

# PERAN MUSIK GEREJAWI DALAM MENGEMBANGKAN PAKET WISATA RELIGI

## Belajar dari pengalaman Apulia, Italia Selatan

Oleh

Padriadi Wiharjokusumo<sup>1)</sup>, Novita Romauli Saragih<sup>2)</sup> Dameria Girsang<sup>3)</sup> Pangihutan Siringoringo<sup>4)</sup> Ayu Lestari Malau<sup>5)</sup>  
Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung<sup>1,3,5)</sup>, Pendidikan Agama Kristen Universitas Darma Agung<sup>2)</sup>, Sekolah Tinggi Teologi Lintas Budaya Batam<sup>4)</sup>  
[knb.ministry76@gmail.com](mailto:knb.ministry76@gmail.com), [novitaromauli12@gmail.com](mailto:novitaromauli12@gmail.com), [mberhul@gmail.com](mailto:mberhul@gmail.com),  
[pringo010667@gmail.com](mailto:pringo010667@gmail.com), [ayumalau2000@gmail.com](mailto:ayumalau2000@gmail.com)

### Abstract

*Preliminary studies reveal that music's element is not the primary motivation for religious tourism. However, it is a valuable component of the experience itself. This study examines several dimensions of pilgrimage tourism related to the soundscape, satisfaction, tourist sensory experience, economy, and religion based on experience and the role of gospel music in developing religious tourism packages. This research method uses a literature study approach by studying various books, journals, magazines, and others relevant to the problem and research objectives. This study shows that faith can be a culture. It can be a medium for religious experience, bridging the relationship between tourism, religion, and knowledge. For example, a visit to a sacred tourist attraction, one of which is experiencing gospel music. Thus, it can deepen the faith of believers, and for other visitors, it is an opportunity to meet different cultures and stories.*

*Keywords: The Role of Gospel Music, Religious Tourism, Apulia.*

### Abstrak

Kajian awal mengungkapkan bahwa meskipun unsur musik bukan menjadi motivasi utama bagi wisata religi. Namun, hal ini sebenarnya merupakan sebuah komponen berharga dari pengalaman itu sendiri. Studi ini mengkaji beberapa dimensi wisata ziarah yang berhubungan dengan pemandangan suara (*soundscape*), kepuasan wisatawan, pengalaman sensorik wisatawan, ekonomi dan agama berdasarkan pengalaman serta peran musik gerejawi dalam mengembangkan paket wisata religi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur dengan mempelajari berbagai buku, jurnal, majalah dan lain-lain yang masih ada relevansinya dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa iman dapat menjadi budaya dan budaya dapat menjadi sebuah medium terhadap pengalaman beragama. Kaitannya dengan hubungan antara pariwisata, agama dan pengetahuan. Hal ini dapat dipahami bagaimana suatu kunjungan ke daya tarik wisata religi salah satunya mengalami musik gerejawi dapat memperdalam iman orang percaya (*believers*), dan bagi pengunjung lain, ini merupakan kesempatan untuk bertemu dengan budaya yang berbeda.

Kata kunci: Peran Musik Gerejawi, Wisata Religi, Apulia.

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini, wisata religi merupakan fenomena warisan budaya internasional yang melibatkan jutaan orang dari berbagai bangsa di seluruh dunia. Perkembangan destinasi wisata religi hari-hari ini telah memperbolehkan ziarah untuk mendapatkan kembali kepentingan historis mereka dan perjalanan keagamaan untuk memulihkan peran mereka sebagai penghubung antara manusia dan bangsa. Wisata religi juga menggabungkan acara budaya dan musik sakral (Novita Romauli Saragih, 2022). Sementara motivasi wisatawan telah berubah dari waktu ke waktu, berinteraksi dengan penduduk lokal, mengunjungi tempat-tempat yang memiliki nilai religius, sejarah dan larut dalam alunan suara musik yang bersumber dari alam atau lingkungan (*soundscape*). Kegiatan ini tentunya akan memberikan pengalaman baru bagi para wisatawan.

