



# Komodifikasi Budaya pada Pemberdayaan Masyarakat Desa Bagor Kecamatan Miri-Sragen Melalui Event Budaya *Grebeg Klobot*

Sarjiyanto\*, Sarwoto, Miftachul Ma'Arif, Lilik Wahyudi, Atmaji

Universitas Sebelas Maret

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.792>

\*Correspondence: Sarjiyanto

Email: [masyanto@staff.uns.ac.id](mailto:masyanto@staff.uns.ac.id)

Received: 22-05-2025

Accepted: 22-06-2025

Published: 22-07-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah pemberdayaan Desa Bagor yang strategis karena desa ini terletak diantara tiga kawasan berlian wisata Sragen (Gunung Kemukus, Gedung Ombo dan Museum Sangiran). Hal ini tentunya merupakan suatu keberuntungan bagi masyarakat di Desa Bagor, karena berpotensi menjadi desa yang potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata di Kabupaten Sragen. Metode pemberdayaan dirancang dalam 3 pendekatan kegiatan; menggali kearifan lokal budaya pertanian jagung sebagai ikon pariwisata, dengan menciptakan berbagai atribut pariwisata bersumber dan berbahan dasar dari jagung. Merancang event budaya yang dapat dikomodifikasi; yaitu membuat gunung dari hasil olahan tanaman jagung dan kemudian menciptakan event budaya festival gunung antar kelompok tani jagung se Desa Bagor. Puncak kegiatan adalah membuat kegiatan event budaya "*Grebeg Klobot*". Budaya sebagai agen perubahan melalui penciptaan event budaya "*Grebeg Klobot*" yang diselenggarakan sebagai agenda tahunan di Desa Wisata Bagor Miri-Sragen sebagai komodifikasi budaya. Hasil pengabdian menunjukkan komodifikasi budaya dapat menjadi daya tarik yang efektif. Penyelenggaraan "*Grebeg Klobot*" dipilih sebagai event budaya terbukti mampu menjadi salah satu upaya untuk menjaga keberlangsungan keberadaan Desa Wisata Bagor Miri-Sragen yang secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Masyarakat, Komodifikasi Budaya, Grebeg Klobot, Desa Wisata, *Community-Based Tourism*

## Pendahuluan

Desa Bagor memiliki kekhasan sebagai daerah penghasil jagung terbesar di Kabupaten Sragen, yang menjadi potensi unggulan dalam pengembangan desa wisata. Dalam upaya membangun daya tarik wisata yang berkelanjutan, konsep komodifikasi budaya menjadi pendekatan yang relevan. Komodifikasi budaya dalam konteks pariwisata mencerminkan transformasi nilai-nilai budaya lokal menjadi produk ekonomi yang dapat dijual (Suartika & Purnama, 2023). Grebeg Klobot merupakan bentuk komodifikasi budaya yang menjadikan kearifan lokal sebagai event wisata unggulan yang menggambarkan akumulasi nilai guna menjadi nilai tukar (Mosco, 2009) (Purwana, 2020). Secara teoritik, konsep komodifikasi budaya pertama kali dikembangkan dalam kerangka teori ekonomi politik komunikasi oleh Mosco (2009), yang menjelaskan bahwa komodifikasi adalah proses menjadikan sesuatu yang tidak diperjualbelikan menjadi objek pasar. Dalam ranah budaya,

ini berarti nilai-nilai simbolik dan ritual dikemas menjadi produk konsumsi yang dapat diperjualbelikan untuk kepentingan ekonomi (Irianto, 2016). Benda atau praktik budaya menjadi komoditas ketika mengalami transformasi dari sekadar simbol menjadi objek pertukaran (Appadurai, 1986). Lebih lanjut Greenwood (1989) memperingatkan bahwa komodifikasi budaya dapat mengarah pada hilangnya makna asli budaya jika tidak dikendalikan secara lokal. Namun demikian, dalam konteks pemberdayaan masyarakat, komodifikasi budaya yang dikelola melalui pendekatan partisipatif dapat berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya sekaligus peningkatan kesejahteraan (Simamora & Sinulingga, 2023). Cohen (1988) menekankan bahwa pariwisata budaya merupakan bentuk perjalanan yang menawarkan pengalaman budaya secara langsung, dan menjadi sarana pelestarian budaya lokal. Komodifikasi budaya dapat membantu pelestarian tersebut dengan catatan tetap mengedepankan otentisitas dan keterlibatan masyarakat lokal.

Pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) sebagaimana dikemukakan oleh Giampiccoli dan Mtapuri (2012) merupakan model pembangunan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama yang mengendalikan dan mendapatkan manfaat langsung dari aktivitas pariwisata. *Community-Based Tourism* (CBT) telah terbukti memberikan hasil positif dalam pengembangan pariwisata desa di berbagai negara berkembang (Manyara & Jones, 2017). Suartika & Purnama (2023) menegaskan bahwa keberhasilan transformasi budaya lokal menjadi objek wisata memerlukan proses institusionalisasi budaya, termasuk pelibatan generasi muda, pemanfaatan teknologi digital, dan penciptaan event-event yang mampu menarik wisatawan. Di sisi lain, peran narasi lokal dalam membentuk citra destinasi menjadi sangat penting dalam praktik pemasaran pariwisata berbasis warisan budaya (Timothy & Boyd, 2022). Selain itu, pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) sebagaimana dikemukakan oleh Giampiccoli dan Mtapuri (2012) merupakan model pembangunan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama yang mengendalikan dan mendapatkan manfaat langsung dari aktivitas pariwisata. CBT telah terbukti memberikan hasil positif dalam pengembangan pariwisata desa di berbagai negara berkembang (Manyara & Jones, 2017).

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra meliputi belum adanya ikon wisata yang kuat, rendahnya partisipasi masyarakat, tidak adanya event budaya rutin, serta kurang optimalnya pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) dan mendasarkan konsep dan pendekatan komodifikasi budaya, perlu strategi yang melibatkan masyarakat secara aktif untuk menciptakan daya tarik wisata berbasis budaya lokal. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mempromosikan potensi lokal yang khas dan berdaya saing di Desa Wisata Bagor, Kecamatan Miri Kabupaten Stragen.

## Metodologi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan kaji-tindak yang merupakan suatu bentuk riset yang memperdayakan masyarakat (Karsidi, 2021). Menurut Sarjiyanto (2017), dalam pengertian yang lebih luas, pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya. Dalam kegiatan ini akan diterapkan beberapa metode yang sesuai untuk mencapai tujuan, yakni membuka mindset masyarakat Desa Bagor, memunculkan ide kreatif berbasis kearifan lokal, pemberian pelatihan penguatan Pokdarwis (Kelompok Masyarakat Sadar Wisata), dan pendampingan implementasi konsep CBT dalam pengelolaan Desa Wisata, serta branding DEWI JAGUAR (Desa Wisata Kampung Jagung Bagor) melalui komodifikasi budaya “*Grebeg Klobot*”. Metode yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

Tahapan Kegiatan	Deskripsi Kegiatan
Sosialisasi dan Pelatihan	Pemberian materi tentang CBT dan manajemen wisata kepada Pokdarwis dan masyarakat.
Pembuatan Gunungan Jagung	Pembuatan simbol budaya berbahan jagung oleh kelompok tani.
Festival Grebeg Klobot	Pelaksanaan festival budaya sebagai soft launching DEWI JAGUAR.
Branding Digital	Pembuatan logo dan publikasi melalui media sosial dan lokal.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil menunjukkan keberhasilan dalam membentuk kelembagaan desa wisata berbasis CBT yang berfungsi aktif. Festival Grebeg Klobot yang digelar diikuti oleh 13 kelompok tani dan memperoleh antusiasme tinggi dari masyarakat dan pemerintah daerah. Komodifikasi budaya jagung terbukti efektif meningkatkan daya tarik wisata dan menjadi agenda tahunan yang berkelanjutan.



