



UNIVERSITAS INDONESIA

***KYOTO GION MATSURI* SEBAGAI SARANA PRAKTIK KOMERSIAL
INDUSTRI PARIWISATA**

SKRIPSI

**Asri Ariati
0706293596**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA
PROGRAM STUDI JEPANG
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

***KYOTO GION MATSURI* SEBAGAI SARANA PRAKTIK KOMERSIAL
INDUSTRI PARIWISATA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora

Asri Ariati

0706293596

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA

PROGAM STUDI JEPANG

DEPOK

JANUARI 2012

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok, 18 Januari 2012



Asri Ariati

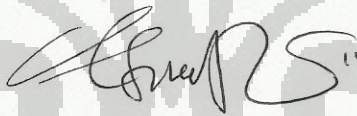
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Asri Ariati

NPM : 0706293596

Tanda Tangan :



Tanggal : 18 Januari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

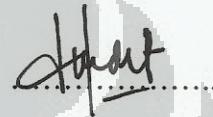
Skripsi yang diajukan oleh

Nama : Asri Ariati
NPM : 0706293596
Program Studi : Jepang
Judul : : Kyoto Gion Matsuri Sebagai Sarana Praktik Komersial
Industri Pariwisata

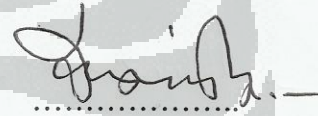
ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Jepang, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing/penguji : Didit Dwi Subagio, M.Hum



Ketua Sidang/penguji : Jonnie Rasmada Hutabarat, M.A.



Penguji : Dr. Etty Nurhayati Anwar



Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 18 Januari 2012

oleh

Dekan
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya
Universitas Indonesia



Dr. Bambang Wibawarta, S.S., M.A
NIP. 19651023 199003 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Kyoto Gion Matsuri Sebagai Sarana Praktik Komersial Industri Pariwisata**” ini. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Humaniora Program Studi Jepang pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.

Saya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Tanpa bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada akhir penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Didit selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
Terimakasih atas segala bimbingan dan arahan yang menjadi masukan berharga bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Pak Jonnie Rasmada Hutabarat, M.A., selaku ketua sidang dan ketua program studi Jepang, yang telah mendidik saya dan memberikan dukungan dalam berbagai bentuk pada saya dalam menjalani studi dan beraktivitas di lingkungan kampus sebagai seorang mahasiswa
3. Ibu Eddy N. Anwar selaku dosen penguji yang telah mendidik saya dan memberikan masukan-masukan dalam penyelesaian skripsi ini
4. Ibu Ermah Mandah, M.A., selaku pembimbing akademik dan ibu saya di kampus yang senantiasa mengingatkan saya akan hal-hal yang penting saya perhatikan selama masa perkuliahan, baik sebagai seorang mahasiswa maupun sebagai makhluk sosial dalam masyarakat
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi Jepang yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta pelajaran yang sangat berharga kepada saya
6. Mas Mail yang sudah bersedia berkeliling kota Kyoto demi mencarikan bahan untuk saya. Tanpa bahan yang diberikan Mas Mail, skripsi ini tidak akan bisa diselesaikan

7. Marisa Liska yang sudah bersedia meladeni saya untuk berdiskusi, memberikan masukan, inspirasi, dan mengoreksi skripsi ini
8. Keluarga, kedua orang tua, dan kakak-kakak yang saya cintai atas segala doa, perhatian, nasihat, dan dukungannya baik moril maupun materil, sehingga saya dapat merampungkan penulisan skripsi ini
9. Teman-teman Program Studi Jepang angkatan 2007 yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terutama kepada Aya, Carlin, dan Dito yang sudah banyak saya repotkan dalam berbagai hal ketika proses penulisan, Dina selaku teman seperjuangan dalam penulisan skripsi bidang pariwisata, serta teman-teman lainnya yang telah mengizinkan saya belajar melalui tulisan mereka serta banyak memberikan masukan
10. Anggota keluarga besar HIMAJA, khususnya para Senpai angkatan 2005 dan Himmi Senpai yang telah senantiasa memberikan dukungan. Terima kasih atas masukan dan nasihat-nasihatnya, juga sesi-sesi presentasi yang pernah diadakan. Terima kasih juga kepada Aji yang sudah banyak saya repotkan dalam penulisan skripsi ini
11. Kepada seluruh pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Saran dan perbaikan yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi yang membaca dan memerlukan. Amin.

Depok, 18 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asri Ariati
NPM : 0706293596
Program Studi : Jepang
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya
Jenis karya : Skripsi

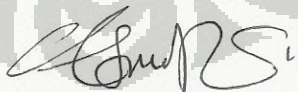
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**KYOTO GION MATSURI SEBAGAI SARANA PRAKTIK KOMERSIAL
INDUSTRI PARIWISATA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada tanggal : 18 Januari 2012
Yang menyatakan,



(Asri Ariati)

ABSTRAK

Nama : Asri Ariati
Program Studi : Jepang
Judul : *Kyoto Gion Matsuri* Sebagai Sarana Praktik Komersial Industri Pariwisata

Pemanfaatan kebudayaan untuk pariwisata memicu terjadinya komersialisasi budaya yang dianggap dapat mengubah esensi kebudayaan itu sendiri. Skripsi ini membahas praktik komersial yang dilakukan oleh industri pariwisata melalui *Kyoto Gion Matsuri*, festival budaya Jepang yang telah memiliki nilai sebagai atraksi wisata. Penelitian ini merupakan kajian pustaka dengan metode deskriptif analitis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri pariwisata, berupa barang dan jasa, menggunakan *Kyoto Gion Matsuri* sebagai sarana praktik komersial karena potensi komersialnya. Esensi budaya *Kyoto Gion Matsuri* itu sendiri tidak banyak mengalami perubahan.

Kata kunci:
Industri pariwisata, *Kyoto Gion Matsuri*, komersialisasi

ABSTRACT

Name : Asri Ariati
Study Program: Japanese
Title : *Kyoto Gion Matsuri* as a Mean of Commercial Practice in Tourism Industry

Utilization of culture to attract tourism has triggered cultural commercialization, which is believed to change the meaning of the culture itself. This script discussed about tourism industry's commercial practice through *Kyoto Gion Matsuri*, a Japanese Cultural Festival which recently has gained tourism value. This research was a literature study with descriptive-analysis method. The result showed that tourism industry (ies) , such as goods and services, utilized *Kyoto Gion Matsuri* as a mean of commercial practice for its commercial potency. Cultural essentiality of *Kyoto Gion Matsuri* itself does not undergo many changes.

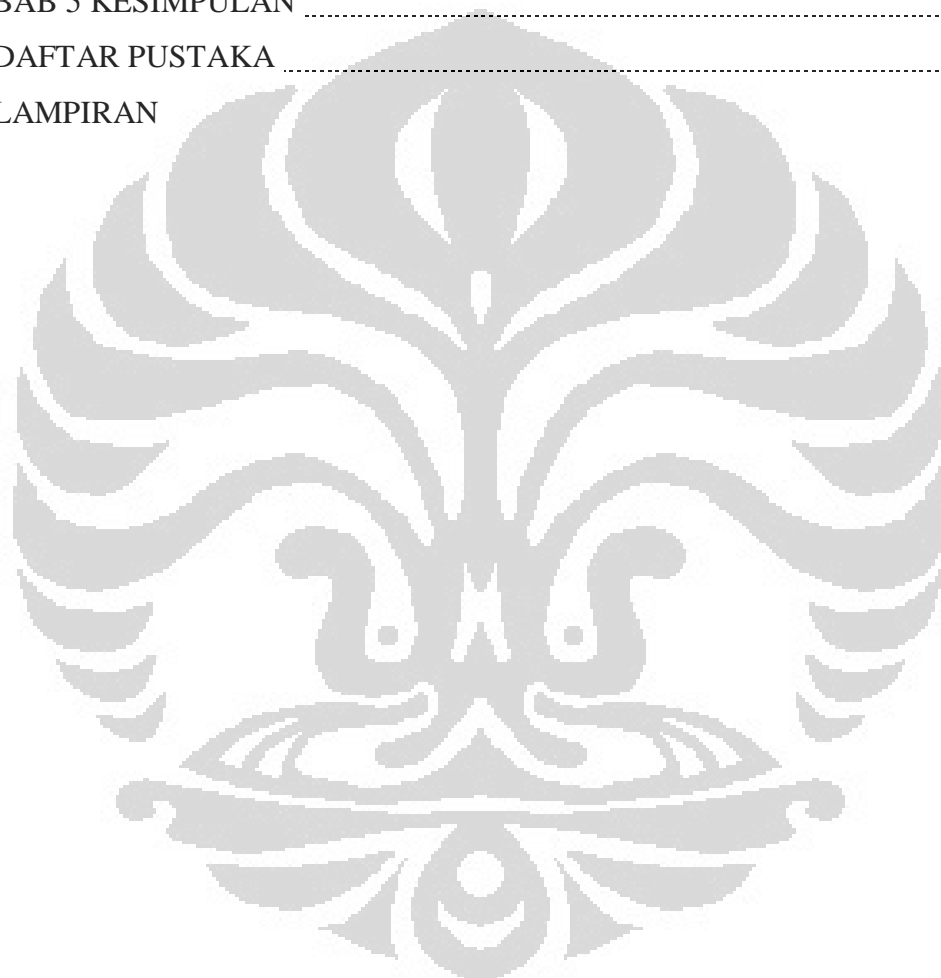
Keyword:
Tourism industry, *Kyoto Gion Matsuri*, commercialization

