



Hubungan Timbal Balik antar Aktor dalam Pengembangan Wisata Budaya Keraton Kota Cirebon

Wiwin Yuli Astari, Gina Puspitasari Rochman*

Prodi Teknik Perencanaan Wilayah & Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 20/2/2023

Revised : 24/6/2023

Published : 18/07/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 1

Halaman : 47 - 54

Terbitan : Juli 2023

ABSTRAK

Kota Cirebon merupakan satu-satunya Kota di Jawa Barat yang memiliki tiga Keraton. Dari ketiga Keraton tersebut Keraton Kasepuhan lebih sering dikunjungi wisatawan, sedangkan Keraton Kanoman dan Kacirebonan kurang diminati. Tingkat kunjungan wisata di Keraton Cirebon tergolong fluktuatif namun upaya revitalisasi Keraton masih terus dilakukan, hal ini karena adanya koordinasi dan kerjasama antar stakeholders. komponen modal sosial dapat menjadi faktor positif bagi pengembangan pariwisata Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi modal sosial yaitu hubungan timbal balik antara pemangku kepentingan dalam pengembangan wisata budaya Keraton di Kota Cirebon. Metode pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisis isi. Kesimpulan yang didapatkan diantaranya tidak adanya saling promosi antar Keraton namun promosi dilakukan dengan kerjasama bersama pemerintah dengan membuat paket wisata, selain itu adanya hubungan timbal balik saling membantu antara Keraton dalam hal meminjamkan barang ketika adanya event, dengan pemerintah yaitu adanya dana bantuan yang diberikan kepada Keraton untuk pembuatan event dan Perawatan Keraton, sedangkan dengan masyarakat Keraton memperbolehkan menyewa ruangan di Keraton ketika akan membuat acara.

Kata Kunci : Modal Sosial; Pemangku Kepentingan; Keraton.

ABSTRACT

Cirebon City is the only city in West Java that has three palaces. Of the three palaces, the Kasepuhan Palace is more frequently visited by tourists, while the Kanoman and Kacirebonan Palaces are less attractive. The level of tourist visits to the Cirebon Palace is classified as fluctuating, but efforts to revitalize the Palace are still being carried out, this is due to coordination and cooperation between stakeholders. the component of social capital can be a positive factor for tourism development. The purpose of this study is to identify social capital, namely the reciprocal relationship between stakeholders in the development of cultural tourism at the Keraton in Cirebon City. The approach method used is a qualitative approach method while the analytical method used is content analysis. The conclusions obtained include the absence of mutual promotion between the palaces, but promotion is carried out in collaboration with the government by making tour packages, besides that there is a mutual relationship of mutual assistance between the palaces in terms of lending goods when there are events, with the government, namely the existence of grants given to the palace. for making events and maintenance of the palace, while the people of the palace allow renting a room at the palace when holding events.

Keywords : Modal Sosial; Pemangku Kepentingan; Keraton.

© 2023 Jurnal Riset Perencanaan Wilayah dan Kota Unisba Press. All rights reserved.

Corresponding Author : *gina.puspitasari@unisba.ac.id

Indexed : Garuda, Crossref, Google Scholar

DOI : <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v3i1.1950>

A. Pendahuluan

Modal sosial adalah bentuk jaringan kerja sosial dan ekonomi di dalam masyarakat yang terjadi antar individu dan kelompok. Modal sosial menjadi hal penting dalam berbagai pembangunan karena melibatkan kepercayaan dan kerjasama di antara kelompok masyarakat [1]. Peran modal sosial dalam pariwisata yaitu merupakan sarana yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk meningkatkan peran dalam berbagai kegiatan pengembangan pariwisata, hal tersebut karena modal sosial terbentuk melalui interaksi antar masyarakat [2].

Penekanan modal sosial terletak pada keseimbangan jaringan oleh adanya hubungan, kesadaran melakukan hubungan timbal balik, dan pengakuan dari individu anggota dalam jaringan tersebut [3]. Resiprositas atau hubungan timbal balik yang dimaksudkan disini adalah kecenderungan saling tukar menukar kebaikan, tukar menukar kebaikan bisa berwujud kepedulian sosial (solidaritas sosial), saling memperhatikan satu sama lain dan saling membantu. Hubungan timbal balik (resiprositas) ini terjadi karena didorong oleh norma dan nilai yang terinternalisasi [4], artinya interaksi dalam suatu jaringan terjadi dalam suatu kegiatan menyebabkan terjadinya hubungan timbal balik yang di topang oleh norma, nilai dan kepercayaan. Jaringan ini pada akhirnya akan menimbulkan kerjasama satu sama lain dalam segala hal, baik itu secara sosial maupun secara ekonomi, salah satunya adalah mengembangkan pariwisata.

