

‘Sangkuriang’: Potensi Folklor dalam Pengembangan Pariwisata Kawasan Cekungan Bandung

Aditya Rizki Rinaldi ¹⁾

Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Multimedia Nusantara¹⁾

Jl. Jenderal Gatot Subroto No.Kav.1, Gading Serpong, Kabupaten Tangerang, Banten 15810

e-mail: aditya.rizki@mnp.ac.id

Abstrak

‘Sangkuriang’ menjadi folklor yang melekat di masyarakat tanah Sunda, kehadirannya sebagai media pendidikan, hiburan, sosial dan budaya memiliki peran serta dalam promosi pariwisata. Penelitian ini menganalisis potensi pemanfaatan folklor ‘Sangkuriang’ dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya di Kawasan Cekungan Bandung melalui pendekatan geomitologi dan *storytelling*. Cerita ‘Sangkuriang’, yang berakar dari Naskah Bujangga Manik, menunjukkan keterkaitan kuat dengan sejumlah fitur geografis di kawasan tersebut, seperti Gunung Tangkuban Parahu, Gunung Burangrang, Gunung Bukit Tunggul, dan kawasan aliran Sungai Citarum. Dengan menggunakan metode kualitatif eksploratif, penelitian ini memadukan studi pustaka, observasi lapangan, serta wawancara terhadap informan kunci dari kalangan akademisi, pelaku budaya, dan pengelola destinasi. Analisis dilakukan melalui pendekatan tematik dan analisis isi untuk menggali elemen naratif dalam cerita *Sangkuriang* dan relevansinya terhadap bentuk geografis nyata. Temuan menunjukkan bahwa setidaknya terdapat tujuh lokasi yang secara langsung dapat diintegrasikan dalam produk wisata tematik berbasis folklor. Namun, sebagian besar belum dilengkapi infrastruktur interpretatif seperti papan informasi budaya, narasi visual, atau program pemanduan tematik. Penelitian ini mengadaptasi model *storytelling* dari Gamil (2017) dan mengusulkan strategi pemasaran pariwisata melalui konten berbasis cerita lokal. Implikasi praktis dari penelitian ini meliputi penyusunan paket wisata naratif, pelibatan masyarakat sebagai pendongeng dan pelaku seni, serta integrasi cerita ‘Sangkuriang’ dalam branding destinasi dan promosi digital. Hasil ini memberikan kontribusi bagi pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan komunitas lokal dalam merancang strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis identitas budaya.

Kata kunci : *storytelling*, folklor, geomitologi, pengembangan pariwisata, ‘Sangkuriang’

‘Sangkuriang’: Folklor Potential in Bandung Basin Area’s Tourism Development

Abstract

‘Sangkuriang’ is a folklore that is inherent in the Sundanese community, its presence as a medium for education, entertainment, social, and cultural activities has a role in promoting tourism. This study analyzes the potential use of the folklore of ‘Sangkuriang’ in developing culture-based tourism in the Bandung Basin Area through a geomythology and storytelling approach. The story of ‘Sangkuriang’, which is rooted in the Bujangga Manik Manuscript, shows a strong connection with several geographical features in the area, such as Mount Tangkuban Parahu, Mount Burangrang, Mount Bukit Tunggul, and the Citarum River basin. Using exploratory qualitative methods, this study combines literature studies, field observations, and interviews with key informants from academics, cultural actors, and destination managers. The analysis was carried out through a thematic approach and content analysis to explore narrative elements in the Sangkuriang story and their relevance to real geographical forms. The findings show that there are at least seven locations that can be directly integrated into folklore-based thematic tourism products. However, most of them are not yet equipped with interpretive infrastructure such as cultural information boards, visual narratives, or thematic guide programs. This study adapts the storytelling model from Gamil (2017) and proposes a tourism marketing strategy through local story-based content. Practical implications of this study include the preparation of narrative tourism packages, the involvement of the community as storytellers and artists, and the integration of the ‘Sangkuriang’ story in destination branding and digital promotion. These results contribute to local governments, tourism industry players, and local communities in designing sustainable tourism development strategies based on cultural identity.

Keyword: *storytelling*, folklore, geomythology, tourism development, ‘Sangkuriang’

PENDAHULUAN

Pariwisata mengalami pergeseran paradigma dari massal ke pencarian pengalaman otentik dan bermakna. Wisatawan modern mencari nilai budaya, sosial, dan lingkungan dalam destinasi (Ghaderi et al., 2022; Mulec, 2010). Keberagaman motivasi perjalanan mendorong strategi promosi yang menyampaikan narasi emosional dan identitas wisatawan (Seyfi et al., 2020). Oleh karena itu, pemasaran destinasi harus menampilkan makna dan cerita di balik keindahan visual (Douglas et al., 2024; Grabowski et al., 2016). Kementerian Pariwisata mendorong pengembangan wisata berbasis pengalaman dan narasi lokal. *Storytelling* menjadi pendekatan relevan untuk menghidupkan nilai budaya dan folklor sebagai identitas destinasi (Bassano et al., 2019; Mossberg et al., 2010). Pendekatan ini membangun keterlibatan emosional wisatawan dan memperkuat loyalitas (Kartika & Riana, 2020; Youssef et al., 2019). Namun, studi *storytelling* sebagian besar fokus pada strategi pemasaran umum dan belum banyak mengkaji folklor lokal (Bryon, 2012; Sari, 2020).