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penulisan	4
1.3 Metode Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2 PENGERTIAN PARIWISATA, INDUSTRI PARIWISATA, DAN KOMERSIALISASI	7
2.1 Pengertian Pariwisata	7
2.2 Pariwisata Budaya	8
2.3 Industri Pariwisata dan Komersialisasi	11
BAB 3 PELAKSANAAN KYOTO GION MATSURI	15
3.1 Sejarah perjalanan <i>Gion Matsuri</i>	15
3.2 Organisasi Pelaksana Gion Matsuri	17
3.3 <i>Mikoshi</i> dalam Kyoto Gion Matsuri	18
3.4 <i>Yamaboko</i> (山鉦)	19
3.4.1 Sejarah perkembangan <i>Yamaboko</i>	20
3.4.2 Jenis-jenis <i>Yamaboko</i>	21
3.4.2.1. <i>Naginata-Hoko</i>	21

3.4.2.2. Fune-Boko	22
3.4.2.3. Shijogasa-Boko	22
3.4.2.4. Hachiman-Yama	23
3.4.2.5. Iwato-Yama	23
3.4.2.6. Hosho-Yama	24
3.4.2.7. Ashikari-Yama	24
3.4.2.8. Hashibenkei-Yama	25
3.5 Rangkaian Acara Kyoto Gion Matsuri	26
3.5.1 1 Juli: <i>Kippu-iri, Naginata-hoko Chō Osendo, dan Nikai Bayashi</i>	26
3.5.2 2 Juli: <i>Kuji-tori Shiki dan Yamaboko Rengokai Shasan</i>	27
3.5.3 3 Juli: <i>Fune-boko Shinmen Aratame</i>	27
3.5.4 5 Juli: <i>Naginata-hoko Chigo Mai Hirou</i>	27
3.5.5 7 Juli: <i>Ayagasha-boko Chigo Yuino dan Shasan</i>	28
3.5.6 9 Juli: <i>Miyabi-kai Osendo</i>	28
3.5.7 10 Juli: <i>Yamaboko Tate, Kiyo Harai, Naginata-hoko-Cho Osasuri no Gi, Shinyosui Kiyo Harae Shiki, Omukae Chochin, dan Mikoshi Araishiki</i>	29
3.5.8 12-14 Juli: <i>Hikizome</i>	31
3.5.9 13 Juli: <i>Kaisho Kazari, Naginata-hoko Chigo Shasan, Kuze Komagata Chigo Shasan, Kikusui-hoko Chakai, dan Gion Bayashi</i>	31
3.5.10 14 Juli: <i>Ichirizuka Matsukazari-shiki, Yoi Yama, dan Byōbu Matsuri</i>	32
3.5.11 15 Juli: <i>Imitake Tate dan Dento-geino Hono</i>	34
3.5.12 16 Juli: <i>Kencha Sai, Ennogyoja-yama Goma-taki Kuyo, Yoi-miya Shinshin Hono Gyoji, Iwami Kagura, dan Hiyori Kagura, Fune-boko Goshintai Hara-obi Maki, Abare Kannon</i>	35
3.5.13 17 Juli: <i>Yamaboko Junko dan Shinkosai</i>	37
3.5.14 17-24 Juli: <i>Mugon-mairi</i>	39
3.5.15 23 Juli: <i>Sencha Kencha-sai</i>	39
3.5.16 24 Juli: <i>Hanagasa Junko dan Kankosai</i>	39
3.5.17 29 Juli: <i>Shiji-zumi Hokoku-sai</i>	40
3.5.18 31 Juli: <i>Eki-jinja Nogoshi-sai</i>	41

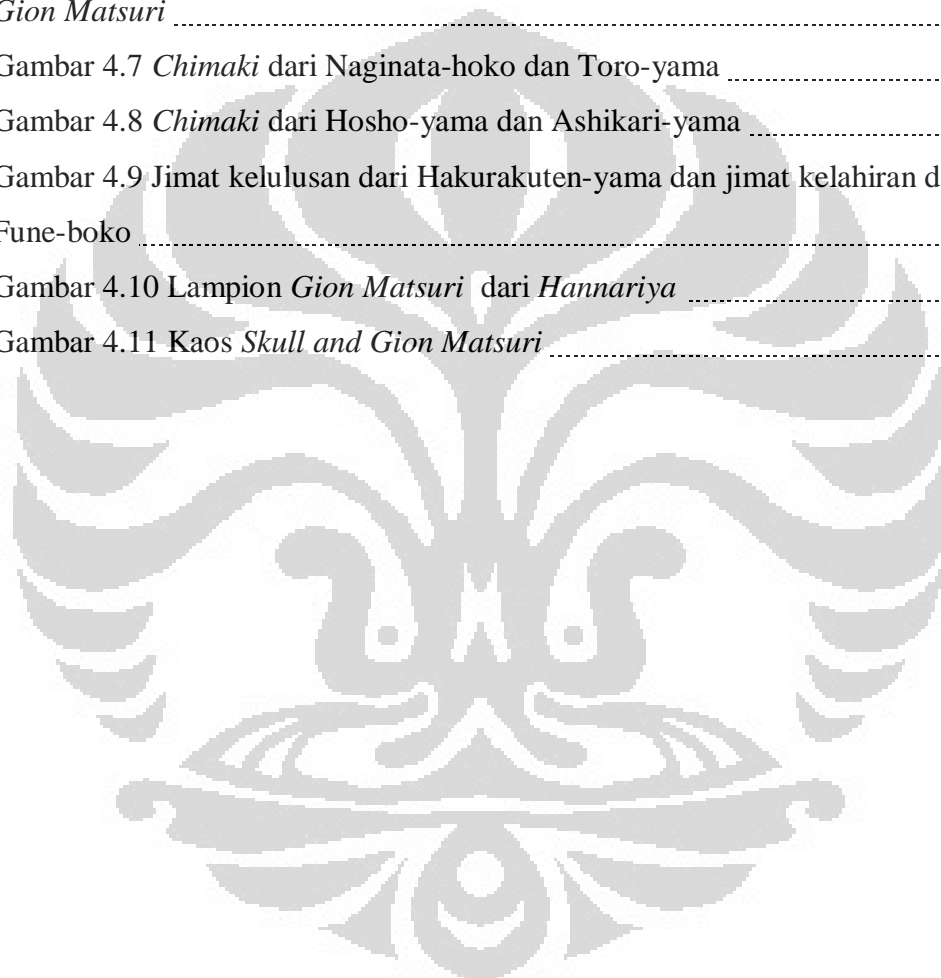
BAB 4 KYOTO GION MATSURI SEBAGAI SARANA PRAKTIK KOMERSIAL INDUSTRI PARIWISATA	42
4.1 Potensi Komersial <i>Gion Matsuri</i>	42
4.2 Pelaksanaan Acara Gion Matsuri dan Komersialisasi Budaya	48
4.3 Bentuk Praktik Komersial Industri Pariwisata Melalui <i>Gion Matsuri</i>	49
4.3.1 Praktik Komersial Industri Pariwisata Berupa Jasa	50
4.3.2 Praktik Komersial Industri Pariwisata Berupa Barang	53
BAB 5 KESIMPULAN	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Hoko</i> (𠄎)	16
Gambar 3.2 <i>Naginata-hoko</i>	20
Gambar 3.3 <i>Fune-boko</i>	18
Gambar 3.4 <i>Shijogasa-boko</i>	23
Gambar 3.5 <i>Hachiman-yama</i>	23
Gambar 3.6 <i>Iwato-yama</i>	24
Gambar 3.7 <i>Hosho-yama</i>	24
Gambar 3.8 <i>Ashikari-yama</i>	25
Gambar 3.9 <i>Hashibenkei-yama</i>	25
Gambar 3.10 <i>Nikai Bayashi</i>	27
Gambar 3.11 <i>Naginata-hoko Chigo Mai Hirou</i>	28
Gambar 3.12 <i>Miyabi-kai Osendo</i>	29
Gambar 3.13 <i>Yamaboko Tate</i>	29
Gambar 3.14 <i>Omukae Chochin</i>	30
Gambar 3.15 <i>Mikoshi Araishiki</i>	31
Gambar 3.16 <i>Hikizome</i>	31
Gambar 3.17 <i>Kaisho Kazari</i>	32
Gambar 3.18 <i>Ichirizuka Matsukazari-shiki</i>	33
Gambar 3.19 <i>Yoi Yama</i>	33
Gambar 3.20 <i>Byobu-matsuri</i>	34
Gambar 3.21 <i>Ennogyoja-yama Goma-taki Kuyo</i>	35
Gambar 3.22 <i>Yoi-miya Shinshin Hono Gyoji</i>	36
Gambar 3.23 <i>Iwami Kagura</i>	36
Gambar 3.24 <i>Hiyori Kagura</i>	37
Gambar 3.25 <i>Yamaboko Junko</i>	37
Gambar 3.26 <i>Rute Shinkosai</i>	38
Gambar 3.27 <i>Shinkosai</i>	39
Gambar 3.28 <i>Rute Hanagasa-Junko</i>	40
Gambar 3.29 <i>Hanagasa-Junko</i>	40
Gambar 4.1 <i>Gion Matsuri dalam Kyoto Visitor's Guide</i>	42

Gambar 4.2 Atraksi wisata yang populer bagi warga Inggris ketika berpergian ke Jepang	44
Gambar 4.3 Struktur Industri dalam GDP Jepang	46
Gambar 4.4 GDP Jepang tahun 2009 berdasarkan jenis kegiatan ekonomi	47
Gambar 4.5 Paket Wisata <i>Japan Enchantment – Gion Summer Festival</i> dari AJT	51
Gambar 4.6 Brosur Penawaran Bonus <i>Yukata</i> oleh Yumenakata selama <i>Yoi-yama Gion Matsuri</i>	53
Gambar 4.7 <i>Chimaki</i> dari Naginata-hoko dan Toro-yama	54
Gambar 4.8 <i>Chimaki</i> dari Hosho-yama dan Ashikari-yama	55
Gambar 4.9 Jimat kelulusan dari Hakurakuten-yama dan jimat kelahiran dari Fune-boko	56
Gambar 4.10 Lampion <i>Gion Matsuri</i> dari <i>Hannariya</i>	56
Gambar 4.11 Kaos <i>Skull and Gion Matsuri</i>	57



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wisatawan memiliki berbagai motivasi untuk melakukan perjalanan tetapi pada dasarnya mereka memiliki satu kesamaan yaitu ingin melihat atau merasakan pengalaman mengenai suatu hal yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka. Pengalaman tersebut dapat berupa keindahan alam dan atau perbedaan budaya. Sejak tahun 1980-an salah satu bidang pariwisata, yaitu wisata budaya atau wisata *heritage* semakin mendapat perhatian. Wisata budaya itu sendiri adalah wisata dengan menjadikan kebudayaan sebagai atraksi wisata. Ada pendapat yang mengatakan bahwa pemanfaatan kebudayaan sebagai atraksi menjadikan kebudayaan asli tergeserkan. Hal ini disebabkan oleh adanya komersialisasi kebudayaan yang terjadi pada sektor wisata budaya. Komersialisai budaya ini menyebabkan penyajian suatu kebudayaan menyesuaikan dengan keadaan dan keinginan para wisatawan karena lebih mengutamakan sisi komersial. Namun, ada pula kebudayaan yang menjadi atraksi wisata tetapi dalam penyajiannya tidak menyesuaikan dengan keinginan dan keadaan wisatawan. Komersialisasi dari wisata budaya ini terjadi pada industri pariwisata lain yang menyertai atraksi wisata tersebut.

