrasikan dimensi religius, sejarah maritim, dan ekologi pesisir sebagai satu kesatuan pengalaman wisata yang bermakna dan bernilai (Muda, 2025).

Dalam konteks pembangunan pariwisata berkelanjutan, komunikasi tidak dapat dipahami semata sebagai instrumen promosi destinasi, melainkan sebagai proses sosial yang bersifat memberdayakan. Komunikasi berperan penting dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap makna pembangunan, membuka ruang partisipasi, serta memperkuat kapasitas lokal dalam pengelolaan sumber daya wisata. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa keberhasilan pariwisata berbasis komunitas sangat ditentukan oleh praktik komunikasi partisipatif yang mampu membangun kesadaran kritis, memperkuat modal sosial, dan mendorong kepemilikan kolektif atas program pembangunan (Khaenamkhaew et al., 2023). Namun demikian, praktik komunikasi pembangunan pariwisata di wilayah pesisir Indonesia masih sering bersifat top-down, dengan masyarakat diposisikan sebagai penerima kebijakan dan manfaat, bukan sebagai subjek yang terlibat sejak tahap perencanaan hingga pengelolaan.

Kawasan Gunung Jati di Kabupaten Cirebon merupakan contoh wilayah pesisir yang memiliki modal sejarah, religius, dan budaya yang kuat untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata religi bahari. Narasi tentang jejak Laksamana Cheng Ho, sejarah Kerajaan Singapura lokal, serta keberadaan makam Sunan Gunung Jati membentuk lanskap simbolik yang kaya dan

berpotensi menjadi basis pengembangan pariwisata berbasis cerita (*story-based tourism*) atau *storynomics*. Akan tetapi, praktik pengembangan pariwisata di kawasan ini masih didominasi oleh pendekatan yang menitikberatkan pada inventarisasi aset, perencanaan fisik, dan penyediaan infrastruktur. Dimensi komunikasi, menyampaikan tentang bagaimana narasi sejarah dan nilai religius dikomunikasikan, dimaknai, dan diinternalisasi oleh masyarakat pesisir sebagai dasar keterlibatan dan pemberdayaan, belum menjadi fokus utama dalam kajian maupun praktik pembangunan pariwisata.

Penelitian-penelitian mutakhir menunjukkan bahwa integrasi nilai religius dan kesadaran ekologis dalam pariwisata bahari menuntut pendekatan komunikasi yang sensitif terhadap konteks sosial dan budaya lokal. Praktik religius masyarakat pesisir, seperti ziarah, ritual laut, dan tradisi keagamaan berbasis ruang pesisir, tidak hanya berfungsi sebagai atraksi wisata, tetapi juga sebagai medium komunikasi nilai yang membentuk perilaku kolektif terhadap lingkungan laut dan pesisir (Arismayanti, 2021; Pongsakornrunsilp et al., 2024; Prasetyo et al., 2021; Titing et al., 2025). Namun, hingga saat ini masih terbatas penelitian yang secara eksplisit merumuskan model komunikasi pemberdayaan yang menjelaskan peran aktor lokal, saluran komunikasi, serta mekanisme partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata religi bahari berbasis sejarah di Indonesia.

Keterbatasan tersebut semakin terlihat ketika ditinjau dari literatur pariwisata berkelanjutan periode 2021–2025. Berbagai studi menempatkan *community-based tourism* (CBT) sebagai pendekatan kunci dalam pengembangan pariwisata di wilayah yang memiliki kekayaan budaya dan religius, karena terbukti mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, memperkuat kapasitas lokal, dan mendorong pemerataan manfaat ekonomi (Handayani & Damayanti, 2024) (Muda, 2025). Dalam konteks pariwisata religi, penelitian nasional dan internasional menegaskan bahwa nilai spiritual dan praktik ziarah merupakan motivator kuat kunjungan wisata, tetapi pengelolaannya kerap terjebak pada orientasi ekonomi dan tata kelola destinasi tanpa memperhatikan proses komunikasi yang memberdayakan masyarakat lokal (Khoiriyah et al., 2024).

Di sisi lain, kajian mengenai *storynomics* tourism menunjukkan bahwa narasi sejarah dan warisan budaya efektif membangun diferensiasi destinasi dan pengalaman wisata yang bermakna, namun juga mengandung risiko komodifikasi budaya apabila tidak dikembangkan secara partisipatif (Machmury, 2023). Studi tentang pariwisata bahari dan ekowisata mangrove menegaskan adanya potensi ganda antara konservasi lingkungan dan penguatan ekonomi masyarakat pesisir, sekaligus mengingatkan kerentanan terhadap konflik lahan, ketimpangan aktor, dan rendahnya kapasitas pengelolaan komunitas (Sihombing & Suastini, 2024). Sementara itu, dalam ranah teori komunikasi pembangunan, penelitian terbaru menunjukkan bahwa teori difusi inovasi masih relevan untuk menjelaskan adopsi inovasi sosial dalam sektor pariwisata, terutama ketika inovasi selaras dengan nilai lokal, dikomunikasikan melalui saluran interpersonal, dan didukung oleh agen perubahan yang dipercaya masyarakat (Bolic et al., 2024; Collado-Agudo et al., 2023), meskipun pendekatan ini juga dikritik apabila mengabaikan relasi kuasa dan konteks sosial budaya.