Folklor kaya simbolisme dan berpotensi menjadi inti narasi destinasi (Akgun et al., 2016; Calvi & Hover, 2021). Tantangan utamanya adalah mengintegrasikan cerita rakyat secara otentik ke dalam produk wisata, memerlukan pendekatan yang menyatukan interpretasi budaya, pemasaran, dan konteks geografis. Geomitologi mengkaji hubungan mitos dengan fenomena alam dan lanskap geografis (Abdurahman & Kadarisman, 2022; Light, 2014). Pendekatan ini memperkaya pengalaman wisata dengan memberikan dimensi naratif yang autentik. Dalam promosi pariwisata, geomitologi membedakan destinasi dan mencerminkan nilai lokal.

Folklor 'Sangkuriang' memiliki potensi besar dikembangkan lewat geomitologi. Cerita ini menjelaskan asal-usul Gunung Tangkuban Parahu dan mengaitkan kisah cinta terlarang dengan fenomena geografis (Abdurahman & Kadarisman, 2022; Supriadi, 2012). Cekungan Bandung sebagai latar geografis cerita ini merupakan kawasan strategis yang juga kaya akan budaya (Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2018 Tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Cekungan Bandung). Pengembangan narasi ini dapat menjadi strategi promosi inovatif berbasis budaya lokal, sehingga integrasi folklor, *storytelling*, dan geomitologi penting dalam kajian ini.

Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana folklor 'Sangkuriang' dapat dikembangkan melalui *storytelling* dan geomitologi untuk memperkuat strategi promosi destinasi di Cekungan Bandung. Studi sebelumnya (Rinaldi & Yusuf, 2024) menunjukkan kebutuhan eksplorasi narasi dan pemasaran cerita 'Sangkuriang' yang masih terbatas. Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pengembangan pariwisata budaya berkelanjutan di kawasan tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Folklor: Sumber Narasi Budaya

Folklor merupakan bagian dari warisan budaya tak benda yang merepresentasikan nilai, norma, dan identitas suatu komunitas. Dalam konteks pariwisata, folklor berperan penting sebagai sumber narasi yang autentik dan memperkaya pengalaman wisatawan (Akgun et al., 2016; Calvi & Hover, 2021). Narasi ini dapat menciptakan kedekatan emosional wisatawan dengan destinasi, sekaligus memperkuat citra budaya lokal. Oleh karena itu, folklor menjadi instrumen strategis dalam diferensiasi destinasi pariwisata. Beberapa studi menekankan bahwa pengangkatan cerita rakyat dalam pengembangan destinasi dapat menambah daya tarik dan nilai edukatif (Bassano et al., 2019; Kutin & Telban, 2021). Kisah-kisah tersebut dapat dikemas dalam bentuk pengalaman wisata berbasis cerita yang unik dan imersif. Namun, pendekatan ini masih jarang diterapkan secara optimal di Indonesia. Perlu strategi konseptual yang menempatkan folklor sebagai inti narasi, bukan sekadar pelengkap.

Storytelling: Strategi Promosi Pariwisata

Storytelling dalam pariwisata tidak hanya menjadi alat komunikasi pemasaran, tetapi juga sebagai strategi interpretatif yang menyampaikan makna budaya dan identitas lokal (Mossberg et al., 2010; Youssef et al., 2019). Cerita yang kuat mampu membentuk persepsi wisatawan dan menciptakan keterlibatan emosional yang mendalam terhadap suatu destinasi. Oleh karena itu, *storytelling* memainkan peran penting dalam membangun narasi destinasi yang otentik. Strategi ini memungkinkan penyampaian nilai budaya secara lebih efektif dan menyentuh. Meski banyak studi membahas *storytelling*, fokusnya masih dominan pada aspek

pemasaran umum (Bryon, 2012; Kartika & Riana, 2020). Belum banyak yang menelusuri potensinya dalam konteks destinasi berbasis folklor atau budaya lokal. Padahal, narasi semacam ini bisa menjadi kekuatan diferensiasi dan meningkatkan daya saing destinasi. Diperlukan pendekatan yang memadukan *storytelling* dengan konteks budaya yang spesifik.

Geomitologi: Pendekatan Interpretatif

Geomitologi adalah kajian tentang keterkaitan antara mitos atau cerita rakyat dengan bentuk-bentuk geologi tertentu (Light, 2014; Vitali et al., 2022). Pendekatan ini memberikan pemahaman simbolis terhadap fenomena alam melalui lensa budaya lokal. Dalam konteks pariwisata, geomitologi dapat digunakan untuk memperkaya narasi destinasi yang berbasis pada alam dan budaya. Hal ini menciptakan pengalaman wisata yang bermakna dan edukatif. Kisah 'Sangkuriang' adalah contoh klasik narasi geomitologis yang menjelaskan asal-usul Gunung Tangkuban Parahu (Abdurahman & Kadarisman, 2022). Narasi ini dapat diolah untuk memperkuat interpretasi destinasi berbasis lanskap geografis. Dengan menggabungkan aspek mitologis dan ilmiah, geomitologi menjadi pendekatan strategis dalam mengembangkan *storytelling* pariwisata. Pendekatan ini juga mendukung pelestarian narasi lokal yang berakar pada lingkungan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif dan deskriptif dengan desain studi pustaka sebagai metode utama. Pendekatan eksploratif dipilih untuk menggali secara fleksibel fenomena pemasaran berbasis budaya lokal yang belum banyak diteliti secara mendalam, khususnya dalam konteks hubungan antara *folklor*, geomitologi, dan *storytelling* dalam promosi destinasi (Malhotra & Birks, 2013). Sementara itu, pendekatan deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran sistematis mengenai fenomena yang dikaji, baik dari sisi konseptual maupun kontekstual, dengan menggabungkan data kualitatif dari berbagai sumber (Sekaran & Bougie, 2016). Studi pustaka dilakukan untuk menelaah dokumen-dokumen relevan, baik terpublikasi maupun tidak, yang memuat informasi, gagasan, serta data pendukung mengenai topik penelitian, guna membangun kerangka analisis yang kuat dan terarah.