Pengalaman berwisata bersifat multiindrawi dan ini melibatkan berbagai indra (*sensescapes*), sedangkan sebagian wisatawan menyadari pentingnya pemandangan suara (*soundscape*) terhadap pengalaman mereka seperti suara riak yang turun ke sungai, deru ombak yang menghempas lautan, gema angin yang menerjang pepohonan, tetesan embun yang

membasahi dedaunan, rintik hujan sampai guntur petir yang menghampiri hamparan sawah termasuk alunan suara musik yang menggema. Namun demikian, tidak banyak wisatawan yang mempertimbangkan pemandangan suara ini menjadi destinasi wisata utama mereka (Wiharjokusumo, 2018).

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan kajian secara ilmiah berjudul Peran Musik Gerejawi Dalam Mengembangkan Paket Wisata Religi.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Hakikat musik gerejawi

Listya (1999) mengatakan bahwa pada mulanya eksistensi musik gerejawi diyakini semata-mata hanya sebagai alat (*instrument*) yang dibutuhkan untuk mengiringi jemaat menaikkan puji-pujian kepada Tuhan dalam suatu ibadah di gereja. Tetapi, seiring waktu perkembangan musik gerejawi seperti musik instrumental dan musik vokal telah menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari ibadah Kristen. Namun demikian, menurutnya tidak semua musik dapat dianggap musik gerejawi, bila musik tersebut bukan bagian dari ibadah atau liturgi yang ada.

### 2.2 Wisata religi

Wisata religi merupakan jenis wisata yang berhubungan dengan fenomena ziarah dan melibatkan semua indera. Nocifora (2010) mendefinisikan wisata religi sebagai praktek wisata yang memiliki destinasi keagamaan yang kuat tetapi motivasinya bersifat kultural, spiritual, etnis, alam dan karakter etis atau sosial. Hal ini bukan hanya sebuah bentuk perjalanan yang berkaitan dengan keagamaan dalam arti sempit. Pada saat yang sama, ada faktor-faktor spasial, visible, konkret, pengetahuan, dan sakral yang relevan dengan geografi ziarah (Lopez, 2014).

Wisata religi meliputi kunjungan ke situs keagamaan seperti gereja, katedral, candi dan berbagai rangkaian even yang tersedia. Penyelenggaraan even sering bertepatan dengan hari besar keagamaan yang biasanya diisi dengan berbagai bentuk aktivitas; ritus keagamaan, lampu jalan, festival kuliner, konser musik dan lain-lain (Trono, 2012).

Dari aspek pengalaman, perjalanan religi menjadi paradigma baru. Hal ini dapat dilihat dari mobilitas ke dalam kontemplasi dan persepsi konteks budaya dan lingkungan, menjadi metafora secara kasat mata. Istilah perjalanan religi berasal dari pengertian ziarah, dan secara historis, peziarah adalah orang yang melakukan

perjalanan ke tempat suci dengan motivasi keagamaan (Rinschede, 1992). Kini, istilah peziarah biasanya disebut seorang musafir yang bergerak dalam ruang waktu skala internasional atau bisa juga seseorang yang melakukan ziarah spiritual metafisik yang dapat terjadi di mana saja (Lopez dan Lois González, 2017).

### **2.3 *Soundscape* (pemandangan suara)**

Istilah *soundscape* atau pemandangan suara digunakan untuk merujuk pada semua suara yang berasal dari lingkungan sebagai energi yang dihasilkan oleh berbagai fenomena. Dari sudut pandang tertentu, *soundscape* berkontribusi kepada pelestarian warisan budaya dan identitasnya. Sedangkan kualitas *soundscape* itu sendiri sangat penting bagi daya tarik wisata. Dalam perpektif pariwisata, *soundscape* adalah lingkungan akustik yang dirasakan oleh wisatawan dari tahap kedatangan sampai kepulangan mereka (Liau et al., 2017).

## **3. METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi literatur. Menurut Danial dan Warsiah (2009:80), studi literatur adalah metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dengan mengumpulkan berbagai buku, jurnal, majalah yang erat kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian. Studi ini menggunakan literatur

yang berkaitan dengan *soundscape* untuk mengkaji pengalaman para wisatawan yang mengunjungi situs keagamaan dengan menawarkan pengalaman multi-indra (*a multi-sensory experience*). Studi ini juga menggunakan prinsip analisis ritme yang dikembangkan oleh Lefebvre (2004). Peneliti berupaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang berkontribusi terhadap persepsi positif tentang daya tarik wisata religi.