Setiap negara memiliki kekayaan budayanya masing-masing, begitu pula dengan Jepang. Kekayaan budaya Jepang dapat berupa kuil Buddha maupun Shinto, bangunan bersejarah seperti benteng dan istana kekaisaran, seni pertunjukkan seperti *Bunraku*¹ dan *Kabuki*², juga *matsuri*³. Salah satu bagian dari aktivitas budaya khas Jepang adalah *matsuri*. Kata *matsuri* berasal dari verba *matsuru*, yang berarti berdoa,

¹ Bunraku (文楽) adalah sandiwara boneka tradisional Jepang yang merupakan salah satu jenis ningyo johruri (人形浄瑠璃).

² Kabuki (歌舞伎) terdiri dari tiga karakter kanji, yaitu uta 歌 (lagu), mai 舞 (tarian), dan ki 伎 (teknik), merupakan seni teater tradisional khas Jepang. Aktor kabuki terkenal dengan kostum mewah dan tata rias wajah yang mencolok.

³ Matsuri (祭) adalah istilah agama Shinto yang berarti persembahan ritual untuk *Kami* (dewa). Dalam pengertian sekuler, *matsuri* berarti festival atau perayaan di Jepang.

menyembah, dan memuja dewa (*kami*). Kegiatan tersebut merupakan salah satu perilaku yang ditujukan kepada Tuhan. Oleh sebab itu, setiap aktivitas yang bertujuan untuk berdoa, menyembah, dan memuja dewa (*kami*), juga disebut sebagai *matsuri*. Pada dasarnya *matsuri* adalah bentuk ritual yang memfokuskan hubungan satu arah, manusia kepada *Kami*.

Salah satu *matsuri* terbesar di Jepang adalah *Gion Matsuri*⁴. *Gion Matsuri* dilaksanakan setiap bulan Juli dan diadakan hampir selama satu bulan penuh di Kyoto. Kyoto adalah salah satu daerah tujuan wisata di Jepang. Kyoto masih banyak menyimpan kekayaan budaya tradisional karena memiliki sejarah yang panjang. Kyoto pertama kali didirikan Kaisar Kammu (桓武天皇, 737–806) dengan nama Heian-kyo pada tahun 794. Heian-kyo menjadi ibu kota Jepang selama lebih dari 1000 tahun hingga ibu kota dipindahkan ke Tokyo pada tahun 1868. Sejarah yang panjang ini membuat Kyoto menjadi pusat perkembangan kebudayaan Jepang saat itu.

Pada awalnya *Gion Matsuri* diadakan untuk menghilangkan epidemi yang melanda Jepang sekitar tahun 869. Saat itu, hujan menyebabkan air sungai meluap dan terjadi banjir. Banjir ini membawa penyakit menular yang melanda masyarakat Jepang. Untuk mengusir epidemi tersebut, upacara pertemuan roh (*Gion Goryou-e*) diadakan bersama dengan menancapkan 66 *Hoko*, sejenis tombak kapak yang digunakan sebagai senjata untuk menghilangkan epidemi. Upacara *Gion Goryou-e* itu sendiri adalah parade mengantarkan miniatur kuil (*mikoshi*) yang dipercaya merupakan kendaraan dewa, berkeliling kota. Parade miniatur kuil inilah yang akhirnya menjadi salah satu acara utama dari *Gion Matsuri*.⁵ Pada abad ke-14, pelaksanaan *Gion Matsuri* semakin meriah dengan ditambahkannya parade *yamaboko*, sebutan untuk kereta yang diarak pada acara utama *Gion Matsuri*. *Yamaboko* itu sendiri dihias dengan hiasan-hiasan yang mewah dan saat ini menjadi salah satu daya tarik utama dari *Gion Matsuri*.

Esensi *Matsuri* merupakan sebuah sarana spiritual untuk berhubungan dengan para dewa (*kami*) atau roh leluhur, selain itu dapat pula dilakukan untuk

⁴ Genjiro Ito dkk., *Mini Encyclopedia of Japan*, Japan, Shogakukan Square Inc., 2004, hal. 121.

⁵ Helen Bauer dan Sherwin Carlquist, *Japanese Festival*, Charles E. Tuttle Company, 1965, hal. 44.

menenangkan roh jahat. Namun demikian, esensi sebuah *matsuri* dewasa ini mengalami perubahan. Ketika *matsuri* mulai populer di kalangan masyarakat, fokus pelaksanaan *matsuri* saat ini telah berubah menjadi sebuah hiburan atau tontonan. Hal ini terjadi pula dalam *Gion Matsuri* yang telah menarik banyak orang, baik yang berasal dari daerah Kyoto maupun dari luar Kyoto untuk menyaksikan *Gion Matsuri* bukan untuk tujuan ritual, melainkan untuk tujuan hiburan. Wisatawan datang untuk menyaksikan *Gion Matsuri* karena kunikan yang dimiliki *matsuri* tersebut, bukan karena esensi spiritual yang merupakan esensi awal ketika *matsuri* ini pertama kali diadakan. Dengan demikian, dapat pula ditarik kesimpulan bahwa *Gion Matsuri* telah menjadi sebuah objek tujuan wisata.

Wisatawan memiliki kebutuhan-kebutuhan yang harus dipenuhi sehingga timbullah hal yang disebut dalam dunia ekonomi sebagai permintaan (*demand*). Untuk menjawab kebutuhan-kebutuhan tersebut, terbentuklah sebuah industri yang disebut dengan industri pariwisata. Sebagai sebuah industri, dalam pariwisata terdapat pihak-pihak penyedia produk yang disebut sebagai *supplier*. Para *supplier* ini menawarkan berbagai produk wisata kepada wisatawan yang sesuai dengan kebutuhan mereka seperti penginapan, makanan, transportasi, pemandu wisata, dan cenderamata. Para penyedia produk dan jasa tersebut juga berlomba-lomba melakukan inovasi atau melakukan promosi produk dan jasanya melalui *Gion Matsuri* seperti membuat pernak-pernik khas *Gion Matsuri*, memberikan diskon-diskon khusus selama *Gion Matsuri*, paket wisata khusus dengan *Gion Matsuri* sebagai salah satu objeknya, dan lain sebagainya agar menarik wisatawan menggunakan produk mereka.

Industri pariwisata dalam *Gion Matsuri* ini telah menjadikan *Gion Matsuri* sebagai sarana praktik kegiatan komersial. *Gion Matsuri* sebagai sarana praktik komersial dalam industri pariwisata inilah yang menjadi latar belakang dari penulisan skripsi ini.

1.2 Pokok Permasalahan

Gion Matsuri telah menarik pendatang untuk datang ke Kyoto. Orang-orang yang datang ke Kyoto tersebut dapat dikatakan sebagai wisatawan, sehingga *Gion Matsuri* dapat pula dipandang sebagai objek wisata yang mendorong terbentuknya industri pariwisata. Dalam sebuah industri, pihak-pihak yang terlibat bergerak dengan adanya motif komersial untuk mendapatkan keuntungan sehingga terjadi adanya komersialisasi budaya. Pihak penyedia produk dan jasa dalam industri pariwisata ini melakukan praktik komersial dengan menjadikan *Gion Matsuri* sebagai sarana agar produk mereka dapat dibeli oleh wisatawan. Berdasarkan hal tersebut, muncullah pertanyaan yang akan dicoba dijawab melalui skripsi ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Apakah yang menyebabkan terjadinya praktik komersial dengan *Gion Matsuri* sebagai sarana penjualan produk oleh Industri pariwisata?
2. Bagaimanakah bentuk praktik komersial yang dilakukan industri pariwisata dengan *Gion Matsuri* sebagai sarana untuk menjual produk wisata?

1.3 Tujuan Penulisan

Penulisan Skripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai komersialisasi dalam industri pariwisata, dalam hal ini mengangkat *Gion Matsuri* sebagai sarana dari praktik komersial tersebut. Selain itu juga skripsi ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bidang apa saja komersialisasi terjadi dan bagaimana bentuk dari praktik komersial tersebut. Skripsi ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dan pembelajaran dalam menganalisa suatu industri pariwisata budaya.

1.4 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode deskriptif analisis. Penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode pustaka dari buku yang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dan beberapa sumber internet.

Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Mengumpulkan data mengenai *Gion Matsuri* dari buku dan jurnal.
2. Melihat Potensi komersial yang dimiliki Gion Matsuri.
3. Menganalisa kebutuhan wisatawan yang datang untuk menyaksikan *Gion Matsuri* dan peran industri pariwisata dalam memenuhinya
4. Mencari contoh-contoh iklan produk wisata dari buku, selebaran, dan iklan internet yang berkaitan dengan perayaan *Gion Matsuri*.
5. Menganalisa hubungan antara kebutuhan wisatawan dengan iklan-iklan produk wisata yang berkaitan dengan perayaan *Gion Matsuri*. Analisa data dilakukan dengan menggunakan teori industri pariwisata dan komersialisasi budaya.
6. Menganalisa bentuk-bentuk praktik komersial dari Industri pariwisata tersebut.
7. Menarik kesimpulan dari hasil analisa.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang secara garis besar akan dijelaskan sebagai berikut.

Bab 1 merupakan pendahuluan. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penulisan skripsi, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika penulisan.

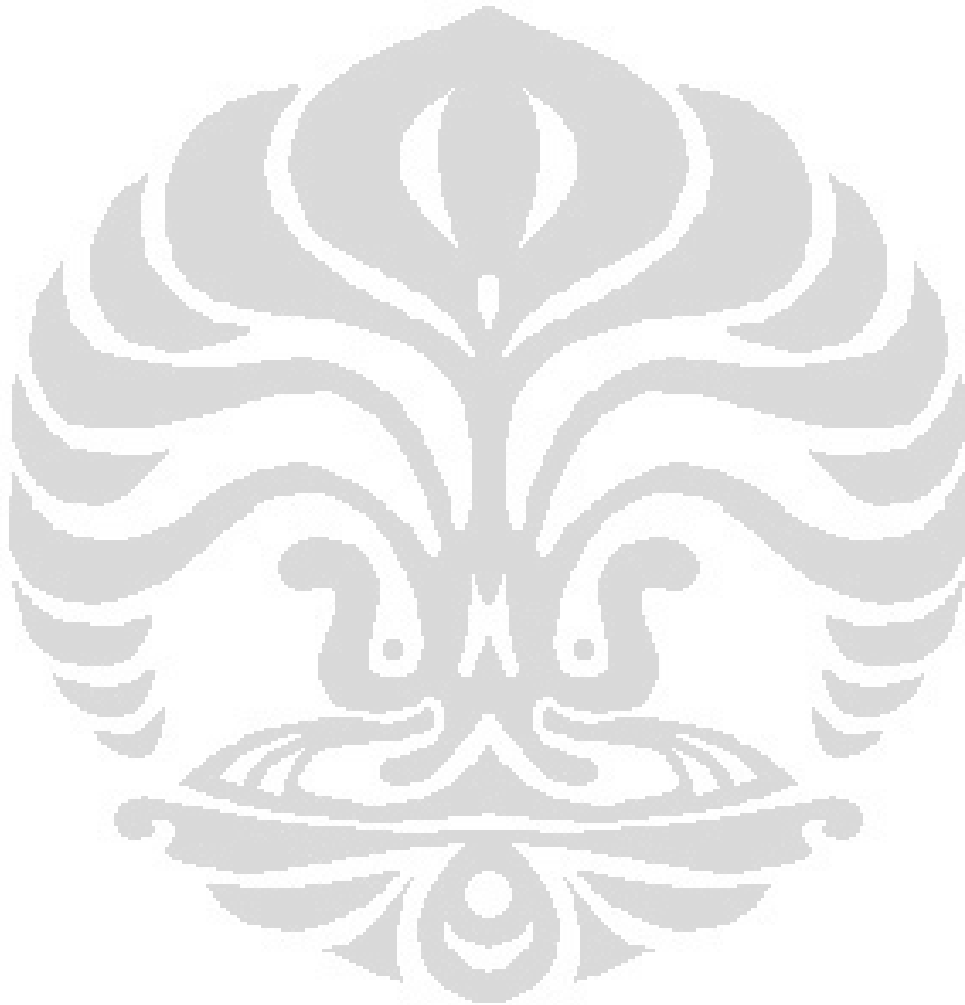
Bab 2 adalah kerangka teori yang digunakan dalam menganalisa data. Dalam bab ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai industri pariwisata serta komersialisasi.

Bab 3 adalah penjelasan mengenai *Gion Matsuri*. Bab ini menjabarkan mengenai penyelenggaraan *Gion Matsuri*. Penyelenggaraan tersebut meliputi sejarah dilaksanakannya *Gion Matsuri*, waktu dan tempat pelaksanaan, organisasi pelaksana, jenis-jenis *hoko* dan *yama*, serta susunan acara *Gion Matsuri*.

Bab 4 merupakan bab analisis. Dalam bab ini akan dijabarkan mengenai pelaksanaan *Gion Matsuri* dan kaitannya dengan pariwisata. Potensi komersial dari *Gion Matsuri* juga dibahas dalam bab ini. Dalam bab ini pula dijelaskan analisis

mengenai praktik komersial yang dilakukan industri pariwisata dengan menjadikan *Gion Matsuri* sebagai sarana untuk menjual produk mereka.

Bab 5 adalah bab penutup. Pada bab ini akan diberikan kesimpulan dari analisis yang diberikan pada bab sebelumnya. Pada bagian ini juga akan disertakan daftar referensi yang digunakan dalam menulis skripsi ini.



BAB 2

PENGERTIAN PARIWISATA, INDUSTRI PARIWISATA, DAN KOMERSIALISASI

2.1 Pengertian Pariwisata

Kata “pariwisata” sering terdengar dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. A. J. Burkart dan S. Medlik (Soekadijo, 1987, hal. 3) dalam bukunya *Tourism, Past, Present, and Future* mengartikan pariwisata sebagai perpindahan orang untuk sementara (dan) dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu⁶.

World Tourism Organization (WTO, 2004) memberikan definisi pariwisata atau *tourism* sebagai berikut.

*The activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited.*⁷

Terjemahan

Kegiatan orang-orang yang berpergian dan menetap di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasanya (mereka berada) selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersenang-senang, bisnis, dan tujuan yang tidak berhubungan dengan praktik mencari nafkah dari tempat yang dikunjungi tersebut.

Yoeti (1988, hal. 24) mengutip pengertian pariwisata dari beberapa ahli seperti Kurt Morgenroth yang mendefinisikan pariwisata dalam arti sempit sebagai lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar di tempat lain. Orang-orang tersebut berpesiar

⁶ R.G. Soekadijo, 1997, *Anatomi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 3.

⁷ John Beech dan Simon Chadwick, *The Business of Tourism Management*, 2006, Pearson Education Limited, hal. 24.

semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan, guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan pribadinya. Kebutuhan dan keinginan pribadi ini disebut dengan motif wisatawan. Menurut R. G. Soekadijo terdapat 10 jenis motif wisatawan yaitu motif bersenang-senang atau tamasya, rekreasi, kebudayaan, olahraga, bisnis, konvensi, spiritual, interpersonal, kesehatan, dan sosial⁸. Pengertian lain yang dikutip oleh Yoeti adalah pariwisata menurut Hans Buchli yaitu setiap peralihan yang bersifat sementara dari seseorang atau beberapa orang, dengan maksud memperoleh pelayanan dalam bidang kepariwisataan oleh lembaga-lembaga yang bergerak dalam bidang tersebut.⁹

Berdasarkan beberapa pengertian pariwisata, Yoeti (Warpani, 2007, hal. 6) mengambil kesamaan-kesamaan yang dirumuskan menjadi beberapa poin berikut.

- a. Perjalanan tersebut dilakukan untuk sementara waktu, sekurang-kurangnya 24 jam dan kurang dari setahun.
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain.
- c. Perjalanan itu, apapun bentuknya, harus dikaitkan dengan perjalanan atau rekreasi.
- d. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat itu.¹⁰

2.2 Pariwisata Budaya

Chris Cooper mengelompokkan atraksi wisata menjadi dua. Pertama adalah atraksi wisata ciptaan Tuhan atau atraksi wisata alam. Atraksi ini berupa pemandangan alam, iklim, vegetasi, hutan dan marga satwa. Kedua adalah atraksi wisata berupa hasil karya manusia. Atraksi ini berupa produk sejarah dan produk kebudayaan¹¹.

Lipe berpendapat bahwa kebudayaan, selain merupakan jati diri atau identitas dari suatu bangsa, juga memiliki nilai dan makna simbolik, informatif,

⁸ Ibid, hal. 38-47.

⁹ Suwarjoko P. Warpani dan Indira P. Waparni, *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*, 2007, Penerbit ITB, Bandung, hal. 6.

¹⁰ Ibid, hal. 8-9.

¹¹ I Wayan Ardika, *Pusaka Budaya dan Pariwisata*, 2007, Pustaka Larasan, hal. 33.

estetik, dan ekonomi¹². Wujud dari nilai ekonomi tersebut adalah melalui pariwisata. I Made Bandem sependapat dengan Lipe yang menganggap kebudayaan dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Bandem berpendapat bahwa kesenian sebagai bagian dari kebudayaan, di samping memiliki unsur-unsur estetika lokal, juga memiliki unsur-unsur estetika universal. Estetika ini berupa nilai-nilai yang bisa dipahami oleh semua kelompok manusia di dunia¹³. Hal ini memungkinkan bahwa kesenian dapat dijadikan sebagai sarana komunikasi antarmasyarakat, antarbangsa dan negara. Kesenian yang memiliki nilai-nilai universal tersebut dapat dikembangkan dan dijadikan sebagai objek wisata untuk pengembangan sektor kepariwisataan dan pengenalan kebudayaan tersebut.