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian penulis sebelumnya pada tahun 2022 yang mengangkat tema keterhubungan antara pengalaman wisatawan dengan folklor 'Sangkuriang' (Rinaldi, 2022), melalui pendekatan *literature review*, dengan fokus pada kajian geomitologi sebagai fondasi konseptual.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data difokuskan pada wilayah Kawasan Cekungan Bandung yang terkait erat dengan folklor 'Sangkuriang'. Legenda ini berasal dari Naskah Bujangga Manik dan berkembang melalui tradisi lisan serta media budaya (Setiawan, n.d.; Supriadi, 2012). Wawancara dilakukan dengan informan kunci yang dipilih secara purposive, meliputi pelaku budaya, akademisi yang mengkaji folklor tersebut, dan praktisi pariwisata setempat. Penelitian berlangsung selama 3–26 Juni 2024 dengan penggalian data intensif menggunakan triangulasi antara sumber tertulis, observasi lapangan, dan wawancara.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui analisis isi untuk menelaah struktur narasi folklor berdasarkan versi Narawaty (2023), serta analisis tematik untuk mengidentifikasi pola naratif dan makna budaya dari wawancara dan literatur. Triangulasi data digunakan untuk menguji validitas temuan dengan membandingkan sumber pustaka, hasil observasi, dan pernyataan informan. Pendekatan ini bertujuan tidak hanya untuk menggambarkan potensi naratif folklor sebagai alat promosi, tetapi juga untuk memahami relasi masyarakat lokal, nilai budaya, dan strategi promosi destinasi berbasis kearifan lokal secara mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kisah 'Sangkuriang' mencerminkan keterhubungan antara narasi budaya dan lanskap geografis di Cekungan Bandung melalui pendekatan geomitologi, yakni penafsiran elemen folklor berdasarkan fitur geologis nyata. Gunung Tangkuban Parahu dipersepsikan sebagai perahu yang ditendang Sangkuriang, sedangkan Sanghyang Tikoro dianggap merepresentasikan bendungan yang jebol dan menyebabkan surutnya Danau Bandung Purba.

Secara ilmiah, terbentuknya Cekungan Bandung dikaitkan dengan letusan Gunung Sunda Purba yang membendung aliran Sungai Citarum, menghasilkan danau besar

(Brahmantyo & Bachtiar, 2009; Dam et al., 1996). Interpretasi ini memperkuat makna simbolik kisah 'Sangkuriang' sebagai refleksi kultural atas dinamika geologis masa lalu (Abdurahman & Kadarisman, 2022). Namun, pendekatan geomitologi tidak dimaksudkan sebagai verifikasi ilmiah, melainkan sebagai cara masyarakat memaknai ruang hidupnya. Naskah Bujangga Manik turut mendukung keterhubungan ini dengan menyebut legenda Sangkuriang dalam narasi perjalanan tokohnya melintasi Bukit Pategeng dan Sungai Citarum.

*... leu(m)pang aing ka-baratkeun,
datang ka Bukit Pategeng,
sakakala Sang Kuriang,
masa dek nyitu Citarum,
burung te(m)bey kasiangan, ...*
Terjemahan
... aku berjalan menuju barat
datang ke Bukit Pategeng
legenda Sangkuriang
waktu akan membendung Citarum
namun gagal karena kesiangan ...

Penggalan cerita tersebut menjadi awal kisah 'Sangkuriang' dengan menyebutkan lokasi seperti Sungai Citarum yang masih ada di Kawasan Cekungan Bandung. Analisis keterkaitan folklor ini didasarkan pada narasi sendiri, karena literatur tidak menjelaskan lokasi tepatnya. Beberapa wilayah di cekungan tersebut terkait dengan kisah melalui tulisan atau toponimi.

Hubungan antara lokasi geografis dan kisah 'Sangkuriang' bersifat simbolik dan kultural, namun asosiasi ini masih naratif dan berdasarkan pengetahuan lokal tanpa verifikasi geologis atau arkeologis. Contohnya, hubungan Danau Bandung Purba dengan narasi bendungan 'Sangkuriang' hanya kontekstualisasi cerita rakyat dalam lanskap nyata. Penelitian belum menghadirkan bukti empiris seperti data geospasial atau validasi lembaga geologi. Oleh karena itu, pendekatan geomitologi harus dipahami sebagai pendekatan kultural dan hermeneutik, bukan bukti ilmiah.

Keterkaitan 'Sangkuriang' dengan Sungai, Gua, dan Danau Purba

Narasi 'Sangkuriang', syarat Dayang Sumbi agar Sangkuriang membendung sungai untuk dijadikan danau diyakini merujuk pada Sungai Citarum, sungai terpanjang di Jawa Barat yang memiliki nilai historis, ekologis, dan kultural tinggi (Dharma & Savitri, 2023; Noorduyt, 2019). Sungai ini berhulu di Situ Cisanti, Gunung Wayang, dan mengalir melalui

Cekungan Bandung sebelum bermuara di pantai utara Pulau Jawa (Idris et al., 2019). Nama Citarum berasal dari kata "Cī" (air) dan "Tarum" (tumbuhan Indigofera), serta dikaitkan dengan sejarah awal Kerajaan Tarumanegara (Budimansyah et al., 2018; Wessing, 2011). Meskipun kini termasuk sungai paling tercemar, kawasan alirannya memiliki potensi besar dalam pengembangan geowisata karena kekayaan geodiversitas yang mencakup Sanghyang Heuleut, Sanghyang Poek, dan Sanghyang Tikoro (Hadian et al., 2021; Rohaendi et al., 2021).

