

AMBIGUITAS WISATA RELIGI, BERIBADAH ATAU BERWISATA: MASJID AGUNG KOTAGEDE & JAWA TENGAH

Ifa Zulkurnaini¹, Riana Qurniati², Muchamad Ibnu Latief³, Muzayin Nazaruddin⁴

^{1,2,4}Jurusan Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Univeristas Islam Indonesia

³Jurusan Hukum, Fakultas Hukum, Univeristas Islam Indonesia
Yogyakarta

ABSTRAK

Berpariwisata adalah proses kepergian sementara seseorang atau kelompok ke tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya karena berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Suwanto, 1997: 3). Masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah adalah contoh bagaimana pariwisata ada Indonesia, khususnya wisata religi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi wisatawan terhadap masjid Agung Kotagede dan masjid Agung Jawa Tengah. Resepsi bisa diperlihatkan dengan adanya motivasi kunjungan, ekpektasi dan pengalaman wisatawan, perilaku wisatwan, serta konstruksi masjid Agung sebagai tempat ibadah atau wisata. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian narasumber memaknai kunjungan ke masjid agung sebagai perjalan destinasi wisata. Sisanya mengatakan bahwa perjalanan mereka adalah murni ibadah. Sedangkan aktifitas berfoto hanyalah bonus.

Kata kunci : Komunikasi Pariwisata, Wisata Religi, Resepsi

ABSTRACT

Tourism is the process of temporarily leaving someone or a group to another place outside their residence. Encouragement of his departure due to various interests, both economic, social, cultural, political, religious, health and other interests such as just wanting to know, add experience or to learn (Suwanto, 1997: 3). Kotagede Great Mosque and Central Java Great Mosque are examples of how tourism exists in Indonesia, especially religious tourism. This study aims to determine tourist receptions for the Great Mosque of Kotagede and the Great Mosque of Central Java. The reception can be shown by the visit motivation, expectations and tourist experience, tourist behavior, and the construction of the Great Mosque as a place of worship or tourism. The results of this study indicate that some speakers interpreted the visit to the grand mosque as a tourist destination. The rest said that their trip was pure worship. While photo activity is just a bonus.

Keywords: *Tourism Communication, Tourism Religion, Reception*

1. PENDAHULUAN

Berpariwisata adalah proses kepergian sementara seseorang atau kelompok ke tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya karena berbagai kepentingan, baik kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan

maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Suwanto, 1997: 3).

Pariwisata juga merupakan suatu industri yang mempengaruhi sektor-sektor industri lain disekitarnya. Menurut Khodyat (1996), perkembangan

pariwisata disuatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) atau *tourist destination* ditentukan oleh beberapa faktor seperti Daya Tarik Wisatawan (Tourist attractions), kemudahan perjalanan atau aksesibilitas ke DTW yang bersangkutan, sarana dan fasilitas yang diperlukan mengingat kegiatan wisata tidak hanya mencakup kegiatan-kegiatan yang bersifat rekreatif.

Masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah merupakan destinasi wisata religi yang ada di Indonesia. Masjid Agung Kotagede adalah masjid tertua di Yogyakarta.. Tahun 2016, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke masjid Agung Kotagede dan makam raja mataram sebanyak 11 orang, sedangkan wisatawan nusantara berjumlah 5.418 orang, total pengunjung tahun 2016 sebanyak 5.429 wisatawan (Statistik kepariwisataan 2014, 2015, 2016. Dinas Pariwisata DIY).

Pengunjung Masjid Agung Kotagede tidak hanya sholat dan berziarah. Ada pengunjung yang menyempatkan diri berfoto di area masjid. Lokasinya cukup menarik, selain masjid dan makam tempat memiliki sendang dan gapura yang indah. Di masjid Agung disediakan tempat untuk menyewa pakaian adat jawa. Masjid Agung Kotagede memiliki bentuk arsitektur kuno, inilah yang menjadi daya tarik wisatawan. Bangunan masjid Agung Kotagede merupakan bentuk toleransi antara umat beragama saat itu, mayoritas warga masih memeluk agama hindu dan budha, namun dengan senang hati mereka ikut membangun masjid tersebut. Masjid ini mempunyai bentuk limasan yang dapat dilihat dari atapnya yang berbentuk limas dan ruangan yang terbagi menjadi dua, yaitu inti dan serambi.