Melalui kajian literatur konteks geografis penelitian difokuskan pada wilayah bagian selatan Itali yang bernama Apulia. Di wilayah ini penelitian diarahkan terhadap fenomena band religi kaitannya dengan sejarah band religi dan pementasan pada festival keagamaan serta wisata religi.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Perjalanan religi: budaya, ekonomi dan komponen suara**

Konsep perjalanan religi berakar dari ribuan tahun lalu, dan merupakan jenis wisata pertama yang dipraktikkan dengan tujuan keagamaan. Unsur budaya dan ekonomi sangat relevan dengan fenomena mobilitas atau pergerakan perjalanan religi ini. Para sarjana yang mengkaji tentang mobilitas mengarahkan perhatian mereka kepada berbagai jenis wisatawan yang melintasi waktu dan tempat. Bahkan beberapa di

antara mereka membandingkan mobilitas perjalanan yang diselenggarakan oleh operator tur, dan pihak terkait dalam bisnis wisata tersebut. Berbagai lembaga baik yang formal maupun informal, legal dan illegal yang terlibat dalam mobilitas ini, mungkin lebih memilih untuk menghubungkan mobilitas tersebut dengan konteks sosial-ekonomi, budaya dan politik dari tempat asal dan tujuan mereka (Harrison, 2017).

Wisata religi dan ziarah adalah motif substansial bagi pergerakan orang secara global (Griffin dan Raj, 2017). Jenis wisata ini dapat mempromosikan perdamaian dengan mendorong dialog antarbudaya dan antaragama dan pemahaman. Motif spiritual yang mencari hal-hal ilahi bagi pertumbuhan kehidupan rohani dan kesehatan fisik adalah salah satu motivasi wisata religi. Perjalanan religi dipraktikkan oleh masyarakat dari seluruh benua (Battilani, 2009:65) dan gua-gua yang dilukis mengembangkan fungsi yang analog dengan fungsi katedral hari ini.

Dalam peradaban paling awal, bangsa Samaria, Asyur-Babilonia, dan peradaban Mesir bahwa agama dan kekuasaan politik sangat erat hubungannya dengan kota-kota besar yang menarik ribuan peziarah untuk mengunjungi tempat-tempat suci (Saragih and Wiharjokusumo, 2021). Namun, seiring waktu gagasan perjalanan religi telah

diasumsikan dengan makna ganda, yaitu perasaan tertarik dengan hal-hal religius dan pergi mencari Tuhan berdasarkan iman percaya yang dianut oleh pribadi masing-masing.

Pilihan destinasi wisata dapat dilihat sebagai perwujudan kesadaran spiritual dari pengertian perjalanan hidup (religius atau tidak) dan dapat menjadi sarana mengekspresikan identitas pribadi atau sosial seseorang, atau pencarian untuk penegasan kembali identitas seseorang (Liutikas, 2017). Hal ini penting untuk mendefinisikan ziarah spiritual sebagai segmen perjalanan yang melibatkan kunjungan ke suatu tempat di luar lingkungan biasanya, dengan tujuan pertumbuhan spiritual, yang mencakup tidak hanya pertumbuhan agama, tetapi juga non-religius, tujuan atau pengalaman sakral (Griffin and Raj, 2017).

Sekarang ini, peziarah melakukan perjalanan karena berbagai alasan, selain agama dan ziarah adalah jenis wisata budaya yang diidentifikasi oleh UNWTO (2017) memiliki tiga manfaat utama, yaitu; pertama, wisata religi meningkatkan kesadaran tentang warisan bersama umat manusia. Kedua, menyediakan sumber daya terhadap pelestarian, hal tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap

pembangunan daerah. Ketiga, membangun pemahaman bersama.

Secara umum, pengunjung ke tempat-tempat suci ditandai dengan loyalitas yang luar biasa terhadap situs yang dikunjungi. Kesetiaan mereka dapat dianggap sebagai unsur penting dari hubungan antara wisatawan religi atau peziarah dan tujuan mereka. Dengan demikian, wisata religi biasanya kurang terpengaruh oleh trend dan krisis ekonomi dari jenis wisata lainnya (Rocca, 2013).