Boniface mendefinisikan pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang berhubungan dengan kehidupan manusia dan cara hidupnya serta hasil karyanya¹⁴. Pengertian Pariwisata Budaya menurut Yoeti (2006; hal.1)¹⁵ adalah menjadikan kebudayaan sebagai daya tarik utama untuk menarik wisatawan datang ke negara tertentu. Berikutnya, I Made Bandem juga menyebutkan manfaat dari pengembangan pariwisata budaya. Pertama adalah untuk mempromosikan kepariwisataan secara umum baik dalam maupun luar negeri. Kedua, selain dapat menarik perhatian wisatawan, Ketiga, penampilan seni sebagai bagian dari kebudayaan juga dapat meningkatkan pemberdayaan kesenian. Keempat, penampilan seni juga dapat meningkatkan pemeliharaan dan manajemen museum, galeri, dan monumen-monumen kesenian lainnya.

Pertunjukan seni dikategorikan oleh Zappel dan Hall sebagai *heritage tourism*. *Heritage tourism* adalah bagian dari pariwisata yang menceritakan secara ringkas kepada pengunjung tentang pentingnya motivasi budaya, seni pertunjukkan, perjalanan budaya, festival, cerita rakyat, dan peristiwa budaya

¹² ibid

¹³ Suwarjoko P. Warpani dan Indira P. Waparni, *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*, 2007, Penerbit ITB, Bandung, hal. 68.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Oka A. Yoeti, *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*, 2006, PT Pradya Paramita, hal.1.

lainnya¹⁶. Sejak sekitar tahun 1980-an, *heritage tourism* semakin mendapat perhatian.

Krippendorf mendefinisikan kelompok wisatawan yang menggemari wisata *heritage* sebagai “*new unity of everyday life*” yang berarti suatu kesatuan baru dari kehidupan sehari-hari¹⁷. Hal ini karena wisatawan yang menggemari wisata *heritage* terus meningkat 20-30 persen pada tahun 1986, dan menjadi 30-45 persen pada tahun 2000 dari total wisatawan Barat. Lebih lanjut Krippendorf menyatakan bahwa motivasi dari wisatawan ini adalah sebagai berikut.

1. Melakukan perjalanan untuk menikmati dan atau mempelajari warisan budaya di berbagai tempat yang bukan tempat kediaman sehari-hari mereka.
2. Kembali pada kehidupan yang sederhana dan alami.
3. Memperluas wawasan dan kreativitas, serta memperoleh pengalaman baru.

Kesenian tradisional terkadang mengandung nilai-nilai kepercayaan atau nilai-nilai magis di dalamnya. Untuk menyelenggarakan kesenian tradisional tersebut, diperlukan adanya syarat-syarat tertentu agar esensi atau kekuatan magis dari kesenian tradisional tersebut dapat tercapai. Kesenian tradisional yang berbeda-beda menarik wisatawan dari daerah lain untuk berkunjung dan melihatnya. Menurut Yoeti (2006; hal. 185), fenomena dalam dunia kepariwisataan saat ini telah menjadikan penyelenggaraan kesenian tradisional tidak lagi mengacu pada syarat-syarat agar esensinya dapat tercapai. Kesenian tradisional dilaksanakan demi kepentingan wisatawan dan hal semacam inilah yang dikatakan oleh Yoeti sebagai “komersialisasi budaya” dalam dunia pariwisata¹⁸.

¹⁶ Poerwanti, “Potensi Seni Pertunjukkan Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan” dalam *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*, 2006, hal.244.

¹⁷ ibid

¹⁸ Oka A. Yoeti, “Komersialisasi Seni Budaya dalam Pariwisata” dalam *Pariwisata Budaya: Masalah dan Solusinya*, Jakarta, Pradnya Paramita, 2006, hlm. 185.

2.3 Industri Pariwisata dan Komersialisasi

Begg dkk. (Beech, 2006; hal. 23) mendefinisikan industri sebagai sebuah kesatuan dari seluruh perusahaan yang membuat produk yang sama¹⁹. David Littlejohn dan Ian Baxter dalam *The Structure of the Tourism and Travel Industry* mengatakan pariwisata adalah sebuah industri yang muncul untuk menjawab kebutuhan-kebutuhan wisatawan saat sedang berwisata²⁰.

R.G. Soekadijo (1997; hal. 78-79) dalam buku *Anatomi Pariwisata* mengatakan bahwa wisatawan sebagai manusia memiliki kebutuhan-kebutuhan hidup baik fisik maupun mental. Kebutuhan itu antara lain adalah kebutuhan tempat beristirahat, makan, mendapatkan ketenangan, memiliki teman, dan keinginan untuk mengetahui sesuatu. Dalam kehidupan sehari-hari wujud dari kebutuhan-kebutuhan tersebut dan cara untuk memenuhinya telah terbentuk dalam tingkah laku menurut kebudayaan setempat. Ketika mereka keluar dari daerah asalnya untuk berwisata, mereka tetap membawa kebutuhan-kebutuhan tersebut. Akan tetapi, mereka akan masuk ke dalam lingkungan dengan kebudayaan yang berbeda, yang memiliki cara berbeda untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam keadaan seperti itu, maka akan terjadi kecanggungan dan bila hal tersebut terjadi, maka tidak akan timbul pariwisata.

Daerah yang menghendaki terjadinya pariwisata harus menciptakan sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. David Littlejohn dan Ian Baxter memandang kebutuhan tersebut sebagai permintaan dalam dunia ekonomi. Untuk memenuhi permintaan itu, maka ada produsen-produsen yang bergerak dalam bidang kepariwisataan. Suatu kesatuan dari produsen-produsen inilah yang disebut sebagai industri pariwisata (Soekadijo, hal. 79-81).²¹ Industri pariwisata tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan sejumlah industri lainnya yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dalam sektor kepariwisataan.

Suwardjoko P. Warpani dan Indira P. Warpani (2007, hal. 66) dalam buku *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah* mengatakan bahwa sektor kepariwisataan

¹⁹ David Littlejohn dan Ian Baxter, "The Structure of the Tourism and Travel Industry" dalam *The business of Tourism Management*, 2006, Pearson Education Limited, hal. 23.

²⁰ Ibid, hal. 21.

²¹ R.G. Soekadijo, 1997, *Anatomi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal. 79-81.

membangun jaringan industri yang sangat luas yang mencakup industri hulu dan hilir. Industri hulu adalah segala industri yang produknya dibutuhkan sebagai input bagi proses produksi industri pariwisata. Contoh dari produksi hulu adalah objek wisata, perangkutan, agen atau biro perjalanan, dan industri-industri penunjang lainnya seperti alat olah raga, obat-obatan, busana, BBM, dan kamera. Industri hilir adalah segala industri yang produknya dibutuhkan karena adanya pariwisata di daerah tujuan wisata. Industri yang termasuk dalam industri hilir antara lain agen atau biro wisata, pemandu wisata, penginapan, jasa boga (tempat makan), dan kerajinan tangan.

Industri pariwisata menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Suwardjoko P. Warpani dan Indira P. Warpani (2006, hal. 64) memberikan pengertian produk sebagai sesuatu, baik barang maupun jasa, yang dihasilkan melalui suatu proses. Ciri-ciri produk industri pariwisata adalah sebagai berikut.

1. Tidak dapat dipindahkan. Produk berupa pelayanan atau jasa wisata tidak dapat dipindahkan ke tempat lain. Wisatawan harus datang ke tempat produk itu dihasilkan untuk bisa mendapatkan produk tersebut.
2. Tidak diperlukan peranan perantara. Pada umumnya peranan perantara tidak diperlukan karena proses produksi terjadi bersamaan dengan konsumsi. Satu-satunya perantara yang merupakan saluran dalam penjualan jasa kepariwisataan adalah Agen Perjalanan atau Operator Wisata.
3. Tidak dapat ditimbun. Produk wisata berupa jasa tidak dapat ditimbun seperti produk industri barang lainnya yang dilakukan untuk meningkatkan permintaan. Misalkan pemandangan yang indah hanya dapat disajikan pada saat cuaca cerah. Barang oleh-oleh berupa makanan juga tidak dapat ditimbun terlalu lama. Hanya cendera mata atau souvenir berupa barang tahan lama yang dapat disimpan hingga musim wisata berikutnya.
4. Tidak mempunyai bakuan atau ukuran objektif bagi produk berupa jasa. Produk wisata berupa jasa tidak memiliki satuan panjang,

lebar, atau tinggi. Patokan yang digunakan adalah bagus atau jelek, puas atau tidak puasnya wisatawan yang dilayani.

5. Tidak dapat dicoba atau dicicip. Konsumen hanya bisa merasakan produk bila telah mendapatkannya. Sebelumnya mereka hanya bisa melihatnya melalui gambar atau video dan itu tidak bisa dikatakan berwisata.
6. Banyak tergantung dari tenaga manusia. Sangat sedikit sekali produk wisata yang dapat digantikan dengan mesin seperti jasa keramahtamahan penduduk daerah tujuan.
7. Permintaan tidak tetap dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor non-ekonomi. Terjadinya kekacauan atau bencana alam dapat menyebabkan permintaan berkurang. Sebaliknya, saat tiba masa liburan, permintaan akan meningkat.
8. Elastisitas permintaan sangat kuat. Perubahan situasi ekonomi, politik, sikap suatu masyarakat dapat mempengaruhi penanaman modal dalam usaha bidang kepariwisataan.