Salah satu pariwisata yang saat ini masih terus dikembangkan adalah wisata keraton, keberadaan keraton sangat strategis dan potensial karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui wisata seni dan budaya [5]. Indonesia memiliki banyak keraton yang masih eksis dengan cirinya masing-masing salah satunya adalah wisata keraton Cirebon. Kota Cirebon menjadi salah satu tujuan wisata di Provinsi Jawa Barat, pada tahun 2013 Kota Cirebon ditetapkan sebagai Kota pusaka yang dilaksanakan Direktorat Jenderal Penataan Ruang melalui Program Penataan dan Pelestarian Kota Pusaka (P3KP), penetapan sebagai Kota pusaka karena melihat latar belakang sejarah yang sangat kaya baik peninggalan fisik maupun non fisik.

Keraton Cirebon didirikan tahun 1667 setelah pangeran Girilaya wafat, Keraton-Keraton ini merupakan pecahan dari kerajaan Cirebon, hingga saat ini keraton di Cirebon masih menunjukkan eksistensinya [5]. Tahun 1677 Kerajaan Cirebon terbagi menjadi tiga dimana dipimpin oleh Pangeran Martawijaya sebagai Sultan Sepuh, Pangeran Kertawijaya sebagai Sultan Anom, dan Sultan Cerbon yang berkedudukan sebagai wakil Sultan Sepuh, keberadaan ketiga sultan tersebut ditandai dengan berdirinya Keraton, yaitu Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman dan Keraton Kacirebonan [6].

Peninggalan Keraton yang sampai saat ini masih ada yaitu berupa tarian, tradisi, arsitektur bangunan dan benda lainnya. Peninggalan-peninggalan budaya ini membuktikan bahwa Keraton selalu hidup berdampingan dengan masyarakat Kota Cirebon. Pemerintah Kota Cirebon terus berupaya menguatkan tata kelola Keraton sebagai Kawasan Strategis Kota (KSK), Kawasan Strategis Pengembangan Pariwisata (KSPP) sejarah dan Keraton di Provinsi Jawa Barat sesuai Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 7 Tahun 2019 yaitu mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Cirebon Tahun 2019-2025 [7] dan Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 8 Tahun 2012 mengenai Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Cirebon Tahun 2011-2031 [8].

Dari Keraton-Keraton yang ada di Kota Cirebon, Keraton Kasepuhan merupakan Keraton terbesar dengan luas 25 hektar dan menjadi Keraton yang lebih sering dikunjungi wisatawan karena fasilitas yang dimiliki Keraton Kasepuhan sendiri cukup memadai selain fasilitas Keraton Kasepuhan sudah diketahui oleh wisatawan karena menjadi Keraton termegah dan memiliki banyak daya tarik didalamnya, namun keberadaan Keraton Kanoman dan Kacirebonan kurang diminati wisatawan selain dari segi lokasi yang berada dibalik pasar Kanoman, kondisi kedua Keraton ini terlihat tidak terawat [9], jumlah pengunjung keraton Cirebon dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisata Keraton Kota Cirebon

No.	Keraton	2015	2016	2017	2018	2019
1	Keraton Kasepuhan	126.129	98.550	77.966	166.077	196.356
2	Keraton Kanoman	15.440	21.897	25.533	12.952	11.421
3	Keraton Kacirebonan	8.606	15.167	17.235	11.143	10.197

Tingkat kunjungan wisata ke Keraton tergolong fluktuatif. Namun pada Keraton Kasepuhan terjadi peningkatan pada 2 tahun terakhir, hal ini karena adanya upaya revitalisasi Keraton yang terus dilakukan seperti revitalisasi Keraton Kasepuhan baik fisik maupun non fisik menyebabkan kawasan wisata Keraton Kasepuhan menjadi semakin ramai oleh kunjungan wisatawan sampai saat ini. Dalam modal sosial erat kaitannya dengan nilai kolektifitas yang tumbuh kembang dalam jaringan hingga menciptakan sebuah resiprositas. Resiprositas akan lebih kuat jika didalam jaringan sama-sama menumbuhkan sifat tersebut [11], sehingga dapat dikatakan masyarakat yang memiliki modal sosial yang tinggi mampu menyelesaikan permasalahan dengan mudah.