Sanghyang Tikoro memegang posisi penting dalam cerita, dipercaya sebagai lokasi jebolnya bendungan yang menyebabkan surutnya Danau Bandung (Narawaty, 2023). Etimologinya berasal dari "Sanghyang" (suci) dan "Tikoro" (tenggorokan), merujuk pada gua bawah tanah yang dilalui Sungai Citarum (Widjaja et al., 2020). Mitos setempat menyebut bahwa benda yang dilempar ke dalam gua akan memunculkan suara jeritan misterius. Saat ini, meskipun akses ke Tikoro ditutup karena alasan keselamatan, lokasi di sekitarnya seperti Sanghyang Kenit, Heuleut, dan Poek telah dikembangkan sebagai destinasi wisata aktif dengan narasi geomitologis yang mendukung penguatan identitas lokal (Edison et al., 2019; Wulung et al., 2021).

Keterkaitan 'Sangkuriang' dengan Pegunungan dan Gunung

Legenda Gunung Tangkuban Parahu merupakan bagian paling ikonik dari kisah 'Sangkuriang', yang dipercaya terbentuk dari perahu yang ditendang oleh Sangkuriang karena kemarahannya. Selain itu, kisah ini juga menyebut Gunung Bukit Tunggul, Gunung Burangrang, dan Gunung Putri sebagai lokasi yang berkaitan dengan proses pembuatan perahu (Abdurahman & Kadarisman, 2022; Raharjo, 2017). Gunung Bukit Tunggul, yang terbentuk dari tunggul pohon yang ditebang, kini berada di kawasan Pegunungan Bandung Utara dan memiliki ketinggian 2.209 mdpl (A. B. Bachtiar et al., 2023). Gunung Bukit Tunggul termasuk sisa letusan Gunung Sunda Purba dan terletak di Desa Cibodas, Kecamatan Lembang. Kawasan ini memiliki potensi wisata seperti wisata edukasi kina, Situ 'Sangkuriang', dan beberapa air terjun (Fauzi, 2017). Dari aspek geologi, gunung ini termasuk satuan vulkanik pusat, berbeda dengan Gunung Tangkuban Parahu yang berada dalam satuan vulkanik ekstrusif (Ervina et al., 2020).

Gunung Burangrang dikisahkan terbentuk dari dahan dan ranting pohon perahu.

Saat ini, gunung setinggi 2.050 mdpl ini merupakan kawasan cagar alam dan objek wisata seperti Curug Panganten, Cijalu, dan Cipurut (Cahyanto et al., 2023). Lokasi ini juga dekat dengan destinasi wisata lainnya seperti Dusun Bambu dan Curug Pelangi (Edison et al., 2019; Utami, 2019). Gunung Putri, tempat menghilangnya Dayang Sumbi, berlokasi di Desa Cihideung, Kecamatan Parongpong (Raharjo, 2017; Supriadi, 2012). Gunung setinggi 1.587 mdpl ini dikenal sebagai Geger Bintang Matahari dan dikelola oleh Perum KPH Bandung Utara (Fauziyyah, 2024; Rizki A & Setiawan, 2018). Dengan jalur pendakian yang ramah, gunung ini populer di kalangan pendaki pemula.

Keterkaitan Cerita dengan Kondisi Geografis Cekungan Bandung

Topografi Bandung yang berbentuk cekungan dikelilingi gunung memperkuat keberadaan Danau Bandung Purba, sebuah danau besar yang pernah memenuhi kawasan tersebut (Brahmantyo & Bachtiar, 2009; DBMTR, 2019). Cekungan Bandung yang berada di ketinggian ± 709 mdpl diyakini terbentuk akibat pembendungan Sungai Citarum pasca letusan Gunung Sunda Purba (Lauder et al., 2023; Syafiqah et al., 2022). Kisah folklor 'Sangkuriang' yang menceritakan pembendungan Sungai Citarum untuk membuat dermaga perahu dianggap merefleksikan fenomena geologis tersebut.

Situ Hiang, sebutan lokal untuk Danau Bandung Purba, terbentuk sekitar 105.000 tahun lalu pada masa Pleistosen bersamaan dengan pembentukan Sesar Lembang (A. B. Bachtiar et al., 2023; Prasetyo, 2020). Ada dua teori utama pembentukannya: letusan Gunung Tangkuban Parahu dan letusan Gunung Sunda (Dam et al., 1996). Danau ini diperkirakan surut saat Sungai Citarum kembali mengalir melalui terowongan Sanghyang Tikoro di Rajamandala. Cerita 'Sangkuriang' yang menggambarkan jebolnya bendungan merefleksikan proses geologis tersebut (Abdurahman & Kadarisman, 2022; T. Bachtiar et al., 2008).

Wawancara dengan masyarakat Desa Pagerwangi dan Karyawangi mengungkapkan asosiasi Sesar Lembang dengan pohon raksasa (*kai lametang*) yang ditebang oleh Sangkuriang (T. Bachtiar et al., 2008). Arah tumbangnya pohon, dari barat ke timur, paralel dengan Sesar Lembang sepanjang 29 km dari Padalarang ke Gunung Manglayang, yang secara geografis terletak utara Kota Bandung dan selatan Gunung Tangkuban Parahu.