Berdasarkan paparan tersebut, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan antara kajian pariwisata yang berfokus pada destinasi dan infrastruktur dengan kajian komunikasi pemberdayaan yang menelaah proses sosial, simbolik, dan partisipatif dalam pembangunan pariwisata. Secara khusus, masih minim penelitian yang mengintegrasikan narasi sejarah maritim dan religius, pariwisata bahari, serta strategi komunikasi difusi inovasi dalam satu kerangka analitis yang kontekstual. Selain itu, belum banyak studi yang menjelaskan bagaimana komunikasi pembangunan digunakan untuk mengurai konsentrasi wisata ziarah pada satu titik menuju jaringan destinasi pendukung berbasis kawasan, dengan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam pengembangan pariwisata religi bahari berbasis sejarah di Cirebon. Penelitian ini secara khusus bertujuan mengidentifikasi aktor-aktor komunikasi kunci, saluran komunikasi yang digunakan, serta pola interaksi yang membentuk pemaknaan kolektif masyarakat terhadap pariwisata religi Bahari. Selain itu, penelitian ini bertujuan merumuskan model komunikasi yang mampu

mendorong partisipasi masyarakat, memperkuat kapasitas sosial dan budaya lokal, serta mengintegrasikan kepentingan ekonomi, pelestarian sejarah, dan keberlanjutan lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan kajian komunikasi pembangunan sekaligus menjadi rujukan praktis bagi perumusan kebijakan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat pesisir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-eksploratif untuk memahami proses komunikasi dalam pengembangan pariwisata religi bahari berbasis kawasan di Kecamatan Gunung Jati, Kabupaten Cirebon. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, praktik komunikasi, serta dinamika sosial yang melibatkan berbagai aktor dalam konteks pembangunan pariwisata yang kompleks dan kontekstual (Creswell & Poth, 2016; Tracy, 2024). Penelitian dilaksanakan secara bertahap pada tahun 2022 dan disempurnakan dengan diskusi dan kajian bersama Forum Bisnis Cirebon hingga tahun 2025.

Tahap pengumpulan data dilakukan sebagai berikut; *Pertama*, awal diawali dengan studi dokumen terhadap dokumen perencanaan pembangunan daerah, meliputi RPJMD, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA/Raperiparda) tahun 2022, serta Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW). Analisis dokumen dilakukan untuk memahami arah kebijakan, posisi pariwisata dalam pembangunan daerah, serta kerangka regulatif yang memengaruhi praktik komunikasi pembangunan; *Kedua*, observasi berupa pemetaan potensi pariwisata, kajian kewilayahan, dan identifikasi modal sosial masyarakat di Kecamatan Gunung Jati. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai kondisi wisata ziarah, situs sejarah pendukung, dan potensi wisata bahari, sekaligus memahami interaksi sosial masyarakat pesisir; *Ketiga*, wawancara dengan aktor kunci, meliputi kelompok penggerak masyarakat (Kelompok Tani Hutan Mangrove MICIL Bondet dan komunitas Mangrove Panglaot Pasindangan), budayawan, tokoh agama, pemerintah Kecamatan Gunung Jati, serta Kepala Badan Perencanaan Penelitian Pembangunan Daerah (Bapelitbangda) Kabupaten Cirebon.

Wawancara digunakan untuk menggali persepsi, pengalaman, dan peran aktor dalam pengembangan pariwisata religi bahari; *Keempat*, *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan akademisi, pelaku pariwisata, kelompok masyarakat, pemerintah desa dan kecamatan, serta organisasi perangkat daerah terkait, seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pekerjaan Umum, dan Dinas Komunikasi dan Informatika. FGD berfungsi sebagai ruang dialog multipihak untuk mengkaji kelayakan konsep, mengidentifikasi hambatan dan peluang, serta memetakan strategi komunikasi pembangunan. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara berulang. (Miles et al., 2014).



Gambar1: Bagan Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis potensi wisata religi dan bahari

Kawasan wisata Gunung Jati yang memiliki keuntungan secara geografis berbatasan langsung dengan Kota Cirebon. Kota Cirebon menjadi pusat keramaian yang memiliki amenitas berupa hotel Bintang lima dan mall. Selain itu aksesibilitas berupa stasiun besar Cirebon. Jarak tempuh Stasiun Cirebon menuju Makam Sunan Gunung Jati adalah 15 menit. Cirebon kondisi geografis yang menguntungkan yakni memiliki kawasan perbukitan dan juga pesisir pantai. Dalam kepercayaan Tionghoa wilayah dengan tipologi wilayah yang bersandar di gunung menghadap pantai bernilai hoki atau keberuntungan (Mulyono, 2015). Kondisi geografis dan sejarah budaya khas akibat perpaduan budaya masa lalu dan serta pelabuhan internasional menjadikan Cirebon sebagai wilayah dengan budaya khas yakni diantara Sunda dan Jawa. Tipologi masyarakat pesisir lebih terbuka kepada orang asing yang berbeda budaya dan lebih terbuka pada pemikiran baru. Ritual budaya masih hidup dan masih terus dilestarikan oleh masyarakat, seperti upacara sedekah budi, sedekah laut, maulid nabi, upacara kelahiran hingga kematian.