Dalam pengembangan pariwisata, modal sosial dapat menjadi faktor positif dengan adanya jejaring sosial antar pihak yang akan menumbuhkan kepercayaan untuk bekerjasama dan melakukan hubungan timbal balik, hubungan timbal balik tersebut yaitu adanya kolaborasi antar pihak untuk mempromosikan wisata yang ada dan akan memunculkan kecenderungan saling menukar kebaikan seperti saling membantu dan saling memperhatikan karena terdapat nilai kekeluargaan, dimana rasa saling tukar menukar kebaikan ini yang akan memperkokoh suatu hubungan dan rasa kekeluargaan semakin erat, bahkan dalam kegiatan pariwisata akan adanya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara masyarakat dengan *stakeholders* lain. Dalam industri pariwisata tentu memiliki keterkaitan yang kuat dengan sektor lain karena pariwisata dikatakan sebagai gabungan fenomena dan hubungan timbal balik akibat adanya interaksi antar pihak baik pihak wisata, pemerintah, masyarakat sekitar dan wisatawan. Melihat bahwa konsep modal sosial dapat menjadi faktor positif bagi pengembangan wisata yang ada, artinya perkembangan wisata di Kota Cirebon bisa disebabkan karena adanya modal sosial yang baik, maka penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi modal sosial yaitu hubungan timbal balik diantara pemangku kepentingan dalam pengembangan wisata budaya Keraton di Kota Cirebon).

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan suatu fenomena didalam konteks sosial dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi secara mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Pada metode analisis, menggunakan analisis isi (*Content Analysis*) yang merupakan analisis dimana peneliti berinteraksi dengan material-material dokumentasi seperti buku, transkrip wawancara, esai, artikel dan dokumen lainnya dan bahkan melakukan wawancara mendalam sehingga pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti dapat diletakkan pada konteks yang tepat untuk di analisis [12].

Untuk lebih jelas berikut tahap analisis isi yaitu pengumpulan data, reduksi data, display/ penyajian data dan terakhir tahap penarikan kesimpulan [13]. Tahap pengumpulan data ini adalah mencari, mencatat dan mengumpulkan semua fenomena secara objektif sesuai dengan observasi lapangan dan wawancara yang kemudian hasilnya akan diolah. Tahap reduksi data adalah tahap untuk memilah data penting agar memberikan gambaran jelas untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya. Pada penelitian ini reduksi data dilakukan dengan mentranskripkan hasil wawancara yang berkaitan dengan modal sosial yaitu hubungan timbal balik para pemangku kepentingan dalam pengembangan wisata budaya Keraton di Kota Cirebon. Tahap penyajian data adalah proses menyajikan data ke dalam bentuk yang telah ditentukan seperti uraian singkat, bagan dan lain sebagainya. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk naratif untuk mendukung penyajian data agar lebih mudah dan juga dapat mempermudah peneliti dalam memberikan informasi yang dimaksud sehingga dapat membantu peneliti dalam menjelaskan detail hasil analisis. Tahap terakhir adalah kesimpulan, tahap ini akan ditarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis pada tahap penyajian data. Penarikan kesimpulan tersebut kemudian diverifikasi dengan cara melihat kembali reduksi dan display data sehingga kesimpulan yang dibuat tidak menyimpang dari permasalahan penelitian serta dapat menjawab tujuan penelitian yang telah dibuat oleh peneliti.

Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini melalui data primer, yaitu observasi lapangan, wawancara mendalam (*in depth interview*) dan triangulasi, serta data sekunder melalui studi literatur berupa buku, publikasi jurnal, pusat bank data, dan data internet yang relevan. Observasi lapangan dilakukan di tiga Keraton yaitu Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman dan Keraton Kacirebonan.