Prinsip utama wisata religi adalah melestarikan semangat atau roh destinasi wisata religi tersebut dengan cara menghormati keasliannya dan mengelola serta mempromosikannya dengan integritas, seraya membuatnya dapat diakses bagi semua wisatawan. Hal ini dapat menjadi tantangan ketika strategi promosi pariwisata dapat mendorong kedatangan wisatawan baru ke tempat-tempat sakral yang daerahnya kurang dikenal. Secara keseluruhan, jenis wisata ini sering dihubungkan untuk tujuan liburan, acara kebudayaan atau keagamaan dan dalam kasus seperti itu sulit untuk membedakan antara seorang peziarah dan wisatawan.

Saat ini situs-situs religi menyajikan bermacam penawaran, mulai dari layanan, musik dan kegiatan keagamaan yang

dirancang sedemikian rupa, terlebih beberapa fasilitas pengunjung sekuler seperti museum dan daya tarik wisata lainnya yang terletak dalam bangunan sejarah mereka. Seringkali ada banyak alasan untuk mengunjungi tempat-tempat keagamaan seperti itu, karena pengelola menawarkan berbagai kesempatan seperti melakukan refleksi, berlatih dalam kegiatan spiritual, menikmati keindahan estetika arsitektur (De Salvo, 2015) dan berpartisipasi dalam acara tersebut (Getz, 2007). Mengingat maraknya blog dan konten virtual yang menggali tema wisata religi di berbagai media sosial, seperti menceritakan pengalaman peserta sebelum dan sesudah mengikuti program yang ditawarkan. Dalam beberapa aspek kita menghadapi ruang sakral baru (Lopez, 2013) yaitu mempertanyakan secara resmi apa yang disakralkan. (Kong, 2010; Collins-Kreiner, 2010).

Namun, agama adalah bagian penting dari masyarakat, dan karenanya informasi yang berkaitan dengan masalah agama memiliki peran penting dalam mempengaruhi budaya dan gaya berpikir individu. Agama terus memainkan peran penting sebagai katalis terhadap perjalanan atau setidaknya pengaruh yang mendasarinya pada pilihan destinasi.

Motivasi religius tetap menjadi pusat atau sentral bagi banyak wisata religi.

Di atas segalanya, pada saat yang sama, wisata terkait dengan warisan agama berhubungan erat dengan masyarakat dan memainkan peran penting dalam meningkatkan saling pengertian, karena memiliki sejarah di masa lalu. Oleh karena itu, wisata religi tidak semata-mata berkaitan dengan pertobatan saja tetapi juga pengalaman, yang menyiratkan bahwa ada unsur keingintahuan yang mendasari wisata religi di antaranya keingintahuan tentang keberadaan berbagai tempat sakral atau suci (Lois González dan Lopez, 2015). Dalam banyak kasus, di zaman modern, perbedaan antara ziarah dan pengalaman wisata sebenarnya menjadi berkurang.

Peziarah modern biasanya pergi ke daya tarik wisata religi terkenal, sebut saja seperti Lourdes atau Santiago de Compostela. Mereka juga mengunjungi sekitar wilayah tersebut sehingga terjadi perpaduan perjalanan wisata iman dan sekaligus menikmati keindahan tempat-tempat suci tersebut. Akibatnya mereka tidak dapat dibedakan antara peziarah dan wisatawan. Pada saat yang sama semua pelancong (*travelers*) dapat mencari jawaban atas pertanyaan iman dan mengalami perjalanan mereka sebagai

kesempatan bertemu dengan Tuhan (Andreatta 2017). Selain itu, karena unsur budaya dan sejarah, wisata religi berkontribusi terhadap perekonomian negara tuan rumah dan menambah daya tarik wisata kota, desa, dan kawasan alam, sehingga mengarah pada peningkatan wisata berkelanjutan (Trono, 2012; Trono dan Oliva, 2013).

Gagasan untuk menyatukan situs-situs dengan even-even keagamaan ke dalam fenomena pariwisata itu sendiri sangat kontroversial. Hal tersebut sulit untuk memaknai wisata religi sekedar sebagai fenomena pariwisata, tetapi hubungan tersebut memiliki implikasi penting di berbagai wilayah kunci, di mana fungsi dan acara keagamaan merupakan sebuah faktor geografis yang penting bagi pembangunan kepariwisataan di wilayah tersebut dalam menyambut para wisatawan (Dallari, Trono dan Zabbini, 2009:25).