Dari semua aspek yang menguntungkan Cirebon juga memiliki ancaman berupa kondisi sosial kemasyarakatan yang belum melek literasi dan edukasi dasar sebagai masyarakat pariwisata. Masyarakat pesisir belum memahami pengelolaan potensi pesisir dan lebih banyak sebagai masyarakat marginal sebagai rendahnya kesadaran Kesehatan masyarakat, kantong kemiskinan, kejahatan dan prostitusi. Pemahaman budaya yang rendah menjadikan pudarnya makna pada ritual keagamaan dan budaya.

Makam Sunan Gunung Jati merupakan aset *private* dan terjadinya *konflik of interest* dalam perebutan tahta sultan Cirebon yang berdampak pada pengelolaan makam. Faktor tersebut menjadikan pemerintah tidak bisa mengintervensi dalam hal manajemen dan penataan wisata ziarah. Opsi yang ditawarkan adalah dengan penataan kawasan sekitar makam berupa pedestrian dan pintu makam guna menjadi daya tarik wisatawan/peziarah. Selain itu konsep pariwisata berbasis kawasan berupaya mengoptimalkan destinasi sekitar menjadi pedaran wisata sehingga sebaran wisatawan dapat terjadi dan membuat lama tinggal wisatawan bertambah.



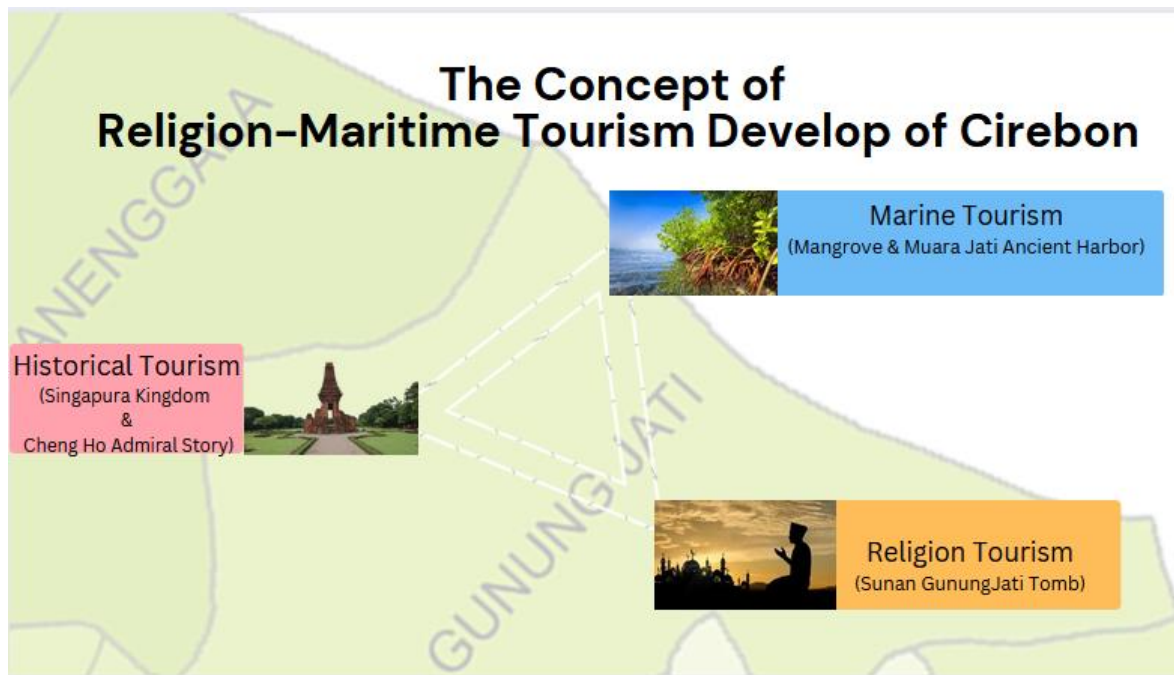
Gambar 2. Posisi Kabupaten Cirebon di Peta Pulau Jawa



Gambar 3. Sebaran destinasi wisata religi dan bahari di Gunung jati Cirebon

Konsep wisata religi bahari Cirebon

Berdasarkan modal sejarah dan pemetaan potensi wisata di Gunungjati maka penelitian ini mengajukan konsep pengembangan yang mengedepankan pada berdaya saing, agamis dan berjati diri. Konsep pengembangan wisata bahari dan religi disusun berdasarkan hasil observasi, pemetaan serta analisis hasil penelitian dari pendekatan pariwisata dan pemberdayaan masyarakat. Konsep tersebut tertuang dalam gambar dibawah ini.