Wawancara dilakukan pada 8 responden untuk mengetahui modal sosial yaitu hubungan timbal balik para pemangku kepentingan (Pihak Keraton yaitu para abdi dalem, Pemerintah Daerah Kota Cirebon yaitu Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Bidang Cagar Budaya dan Masyarakat) dalam pengembangan wisata budaya keraton di Kota Cirebon. Pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode purposive sampling, Metode Purposive Sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis hubungan timbal balik yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan timbal balik antar Keraton, Keraton dengan pemerintah dan Keraton dengan masyarakat dalam mengembangkan wisata budaya Keraton, adakah bentuk saling mempromosikan antar keraton atau dengan pihak lain dan bagaimana bentuk promosi tersebut serta adakah saling memberikan bantuan antar pemangku kepentingan baik antar Keraton, Keraton dengan pemerintah atau Keraton dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, dalam hal mempromosikan masing-masing Keraton ketika adanya *event*, dimana *event* ini masing-masing Keraton dapat menampilkan kesenian dan kebudayaannya, selain melalui *event* mereka mempromosikan melalui internet seperti web atau media lainnya. *Event* tersebut yaitu *event* D'kraton dimana *event* ini menjadi ajang mempromosikan wisata budaya Keraton melalui parade seni dan budaya, selain D'kraton *event* lainnya yaitu saat festival Keraton, saat *event* festival Keraton ini memang Keraton di Cirebon menjadi satu namun mereka tetap menampilkan tarian dan kesenian yang berbeda. Namun ternyata antar Keraton tidak ada saling mempromosikan atau adanya paket bersama mereka hanya mempromosikan masing-masing saja dan fokus pada Keratonnya masing-masing hal ini sejalan dengan pernyataan salah satu responden:

“Salah satu bentuk promosi wisata budaya Keraton yaitu melalui *event* seperti sebelumnya ada *event* D'Keraton yang menjadi ajang mempromosikan tiap Keraton melalui parade seni dan budaya, tetapi dalam hal promosi ini masing-masing, tidak adanya saling mempromosikan atau paket wisata bersama antar keraton (Abdi dalem Keraton Kasepuhan)”

“Jika bentuk promosi wisata budaya Keraton bisa ketika adanya suatu *event*, disitu Keraton bisa menampilkan berbagai kesenian dan kebudayaan yang ada di Keraton Cirebon namun antar keraton menampilkan kesenian yang berbeda, selain itu juga bisa melalui web dan media sosial lainnya (Disbudpar Bid. Cagar Budaya)



Gambar 1. Festival Keraton (Cirebon.co, viva.co.id)

Sedangkan bentuk promosi lainnya dilakukan dengan pemerintah daerah terkait promosi paket wisata keraton. Paket wisata tersebut berupa paket pelajar yang di sebarakan melalui surat dan brosur ke seluruh sekolah, hotel di sekitar Kota Cirebon, bahkan Kabupaten Cirebon, Kuningan dan Indramayu serta luar kota lainnya, penyebaran promosi ini meningkatkan kunjungan wisatawan untuk datang ke Cirebon saat liburan sekolah terkadang kunjungan keraton diiringin dengan kegiatan sekolah seperti berwisata kekeraton dengan pembagian raport. Bentuk promosi lainnya disebut dengan paket silaturahmi, dalam paket ini wisatawan bisa bersilaturahmi langsung dengan sultan. Hal ini sejalan dengan pernyataan salah satu responden:

“Terkait mempromosikan wisata keraton, keraton melakukan koordinasi dengan pihak pemerintah untuk pembuatan paket wisata, seperti paket silaturahmi dan paket pelajar yang di promosikan dengan penyebaran brosur ke sekolah-sekolah sekitar Kota Cirebon, Kuningan, Indramayu” (Abdi dalem Keraton Kasepuhan).



Gambar 2. Kunjungan siswa Sekolah Dasar ke Keraton Kasepuhan (antarafoto.com)

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa antar Keraton tidak ada saling mempromosikan wisata, mereka hanya mengenalkan atau mempromosikan masing-masing Keraton saja melalui kerjasama dengan berbagai pihak dan instansi terkait, walaupun mereka berasal dari satu keluarga atau keturunan namun untuk hal mempromosikan wisatanya mereka melakukan secara masing-masing padahal hal ini dapat menjadi landasan terbentuknya dan terjaganya sistem kekerabatan melalui sebuah bentuk pendekatan timbal balik. Namun antara pihak keraton dengan pemerintah terjalin sebuah hubungan timbal balik melalui kerjasama promosi melalui pembuatan paket wisata, pembuatan paket wisata ini meningkatkan kunjungan wisatawan untuk datang ke Kota Cirebon menuju keraton.