Dalam hal wisata religi, Italia menawarkan sekitar 1.500 kuil, 30.000 gereja, 700 museum keuskupan dan sejumlah besar biara. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Isnart (Lembaga Riset Pariwisata Nasional Italia, 2013) wisata religi di Italia menarik lebih dari 5,6 juta

pengunjung per tahun. Dari jumlah ini, 3,3 juta adalah wisatawan asing dan 2,3 juta adalah wisatawan domestik. Konsumen asing mewakili sekitar 60% segmen dengan 45,3% datang dari Eropa dan 14,9% dari negara-negara non-UE. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa 41,4% wisatawan religi berusia antara 30 dan 50 tahun dan 44,4% mengandalkan perantara seperti operator tur, dan agen perjalanan untuk mengatur perjalanan mereka. Sekitar sepertiga (32,7%) bepergian dengan pasangannya, 20,0% memilih tur yang terorganisir; 19,7% bepergian dengan kelompok teman, 13,3% dengan keluarga mereka dan 9,8% bepergian sendiri.

Masih menurut Lembaga Riset Pariwisata Nasional Italia (2013) bahwa motivasi keagamaan yang menjadi alasan utama (71,9%), terkait dengan keinginan untuk berpartisipasi dalam even-even yang bersifat spiritual (37%). Di antara motivasi lain untuk memilih tujuan Italia adalah kekayaan warisan artistik dan monumental (42,4% wisatawan), keinginan untuk mengenal tempat-tempat baru (26,3%) dan untuk mengenal kebiasaan dan adat istiadat setempat (21,1%) (Isnart, 2013).

Data riset menunjukkan bahwa tema musik mengungkapkan potensi besar terhadap pengembangan terkait dengan

keagamaan. Pada saat yang sama musik mampu menghasilkan alternatif dengan menawarkan alat untuk ekspresi diri dan yang lain bagi wisatawan, karena musik dapat mewakili dan mendorong emosi (Iziz, 2020).

Musik mewakili identitas suatu wilayah, dan juga spasial serta pengaruh lain asal komposer (Revill, 2000; Caterina, 2008). Oleh karenanya, musik terkait dengan aspek budaya dan internal wisata religi. Destinasi musik dan program rencana perjalanan musik religi memiliki potensi terhadap pengembangan wisata, tetapi ini tetap menjadi ceruk pasar bagi jumlah wisatawan dan keuntungan.

Ritmeanalisis karya Henri Lefebvre (2004) menawarkan titik awal untuk mengkaji tempo irama yang kompleks dari berbagai mobilitas yang terjadi melalui ruang. Peta sonic visceral dari Duffy et al. (2016), didasarkan pada analisis prinsip-prinsip ritme Lefebvre (2004). Ini didasarkan pada konsep ruang, sebagai bentuk pencatatan dan deskripsi pengalaman *live music* yang dapat menangkap hubungan dinamis antara ruang dan tubuh, merujuk pada konsep ruang-waktu dan ritme suara yang diketahui melalui persepsi tubuh (Duffy et al., 2011).

Berbagai studi kritis tentang pemandangan suara (*soundscape*) telah dilakukan dalam bidang geografi sonic, namun interpretasi dan penerapan kajian secara menyeluruh masih tertinggal (Boyd dan Daffy, 2012). Singkatnya, ritme sosial barangkali telah dilembagakan misalnya even-even nasional dan keagamaan atau jadwal televisi atau diproduksi melalui kebiasaan yang disinkronkan seperti makan, bermain dan bekerja bersama. Hubungan antara yang “nyata (*tangible*) dan budaya”, “internal dan yang tidak nyata (*intangible*)” menjadi penting ketika mereka dibangkitkan oleh suara. Oleh karena itu, kita harus mempertimbangkan hubungan khusus antara suara, dan praktik multiindrawi dan tempat-tempat yang membentuk peristiwa keagamaan. Irama sebuah acara sebagai rasa kebersamaan dapat berkontribusi pada unsur musik wisata religi, dalam arti yang seluas-luasnya.