Selain Masjid Agung Kotagede, Masjid Agung Jawa Tengah juga menjadi salah satu tempat yang banyak dikunjungi wisatawan. Masjid Agung Jawa Tengah ada di Jalan Gajah Raya, kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayam Sari, kota Semarang, Jawa Tengah. Masjid ini mempunyai gaya arsitektur Jawa, islam dan Yunani. Gaya Yunani terlihat dari 25 pilar yang ada di pelataran masjid. Masjid ini dilengkapi dengan enam buah payung elektrik

berukuran besar dan akan dibuka pada hari-hari tertentu. Masjid ini diresmikan pada tanggal 14 November 2006, namun telah difungsikan untuk ibadah jauh sebelum tanggal tersebut. Masjid ini banyak dikunjungi oleh wisatawan. Kunjungan wisatawan lebih banyak pada hari besar islam. Masjid ini telah memenangkan desain arsitektur masjid terbaik pada tahun 2001. Masjid Agung Jawa Tengah memiliki total pengunjung pada tahun 2015 berjumlah 318,786 dari wisatawan nusantara (statistik Pariwisata Jawa Tengah, 2015).

Masjid Agung Jawa Tengah memiliki desain yang mewah. 25 pilar yang ada di pelataran masjid menyimbolkan 25 nabi dan rosul. Masjid ini dibangun bukan hanya sebagai tempat beribadah, namun memang dipersiapkan sebagai objek wisata religius. Untuk menunjang tujuan ini, masjid Agung dilengkapi dengan wisma penginapan dengan kapasitas 23 kamar berbagai kelas. Sehingga pengunjung bisa bermalam dengan memanfaatkan fasilitas tersebut. Sesuatu yang membuat masjid ini mencolok adalah menara al-husna atau al-husna tower yang tingginya 99 meter. Masjid ini dibangun untuk menarik wisatawan dengan desainnya yang modern dan mewah. Masjid ini adalah salah satu tempat yang wajib dikunjungi oleh orang-orang yang mencari *spot* foto bagus.

Dari kunjungan yang dilakukan ke masjid agung, terlihat tujuan yang berbeda. Tujuan ini dilihat berdasarkan perilaku pengunjung yang sering berfoto menikmati keindahan masjid-masjid tersebut, banyak pengunjung yang berkeliling area masjid dengan membawa peralatan seperti orang yang sedang berwisata. Sebagian dari pengunjung memang pergi kesana untuk beribadah, tetapi ada juga yang murni kunjungannya untuk berwisata. Ini bisa terjadi karena posisi mereka dalam memaknai masjid Agung Kotagede dan msjid Agung Jawa Tengah berbeda. Hal ini tentu akan menarik apabila dikaji menggunakan perspektif komunikasi pariwisata.

Dalam komunikasi pariwisata, *tourism* adalah semua bentuk komunikasi atau mediasi tentang pariwisata (baik kegiatan, pengalaman,

tempat dan pemasaran. *Tourism* berupa kegiatan atau kesenangan yang terjadi karena adanya *attraction* yang muncul karena adanya ketertarikan. Peneliti lain biasanya hanya membahas tentang hal diatas (mengkomunikasikan objek wisata), padahal komunikasi pariwisata tidak hanya itu, ada resepsi wisatawan yang perlu diperhatikan dan menjadi menarik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian yang telah dilakukan adalah bagaimana wisatawan meresepsi masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah sebagai destinasi wisata religi? Penelitian bertujuan untuk mengetahui resepsi wisatawan tentang masjid Agung Kotagede dan masjid Agung Jawa Tengah sebagai tempat wisata religi.