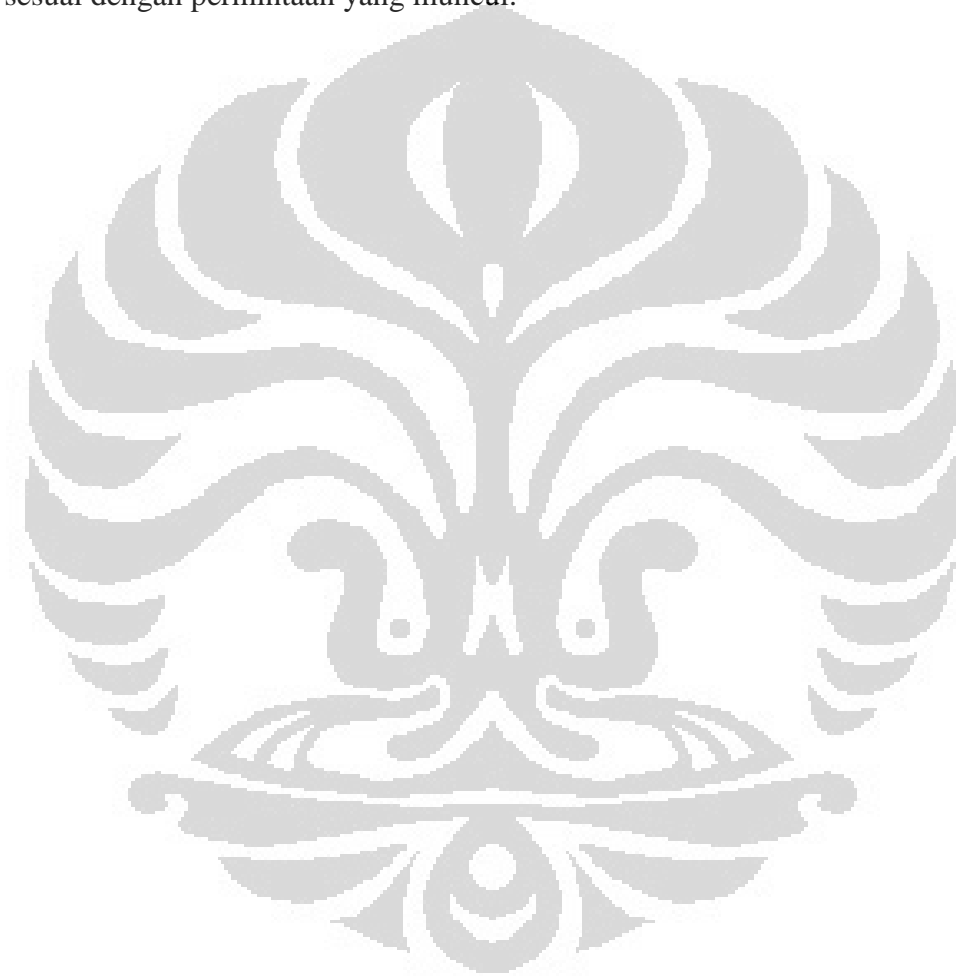
Industri menghasilkan produk yang akan dijual kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Begitu pula dengan industri pariwisata, tujuannya adalah mendapatkan keuntungan dari wisatawan. Yoeti (2006; hal. 143) mengatakan bahwa alasan utama pengembangan kegiatan kepariwisataan adalah bersifat ekonomi. Kegiatan untuk mencapai keuntungan ini disebut sebagai komersialisasi. Freddy Yuliharto (1993, hal. 26) menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *Gejolak Kapitalisme* bahwa:

Komersialisasi digunakan sebagai suatu istilah kritis yang mengacu kepada kecenderungan di dalam kapitalisme yaitu mengubah segala sesuatu yang ada di dalam kehidupan menjadi barang dan jasa yang dijual untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.²²

Untuk bisa mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, maka industri harus bisa melihat adanya permintaan. Drucker (Lowe, 1985, hal. 288)

²² Freddy Yuliharto, *Gejolak Kapitalisme*, Jakarta, Golden Terayon Press, 1993, hlm. 26.

mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat memunculkan permintaan adalah “*a change in the perception or mood of the community*” atau perubahan persepsi atau suasana dari suatu komunitas.²³ Contohnya adalah ketika fenomena *global warming* mulai meluas di masyarakat dunia, persepsi masyarakat berorientasi kepada penyelamatan lingkungan. Perubahan persepsi tersebut menimbulkan adanya permintaan akan produk-produk yang ramah lingkungan. Hal tersebut melahirkan adanya kegiatan-kegiatan dan produk-produk yang ramah lingkungan, sesuai dengan permintaan yang muncul.



²³ Robin Lowe dan Sue Marriott, *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation. Concept, Contexts, and Commercialization*, 2006, Butterworth-Heinenmann, hal 288.

BAB 3

PELAKSANAAN KYOTO GION MATSURI

3.1 Sejarah perjalanan *Gion Matsuri*.

Pada tahun 11 *Jōgan* (貞観 11 年, 869) penyakit menular mewabah di Jepang akibat meluapnya air sungai karena hujan. Dalam buku *Kyōto Gion Matsuri* oleh Nakata Akira (2011:14) ditulis bahwa rakyat Jepang menyangka penyakit ini menyebar akibat kutukan dari roh-roh orang yang meninggal secara tidak wajar. Oleh karena itu, untuk menolak bala penyakit tersebut *Gion Goryōe* (祇園御霊会, pertemuan roh) diadakan bersama dengan menancapkan 66 batang *Hoko* (矛) yaitu sejenis pedang yang merupakan kombinasi dari tombak dan kapak, di *Shinsen*²⁴. Pelaksanaan ritual *Gion Goryōe* dijelaskan oleh Yamaji Kozo sebagai berikut.

この祇園御霊会は、3基の神輿が神社を出て京都市中をまわり、神泉苑を経て御旅所に渡御する行事で、7日後に再び神社に還御した。²⁵

Terjemahan:

Gion Goryōe adalah festival 3 jenis *mikoshi*²⁶ berparade dari *Jinja* (tempat suci Shinto) mengelilingi kota Kyōto mengunjungi *Otabisho*²⁷ melalui *Shinsen* lalu kembali ke *Jinja* 7 hari kemudian.

Jinja yang dimaksud oleh Yamaji Kozo adalah Yasaka Jinja di Kyoto yang dalam sumber yang sama dikatakan sebagai pelaksana dari *Gion Matsuri* (hal. 9). Parade *mikoshi* ini oleh Nakata (hal. 51) disebut sebagai esensi inti dari *Gion Matsuri*.

²⁴ *Shinsen* adalah sebuah taman di selatan Kastil Nijo yang dibangun untuk Kaisar. Di tengah taman ini terdapat tempat suci Shinto yang didedikasikan untuk memuja dewi *Zen-nyo-ryu-o*.

²⁵ Yamaji Kozo, *Kyōto Gion Matsuri wa naze okonawarerunoka –sono rekishi to sisutemu–* (presentasi pada “The Thrid Training Course for Saveguarding of ICH, Asia/Pacific Cultural Centre for UNESCO” tanggal 15-22 Juli 2009), hal. 11.

²⁶ *Mikoshi* (神輿) adalah miniatur kuil Shinto. Ada kepercayaan bahwa *mikoshi* merupakan kendaraan untuk mengantarkan dewa berkeliling dalam festival atau ketika berpindah ke kuil yang baru.

²⁷ *Otabisho* adalah tempat tujuan sementara atau tempat beristirahat bagi *Kami* (dewa) dalam prosesi ritual. Dalam *Gion Matsuri*, tempat yang digunakan sebagai *otabisho* adalah sebuah tempat di dekat perempatan *Shijo-dori* dan *Teramachi-dori*.



Gambar 3.1 *Hoko* (鉾) yang kini diikatkan di atap *Hoko* (鉾) ketika parade *yamaboko*

Sumber: Nakata, Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 15

Bentuk pelaksanaan *Gion Matsuri* dikatakan berubah mengikuti zaman, tetapi masih tetap mempertahankan esensinya semula (Nakata, 2011; hal. 14). Salah satu perubahan yang terjadi adalah adanya kereta yang dihias dengan lebih meriah. Yamaji Kozo (hal.13-14) menyatakan bahwa asal mula perubahan ini berasal dari sekitar abad ke-14. Saat itu ketika perekonomian telah membaik, wabah penyakit kembali melanda. Masyarakat berpikir bahwa wabah yang melanda mereka pada masa ini bukanlah merupakan kutukan dari roh penasaran seperti pada masa dahulu. Mereka menganggap hal ini dikarenakan setan yang disebut *Ekijin* yang berada di kota ketika musim hujan. Lalu, masyarakat Kyōto berpikir wabah tersebut dapat dihilangkan jika mengusir *Ekijin* dari kota dengan cara membangun semacam kereta yang dihias lalu diarak berkeliling daerah tempat mereka tinggal. Kereta yang dihias itu disebut sebagai *yama* (山) dan *hoko* (鉾). Parade inilah yang kemudian dikenal sebagai parade *yamaboko* (山鉾). Sejak saat itu pelaksanaan *matsuri* pun menjadi lebih meriah.

Gion Matsuri pernah dihentikan beberapa kali karena berbagai alasan. Dalam buku *Gion Matsuri no Himitsu* oleh Yamaoka Yuuko (2008, hal 71) disebutkan beberapa masa *Gion Matsuri* tidak dilaksanakan. Pada tahun 1 *Ōnin*

おうにんがねん
(応仁元年, 1467) *Gion Matsuri* dihentikan karena terjadi perang *Ōnin*²⁸. *Gion Matsuri* baru diadakan kembali 33 tahun kemudian pada tahun 9 *Meiō* (明応9年, 1500). *Gion Matsuri* juga sempat tidak diadakan selama kurang lebih 4 tahun karena perang pasifik pada tahun 18 *Shōwa* (昭和18年, 1943).

3.2 Organisasi Pelaksana Gion Matsuri

Gion Matsuri diadakan oleh *Yasaka Jinja*. Akan tetapi, *Yasaka Jinja* juga dibantu oleh beberapa organisasi lainnya (*Yamaoka*, hal 25). Salah satunya adalah *Shinyokai*, organisasi yang mengurus ketiga *mikoshi* yang akan diarak dalam acara *Shinkosai* (parade *mikoshi* pada tanggal 17 Juli) dan *Kankosai* (parade *mikoshi* kembali ke *Yasaka Jinja* pada tanggal 24 Juli). *Shinyokai* terbagi kembali menjadi tiga kelompok yang masing-masing mengurus satu buah *mikoshi*. Pertama adalah *Sanwaka Shinyokai*, kelompok ini mengurus *Nakagoza Mikoshi*. Kelompok kedua adalah *Shiwaka Shinyokai* yang mengurus *Higashigoza Mikoshi*. Ketiga adalah *Nishiki Shinyokai* yang mengurus *Nishigoza Mikoshi*. Kelompok-kelompok ini jugalah yang akan membawa ketiga *mikoshi* tersebut ketika parade dilangsungkan.