Analisis hubungan timbal balik lainnya yaitu memberikan bantuan, memberikan bantuan yang dimaksud yaitu adakah pemberian bantuan baik antar Keraton atau dengan pihak lain. Berdasarkan hasil wawancara, adanya saling memberikan bantuan baik antar Keraton, Keraton dengan pemerintah dan Keraton dengan masyarakat. Antar Keraton saling membantu ketika akan mengadakan sebuah acara, mereka akan saling meminjamkan barang-barang yang dibutuhkan dan saling melengkapi seperti kursi, sound sistem dan sebagainya. Antar Keraton tidak ada sistem menyewa, jika kegiatan atau acara tersebut dilakukan bersama atau gabungan tentu tiap Keraton akan meramaikan dan membantu seperti dalam hal keamanan, kebersihan dan ketertiban saat acara berlangsung, hal ini sejalan dengan pernyataan salah satu responden:

“Antar Keraton saling membantu terutama jika sedang mengadakan *event*, tujuannya agar acara tersebut berjalan lancar terkait bantuan keamanan, kebersihan dan juga ketertiban saat acara berlangsung” (Abdi dalem Keraton Kanoman)

Sedangkan Keraton dengan pemerintah bentuk bantuan pemerintah ke Keraton yaitu dengan memberikan dana untuk memfasilitasi tentang pemeliharaan Keraton guna menjaga eksistensi Keraton selain untuk pemeliharaan keraton dana tersebut digunakan untuk revitalisasi Keraton, selain itu dana yang didapat dipergunakan untuk kegiatan yang sifatnya *event* guna mengembangkan wisata Keraton lebih dikenal oleh wisatawan dan masyarakat luas, hal ini sejalan dengan pernyataan responden:

“Bentuk bantuan pemerintah yaitu memberikan dana setiap tahunnya untuk Keraton dan sering dilakukan diskusi serta kerjasama untuk upaya peningkatan pariwisata Keraton seperti revitalisasi alun-alun Kasepuhan” (Abdi dalem Keraton Kasepuhan).

Sedangkan saling bantu antara Keraton dengan masyarakat yaitu saat adanya *event* atau saat upacara Maulid Nabi terutama saat perayaan panjang jimat, saat acara muludan ini karena sangat ramai pengunjung mulai dari masyarakat Cirebon dan luar Kota datang ke tiga Keraton untuk merayakan Maulid Nabi bersama, pada acara tersebut perlunya kerjasama dan bantuan masyarakat sekitar untuk berpartisipasi dan menertibkan kegiatan tersebut, selain itu bentuk bantuan Keraton pada masyarakat yaitu ketika masyarakat akan mengadakan syukuran dan memerlukan Keraton, maka Keraton akan memberi bantuan dengan memperbolehkan menyewa Keraton untuk acara tersebut, hal ini sejalan dengan pernyataan salah satu responden:

“Masyarakat dengan Keraton saling membantu terkait dengan keamanan, kebersihan dan juga ketertiban saat acara berlangsung contohnya maulid nabi saat perayaan jumlah pengunjung meningkat sehingga perlu bantuan dari masyarakat sekitar sedangkan bentuk bantuan Keraton terhadap masyarakat salah satunya yaitu ketika masyarakat akan mengadakan acara pernikahan atau syukuran bisa menyewa Keraton (Abdi dalem Keraton Kanoman).



Gambar 3. Tradisi Panjang Jimat (fahmina.or.id)

Berdasarkan uraian tersebut, antar stakeholder memiliki ikatan yang cukup kuat, ikatan yang kuat memberikan motivasi yang lebih besar kepada seseorang untuk saling memberikan bantuan karena ikatan tersebut membuat solidaritas antar sesama semakin besar. Kecenderungan saling menukar kebaikan baik dalam wujud kepedulian sosial, saling memperhatikan dan saling membantu, sikap dan perasaan kepedulian tersebut dapat terlihat dari kehidupan sehari-hari mereka sebagai kelompok atau masyarakat, kepedulian yang dilakukan akan saling menguntungkan satu sama lain. Hal ini terlihat dari adanya bentuk bantuan diantara mereka baik bantuan kerjasama, dana dan tempat. Maka berdasarkan hasil analisis, hubungan timbal balik diantar pemangku kepentingan yaitu adanya bentuk saling membantu yang muncul dari interaksi sosial diantara pihak tersebut.