Gambar 4. Konsep model pariwisata religi bahari Cirebon

1. *Storynomics* jejak Laksamana Cheng Ho dan Kerajaan Singapura

Indonesia menjadi bagian dari sejarah dunia yakni masuk dalam perjalanan maritim jalur sutra (Akib et al., 2021; Miksic, 2021). Jalur sutra juga membawa nama besar Laksamana Cheng Ho yang dikenal oleh bangsa Indonesia sebagai bahariawan muslim asal Bangsa Hui pada kekaisaran Ming sebagai perwakilan diplomasi China ke Nusantara (Rizky, 2019). Kedatangannya menorehkan sejarah dalam perjalanan maritim jalur sutra juga sekaligus membawa corak budaya Thionghoa dan penyebaran Islam di Nusantara (Rohman & Mansyur, 2022)(Atmodjo, 2017)(Mahfud, 2014). Banyak negara yang disinggahi dan peninggalannya masih terawat dan menjadi ikon akulturasi budaya dan religi. Laksamana Cheng Ho dan Jalur sutra merupakan peninggalan dunia terkait kebesaran, kekuasaan dan kekuatan China (Sen, 2023). Laksamana Cheng Ho diakui sebagai sebuah keberhasilan diplomasi. Pemerintah China melakukan upaya rekonstruksi sejarah navigasi maritim dari Laksamana Cheng Ho guna mempertahankan eksistensi budaya dan politik negara. Keagungan Laksamana Cheng Ho dari diakui oleh semua negara yang dilalui seperti Afrika, Nusantara, Malaka, Brunai. Cheng Ho mulai banyak dinarasikan dengan tujuan mengkonstruksi sejarah yang melewati batas-batas negara.(Yuan, 2020;Zulfah, 2018;Mubarman, 2016;Mahfudzoh, 2018). Pertemuan budaya tersebut menjadi identitas masyarakat Cirebon (Mukhoyyaroh, 2021).

Pelabuhan Muara Jati kala itu memiliki Kerajaan Singapura yang berada dibawah kekuasaan Padjadjaran. Dalam *Serat Carub Kadha* yang mengisahkan Cirebon berada dalam kekuasaan Kerajaan Padjadjaran yang beragama Budha, tetapi atas izin Prabu Siliwangi Syekh Quro membuat padepokan penyebaran agama Islam di Amparan Jati (Iswanto & Saefullah, 2021;Hermawan, 2022). Kerajaan ini merupakan daerah asal permaisuri Prabu Siliwangi yaitu Nyi Mas Subang Larang. Sang permaisuri merupakan santri dari Syeh Quro dan kelak melahirkan putra putri dari Raja Siliwangi (Lubis, 2019). Dengan demikian Cirebon menjadi kebebasan dalam hidup beragama, berekspresi dalam seni dan budaya yang tercermin dalam peninggalan arsitektur dan kehidupan sosial kemasyarakatan (Iryana et al., 2023).

Saat ini Kerajaan Singapura tidak ditemukan bekas peninggalan letak kerajaan namun diyakini keberadaan dan nama Singapura masih menjadi nama daerah hingga saat ini. Satu-satunya peninggalan Kerajaan Singapura adalah situs Lawang Gedhe yang berlokasi di Desa Mertasinga Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon (Jendelanusantara, 2014). Kerajaan Singapura masuk dalam kategori mitos sejarah yang diyakini oleh para budayawan Cirebon,

namun catatan arkeologis dan minimnya peninggalan benda yang ditemukan hingga saat ini (Asteja, 2021; Sanusi et al., 2022; Saptono & Widyastuti, 2019).

2. Wisata bahari

Kawasan Gunung Jati yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa memiliki karakter pesisir yang didukung oleh sejumlah sungai sebagai akses menuju laut serta aktivitas masyarakat nelayan yang menggantungkan hidup pada perikanan tangkap dan budi daya laut. Potensi ini membuka peluang pengembangan pariwisata bahari berbasis masyarakat, khususnya melalui penguatan pasar ikan dan sentra kuliner hasil laut. Keberadaan Pasar Ikan Condong dan kawasan Sungai Bondet dapat dikembangkan sebagai pusat oleh-oleh ikan segar dan olahan seafood, sementara kawasan perairan sekitar Gunung Jati yang menjadi lokasi budi daya kerang hijau berpotensi dikembangkan sebagai atraksi wisata berbasis pengalaman, di mana wisatawan dapat menyaksikan proses budi daya sekaligus menikmati hasil panen secara langsung.

Selain potensi perikanan, kawasan pesisir Gunung Jati memiliki ekosistem mangrove dengan panjang lebih dari tiga kilometer yang berfungsi sebagai penyangga lingkungan pesisir. Potensi ini dapat dikembangkan sebagai eduwisata mangrove yang mengintegrasikan konservasi lingkungan dan wisata edukatif. Inisiatif pengelolaan mangrove telah berkembang di beberapa lokasi, seperti mangrove Bondet yang dikelola oleh Mina Citra Lestari (MICIL) dan mangrove Pasindangan yang dikembangkan oleh komunitas Panglaot. Pengalaman wisata bahari dapat diperluas melalui pemanfaatan perahu nelayan untuk wisata laut, kunjungan ke jerambah budi daya kerang hijau yang juga berfungsi sebagai lokasi pemancingan, sehingga menciptakan daya tarik wisata minat khusus yang beragam.