Dalam resepsi ada model *encoding-decoding* yang dikemukakan Hall (1981) dalam Nurhadi (2006). Hall mengemukakan produksi makna dari penerima pesan tidak selalu sama dengan makna yang dimaksudkan oleh pengode. Pesan dikonstruksi sebagai sistem tanda dengan komponen *multi-accentuated*, bersifat polisemi. Jika dihubungkan dengan resepsi terhadap masjid Agung Kotagede dan masjid Agung Jawa Tengah, maka ada yang melihat Masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah sebagai tempat sakral untuk beribadah dan sebagian wisatawan memaknai tempat ini sebagai destinasi wisata yang sangat menakjubkan.

Dari perbedaan resepsi ini, penelitian yang sudah dilakukan dirasa penting. Mengingat pariwisata sekarang menjadi fenomena yang sering dibicarakan, apalagi wisata religi. Selain itu wisatawan mempunyai resepsi yang berbeda dalam melihat suatu tempat sebagai destinasi wisata, khususnya masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah. Beribadah atau berwisata.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bisa dimanfaatkan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengangkat tentang kajian kepariwisataan, serta penelitian ini mampu dikaji lebih dalam serta diarahkan pada pemecahan masalah yang lebih detail. Selain itu, penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk

memberikan pemahaman bagi pengelola pariwisata religi untuk lebih mengembangkan destinasi wisatanya.

2. METODE

2.1 Metode dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan resepsi. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena-fenomena sosial sosial dari sudut pandang partisipan, partisipan adalah orang-orang yang akan diwawancarai, diobservasi, dimintai data, pendapat dan resepsinya. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pertanyaan mengapa dan bagaimana berdasarkan data atau informasi yang diberikan. Metode penelitian yang akan digunakan adalah analisis resepsi. Analisis resepsi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemaknaan atau posisi pembacaan wisatawan terhadap masjid Agung Kotagede dan masjid Agung Jawa Tengah sebagai destinasi wisata religi.

2.2 Waktu, Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di area masjid Agung Kotagede dan masjid Agung Jawa Tengah. Kedua tempat ini dipilih karena banyaknya pengunjung yang mengambil foto di tempat tersebut ketika berkunjung. Subjek penelitian adalah orang yang bernah datang ke masjid agung Kotagede maupun Jawa Tengah. Teknik pengambilan sample menggunakan *purposive sampling*, yaitu didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu, karena dipandang lebih mampu menangkap kedalaman data di dalam menghadapi realitas yang tidak tunggal. Pengunjung yang akan kami teliti didasarkan pada kriteria usia 20 sampai 35 tahun, wisatawan adalah WNI (Warga Negara Indonesia). Pemilihan wisatawan ini berdasarkan objek penelitian kami, yaitu masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah sebagai destinasi wisata religi.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipatif dan wawancara mendalam. Dikutip dari Faisal (1990), metode observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku kejadian atau kegiatan atau

sekelompok orang yang diteliti. Kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi. Teknik yang selanjutnya adalah wawancara terbuka. Menurut Sudarwan (2002) wawancara terbuka ialah dimana peneliti memberikan kebebasan diri untuk berbicara secara luas dan mendalam. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari sumbernya atau pihak yang diperkirakan mengetahui sesuatu mengenai objeknya.

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis induktif adalah teknik analisis yang digunakan, dimana hasil kesimpulan yang dihasilkan berasal dari data-data yang diperoleh selama penelitian berlangsung. Analisis data terdiri dari tiga alur, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data-data yang diperoleh dari hasil temuan lapangan dibedakan menjadi beberapa pembahasan, yaitu mediasi, ekspektasi dan motivasi, pengalaman, perilaku, dan konstruksi tempat. Semua akan dibahas sebagai berikut:

3.1 Mediasi

Dari hasil observasi dan penelitian di lapangan, wisatawan yang datang ke Masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah mengetahui lokasi masjid Agung dari media sosial, televisi dan orang-orang terdekat. Banyaknya unggahan foto masjid agung di instagram dan beberapa tayangan televisi, membuat beberapa orang penasaran untuk mengunjungi masjid agung, baik yang ada di Kotagede maupun Semarang. Umam (20 tahun), wisatawan masjid Agung Jawa Tengah asal Cirebon, mengatakan "Dari acara tv di Trans7 gitu teh seingetnya saya". Selain itu, Satriyo (22 tahun) yang berkunjung ke masjid Agung Kotagede mengatakan, "taunya ya itu dari temen yang bilang, juga saya sering lihat di instagram. Orang-orang pada foto di masjid ini. Jadi saya pingin juga kesini."