Dalam upaya mengembangkan wisata budaya keraton, diketahui bahwa antar Keraton tidak ada bentuk timbal balik yaitu dalam hal saling mempromosikan padahal mereka berasal dari satu keluarga atau keturunan, dalam hal mempromosikan wisatanya mereka melakukan secara masing-masing padahal hal ini juga dapat menjadi landasan terbentuknya dan terus terjaganya sistem kekerabatan melalui sebuah bentuk pendekatan timbal balik. Hal tersebut kembali pada rasa saling percaya diantara mereka, karena itu merupakan tanggung jawab masing-masing yang merupakan titipan dari leluhur. Dalam mempromosikan wisata Keraton dilakukan kerjasama dengan pihak pemerintah untuk pembuatan paket wisata, oleh karena itu pengembangan wisata Keraton terlihat pada kenaikan jumlah wisatawan yang datang ke Cirebon menuju Keraton karena paket wisata yang menarik wisatawan berkunjung ke Keraton.

Hubungan timbal balik lainnya yaitu saling menolong atau memberikan bantuan dimana antar Keraton akan saling membantu ketika mengadakan sebuah acara seperti saling meminjamkan barang yang dibutuhkan. Sedangkan dengan pemerintah bantuan yang diberikan pada Keraton yaitu memberikan dana yang dapat digunakan untuk pemeliharaan Keraton serta kegiatan yang sifatnya *event*. Dengan masyarakat saling membantu yang terjalin saat *event* atau upacara Maulid Nabi, masyarakat membantu dengan berpartisipasi dan menertibkan kegiatan tersebut, sebaliknya jika masyarakat membutuhkan Keraton seperti akan mengadakan sebuah syukuran, diperbolehkan menyewa Keraton untuk acara tersebut dengan syarat tidak merusak fasilitas yang ada. Hal ini membuktikan antar *stakeholder* memiliki ikatan yang kuat yang terlihat dari adanya bentuk bantuan kerjasama, dana dan tempat. Adanya timbal balik antar pihak tersebut membuat hubungan dan rasa kekeluargaan semakin erat. Pola inter-relasi timbal balik dan saling menguntungkan ini dibangun atas kepercayaan yang positif dan kuat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian yaitu: Hubungan timbal balik dalam bentuk promosi hanya antara Pemerintah Daerah dan Keraton, sedangkan antar keraton ketika adanya event bersama seperti D'kraton dan festival keraton mereka hanya mempromosikan masing-masing Keraton, tidak ada saling mempromosikan atau paket wisata bersama, mereka cenderung fokus pada keratonnya masing-masing. Promosi wisata Keraton dilakukan dengan Pemerintah Daerah yaitu pembuatan paket wisata Keraton Kasepuhan yang disebarakan melalui brosur keberbagai sekolah dan berbagai Kota, adanya bentuk promosi yang dilakukan pihak Keraton Kasepuhan dan Pemerintah membantu dalam pengembangan wisata budaya Keraton Cirebon cepat tercapai karena meningkatnya kunjungan wisata dari kalangan pelajar

dan wisatawan lain karena adanya paket unik yaitu paket pelajar dan paket silaturahmi. Dalam membantu dalam pengembangan wisata Keraton lebih cepat tercapai, sebaiknya antar keraton lebih meningkatkan promosi seperti membuat paket wisata bersama atau memperluas jaringan promosi dan informasi yang lebih luas dengan kerjasama lintas kota dan provinsi didukung dengan peningkatan akses, dan juga dapat menjadi landasan terbentuknya dan terjaganya sistem kekerabatan melalui sebuah bentuk pendekatan timbal balik.