Pengetahuan lokal dalam folklor dan narasi masyarakat mencerminkan pemahaman geologi setempat. Kisah penebangan pohon yang dikaitkan dengan Gunung Bukit Tunggul dan Burangrang di barat Cekungan Bandung memperkuat dugaan latar cerita di wilayah Lembang, Parongpong, dan Cisarua. Narasi ini juga berkontribusi pada dokumentasi bencana geologi seperti gempa bumi di kawasan tersebut. Toponimi lokal memperkuat ikatan antara cerita dan ruang geografis. Di Desa Karyawangi, nama dusun *Panyampaian* berasal dari kata *nyampai* (menggantung), merujuk pada selendang Dayang Sumbi yang tertiuip angin dan menggantung di pohon. Dusun *Panyairan*, dari kata *nyair* (menyaring), dipercaya sebagai lokasi Dayang Sumbi mencari ikan. Toponimi ini menjadi bukti hidupnya folklor dalam lanskap dan memori kolektif masyarakat.

Pengembangan Potensi Storytelling Wisata 'Sangkuriang'

Kawasan Cekungan Bandung memiliki tujuh daya tarik wisata yang berasosiasi dengan folklor 'Sangkuriang', antara lain Sungai Citarum, Sanghyang Tikoro, Gunung Burangrang, Gunung Bukit Tunggul, Gunung Tangkuban Parahu, Gunung Putri, dan Sanghyang Heuleut. Meskipun telah populer, populer, pengembangan destinasi ini masih berfokus pada wisata alam dengan keterbatasan narasi dan infrastruktur pendukung. Penelitian mengadaptasi model *storytelling* Gamil (2017) yang meliputi tujuh elemen untuk mengintegrasikan folklor sebagai sarana perlindungan dan pemasaran budaya. Storytelling diharapkan memperkuat daya tarik wisata melalui narasi tematik yang disampaikan pemandu, paket wisata, dan pertunjukan seni.

Implementasi *storytelling* telah dilakukan secara sporadis, seperti pementasan teater "*Dayang Sumbi Ngagurat Pamadegan 'Sangkuriang'*" dan interpretasi cerita di Gunung Tangkuban Parahu, namun belum terintegrasi ke strategi pengelolaan berkelanjutan. Bentuk implementasi yang disarankan meliputi paket wisata tematik, pertunjukan seni budaya, festival 'Sangkuriang', serta konten digital untuk pemasaran dan pelestarian budaya (lihat Tabel 1). Wisata berbasis folklor kurang mendapat perhatian dibandingkan wisata alam, belanja, dan kuliner yang mendominasi Kawasan Cekungan Bandung, seperti yang terlihat pada kunjungan tinggi ke Dusun Bambu, Farmhouse Lembang, dan The Great Asia Africa.

Tabel 1. Pengaplikasian Storytelling sebagai Alat Pemasaran Pariwisata Folklor 'Sangkuriang'

Tujuan	Stakeholder (Lokal/Non Lokal) (Publik/Swasta)	Proses Storytelling	Hasil dari Proses Storytelling	Dimensi Pengembangan Pariwisata	Tugas	Evaluasi
1. Menciptakan nilai tambah pada warisan budaya tak benda di Tatar Sunda;	A. Pemrakarsa dan Keputusan - Pemerintah Pusat; - Pemerintah Daerah; - Masyarakat Lokal; dan - Akademisi.	Durasi - Satu Kal Terstruktur Lokasi - <i>Indoor</i> - <i>Outdoor</i> Partisipasi Wisatawan - secara langsung - secara tidak langsung (sebagai penonton)	Konsep Pengembangan Lanjutan - Meningkatkan kunjungan wisatawan - Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat - Meningkatkan kemampuan pramuwisata lokal - Meningkatkan dan menemukan bakat-bakat masyarakat	Ekonomi - Peningkatan kunjungan wisatawan - <i>Destination Branding</i> - Wisata Tematik - Peluang Kerja - Kolaborasi Kawasan - Bisnis Berkelanjutan Sosial Budaya - Pertahanan Identitas - Pelatihan untuk masyarakat lokal - Kebanggaan lokal - Citra dan identitas Destinasi - Peningkatan kesadaran masyarakat akan potensi wisata - <i>Community Tourism Development</i> - Menjaga warisan budaya tak benda	Sebelum - Konfirmasi Pemesanan, Pembayaran dan perencanaan perjalanan Selama - Penyambutan dan orientasi pendongeng dan wisatawan	Setelah Kegiatan - Memberikan Masukan dan Saran terhadap Pendongeng - Meneruskan komentar pengujung
2. Mendokumentasikan warisan budaya tak benda secara inovatif;						
3. Memberikan pertunjukan untuk menghibur wisatawan;	B. Komite Pengarah - Pemerintah Daerah; - Badan Promosi Pariwisata Daerah; - Masyarakat; dan - Perusahaan Swasta.	Jumlah Partisipasi - tidak ada - sedikit - beberapa - banyak Macam-macam Partisipasi - Musik - Kesenian - Cerita - Pertunjukan - Teater Agenda - Folklor 'Sangkuriang' - Pemilihan Setting - Pengidentifikasian Cerita - Pemilihan cerita berdasarkan relevansi dengan lokasi.	Pemasaran - Keterlibatan media; - Mempromosikan Kawasan - Cekungan Bandung sebagai destinasi pariwisata otentik - Kerja sama antar setiap pemangku kepentingan - Peningkatan ekonomi masyarakat lokal - Transfer pengetahuan dan keterampilan - Mengembangkan jaringan baru			
4. Memberikan media pembelajaran yang menarik;						
5. Mempromosikan Kawasan Cekungan Bandung sebagai destinasi wisata yang otentik;	C. Aktor - Hotel/ - Penginapan; - Rumah Makan/ - Restoran; - <i>Event/Festival</i> ; - Daya Tarik Wisata; - Pramuwisata; dan - Wisatawan.					
6. Menciptakan merek baru untuk destinasi; dan						
7. Menginspirasi masyarakat Kawasan Cekungan Bandung dan menciptakan rasa bangga terhadap warisan budaya tak benda.						