#### **Studi kasus: Band tur di Apulia**

Musik saat ini adalah salah satu aspek yang kurang dieksplorasi terhadap wisata religi. Dari kajian literatur sebelumnya (Pipitò dan Vranca, 2002; Raganato, 2018; Creux, 2016). Peneliti mengangkat Pita Apilian Band sebagai studi kasus untuk dianalisis (Tragni, 1985; Taranto dan Zirioni, 1988; Cavallo, 2008; Pascali, 2008;

Rinaldi, 2016; Mastromarino, 2018). Untuk penelitian ini, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya peneliti melakukan studi literatur untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan seperti dokumen sejarah untuk mengetahui mengapa musik dihentikan dalam mendukung kegiatan wisata religi. Informasi tersebut sangat penting untuk menjawab pertanyaan: Dapatkah musik, dalam banyak ekspresinya menjadi bagian dari paket wisata religi?

Kajian awal mengungkapkan bahwa meskipun unsur musik bukan menjadi motivasi utama bagi wisata religi. Namun, hal ini sebenarnya merupakan sebuah komponen berharga dari pengalaman itu sendiri. Misalnya, di Amerika Serikat menikmati atau mengalami musik gerejawi menjadi hal yang umum ditawarkan dalam program paket wisata religi. Musik gerejawi menyebar dalam kurun waktu 1930-an dan dinyanyikan dalam bentuk musik klasik di gereja-gereja Baptis selama bertahun-tahun. Hal tersebut telah menjadi simbol identitas bagi bangsa Amerika keturunan Afrika di seluruh AS. Saat ini, banyak paket liburan wisata ke kota-kota Amerika Serikat menawarkan kesempatan untuk mendengar paduan suara Injil selama acara keagamaan.

Di Italia Selatan, khususnya di Apulia, fenomena band-band religi, khususnya

“*touring band*”, mewakili perpaduan musik dengan wisata religi secara signifikan. *Touring band* atau band tur adalah jenis band simponi sipil professional tertentu dengan struktur dan sejarah yang berbeda dari band militer. Mereka adalah kelompok besar yang piawai mengumandangkan lagu-lagu simponi dan musik religi.

Asal usul jenis musik ini dapat ditelusuri kembali ke abad kedelapan belas, misalnya kemerduannya, penggunaan instrumen tertentu, lagu-lagunya dan bentuk organisasi. Mengingat penggunaan beberapa instrumen seperti saksofon dan klarinet serta gubahan lagu-lagu asli. Aspek band ini berkembang dari pertengahan abad kesembilan belas hingga abad kedua puluh (ASS. *Ars Vita Est*, 2012).

Para sarjana yang mengamati fenomena band ini, mengaitkan kelahirannya dengan revolusi Prancis. Mereka berpendapat bahwa revolusi Prancis secara radikal mengubah cara menikmati musik bukan dikurung di tempat-tempat tertutup seperti teater, melainkan dipindahkan ke ruang terbuka, sehingga dapat diakses oleh siapa saja yang tertarik mendengarkan. Pengaruh utama revolusi Prancis pada musik adalah fungsi musik yang diperluas dan menjadi elemen penting dari setiap even publik. Dengan demikian

hal ini memperluas penonton dengan luar biasa (Ass.Ars Vita Est, 2012; Creux, 2016).

Niat untuk mempopulerkan musik pada waktu itu dapat juga diselusuri dari penggabungan pada tahun 1861 di Italia. Sejak tanggal tersebut, band dari banyak kota di Italia diubah menjadi band Garda Nasional yang tetap dan kemudian menjadi sebagai band kota. Transformasi telah membawa pengaruh yang besar terhadap seluruh organisasi dan repertoar atau lagu-lagu.

Di Italia, band sangat tersebar luas di wilayah utara. Keseluruhan Italia memiliki 2.312 band musik, di wilayah selatan secara resmi ada 726 band (309 terdapat di Sisilia). Sedangkan di wilayah lain Italia ada 1.586 band ( di Lombardy ada 379, lebih banyak dari pada di seluruh wilayah Italia lainnya) ([www.bandamusicale.it](http://www.bandamusicale.it)).