Hubungan timbal balik lainnya yaitu adanya saling memberikan bantuan yaitu antara pihak keraton dan pemerintah daerah, dengan adanya hubungan timbal balik dengan pemerintah ini membantu wisata Keraton berkembang melalui kerjasama antar keduanya, pemerintah memberikan dana untuk memfasilitasi pemeliharaan Keraton dan juga untuk revitalisasi Keraton serta pembuatan event guna mengembangkan wisata keraton agar bisa lebih dikenal masyarakat luas. Selain dengan pemerintah antar Keraton juga saling membantu dengan bentuk saling meminjamkan barang, ketertiban acara dan tidak ada sistem menyewa diantara Keraton. Sedangkan dengan masyarakat, Keraton memberikan bantuan dengan memperbolehkan menyewa Keraton untuk acara pribadi dengan syarat tidak merusak Keraton dan menjaga kebersihan Keraton, sebaliknya masyarakat juga membantu Keraton selain masyarakat turut berpartisipasi dalam kegiatan Maulid Nabi, masyarakat pun membantu menertibkan acara tersebut agar berjalan lancar. Bentuk bantuan ini tentu akan berpengaruh dalam kerjasama dengan masyarakat dikemudian hari. Pemerintah bersama keraton juga dapat membuat sebuah kegiatan sosialisasi sadar wisata kepada masyarakat terutama generasi muda agar menjadi pemeran aktif sekaligus berpartisipasi dalam pengembangan wisata di Kota Cirebon dan juga menambah pengetahuan mengenai kepariwisataan.

Daftar Pustaka

- [1] R. Ali, M. A. Naseem, and M. M. Farooq, "Social Capital Impact on Economic Development (A Theoretical Perspective)," *Buss.Mgt.Eco.Res*, vol. 2, no. 4, pp. 270–277, 2011.
- [2] A. Kusuma and Darwanto, "Nilai-nilai Modal Sosial yang Terkandung Dalam Perkembangan Pariwisata (Studi Kota Solo)," *Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, vol. 22, no. 1, p. 65, 2015.
- [3] P. B.S, Basukianto, K. Indriyaningrum, and Nahdori, "Pemediasian Modal Sosial Pada Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Employee Engagement Terhadap Organizational Citizenship Behavior," *Proceeding SENDIU*, pp. 261–262, 2021.
- [4] S. Mahendra, "Keterkaitan Modal Sosial dengan Strategi Kelangsungan Usaha Pedagang Sektor Informal di Kawasan Waduk Mulur: Studi Kasus Pada Pedagang Sektor Informal Di Kawasan Waduk Mulur Kelurahan Mulur Kecamatan Bendosari Kabupaten Sukoharjo," *Jurnal Analisa Sosiologi*, vol. 4, no. 2, pp. 10–30, 2015.
- [5] M. F. Rahman and I. S. Darwin, "Persepsi Pemilik Bangunan dalam Melestarikan Bangunan Cagar Budaya di Kawasan Braga Kota Bandung," *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah dan Kota*, pp. 76–85, Jul. 2022, doi: 10.29313/jrpwk.v2i1.931.
- [6] I. H. Agustina, A. M. Ekasari, and I. Fardani, "Sistem Ruang Keraton Kanoman Dan Keraton Kacirebonan," *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, vol. 6, no. 1, pp. 68–69, 2018, Accessed: Jan. 27, 2023. [Online]. Available: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/ethos/article/view/3543/pdf#>
- [7] H. Erwanto, "Sejarah Singkat Kerajaan Cirebon (A Brief History of The Kingdom of Cirebon)," Feb. 2012.
- [8] PERDA No 7, "Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 7 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Cirebon Tahun 2019-2025," 2019. Accessed: Nov. 13, 2022. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/136816/perda-kota-cirebon-no-7-tahun-2019>
- [9] PERDA No 8, "Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Cirebon Tahun 2011-2031," 2012. Accessed: Nov. 13, 2022. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/199762/perda-kota-cirebon-no-8-tahun-2012>

- [10] T. Sucipto, “Eksistensi Keraton di Cirebon (Kajian Persepsi Masyarakat terhadap Keraton-Keraton di Cirebon),” Sep. 2010.
- [11] J. Field, *Modal sosial* . Bantul: Kreasi Wacana, 2016.
- [12] A. Rijali, “Analisis Data Kualitatif,” vol. 17, no. 33, 2018, doi: <http://dx.doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- [13] N. Ridwan and Mayasari, “Pesan dan Makna Dakwah Islam Dalam Film, Analisis Isi Deskriptif Pesan dan Makna Dakwah Islam Dalam Film Tausiyah Cinta,” vol. 3, no. 1, 2018, doi: <https://doi.org/10.35706/jpi.v3i1.1413>.