Berdasarkan pemetaan potensi tersebut, pengembangan pariwisata bahari di Gunung Jati diarahkan pada pendekatan *community-based tourism* melalui beberapa konsep utama, yaitu wisata laut berbasis budi daya kerang hijau, wisata mangrove dengan muatan edukasi lingkungan, wisata kuliner seafood berbasis hasil tangkapan nelayan di TPI Bondet dan Pasar Ikan Condong, serta wisata pedestrian Sungai Bondet dengan penataan ruang bercorak arsitektur Jawa dan Tionghoa sebagai penguat narasi sejarah maritim dan jejak Laksamana Cheng Ho. Secara konseptual, pengembangan pariwisata bahari ini memerlukan dukungan infrastruktur yang memadai, namun harus tetap berpijak pada penguatan budaya dan sejarah lokal, serta dilaksanakan dengan menempatkan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan guna mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan dan berjiwa.

3. Wisata religi

Ketertarikan wisata ziarah masih berpengaruh kuat bagi masyarakat Indonesia yang percaya bahwa orang alim masih mampu memberikan nilai keselamatan dan keberkahan. Ziarah juga menjadi bentuk ketaatan bagi pemeluk agama Islam. Dalam Islam sendiri mengingat kematian adalah hal yang baik, maka ziarah ke makam selain bertujuan untuk mengingat kematian adalah menjadi ajang pembelajaran/keteladanan dari alim yang meninggal tersebut. Upaya penghormatan bagi orang alim tersebut adalah ziarah kubur dengan cara mendoakan. Kekuatan spiritual menjadi daya dorong untuk masyarakat untuk datang. Wisata ziarah di Cirebon selain di makam gunung jati juga memiliki makam lain yang menjadi kunjungan tambahan seperti makam syekh Dzul kahfi yang merupakan guru dari Pangeran walangsungsang (putra mahkota Padjadjaran) ketika memeluk agama Islam. Lokasi ini berada di puncak gunung sembung yang berlokasi di Seberang makam sunan gunung jati. Selain itu terdapat Khalwat Syekh Tolchah serta makam Syekh Magelung Sakti yang berada di utara makam berbatasan dengan Kabupaten Indramayu. Selain itu masjid Abdurachman yang berdiri megah dan didirikan oleh Tentara Nasional Indonesia (TNI) di kawasan makam Sunan Gunung Jati juga memberi dampak positif serta alternatif pilihan ziarah sebagai amenitas wisatawan untuk sholat fardhu dan beristirahat.

Difusi Inovasi sebagai strategi Komunikasi dalam pembangunan pariwisata religi bahari Cirebon

Kondisi pariwisata di kawasan Gunung Jati, Kabupaten Cirebon, hingga saat ini masih bertumpu pada satu titik utama, yaitu wisata ziarah makam Sunan Gunung Jati. Konsentrasi wisatawan yang tinggi pada satu lokasi ini menciptakan kepadatan ruang, keterbatasan amenitas, serta rendahnya lama tinggal wisatawan. Padahal, hasil pemetaan sosial dan observasi lapangan menunjukkan bahwa kawasan sekitar Gunung Jati memiliki beragam potensi pendukung yang belum terintegrasi secara optimal, seperti situs Kholwat Syekh Tolhah, Situs Lawang Gede yang merepresentasikan jejak Kerajaan Singapura lokal, kawasan mangrove Bondet (MICIL), serta mangrove Pasindangan. Potensi tersebut membuka peluang pengembangan pariwisata religi bahari berbasis kawasan, yang memungkinkan terjadinya distribusi wisatawan secara lebih merata dan berkelanjutan.

Temuan pemetaan sosial menunjukkan bahwa narasi sejarah Kerajaan Singapura dan jejak Laksamana Cheng Ho memiliki kekuatan simbolik yang dapat dijadikan modal komunikasi pembangunan. Narasi ini tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai medium edukasi sejarah, penguatan identitas lokal, dan jembatan antara wisata religi dan wisata bahari. Dalam konteks ini, pariwisata religi bahari diposisikan sebagai wisata pendukung (*supporting tourism*) bagi ziarah Sunan Gunung Jati, dengan tujuan memperpanjang lama tinggal wisatawan sekaligus membuka ruang ekonomi baru bagi masyarakat pesisir.