Selain *Shinyokai*, terdapat pula organisasi-organisasi dari berbagai klan atau *Ujiko Soshiki*. Organisasi ini merupakan organisasi yang sangat penting bagi pelaksanaan *Gion Matsuri* karena dapat dikatakan bahwa merekalah panitia inti dari pelaksanaan *Gion Matsuri*. *Ujiko Soshiki* dibagi kembali menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah *Seiseikousha*. Ini merupakan organisasi *Yasaka Jinja* yang terdapat di seluruh distrik di *Kyoto*. Organisasi ini mengatur keuangan *matsuri*, membayar kewajiban-kewajiban yang harus dikeluarkan dari keseluruhan *matsuri*, sponsor bagi *mikoshi*, serta membantu dan mengatur parade *yamaboko* (*Yamaboko Junkō*) dan *hanagasa* (*Hanagasa Junkō*). Organisasi ini juga bertugas mencari dana untuk keperluan *matsuri*. Kelompok kedua adalah *Miyamotokumi*. Organisasi ini merupakan pusat manajemen ritual *Gion Matsuri*. Kelompok ini mengurus acara-acara yang bernuansa ritual. Kelompok ini dibantu oleh kelompok yang bernama *Shinhoukumi*. *Shinhoukumi* bertugas untuk

²⁸ Perang *Ōnin* (応仁の乱, *Ōnin no ran*) adalah perang saudara di Jepang dari tahun 1467 hingga 1477 pada masa pemerintahan Shogun Ashikaga Yoshimasa.

menyiapkan barang-barang ritual seperti papan nama kerajaan, tanaman, busur, panah, dan *koto*²⁹.

Berikutnya ada pula kelompok-kelompok lain yang ikut membantu pelaksanaan acara Gion Matsuri. Salah satunya adalah *Kiyoshi Gokai*. Kelompok ini terdiri dari *Yasaka Jinja boys scout, girls scout*, Kelompok peneliti *Gion Shishimai* (tarin singa Gion), dan Asosiasi persahabatan Taiko Gion. Berikutnya ada pula *Seinenkai*. Kelompok ini terdiri dari kelompok orang berusia 18-40 tahun. Mereka mengadakan kegiatan-kegiatan seperti sukarelawan (*borantia*) untuk membantu Yasaka Jinja melaksanakan *Gion Matsuri*. Selanjutnya ada *Seifukai*, kelompok yang terdiri dari anggota berusia 40 tahun ke atas. Mereka juga melakukan kegiatan untuk membantu berbagai acara di Kyoto termasuk *Gion Matsuri*.

3.3 Mikoshi dalam Kyoto Gion Matsuri

Dalam salah satu rangkaian acara Gion Matsuri terdapat parade *mikoshi* yang disebut dengan *shinkousai* dan *kankousai*. Dalam acara tersebut, diarak tiga *mikoshi* yang dianggap sebagai esensi utama dari matsuri ini. Masing-masing *mikoshi* tersebut mewakili satu dari tiga dewa yang dipuja oleh Yasaka Jinja. Hal tersebut seperti yang tertulis dalam kutipan berikut.

ぎおんまつり しんずい やさかじんじゃ さいじん みこしわたりお
 祇園祭の神髓は、八坂神社の祭神が乗る神輿渡御にあるといわれる。

30

Terjemahan

Dikatakan bahwa esensi inti dari Gion Matsuri adalah perpindahan *mikoshi* yang dinaiki oleh dewa dari Yasaka Jinja.

Ketiga *mikoshi* tersebut yang akan digunakan dalam parade adalah Nakagoza, Higashigoza, dan Nishigoza. Nakagoza merupakan *mikoshi* yang didedikasikan untuk Susanoo-no-mikoto. Susanoo-no-mikoto merupakan dewa

²⁹ Koto adalah alat musik petik tradisional dari Jepang. umumnya koto berukuran panjang 180 cm dengan 13 senar.

³⁰ Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 50.

yang terkenal dalam legenda tradisional Jepang. Ia dikisahkan telah mengalahkan *Yamata-no-orochi* (Ular berkepala delapan, merupakan lambang dari kehancuran)³¹. *Higashigoza* adalah *mikoshi* yang didedikasikan untuk *Kushinada-hime-no-Mikoto*. *Kushinada-hime-no-Mikoto* ini merupakan istri dari *Susanoo-no-mikoto*. *Mikoshi* yang terakhir adalah *Nishigoza*. *Mikoshi* ini didedikasikan untuk *Yahashira-no-Mikogami*, anak dari *Susanoo-no-mikoto* dan *Kushinada-hime-no-Mikoto*.

3.4 *Yamaboko* (山鉾)

Yamaboko adalah sebutan untuk *yama* (山) dan *hoko* (鉾) dalam Gion Matsuri. *Yama* dan *hoko* ini dalam sejarah digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan *Ekijin* yang dianggap sebagai penyebab wabah penyakit pada abad ke-14 dan mengusirnya dari kota melalui sebuah parade. Kini *Yamaboko* diparadekan pada setiap tanggal 17 Juli (Yamaji; hal. 11).

Dalam situs Gion Matsuri dijelaskan mengenai *Hoko* dan *Yama*. *Hoko* merupakan kereta besar yang membawa musisi sebanyak 40-50 orang saat parade. Tinggi *hoko* sekitar 25 meter dengan berat 12 ton. Diameter roda *hoko* adalah 2 meter dan panjang kereta ini 4,5 meter. Untuk merakit sebuah *hoko* diperlukan waktu sekitar lima hari dan membutuhkan sekitar 35 orang. Ketika menarik sebuah *hoko*, dibutuhkan sekitar 30-50 orang yang disebut dengan *hikiko*, dua orang *ondori* yang bertugas untuk mengatur pergerakan *hikiko*, dan empat orang *yanekata* yang berdiri di atap *hoko*, bertugas untuk mengatur pergerakan tiang di atap *hoko* dan memberikan instruksi saat jalanan berkelok.

Jenis kereta yang lain adalah *yama* (山). Bentuknya meyerupai *mikoshi* berukuran besar, hanya saja tema hiasan yang disajikan di atas *yama* beragam. Berat *Yama* sekitar 1,2 sampai 1,6 ton. Untuk menarik *yama* diperlukan sekitar 14-24 orang. *Yama* berukuran besar bentuknya mirip seperti *hoko*. Contoh *yama* berukuran besar adalah *Iwato-yama*, *Kita-kannon-yama* dan *Minami-kannon-yama*. Kedua *yama* tersebut berukuran besar seperti *hoko* hanya saja bagian

³¹ <http://web.kyoto-inet.or.jp/org/yasaka/english/index.html> (diunduh 23 Desember 2011)

puncaknya tidak dipasangi tombak melainkan batang pohon pinus³². Bentuk dan bagian-bagian hoko dan yama dapat dilihat di lampiran 1 dan 2.

3.4.1 Sejarah perkembangan *Yamaboko*

Pada awal dilaksanakannya *Gion Matsuri*, *yamaboko* yang menjadi bagian dari parade belum seperti sekarang. Seperti yang sempat disinggung dalam sub-bab sebelumnya, *yamaboko* diperkirakan berasal dari sekitar abad ke-14. Saat itu kereta besar yang dihias dibangun untuk mengusir setan *Ekijin* yang dipercaya telah menyebabkan wabah penyakit (Yamaji, hal. 13-14). Bentuk dari *yama* (山) oleh Helen Bauer dan Sherwin Carlquist dalam buku *Japanese Festivals* (1977, hal.44) dikatakan berasal dari ketiga *mikoshi* yang diarak dalam *Gion Matsuri*. *Yamaboko* memiliki hiasan-hiasan yang mewah dan meriah karena berasal dari masyarakat dengan perekonomian yang telah membaik. Hiasan-hiasan tersebut bahkan menggunakan barang-barang yang berasal dari luar negeri seperti Belgia, Turki, Persia, Cina, dan Korea (Nakata, hal. 16).

Yamaoka (hal. 50) menjelaskan bahwa jumlah *yamaboko* yang diikutsertakan dalam parade berubah-ubah dari masa ke masa. Ketika *Gion Matsuri* dilaksanakan kembali pada tahun 9 *Meiō* (明応9年, 1500) setelah sempat dihentikan karena perang *Ōnin*, muncul 36 jenis *yamaboko*. Pada tahun 5 *Hōei* (ほうえい 宝永5年, 1708), terjadi kebakaran besar di tengah kota Kyoto sehingga beberapa *yamaboko* hancur. Begitu pula pada tahun 8 *Tenmei* (天明8年, 1788), terjadi pula kebakaran besar yang menghancurkan beberapa *yamaboko* seperti *kankōhoko*, *kikusuihoko*, dan *gaisenboko*. Hingga sebelum perang pasifik, tersisa 29 jenis *yamaboko* dalam parade (Yamaoka, hal. 71).

Selanjutnya pada tahun 12 *Taishō* (たいしょう 大正12年, 1923), perserikatan *yamaboko* didirikan. Perserikatan ini mendapatkan dana bantuan dari kota Kyoto. Lalu pada tahun 28 *Shōwa* (昭和28年, 1953), *Kikusuihoko* yang telah hancur 90 tahun lalu dibangun kembali. Tahun 54 *Shōwa* (昭和54年, 1979), *Ayagasaboko* dibangun kembali dan ditambahkan ke dalam parade. Tahun 56 *Shōwa* (昭和56年, 1981) *Tōrōyama* dibangun kembali dan ditambahkan

³² <http://gionmatsuri.jp/> (27 Desember 2011)

dalam parade. *Shijōgasaboko* ditambahkan dalam parade pada tahun 63 *Shōwa* (昭和63年, 1988). Hingga saat ini, terdapat 32 jenis *yamaboko* yang ikut serta dalam parade.