Sejarah mereka dimulai kembali beberapa abad dalam beberapa kasus. Band tertua di Italia didirikan pada 8 Juli 1518 oleh pastor paroki dari Pietra Ligure, di provinsi Savona untuk iringan ibadah. Untuk keperluannya band Italia dapat dibagi menjadi tiga wilayah, utara, tengah dan selatan. Di utara, band amatir lebih tersebar luas dan repertoar mereka tidak hanya lirik-simponi, tapi juga termasuk musik film atau musik ringan. Di antaranya ada band amatir

dan militer milik korps militer Italia yang professional dan ada yang dapat disewa. Di wilayah selatan, band tur secara umum lebih mendominasi dari seluruh wilayah di Italia. Pengecualiannya adalah Sisilia dan Sardinia, di mana ada jumlah yang sama terhadap band amatir dan band tur.

Apulia memiliki tradisi band tur yang panjang dan penting, ini dapat diselusuri sampai ke paruh kedua tahun 1700-an. Ketika band tur menyajikan kombinasi agama dan fungsi hiburan, seperti yang masih mereka lakukan hingga sekarang. Mereka melakukan tur seperti berkeliling daerah untuk bermain dalam festival keagamaan (oleh karenanya mereka disebut band tur). Band tur diselenggarakan selama acara pemakaman dan keagamaan serta even sipil di tengah masyarakat. Selain itu, mereka juga melakukan konser di taman umum (*municipal villas*) sebagai bentuk fungsi rekreasi bagi masyarakat yang dipromosikan oleh administrasi publik (Tragni, 1985).

Meskipun nilai sosial sebuah band musik mungkin telah hilang, band tetap menyebar luas di banyak masyarakat Apulia. Sekarang ini ada 113 band musik yang menyediakan even-even musik untuk acara keagamaan dari waktu ke waktu. Sebagaimana dipaparkan sebelumnya bahwa

fungsinya juga telah diperluas untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Di Apulia tidak ada perayaan Pelindung Saint Day, yaitu perayaan keagamaan tanpa band musik. Kehidmatan pagi dari keberangkatan patung Santo Pelindung atau Madonna (pelindung desa) dari gereja dimana patung-patung tersebut dirawat, diwarnai oleh band musik. Bersama dengan alunan musik dan ledakan mortar seluruh masyarakat berkumpul melakukan perayaan keagamaan, dan seiring waktu even keagamaan ini perlahan-lahan mendatangkan banyak wisatawan.

Inisiatif pariwisata yang menarik di wilayah Apulia adalah 'Patron Saints of Apulia' (<http://www.patronidipuglia.it>). Inisiatif ini secara keseluruhan telah melibatkan tiga puluh lima kota di Puglia dengan mengusung tema keagamaan yang kuat, yaitu perayaan Santo Pelindung Kota didasarkan dengan rencana perjalanan tematik (*itinerary*) yang meliputi; kembang api, lampu hias, ziarah, parade sejarah, kereta kuda dan musik. Tema terakhir menunjukkan bahwa musik sebagai daya tarik wisata religi.

## 5. KESIMPULAN

Agama mewakili dan mempengaruhi cara banyak orang menjalani kehidupan mereka dan memaknai warisan budaya yang

tampak (*tangible*) dan tidak tampak (*intangible*). Iman dapat menjadi budaya dan budaya dapat menjadi sebuah mediator dari pengalaman beragama. Oleh karenanya, hubungan antara pariwisata, agama, dan pengetahuan dapat dipahami bagaimana suatu kunjungan ke daya tarik wisata religi dapat memperdalam iman orang percaya (*believers*), dan bagi pengunjung lain, ini merupakan kesempatan untuk bertemu dengan budaya yang berbeda.

Rekomendasi penelitian ini fokus pada pengalaman suara di bidang pariwisata, khususnya dalam keagamaan. Perjalanan biasanya merupakan suatu kesempatan bagi perenungan yang dalam melalui kunjungan ke berbagai situs religi dan even keagamaan yang melibatkan musik gerejawi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ass. Ars Vita Est (2012) La musica popolare e amatoriale dal 1861 ad oggi. Available at: <http://www.arsvitaest.it>, (accessed 23 January 2022).
- De Salvo, P. (2015). Il viaggio tra spiritualità e territorio: una visione moderna del pellegrinaggio. La Via di Francesco. In: F. Giacalone (eds), Pellegrinaggi e itinerari turistico-religiosi in Europa. Perugia: Morlacchi Editore, pp. 245-258.
- Danial, E, & Warsiah. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah – Studi literatur. Bandung.