Lanjutan Tabel 1.

Tujuan	Stakeholder (Lokal/Non Lokal) (Publik/Swasta)	Proses Storytelling	Hasil dari Proses Storytelling	Dimensi Pengembangan Pariwisata	Tugas	Evaluasi
	D. Tipe Storytelling - Pendongeng Lokal; - Interpretasi Pemandu Lokal; - <i>Travel Pattern</i> ; - Festival dan Event - Teater/Kabare/Pertunjukan Seni; dan Konten pemasaran	Rancangan Konsep Storytelling - Satu alur cerita keseluruhan; - Perancangan Sovenir ‘Sangkuriang’; - Branding; - Pengembangan Paket Wisata; dan - Komunikasi Pemasaran Internal dan Eksternal	Hasil dari Proses Storytelling - Mengembangkan cara pemanfaatan sumber daya lokal.	Lingkungan - <i>Sustainable Tourism</i> - Kegiatan <i>storytelling</i> akan membuat wisatawan lebih sadar lingkungan dan mengubah pola perilaku di destinasi - Lebih menghormati budaya lokal - Sarana dan prasarana baru akan dibangun		

Sumber: Adaptasi dari Gamil (2017)

Potensi wisata berbasis narasi ‘Sangkuriang’ sangat besar untuk menciptakan pengalaman edukatif dan berkesan (Bassano et al., 2019; Calvi & Hover, 2021).

Keterlibatan masyarakat lokal penting dalam pengembangan ini. Di Desa Pagerwangi dan Karyawangi, memori kolektif seperti toponimi “Panyampaian” dan “Panyairan” masih terpelihara namun belum terintegrasi dalam pengelolaan wisata (Hernández-Mogollón et al., 2019; Yu & Xu, 2019). Pendekatan *community-based tourism* dapat meningkatkan kepemilikan masyarakat sekaligus menjaga keberlanjutan sosial budaya. Observasi menunjukkan banyak lokasi potensial belum memiliki infrastruktur interpretasi budaya, seperti papan informasi dan pelatihan pemandu. Dalam model Gamil, (2017), kesiapan infrastruktur dan SDM merupakan kunci keberhasilan *storytelling*. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, akademisi, komunitas, dan pelaku industri sangat diperlukan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan pelestarian budaya berbasis narasi ‘Sangkuriang’. Dengan demikian, wisata folklor Kawasan Cekungan Bandung dapat berkembang menjadi produk unggulan yang mendukung pelestarian budaya dan kesejahteraan masyarakat.

PENUTUP

folklor *Sangkuriang* mencerminkan keterkaitan simbolik antara narasi budaya dan lanskap geologis di Cekungan Bandung. Melalui pendekatan geomitologi, elemen cerita seperti bendungan, pohon raksasa, dan perahu ditafsirkan berhubungan dengan fitur nyata seperti Gunung Tangkuban Parahu, Danau Bandung Purba, dan Sesar Lembang. Interpretasi ini, meskipun kuat secara kultural, belum didukung data geospasial atau arkeologis yang memadai, sehingga tetap bersifat naratif.

Analisis tematik dan isi terhadap literatur serta wawancara mendalam mengungkap bahwa masyarakat lokal mempertahankan makna geografis dari cerita tersebut melalui toponimi dan tradisi lisan. Namun, pemanfaatan narasi ini dalam pengembangan pariwisata masih terbatas. Belum terdapat integrasi sistematis antara cerita rakyat dan pengelolaan destinasi, baik dari segi infrastruktur interpretatif, pelibatan masyarakat, maupun strategi digital.

Model *storytelling* dari Gamil (2017) diadaptasi untuk membangun narasi wisata yang melibatkan titik-titik geografis dalam kisah

