

Komodifikasi Budaya Pada Pariwisata Halal = Cultural Commodification Of The Halal Tourism Industry

Silma Fatima, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504591&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat fenomena pariwisata halal, yaitu pariwisata yang prinsipnya sesuai dengan ajaran Islam. Fenomena ini marak terjadi di dunia termasuk di Indonesia, yang memiliki penduduk mayoritas beragama Islam. Penelitian-penelitian sebelumnya menjelaskan fenomena pariwisata halal hadir dikarenakan tingginya kebutuhan masyarakat muslim khususnya kelas menengah muslim dan atas pada pariwisata berbasis halal dan peluang ekonomi yang dimanfaatkan oleh industry pariwisata halal. DKI Jakarta menjadi salah satu provinsi pilihan dari target tujuan destinasi pariwisata halal karena telah memiliki modal dan keunikan tersendiri dari provinsi lainnya. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya, penelitian ini berargumen bahwa fenomena pariwisata halal terjadi di DKI Jakarta bukan hanya sekedar kebutuhan masyarakat muslim yang terus meningkat dan peluang ekonomi yang dimanfaatkan oleh para pelaku industri pariwisata halal, namun adanya komodifikasi dari budaya lebih lanjut yang dilakukan oleh para pelaku industri pariwisata halal. Para pelaku industry memanfaatkan budaya Islam melalui sektor industri pariwisata halal untuk mendapatkan keuntungan semaksimal-maksimalnya. Pada akhirnya mereproduksi budaya dan menciptakan pseudo-needs dari wisatawan halal serta membentuk identitas dan symbol status baru. Nilai, atribut, simbol, ide, dan objek dari Agama Islam diproses dan dibentuk sedemikian rupa menjadi sebuah komoditi dalam usaha bisnis melalui industri pariwisata halal.

..... The purpose of this research is to take a look at halal tourism phenomenon, a touristy consistent with Islamic teachings. This phenomenon is seen in many countries in the world, including Indonesia where majority of its people are Moslem. Previous research shows that halal tourism arise to meet Moslem people's needs on halal experience options, especially middle and upper class people. Industry response well to this and grab this as an economic opportunity. DKI Jakarta has been one of the provinces selected as halal tourism destination because it has sufficient assets and its own uniqueness than other provinces. Different than previous studies, this research argues that halal tourism phenomenon in Jakarta is not only because to meet Moslems needs and as an economic opportunity for industry players, but also because there is a further cultural commodification by halal tourism industry players. Industry players benefits from Islamic culture through halal tourism industry sector to achieve maximum gain. In the end, cultural reproduction and pseudo-needs were created to form a new identity and status symbol. Values, attributes, symbol, ideas, and object from Islamic teachings were process and formed becoming a commodity in business through halal tourism industry