Namun demikian, gagasan perluasan pariwisata berbasis kawasan tersebut menghadapi sejumlah kendala struktural dan kultural. Pertama, masyarakat Cirebon—khususnya di kawasan pesisir Gunung Jati—belum terbentuk sebagai masyarakat pariwisata sebagaimana yang ditemukan di daerah seperti Bali atau Yogyakarta. Pariwisata belum dipahami sebagai program pembangunan masyarakat yang dapat meningkatkan kesejahteraan kolektif, melainkan masih dipersepsikan sebagai aktivitas tambahan atau bahkan beban sosial. Kedua, political will pemerintah daerah belum menempatkan pariwisata sebagai program unggulan pembangunan. Secara kelembagaan, pariwisata masih diposisikan sebagai dinas pelengkap, meskipun objek utama ziarah Sunan Gunung Jati merupakan aset nasional dengan arus wisatawan yang besar. Kondisi ini menimbulkan kontradiksi antara potensi dan kebijakan pembangunan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menempatkan difusi inovasi sebagai strategi komunikasi pembangunan yang paling relevan untuk mewujudkan konsep pariwisata religi bahari di Cirebon. Difusi inovasi dipahami sebagai proses komunikasi sosial yang memungkinkan gagasan baru, dalam hal ini konsep pariwisata religi bahari berbasis kawasan yang diperkenalkan, dipahami, dan diadopsi secara bertahap oleh masyarakat dan pemangku kepentingan lokal. Pendekatan ini dipilih karena karakteristik inovasi pariwisata yang ditawarkan bukanlah perubahan teknologis semata, melainkan inovasi sosial yang menuntut perubahan cara pandang, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap pariwisata.

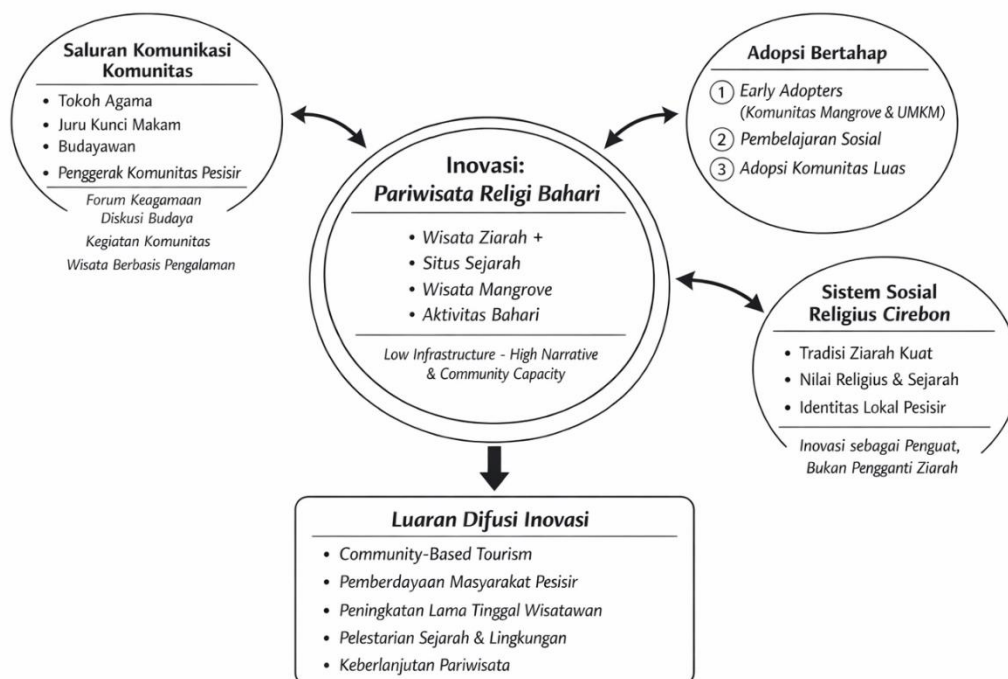
Dalam kerangka difusi inovasi, inovasi yang diperkenalkan adalah konsep perluasan pariwisata ziarah menuju pariwisata religi bahari berbasis sejarah dan lingkungan pesisir. Inovasi ini menekankan integrasi antara wisata ziarah, situs sejarah, wisata mangrove, dan aktivitas bahari sebagai satu kesatuan pengalaman wisata. Inovasi tersebut tidak menuntut investasi infrastruktur besar pada tahap awal, melainkan bertumpu pada pemanfaatan narasi sejarah, penguatan kapasitas masyarakat, dan pengelolaan potensi lokal secara bertahap.

Saluran komunikasi dalam proses difusi inovasi ini bersifat interpersonal dan berbasis komunitas. Tokoh agama, juru kunci makam, budayawan, dan penggerak komunitas pesisir berperan sebagai *change agents* yang menjembatani gagasan pembangunan dengan masyarakat. Melalui forum keagamaan, diskusi budaya, kegiatan komunitas, dan praktik wisata berbasis pengalaman, narasi pariwisata religi bahari diperkenalkan secara kontekstual dan berulang. Pendekatan ini dinilai lebih efektif dibandingkan komunikasi formal birokratis, mengingat tingkat kepercayaan masyarakat terhadap figur lokal lebih tinggi dibandingkan institusi pemerintah.

Dimensi waktu dalam difusi inovasi menunjukkan bahwa adopsi konsep pariwisata religi bahari berlangsung secara bertahap. Pada tahap awal, sebagian kecil aktor lokal—seperti komunitas pengelola mangrove dan pelaku UMKM yang bertindak sebagai *early adopters* yang

mulai melihat pariwisata sebagai peluang ekonomi dan sosial. Tahap berikutnya adalah perluasan adopsi melalui pembelajaran sosial, ketika masyarakat mulai menyadari bahwa perluasan destinasi wisata dapat mengurangi konsentrasi peziarah, meningkatkan lama tinggal wisatawan, dan membuka sumber penghidupan baru tanpa menghilangkan nilai religius kawasan.