3.2 Ekspektasi dan Motivasi

Wisatawan sebelum berkunjung ke suatu tempat akan mempunyai bayangan atau ekspektasi terhadap

tempat-tempat itu. dari penelitian yang sudah dilakukan, beberapa wisatawan mengemukakan harapan yang bisa didapatkan ketika berkunjung ke masjid Agung ini.

Diantara harapan yang mendorong pengunjung untuk datang ke masjid agung Jawa Tengah adalah adanya payung raksasa yang akan membuka ketika mereka disana. Semilir angin yang akan terasa ketika pengunjung duduk di pelataran masjid, waktu kunjungan yang bertepatan dengan waktu sholat dan masjid agung yang dianggap sebagai ikon kota Semarang akan menjadi *background* foto yang menarik. Dwi (21 tahun), gadis asal Tuban ini mengatakan "ya kita semua kan tahu kalau masjid Agung ini sebagai ikonnya Kota Semarang. Kalau udah ke Semarang belum kesini kan ya gimana gitu ya. Siapa tahu bisa dapet foto-foto yang bagus kan ya walaupun gak diupload".

Berbeda dengan masjid Agung Jawa tengah yang kebanyakan pengunjung datang karena ingin melihat payung raksasa. Pengunjung masjid Agung Kotagede datang karena gang-gang yang ada di sekitar masjid, view foto yang unik, interior masjid yang bagus, dan sholat. Shafira (20 tahun), pengunjung asal Bandung ini mengatakan alasannya berkunjung, "karena interiornya bagus banget, itukan termasuk jenis masjid yang udah lama, ya mungkin seperti masjid kauman dalamnya itu seperti di Kudus, pasti kita akan ngerasain rasa-rasa suasana yang berbeda".

3.3 Pengalaman

Setelah melakukan kunjungan ke masjid Agung Kotagede dan Jawa Tengah ada beberapa pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung. Pengalaman ini bermacam-macam, ada pengalaman mendapatkan teman baru, mendapatkan pengetahuan baru dan pelestarian budaya.

"pengalamannya sih itu ya, jadi tahu kalau misalnya masjid ini masjid terbesar di Jawa Tengah, terus di dalam tower ada juga museum" menurut Haryo (22 tahun). Sedangkan menurut pengakuan Inggit, salah satu pengunjung masjid Agung Kotagede mendapatkan pengalaman mengenai budaya: "Ada tempat ibadah yang masih

menjaga budaya, dari segi bangunan dan sopan santun”. Selain itu baginya, masjid agung mengajarkan untuk tidak terjadi *gap* antara islam dan budaya-budaya kejawen.

3.4 Perilaku

Dilihat dari sisi perilaku wisatawan, ada beberapa kategori perilaku yang dilakukan oleh wisatawan ketika berkunjung ke Masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah. Perilaku-perilaku ini akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Aktivitas

Aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan berupa foto-foto, beribadah atau sholat, buka puasa, ziarah ke makam, mandi, ngabuburit sama artis, syuting membuat video klip sampai *nge-vlog*.