Sangkuriang. Ditemukan bahwa potensi ini besar, tetapi belum terealisasi optimal akibat kurangnya sinergi lintas sektor. Penelitian ini juga mengidentifikasi keterbatasan pada aspek kuantifikasi persepsi wisatawan dan dampak ekonomi dari penerapan narasi budaya. Ke depan, diperlukan studi lanjutan untuk mengukur efektivitas *storytelling* dalam membentuk citra destinasi dan keputusan wisatawan, serta kolaborasi dengan lembaga geologi dan arkeologi guna menguatkan validitas pendekatan geomitologi. Dengan kolaborasi multipihak, pengembangan wisata berbasis folklor *Sangkuriang* berpotensi memperkuat identitas budaya dan mendorong keberlanjutan destinasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, O., & Kadarisman, D. S. (2022). Geomythology as a Geotourism Attraction, Case Study: The Sangkuriang Legend in The Bandung Highland and Its' Surrounding Areas Based on Geological to Hermeneutics Interpretation. *International Journal of Geotourism Science and Development*, 2(1), 34–40. <https://doi.org/10.58856/ijgsd.v2i1.17>
- Akgun, A. E., Zehin, C., Ayar, H., & Keskin, H. (2016). Tales of Cities: City Branding through Storytelling. *Journal of Global Strategic Management*, 1(10), 31–31. <https://doi.org/10.20460/jgsm.20161022384>
- Bachtiar, A. B., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2023). Desain Video Literasi Informasi Kebencanaan Gempa Bumi Sesar Lembang. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 142–149. <https://doi.org/10.56127/jukim.v2i6.1017>
- Bachtiar, T., ETTY, R., & Permadi, T. (2008). *Topomini Kota Bandung*. Bandung: Bandung Art and Culture Council.
- Bassano, C., Barile, S., Piciocchi, P., Spohrer, J. C., Iandolo, F., & Fisk, R. (2019). Storytelling about places: Tourism marketing in the digital age. *Cities*, 87(December 2018), 10–20. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2018.12.025>
- Brahmantyo, B., & Bachtiar, T. (2009). *Wisata bumi Cekungan Bandung*. Truedee Pustaka Sejati.
- Bryon, J. (2012). Tour guides as storytellers - from selling to sharing. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 27–43. <https://doi.org/10.1080/15022250.2012.656922>
- Budimansyah, Dienaputra, R. D., & Sofianto, K. (2018). Banjir Dayeuhkolot: Kisah Lama dalam Cerita Baru. *Jurnal Dialog Penanggulangan Bencana*, 9(2), 128–141.
- Cahyanto, T., Rosma, T., Zulkarnaen, D., Efendi, M., Fadillah, A., & Kulsum, Y. (2023). Notes on terrestrial orchids in Mount Burangrang Nature Reserve, West Java. *AIP Conference Proceedings*, 2646(April). <https://doi.org/10.1063/5.0114489>
- Calvi, L., & Hover, M. (2021). Storytelling for Mythmaking in Tourist Destinations. *Leisure Sciences*, 43(6), 630–643. <https://doi.org/10.1080/01490400.2021.1908193>
- Dam, M. A. ., Suparan, P., Nossin, J. ., & Voskuil, R. P. G. . (1996). A chronology for geomorphological developments in the greater Bandung area, West-Java , Indonesia. *Journal of Southeast Asian Earth Sciences*, 14(1/2), 101–115.
- DBMTR. (2019). *Cekungan Bandung Kawasan Strategis Nasional*. Dinas Bina Marga Dan Penataan Ruang.
- Dharma, A., & Savitri, A. (2023). Analysis of Water Pollution due to Development Activities and Its Impact on the Citarum River in Indonesia. *Civil Engineering and Architecture Journal*, 1(3), 318–323. <https://doi.org/10.37253/leader.v1i3.8302>
- Douglas, A., Hoogendoorn, G., & Richards, G. (2024). Activities as the critical link between motivation and destination choice in cultural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 249–271. <https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2022-0442>
- Edison, E., Kartika, T., & Dewi, N. (2019). Persepsi Masyarakat Terhadap Pengembangan Kawasan Wisata Di Desa Kertawangi, Cisarua Kabupaten Bandung Barat. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 138–144. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20980>
- Ervina, E., Wulung, S. R. P., & Octaviany, V. (2020). Tourist Perception of Visitor Management Strategy in North Bandung Protected Area. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 6(2), 303. <https://doi.org/10.22334/jbhost.v6i2.235>
- Fauzi, R. A. (2017). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kebun Kina Bukit Tunggul Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 69–82.
- Fauziyyah, I. J. (2024). The Implementation of Ecotourism Principles in the Geger