- Dallari F, Trono A and Zabbini E (eds) (2009) *I viaggi dell'anima*. Società, Culture, Heritage e Turismo. Bologna: Patron.
- Duffy M, Waitt G and Harada T (2016) Making sense of sound: Visceral sonic mapping as a research tool. In: *Emotion, Space and Society*, 20: 49-57.
- Griffin K and Raj R Dr (2017) The Importance of Religious Tourism and Pilgrimage: reflecting on definitions, motives and data. In: *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(3). Available at: <https://arrow.dit.ie/ijrtp/vol5/iss3/>, (accessed 23 January 2022).
- Getz D (2007) Event tourism: Definition, evolution, and research. In: *Tourism Management*, 29: 403-428.
- Harrison D (2017) Tourists, mobilities and paradigms. In: *Tourism Management*, 63: 329-337.
- Izis E (2012) *Musica e territorio*. In Cortesi e al. (eds), *Il paesaggio sonoro e la valorizzazione culturale del territorio*. Riflessioni a partire da un'indagine suoi luoghi pucciniani. Bologna: Patron, pp. 21-76.
- Kong L (2010) Global shifts, theoretical shifts: Changing geographies of religion. In: *Progress in Human Geography*, 34(6): 755-776.
- Listya, Rama, Agastyia. (1999), *Kontekstualisasi Musik Gereja*. Salatiga: Fakultas Teologi Universitas Kristen Satya Wacana, 1999.
- Lopez L (2013) How long does the pilgrimage tourism experience to Santiago de Compostela last? In: *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 1: 1-15.
- \_\_\_\_\_ and Lois González R C (2017) The voices of female pilgrims in medieval wills. The Jacobean devotion in Apulia (Italy). In: *Gender, Place & Culture*, 24 (4): 482-498.
- Liu A, Wang X L, Liu F, Yao C and Deng Z (2017) Soundscape and its influence on tourist satisfaction. In: *The Service Industries Journal*, 38 (3-4): 164-181.
- Lefebvre H (2004) *Rhythmanalysis: Space, Time and Everyday Life*. New York: Continuum.
- Liutukas D (2017) The manifestation of values and identity in travelling: The social engagement of pilgrimage. In: *Tourism Management Perspectives*, 24: 2017-2224.
- Nocifora, E. (2010), "Turismo religioso e pellegrinaggio: il caso romano", *Rotur: revista de ocio y turismo*, Vol. 3, pp. 181-194.
- Saragih, N. R., & Wiharjokusumo, P. (n.d.). *Musik Gerejawi*. Google Books. Available at: <https://books.google.co.id/books/about?id=HzxbEAAAQBAJ>, (accessed 2 February 2022).
- Rinschede G (1992) Forms of religious tourism. In: *Annals of Tourism Research*, 19: 51- 67.

Rocca G (2013) Tourism in places with strong appeal religious. In G. Rocca, From prototourism to tourism global. Moments, research paths, case studies. Turin: Giappichelli, pp. 467-490.

Revill G (2000) Music and the politics of sound: nationalism, citizenship and auditory space. In: Environment and Planning D: Society a Space, 18(5): 597-613.

Trono A (2012) Percorsi religiosi e turismo culturale. In A. Trono A (eds), Via Francigena. Cammini di Fede e Turismo Culturale. Galatina: Congedo Editore, pp. 132- 148.

Tragni B (1985) I nomadi del pentagramma: le bande musicali in Puglia. Giovinazzo: Libreria Peucetia.

Wiharjokusumo, P., Romauli Saragih, N., & Malau, A. L. (2021). Overview of the potential development of natural tourism objects and attractions of Pantai Cemara Indah Gosong Telaga in North Singkil Sub-District, Aceh Singkil Regency. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 8(2), 1-9. <https://doi.org/10.51827/jiaa.v8i2.67>. Available at:

<http://journal.akpardarmaagung.ac.id/index.php/JIAA/article/view/67>, (accessed 23 January 2022).

\_\_\_\_ (2018). The analysis of tour operator liability in running adventure tourism packages viewed from legal aspects in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 5(10). Available at:

<http://journal.akpardarmaagung.ac.id/index.php/JIAA/article/view/8>, (accessed 24 January 2022).