Fakhr (40 tahun), mengatakan “ya karena sampainya pas banget sama waktu sholat magrib, jam 17.45 an jadi kami rombongan langsung mandi, bersih-bersih terus sholat”



Gambar.1 Acara ngabuburit bersama artis

”Tadi nemenin adik buat syuting video klip sama tim lesnya” ucap Nahla yang sedang mengantarkan adik dan rombongan Halmahera musik school.

b. Waktu dan Intensitas Kunjungan

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, waktu dan intensitas kunjungan siang sampai malam hari di masjid Agung Kotagede dan masjid Agung Jawa Tengah. Ketika bulan ramdhan, suasana masjid akan lebih ramai ketika mendekati waktu buka puasa. Suasana di siang hari jauh lebih sepi dibandingkan sore hari di hari-hari

biasa. Sore hari terlihat lebih ramai karena cuaca tidak terlalu panas seperti siang hari. Sehingga ketika dibuat untuk foto akan lebih bagus cahayanya.

c. Individu – Kelompok

Pengunjung yang terlihat pada saat observasi kebanyakan berkelompok dan menggunakan sepeda motor. Ada juga wisatawan yang datang sendiri (individu). Tidak jarang pula wisatawan yang melakukan kunjungan dengan rombongan menggunakan bus. Rombongan ke masjid agung Semarang pernah dilakukan oleh SMK Baitul Atieq Nganjuk.

”Kita ke masjid Agung itu ada sekitar 180 orang. Itu semua rombongan dari guru sampai siswa. Guru ada sekitar 30 orang, sisanya siswa. Kita kesana pakai 3 bus”. Ucap Fatkhur (kepala sekolah SMK Baitul Atieq).



Gambar 2. Rombongan SMK Baitul Atieq

d. Lokasi Favorit

Ada beberapa lokasi favorit di area kedua masjid Agung. Seperti sendang, makam pendiri kerajaan Mataram serta beberapa bangsal di Masjid Agung Kotagede. Lokasi favorit narasumber adalah sendang dan gapura yang ada di pintu masuk. “Gapura karena disini ada nilai-nilai dari agama hindu dan agama budha, kemudian tempat pemandian para raja di jaman Mataram kuno, cocok untuk dikunjungi wisatawan dan juga tempat makam para raja mataram kuno”. Ucap Rey Kevino, salah satu pengunjung masjid Agung Kotagede.

Sedangkan di masjid Agung Jawa tengah ada pelataran yang menjadi spot favorit untuk berfoto. Ada payung raksasa dikatakan mirip dengan yang ada di Madinah, menara depan masjid yang bisa melihat kota Semarang dari ketinggian, dan area disekitar al-qur’an raksasa yang ada di dalam masjid. “Kan payung gitu khas banget sama yang ada di Mekkah, eh Mekkah apa Madinah ya.

Kok di Indonesia juga pasang gitu, jadikan penasaran segede apasih gitu”,

ucap Umam ketika ditanya lokasi yang menarik di masjid Agung Jawa Tengah.

3.5 Konstruksi: Tempat Ibadah atau Tempat Wisata

Dalam melihat suatu objek akan muncul penilaian-penilaian yang di konstruk oleh wisatawan. Konstruksi ini bisa muncul berdasarkan posisi pembacaan yang dimiliki oleh wisatawan. Dalam kaitannya masjid agung Kotagede dan masjid Agung

Jawa Tengah, peneliti membagi menjadi dua, yaitu sebagai tempat ibadah dan sebagai tempat wisata. Sebagian besar wisatawan mengatakan masjid agung sebagai tempat wisata dan ibadah. Tetapi ada juga yang mengatakan bahwa masjid adalah murni untuk beribadah saja.

Tabel 1. Pendapat Narasumber

No	Konstruksi Tempat wisata + ibadah		Konstruksi Tempat Ibadah
1	Chita Bella	Rey Kevino	Teguh Riyadi
2	Fatkhur Rohman	Rian	Inggit
3	Dian	Tias	Satriyo
4	Sasa	Meirisna Desi	
5	Siti Sholekah	Ari W	
6	Dwi Suci	Shafira	
7	Ulfi	Yunita Ria	
8	Rizki		
9	Nurma		
10	Najla		
11	Umam		

4. KESIMPULAN

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian Ambiguitas Wisata Religi, Beribadah atau Berwisata: Masjid Agung Kotagede dan Jawa Tengah adalah Masjid Agung Kotagede dan Masjid Agung Jawa Tengah, dua masjid yang memiliki keunikan masing-masing. Ada sebanyak 21 narasumber yang memberi informasi dalam penelitian ini.