Gambar 1. Tampilan Salah Satu Peserta Festival Grebeg Klobot

Pengabdian masyarakat ini diharapkan menjadi solusi atas permasalahan Mitra dalam merintis lahirnya Desa Wisata yang berbasis budaya masyarakat lokal. Tujuan jangka pendek kegiatan ini adalah segera Lanching DEWI JAGUAR sebagai Destinasi wisata baru di Kecamatan Miri, Sragen. Tujuan jangka panjang adalah dapat meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembanngunan desa, sehingga akan tercipta partisipasi dan peningkatan ekonomi masyarakat. Bagi Pemerintah Desa Bagor, tentunya akan meningkatkan Pendapatan Asli Desa dan keswadayaan masyarakat desa. Luaran pengabdian disamping perubahan sosial pada Mitra



Gambar 2. Atraksi Budaya Menjadi Daya Tarik Wisatawan

Solusi yang ditawarkan dalam percepatan pembangunan DEWI JAGUAR adalah menciptakan komodifikasi budaya melalui "Grebeg Klobot" sebagai even budaya dan daya tarik wisatawan. komodifikasi budaya adalah transaksi jual beli benda budaya melalui proses industri yang lahir seiring dengan era globalisasi. Komodifikasi adalah proses terjadinya perubahan barang atau layanan yang sebelumnya mengikuti aturan sosial non-pasar menjadi suatu subjek yang mengikuti aturan pasar (Irianto, 2016; Sarjiyanto., dkk, 2019). Berangkat dari permasalahan Mitra sebagai destinasi wisata baru, maka DEWI JAGUAR harus memiliki tradisi budaya masyarakat yang bisa dijual kepada wisatawan sebagai event pariwisata budaya secara rutin.

Kegiatan ini juga berhasil membranding DEWI JAGUAR sebagai desa wisata jagung melalui logo, promosi media sosial, dan publikasi di media massa. Studi dari Suryani et al. (2023) menegaskan bahwa pendekatan CBT efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat serta menjaga keberlanjutan kegiatan wisata di wilayah rural. Lebih lanjut, adanya penguatan identitas lokal melalui simbol-simbol budaya seperti gunung jagung mampu membangun narasi khas yang membedakan desa wisata ini dari yang lain (Sarjiyanto dkk, 2019 dan Rahmawati, 2023). Ini sejalan dengan prinsip pemasaran destinasi berbasis narasi kultural sebagaimana diungkap dalam teori Heritage Marketing oleh Timothy & Boyd (2022).



Gambar 3. Keartifitas Masyarakat Kunci Keberhasilan Program

## Simpulan

Kesimpulan program pengabdian masyarakat berbasis komodifikasi budaya "Grebeg Klobot" berhasil menjadi inisiasi strategis dalam mengembangkan Desa Bagor sebagai destinasi wisata budaya yang khas. Pelibatan masyarakat melalui pendekatan Community-Based Tourism (CBT) terbukti efektif membangun partisipasi aktif masyarakat, memperkuat kelembagaan Pokdarwis, dan mengangkat nilai kearifan lokal menjadi daya tarik wisata yang memiliki nilai ekonomi. Tradisi pertanian jagung yang dikemas menjadi event budaya tahunan tidak hanya menjadi sarana promosi wisata, tetapi juga menciptakan identitas baru bagi desa. Selain itu, konsep komodifikasi budaya yang diterapkan mampu menjadi solusi atas tantangan keberlanjutan wisata di daerah yang tidak sepenuhnya bergantung pada faktor alam. Dukungan dari pemerintah desa dan perguruan tinggi menjadikan program ini sebagai model sinergi yang dapat direplikasi. Hasil kegiatan juga menunjukkan dampak positif dalam aspek ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat.

Saran dari kegiatan Pengabdian ini adalah; 1. Replikasi dan Skalabilitas; Pemerintah daerah dan instansi pendidikan tinggi dapat mengadopsi model pengabdian ini untuk diterapkan di desa-desa lain dengan potensi kearifan lokal yang serupa, 2. Peningkatan Kapasitas Masyarakat: Diperlukan pelatihan lanjutan dalam bidang hospitality, pengelolaan keuangan usaha, dan pemasaran digital agar masyarakat semakin siap mengelola desa wisata secara mandiri dan professional, 3. Integrasi Ekosistem Wisata: Perlu dikembangkan paket wisata terpadu yang menggabungkan atraksi budaya, kuliner lokal, edukasi pertanian, dan pengalaman menginap untuk meningkatkan durasi dan belanja wisatawan, 4. Penguatan Branding Digital: Branding DEWI JAGUAR perlu diperluas dengan dukungan media sosial, website resmi, dan kolaborasi dengan travel influencer untuk menjangkau pasar yang lebih luas, dan Evaluasi Berkelanjutan: Dibutuhkan sistem monitoring dan evaluasi berkala yang melibatkan akademisi, pemerintah desa, dan pelaku wisata untuk memastikan keberlanjutan, relevansi, dan dampak sosial program ini dalam jangka panjang. Dengan strategi yang tepat dan pelibatan multipihak, Grebeg Klobot