Sementara itu, sistem sosial masyarakat Cirebon yang religius dan berakar kuat pada tradisi ziarah menjadi faktor penting dalam keberhasilan difusi inovasi. Inovasi pariwisata tidak diposisikan sebagai pengganti wisata ziarah, melainkan sebagai penguat dan pendukungnya. Dengan demikian, resistensi sosial dapat diminimalkan karena inovasi selaras dengan nilai-nilai yang telah hidup dalam masyarakat. Dalam kerangka ini, masyarakat ditempatkan sebagai aktor utama pembangunan (*community-based tourism*), bukan sekadar penerima dampak pariwisata. Melalui strategi komunikasi berbasis difusi inovasi, pengembangan pariwisata religi bahari di Cirebon diarahkan sebagai proses jangka panjang yang menekankan perubahan kesadaran, pembelajaran sosial, dan penguatan kapasitas masyarakat. Strategi ini memungkinkan pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan masyarakat pesisir, pelestarian sejarah lokal, dan pengelolaan lingkungan bahari secara berkelanjutan.



Gambar 4. Model Difusi Inovasi Pariwisata Religi Bahari

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan pariwisata di kawasan Gunung Jati, Kabupaten Cirebon, masih menghadapi persoalan konsentrasi wisata pada ziarah makam Sunan Gunung Jati, sementara potensi situs sejarah dan wisata bahari di sekitarnya belum terintegrasi secara optimal. Narasi sejarah Kerajaan Singapura dan jejak Laksamana Cheng Ho memiliki kekuatan simbolik yang dapat dimanfaatkan sebagai modal komunikasi untuk memperluas destinasi pendukung dan meningkatkan lama tinggal wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan utama pengembangan pariwisata religi bahari terletak pada belum terbentuknya masyarakat sebagai masyarakat pariwisata serta lemahnya orientasi kebijakan daerah yang belum menempatkan pariwisata sebagai program unggulan pembangunan. Dalam konteks tersebut, difusi inovasi menjadi strategi komunikasi pembangunan yang relevan untuk memperkenalkan konsep pariwisata religi bahari sebagai inovasi sosial secara bertahap dan kontekstual. Melalui pendekatan difusi inovasi, pariwisata religi bahari dapat dikembangkan

sebagai model *community-based tourism* yang menempatkan masyarakat pesisir sebagai aktor utama pembangunan, sekaligus mengintegrasikan nilai religius, sejarah lokal, dan keberlanjutan lingkungan dalam pembangunan pariwisata yang berdaya dan berjati diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, H., Syaefullah, L., & Abdul Gani, H. (2021). REVITALIZATION OF MARITIME SILK ROAD BASED ON THE SECURITY IMPLICATIONS AND COOPERATION. *AUSTRAL: Brazilian Journal of Strategy & International Relations*, 10(20), 73–78.
- Arismayanti, N. (2021). Community Local Wisdom and Efforts to Create Quality Marine Tourism. *Webology*, 18, 243–260. <https://doi.org/10.14704/web/v18i2/web18319>
- Asteja, M. (2021). PENGARUH ERUPSI GUNUNG CIREMAI TERHADAP MORFOLOGI TATA RUANG KAWASAN PELABUHAN CIREBON PADA MASA KOLONIAL 1681–1942: The Effect of Mount Ciremai Eruption on the Spatial Morphology of Cirebon Port Area during the Colonial Period 1681-1942. *Prosiding Balai Arkeologi Jawa Barat*, 117–127.
- Atmodjo, S. (2017). *Laksamana Cheng Ho: Jejak Damai Penjelajah Dunia*. Anak Hebat Indonesia.
- Bolici, F., Acciarini, C., Marchegiani, L., & Pirolo, L. (2024). Innovation diffusion in tourism: how information about blockchain is exchanged and characterized on twitter. *The TQM Journal*, 36(9), 255–279.
- Collado-Agudo, J., Herrero-Crespo, Á., & San Martín-Gutiérrez, H. (2023). The adoption of a smart destination model by tourism companies: An ecosystem approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 28, 100783.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Handayani, S., & Damayanti, R. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Perspektif Ekonomi Syariah*. 7, 153–165.
- Hermawan, A. (2022). Potret Pribumisasi Islam Humanis dalam Babad Cirebon: Studi Analisis Wacana Kritis-Historis. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 11(2), 139–154.
- Iryana, W., Mustofa, M. B., & Anwar, M. S. (2023). Budaya Bendawi Pra Islam di Keraton Cirebon Indonesia. *Bulletin of Indonesian Islamic Studies*, 2(1), 19–38.
- Iswanto, A., & Saefullah, A. (2021). Narasi Moderasi Beragama dalam Naskah Serat Carub Kandha. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 19(1), 37–68.
- Jendelanusantara. (2014). *Kerajaan Singapura Awal dari Kerajaan Cirebon*. Perpustakaan Tanah Impian.
- Khaenamkhaew, D., Onjun, P., Damrongwattana, J., & Prathum, B. (2023). The participation of community leaders for sustainable tourism development: A case study in Phipun District, Nakhon Si Thammarat Province, Thailand. *Cogent Social Sciences*, 9. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2229172>
- Khoiriyah, N., Pujiyanto, E., Damayanti, R. W., & Yuniaristanto, Y. (2024). Sustainable Religious Tourism: A Systematic Literature Review. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 658–667.
- Lubis, M. (2019). *Perancangan Informasi Mengenai Sejarah Nyai Subang Larang Melalui Media Buku Cerita Bergambar*. Universitas Komputer Indonesia.
- Machmury, A. (2023). Storynomic Tourism Strategy: Promotion of Storytelling-Based Tourism Destinations. *SIGn Journal of Tourism*, 1(1), 28–42.
- Mahfud, C. (2014). The role of cheng ho mosque: The new silk road, Indonesia-China relations in islamic cultural identity. *Journal of Indonesian Islam*, 8(1), 23–38.
- Mahfudzoh, A. (2018). *Hubungan perdagangan Cirebon dan Sunda Kalapa Abad XVI: suatu studi sejarah ekonomi*. Fakultas Adab & Humaniora.
- Miksic, J. N. (2021). 1. China and the Maritime Silk Road: from passive to active participant. *Research Handbook on the Belt and Road Initiative*, 1.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook. (No Title)*.