Dari hasil wawancara dan observasi didapatkan temuan lapangan bahwa wisatawan telah mengetahui lokasi masjid agung. Secara teoritik wisatawan telah termediasi sebelum melakukan kunjungan ke masjid agung. Media utama yang memediasi wisatawan adalah media sosial dan orang-orang terdekat, seperti teman, kerabat dan keluarga.

Sebagai wisatawan, ada hal-hal yang mendorong orang-orang untuk berkunjung ke masjid agung. Dorongan ini yang disebut penulis sebagai motivasi. Beberapa narasumber mengatakan, motivasi yang membuat mereka berkunjung adalah rasa penasaran dan hal-hal unik yang dimiliki

masjid. seperti gapura, bangunan tua, payung dan menara. Selain itu sejarah dari masjid agung juga menjadi motivasi wisatawan untuk berkunjung.

Dilihat dari sisi perilaku wisatawan, ada kategori atau tipe yang dilakukan oleh wisatawan di masjid agung. Perilaku ini berupa aktivitas yang dilakukan, seperti berfoto, bersantai, ngevlog, makan, istirahat dan ibadah. Perilaku juga dilihat berdasarkan kedatangan pengunjung. Ada pengunjung yang datang secara individu, kelompok dan bahkan rombongan. Selain itu ditemukan lokasi-lokasi favorit untuk para pengunjung.

Selain menikmati kunjungan, wisatawan juga memiliki pengalaman yang berbeda-beda disetiap kunjungannya. Dibalik pengalaman yang didapatkan, wisatawan juga mengkonstruksi kedua masjid agung Kotagede dan Masjid Agung Semarang. Kebanyakan dari narasumber mengkonstruksi masjid agung sebagai tempat untuk berwisata. Namun ada juga yang menilai bahwa masjid agung murni sebagai tempat ibadah. Konstruksi tempat inilah yang menjadi akibat dari

proses resepsi / pembacaan wisatawan terhadap masjid agung.

DAFTAR PUSTAKA

1. Barker, chris. *Cultural Studies Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006.
2. Doring, S. (Ed.). *The Cultural Studies Reader: A Feminist psychology*. New York: McGraw-Hill, 1993.
3. Faisal, Sanafiah. (1990). *Penelitian Kualitatif, Dasar dan Aplikasi*. Malang: YA3.
4. Huda, Ahmad. "Pengelolaan Fasilitas Objek Wisata Cagar Budaya Makam Raja Kecil di Desa Buntan Besar Kabupaten Siak," *Jom FISIP*, II (Oktober, 2015)
5. Nur Indah Sari, Firdaus Wajdi, Sari Narulita. "Peningkatan Spiritualitas melalui Wisata Religi di Makam Keramat Kwitang Jakarta" *Studi AL-Qur'an Membangun Tradisi Berfikir Qur'an*, No.1 (2018)
6. Musrifah. "Wisata Religi Makam Gunung Jati Cirebon sebagai Budaya dan Media Spiritual" *Wahana Akademika*, No.1 (April, 2018), hal.101
7. Stoney, J. *Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1996.
8. Sudarwan Danim. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif; Ancangan Metodologi, presentasi dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula Bidang Ilmu-ilmu Sosial, Pendidikan dan humaniora*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia.
9. Suwanto, Gamal. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI, 1997.
10. Urry, John. "Theory, Culture and society- The tourist gaze", *sage publication* (2002)
11. Yin, R.K. 1987. *Case Study Research: Design and Methods*. Beverly Hills, CA: Sage Publication.
12. <http://disporapar.jatengprov.go.id/content/files/Statistik%20Pariwisata%20Jawa%20Tengah%202015.pdf> (Akses: 12/11/2018 – 20.00 WIB)
13. <http://garuda.ristekdikti.go.id/search/document?select=title&q=wisata+religi&pub=&tahun%5B%5D=2018> (Akses: 14/11/2018 – 10.00 WIB)
14. <https://visitingjogja.com/7659/statistik-pariwisata-2015/>
<https://visitingjogja.com/7659/statistik-pariwisata-2016/>