berpotensi besar menjadi simbol keberhasilan desa wisata berbasis kearifan lokal di Indonesia.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Riset Grup Kearifan Lokal Fakultas Ekonomi dan Bisnis (RG. KL- FEB UNS) dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM-UNS) yang telah memberikan dukungan pendanaan berdasarkan Kontrak Penugasan Pengabdian Masyarakat Skim Pemberdayaan Desa Binaan Dana Non ABPN Universitas Sebelas Maret Tahun 2024, Nomer Kontrak. 370/UN27.22/PT.01.03/2025.

### Daftar Pustaka

- Appadurai, A. (1986). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511819582>
- Cohen, E. (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 371–386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X)
- Erbacher, E.C. (2020). Hip or Square? Pop Cultural Negotiations of Hipster Lifestyles between Commodification and Subversion. *Hidden Cities Understanding Urban Popcultures*, 13-22, [https://doi.org/10.1163/9781848881037\\_003](https://doi.org/10.1163/9781848881037_003)
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2012). Community-based tourism: An opportunity for South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, 18(Supplement 1), 154–166. <https://hdl.handle.net/10520/EJC129487>
- Greenwood, D. J. (1989). Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commodification. In V. L. Smith (Ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (2nd ed., pp. 171–186). University of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9781512807099-016>
- Irianto, S. (2016). Komodifikasi budaya dalam industri pariwisata. *Jurnal Antropologi Indonesia*, 37(1), 1–12. <https://doi.org/10.7454/ai.v37i1.7391>
- Karsidi, R. (2021). *Metodologi kaji tindak untuk pemberdayaan masyarakat*. UNS Press.
- Manyara, G., & Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628–644. <https://doi.org/10.2167/jost723.0>
- Mokgachane, T. (2021). Implications of cultural commodification on the authenticity of iKalanga music: a case of Domboshaba traditional music festival in Botswana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(2), 153-165, ISSN 1476-6825, <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1700989>
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2nd ed.). SAGE Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/the-political-economy-of-communication/book231272>
- Nuraedah (2024). The Dilemma of cultural commodification policy of barkcloth: A study of the Kaili Community in Pandere Village, Indonesia. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 45(2), 625-632, ISSN 2452-3151, <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2024.45.2.29>

- Purwana, D. (2020). Komodifikasi budaya dalam pariwisata: Antara pelestarian dan komersialisasi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(1), 45–56. <https://doi.org/10.23887/jish.v9i1.27172>
- Rahmawati, D. (2023). Narasi kultural dan identitas lokal dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Pembangunan Pariwisata*, 5(2), 123–137.
- Salvador-Amores, A. (2020). Re-examining Igorot representation: issues of commodification and cultural appropriation. *South East Asia Research*, 28(4), 380–396, ISSN 0967-828X, <https://doi.org/10.1080/0967828X.2020.1843369>
- Sarjiyanto, S. (2017). Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ekonomi kelembagaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(1), 45–56.
- Sarjiyanto, S., Shohibul, A., Sarwoto, S., Mulyadi, M., & Istiqomah, S. (2022). Grebeg Penjalin: Komodifikasi budaya pada pemberdayaan masyarakat Desa Wisata Rotan Trangsan–Sukoharjo. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 298–312. <https://doi.org/10.30651/aks.v6i2.4903>
- Simamora, R., & Sinulingga, S. (2023). Komodifikasi budaya dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 34–42.
- Suartika, G., & Purnama, I. (2023). Strategi pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal Kajian Pariwisata Nusantara*, 11(1), 55–69.
- Suryani, N., Widodo, H., & Anjani, P. (2023). Efektivitas CBT dalam pengembangan desa wisata di kawasan rural. *Jurnal Pariwisata dan Perencanaan Wilayah*, 6(2), 88–102.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2022). *Heritage tourism* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003033826>