- Mubarman, M. (2016). PERGUMULAN ISLAM DENGAN BUDAYA LOKAL DI CIREBON (Perubahan Sosial Masyarakat dalam Upacara Nadran di Desa Astana, Sirnabaya, Mertasinga, Kecamatan Cirebon Utara). *Holistik*, 15(2).
- Muda, F. (2025). Community participation in Indonesian sustainable tourism: A systematic review of models, impacts, and gaps. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(8), 125–139.
- Mukhoyyaroh, M. (2021). *Akulturası Budaya Tionghoa Dan Cirebon Di Kesultanan Cirebon*.
- Mulyono, G. (2015). Yin Feng Shui Ditinjau dari Aliran Angin pada Klenteng Liong Tjwan Bio Probolinggo. *LANTING Journal of Architecture*, 4(1), 21–28.
- Pongsakornrunsilp, S., Pongsakornrunsilp, P., Chouykaew, T., Niyomdech, H., Chansamran, S., & He, Y. (2024). Integrating Sustainability and Cultural Sensitivity: Clustering Muslim Tourist Lifestyles in the Andaman Coastal Cluster, Thailand. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su16219542>
- Prasetyo, N., Filep, S., & Carr, A. (2021). Towards culturally sustainable scuba diving tourism: an integration of Indigenous knowledge. *Tourism Recreation Research*, 48, 319–332. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1925830>
- Rizky, A. (2019). Re-aktualisasi kisah perjalanan laksamana Cheng Ho di Cirebon melalui batik (Kajian Batik di Cirebon serta hubungannya dengan Bahasa Rupa Tradisi). *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 8(1), 26–42.
- Rohman, A., & Mansyur, H. M. M. (2022). Diplomasi Profetik (Studi Analisis pada Lawatan Cheng Ho di Nusantara). *Dauliyah: Journal of Islam and International Affairs*, 7(2), 1–31.
- Sanusi, A., Arif, F., & Hasyim, R. S. (2022). *PERUBAHAN EKSISTENSI SUNGAI DAN PENGARUHNYA BAGI KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT KOTA CIREBON PADA MASA HINDIA BELANDA TAHUN 1900-1942*. Yayasan Wiyata Bestari Samastra.
- Saptono, N., & Widyastuti, E. (2019). Situs-Situs Arkeologi di Daerah Gunung sebagai Jejak Permukiman Awal di Cirebon. *Jurnal Panalungtik*, 2(2), 109–126.
- Sen, T. (2023). Inventing the 'Maritime Silk Road.' *Modern Asian Studies*, 57(4), 1059–1104. <https://doi.org/DOI: 10.1017/S0026749X22000348>
- Sihombing, I. H. H., & Suastini, N. M. (2024). Marine Cultural Tourism in Bali: A Study of The Interplay Between Marine and Cultural Attractions. *Proceedings International Conference on Marine Tourism and Hospitality Studies*, 1(1), 49–59.
- Titing, W. B., Afdhal, & Haulussy, R. (2025). Laut sebagai Lanskap Budaya: Integrasi Kearifan Lokal dan Ekowisata Bahari di Kepulauan Kecil Maluku. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*. <https://doi.org/10.52483/sk8qsy39>
- Tracy, S. J. (2024). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. John Wiley & Sons.
- Yuan, M. (2020). The Myth of Zheng He: Kenya-China Encounters in Yvonne Owuor's *The Dragonfly Sea: Afrika Focus*, 33(2), 11–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1163/2031356X-03302004>
- Zulfah, S. (2018). Islamisasi Di Cirebon: Peran dan Pengaruh Walangsungsang Perspektif Naskah Carios Walangsungsang. *Jurnal Tamaddun*, 6(1).