- Bintang Matahari (GBM) Protected Forest At. SABA: *Journal of Tourism Research*, 2(1), 21–42.
- Gamil, R. El. (2017). Storytelling as a Tool for Safeguarding and Marketing the Intangible Cultural Heritage (ICH): The Case of Nubia City, Egypt. *Journal of Tourism Research*, 18(November), 165–185.
- Ghaderi, Z., Michael Hall, M. C., & Ryan, C. (2022). Overtourism, residents and Iranian rural villages: Voices from a developing country. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 37(July 2021), 100487. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100487>
- Grabowski, S., Wearing, S. L., & Small, J. (2016). Time as culture: Exploring its influence in volunteer tourism. *Tourism Recreation Research*, 41(1), 26–36. <https://doi.org/10.1080/02508281.2016.111977>
- Hadian, M. S. D., Suganda, B. R., Khadijah, U. L. S., & Yuliawati, A. K. (2021). Evaluation of potential geo-tourism based on geo-diversity towards sustainable tourism at citarum river. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(12), 1–14. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.6265>
- Hernández-Mogollón, J. M., Pasaco-González, B. S., & Campón-Cerro, A. M. (2019). Community-based tourism from the experiential approach: A way of tourist's participation with local communities. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(4), 90–122.
- Idris, A. M. S., Permadi, A. S. C., Kamil, A. I., Wananda, B. R., & Taufani, A. R. (2019). Citarum Harum Project: A Restoration Model of River Basin. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 3(3), 310–324. <https://doi.org/10.36574/jpp.v3i3.85>
- Kartika, T., & Riana, N. (2020). Storynomics tourism as an effective marketing strategy on tourism destination (Case study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia). *Tourism and Sustainable Development Review*, 1(1), 33–40. <https://doi.org/10.31098/tsdr.v1i1.8>
- Kutin, B. I., & Telban, M. K. (2021). Legends of places as part of the sustainable development of regions. *Folklore (Estonia)*, 81, 157–178. https://doi.org/10.7592/FEJF2021.81.ivan_cic_kropej
- Lauder, M. R. M. T., Bachtiar, T., & Sobarna, C. (2023). Geographical names as indicators of the environment: Case study in Bandung Basin, West Java, Indonesia. In *Place Naming, Identities and Geography: Critical Perspectives in a Globalizing and Standardizing World* (pp. 601–618). Springer.
- Light, D. (2014). Tourism and toponymy: commodifying and consuming place names. *Tourism Geographies*, 16(1), 141–156. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.868031>
- Malhotra, N. K., & Birks, D. S. (2013). *Marketing Research : An Applied Approach*.
- Mossberg, L., Therkelsen, A., Huijbens, E., Björk, & Anna-Karin Olsson, P. (2010). Storytelling and Destination Development. *Nordic Innovation Centre (NICE) Project Number: 08041 Authors: December*, 1–65.
- Mulec, I. (2010). Promotion as a tool in sustaining the destination marketing activities. *Turizam*, 14(1), 13–21. <https://doi.org/10.5937/turizam1001013m>
- Narawaty, D. (2023). A Comparison of Two Stories of People Motivated by the Rejection of the Love of Roro Jonggrang and Sangkuriang and its Implications in Narrative Text Language Learning. *SCOPE: Journal of English Language Teaching*, 8(1), 44. <https://doi.org/10.30998/scope.v8i1.17752>
- Noorduyn, J. (2019). *Perjalanan Bujangga Manik Menyusuri Tanah Jawa: Data Topografis dari Sumber Sunda Kuno* (A. A. Barata (ed.)). Perpustakaan Nasional.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 45 Tahun 2018 Tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Cekungan Bandung.
- Prasetyo, F. A. (2020). Bandung dan pemaknaan Dago dalam sejarah: Masa lalu, masa kini. *Lembaran Sejarah*, 15(1), 64. <https://doi.org/10.22146/lembaran-sejarah.59525>
- Raharjo, R. P. (2017). *Kearifan Lokal Mitos Gunung Kelud dan Gunung Tangkuban Parahu*.
- Rinaldi, A. R. (2022). *Korelasi antara Penerapan Folklor di Taman Wisata Alam Tangkuban Parahu dengan Pengalaman Wisata yang Berkesan*. Universitas Gadjah Mada.
- Rinaldi, A. R., & Yusuf, M. (2024). Folklor dan Peningkatan Pengalaman Wisata di Gunung Tangkuban Parahu. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan ...*, 15, 18–32.

- <https://doi.org/10.31294/khi.v15i1.16228>
Rizki A, R. S., & Setiawan, S. (2018). Pengembangan daya tarik wisata berbasis ekowisata di Gunung Putri Kabupaten Bandung Barat. *Tourism Scientific Journal*, 3(2), 193–209.
- Rohaendi, N., Sukiyah, E., Muslim, D., & Cipta, A. (2021). Geo-Tourism Land Suitability Analysis of Citatah Karst Area in Bandung Basin Using Spatial Multi Criteria Evaluation (SMCE). *Geojournal of Tourism and Geosites*, 39(4), 1346–1353. <https://doi.org/10.30892/gtg.394spl04-777>
- Sari, I. A. L. (2020). Storynomics: Memanfaatkan Kekuatan Branding Cerita Rakyat. *Prosiding ISBI Bandung*, 10–16.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley and Sons Inc. <https://doi.org/10.1108/lodj-06-2013-0079>
- Setiawan, H. (n.d.). *Bujangga Manik dan Studi Sunda*.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341–357. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Supriadi, A. (2012). Kearifan Lokal Cerita Sangkuriang: Menuju Ketahanan Bangsa. *METASASTRA*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.26610/metasastra.2012.v5i1.1-10>
- Syafiqah, K. K., Zaki, A., Pioleta, R., Kresnarianty, P. R., & Sahami, A. A. (2022). Eksplorasi potensi Sungai Citarum sebagai salah satu kawasan Diklatsar Mahacita Universitas Pendidikan Indonesia. *MAHACITA: Jurnal Pencinta Alam Dan Lingkungan*, 1(2), 19–26.
- Utami, A. R. (2019). Analisis Daya Tarik Unggulan Ekowisata Dusun Bambu Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Industri Pariwisata*, 2(1), 21–26. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v2i1.27>
- Vitali, V., Bazzani, C., Gimigliano, A., Cristani, M., Begalli, D., & Menegaz, G. (2022). Trade show visitors and key technological trends: from a literature review to a conceptual framework. In *Journal of Business and Industrial Marketing* (Vol. 37, Issue 13, pp. 142–166). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2021-0461>
- Wessing, R. (2011). Tarumanagara: What's in a name? *Journal of Southeast Asian Studies*, 42(2), 325–337. <https://doi.org/10.1017/S0022463411000075>
- Widjaja, T., Sabana, S., & Adriati, I. (2020). Sidik W Martowidjojo's Chinese Paintings within Postmodern Aesthetic. *AESCIART: International Conference on Aesthetics and the Sciences of Art, September*, 372–383. <https://doi.org/10.51555/338640>
- Wulung, S. R. P., Adriani, Y., Brahmantyo, B., & Rosyidie, A. (2021). Geotourism in west bandung regency to promote citatah-saguling aspiring geopark. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 683(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/683/1/012115>
- Youssef, K. Ben, Leicht, T., Marongiu, L., Ben Youssef, K., Leicht, T., & Marongiu, L. (2019). Storytelling in the context of destination marketing: an analysis of conceptualisations and impact measurement. *Journal of Strategic Marketing*, 27(8), 696–713. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2018.1464498>
- Yu, X., & Xu, H. (2019). Cultural heritage elements in tourism: A tier structure from a tripartite analytical framework. *Journal of Destination Marketing and Management*, 13(March), 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.003>