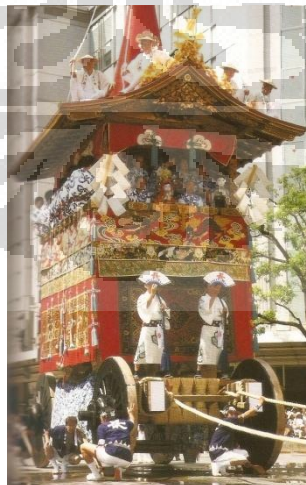
3.4.2 Jenis-jenis *Yamaboko*

Dari tiga puluh dua *yamaboko* yang ada saat ini, dalam sub-bab ini hanya akan diberikan gambaran singkat mengenai beberapa *yamaboko* berdasarkan uraian Nakata Akira dalam buku *Kyōto Gion Matsuri*. *Yamaboko* lainnya akan disertakan dalam lampiran 3.

3.4.2.1. *Naginata-Hoko*

Naginata adalah pedang bergagang panjang seperti tombak. *Naginata-hoko* selalu memimpin jalannya parade. *Hoko* ini harus selalu ada dalam parade karena ia membawa *Naginata* besar pada puncak atap yang digunakan sebagai alat untuk mensucikan wabah penyakit (Nakata, hal 62).

Saat ini, *Naginata-hoko* merupakan satu-satunya *yamaboko* yang membawa anak manusia sebagai *chigo*. Peran *Naginata-hoko chigo* sangat penting dalam *Gion Matsuri*. Ia menarikan tarian *Chigo*, dan memotong tali jerami sebagai tanda dimulainya parade.

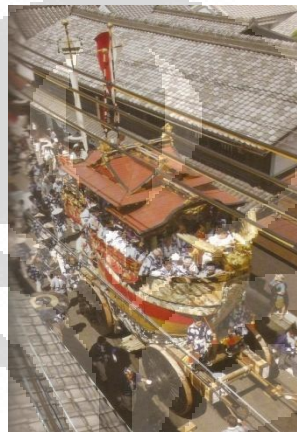


Gambar 3.2 *Naginata-hoko*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 62)

3.4.2.2. Fune-Boko

Fune-boko mengambil bentuk seperti kapal. Dalam legenda, kapal ini dikatakan merupakan kapal yang telah membawa Ratu Jingu (神功皇后, *Jingu Kougou*). Ratu Jingu dianggap sebagai dewi pembawa keselamatan dalam melahirkan. Bagian kepala kapal berbentuk burung besar yang sedang membentangkan sayapnya. Hiasan utama di atas *Fune-boko* adalah patung Ratu Jingu dan *Ryujin*, dewa lautan.



Gambar 3.3 *Fune-boko*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal.76)

3.4.2.3. Shijogasa-Boko

Shijogasa-boko merupakan salah satu dari dua kereta *kasa* (payung) bersama dengan *Ayagasha-boko*. Kereta ini menampilkan sebuah payung yang dihias dengan kain. *Shijogasa-boko* berparade diiringi oleh para penari dan musisi. Dalam situs *gion matsuri* dijelaskan lebih lanjut bahwa bentuk dari *Shijogasa-boko* merupakan kreasi baru dari *hoko* terdahulu. Ukurannya tidak sebesar *hoko*, tetapi memiliki roda. *Shijogasa-boko* sempat hancur pada tahun 1871. Pada tahun 1985, masyarakat merekonstruksi *Shijogasa-hoko* dan akhirnya kembali ikut dalam parade pada tahun 1988.



Gambar 3.4 *Shijogasa-boko*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 84)

3.4.2.4. Hachiman-Yama

Hachiman-yama berasal dari Hachimangu, kuil Shinto yang memuja dewa perang. Hachiman-yama menampilkan sebuah miniatur kuil yang dilapisi emas dan dihiasi dengan *Tori'i* (gerbang kuil Shinto). Di bagian atas *Tori'i* terdapat patung dua burung merpati yang saling berhadapan. Kuil ini didedikasikan untuk dewa *Hachiman*. Miniatur kuil ini dikatakan dalam situs gion matsuri dibuat pada periode antara tahun 1781-1788.



Gambar 3.5 *Hachiman-yama*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 101)

3.4.2.5. Iwato-Yama

Nama Iwato-yama berasal dari legenda *Amaterasu-Omikami*. Dalam legenda tersebut sang dewi matahari keluar dari dalam gua dengan membuka pintu batu (*iwato*). Berbeda dengan *yama* lainnya, Iwato-yama berukuran lebih besar, beroda, dan ditarik beramai-ramai seperti *hoko*. Akan tetapi, bagian puncak

Iwato-yama tidak dipasang tombak seperti *hoko* melainkan batang pohon pinus. Iwato-yama didedikasikan untuk Amaterasu Omikami.



Gambar 3.6 *Iwato-yama*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 74)

3.4.2.6. Hoshō-Yama

Tema dari kereta ini adalah kisah cinta Hirai Yasumasa (Hoshō), seorang prajurit pada abad ke-11 dengan Izumi Shikibu, seorang bangsawan yang tinggal di dalam istana. Dalam kereta tersebut digambarkan Hoshō sedang memegang bunga sakura yang akan diberikannya pada Shikibu. Hoshō-yama dijadikan sebagai lambang dari kesuksesan cinta.



Gambar 3.7 *Hoshō-yama*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 82)

3.4.2.7. Ashikari-Yama

Nama kereta ini berasal dari salah satu lagu dalam drama Noh “Ashikari. Drama tersebut menceritakan tentang seorang wanita yang berjalan sendirian di

tepi pantai dan bertemu kembali dengan suaminya yang hidup miskin. Figur yang terdapat pada *Ashikari-yama* merupakan simbol dari tokoh sang suami yang hidup menyendiri.



Gambar 3.8 *Ashikari-yama*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 90)

3.4.2.8. *Hashibenkei-Yama*

Hashibenkei-yama menggambarkan adegan pertarungan antara Benkei dan Ushiwakamaru di jembatan Gojo. Figur yang ditampilkan adalah Benkei yang mengenakan baju perang berdiri di atas jembatang ditantang oleh Ushiwakamaru yang berdiri di atas pagar jembatan. Dalam situs gion matsuri dikatakan bahwa Benkei adalah prajurit hebat yang belum pernah kalah. Tetapi, dalam pertarungan tersebut kemenangan diperoleh oleh Ushiwakamaru.



Gambar 3.9 *Hashibenkei-yama*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 98)

3.5 Rangkaian Acara Kyoto Gion Matsuri

Gion Matsuri merupakan festival yang dilaksanakan selama sebulan penuh. Hampir setiap hari dalam satu bulan di bulan Juli tersebut terdapat acara yang berbeda-beda, baik acara yang bersifat umum maupun acara yang bersifat ritual. Lebih jelasnya susunan acara Gion Matsuri disertakan dalam bentuk tabel pada lampiran 4.

3.5.1 *Kippu-iri, Naginata-hoko Chō Osendo, dan Nikai Bayashi*

Kippu-iri merupakan ritual pertama dari festival ini yang diadakan dari tanggal 1-5 Juli. Panitia penyelenggara berkumpul di ruang pertemuan *yamabokomachi* (山鉾町), yaitu distrik yang menyimpan *yamaboko* di daerah masing-masing. Mereka berkumpul untuk memohon keselamatan acara selama satu bulan ke depan. Setelah ritual ini, maka festival selama satu bulan ini dimulai di setiap distrik (Nakata, hal. 20). Komunitas penyelenggara juga menggunakan masa ini untuk berdiskusi mengenai pembagian tugas masing-masing.

Ketika *Kippu-iri* sedang berlangsung, pada tanggal 1 Juli juga diadakan *Naginata-hoko Chō Osendo*. *Chigo*³³ dari *Naginata-hoko* yang telah dipilih sejak bulan Juni berkunjung untuk pertama kali ke *Yasaka Jinja* untuk disucikan. Ia mengitari tempat suci utama searah jarum jam sebanyak tiga kali. Selanjutnya ia menepukkan tangannya ketika berada di sisi depan dan di sisi belakang tempat suci untuk menyapa dewa dan berdoa untuk keselamatan festival.

Pada tanggal 1 Juli, setelah *Kippu-iri* di hari itu selesai, diadakan acara *Nikai Bayashi*. Para musisi mengenakan *yukata* yang seragam lalu berkumpul di lantai dua (*Nikai*, 二階) ruang pertemuan *yamabokomachi* masing-masing untuk berlatih. Orang-orang di sekitar ruang pertemuan tersebut dapat menikmati irama musik dan meningkatkan suasana menuju acara utama.

³³ *Chigo* adalah sebutan untuk anak laki-laki yang didandani yang akan mengikuti parade dalam ritual keagamaan.



Gambar 3.10 *Nikai Bayashi*

(sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 22)

3.5.2 *Kuji-tori Shiki dan Yamaboko Rengokai Shasan*

Pada hari ini dilakukan *Kuji-tori Shiki* atau pengambilan undian parade *yamaboko* di ruang dewan kota Kyoto. Pengambilan undian ini dipimpin langsung oleh Walikota Kyoto. Untuk beberapa *yamaboko* yaitu *Naginata-hoko*, *Kankoboko*, *Hoka-boko*, *Iwato-yama*, *Fune-boko*, *Kita-Kannon-yama*, *Minami-Kannon-yama*, dan *Hashibenkei-yama* secara otomatis sudah ditentukan urutannya dalam parade dan tidak perlu lagi mengikuti pengambilan undian ini (*Yamaoka*, hal. 20). Pengambilan undian ini diadakan pertama kali pada tahun 1500. Hal ini dilakukan untuk menghindari perdebatan mengenai siapa yang akan berjalan terlebih dahulu dalam parade³⁴. Contoh urutan parade *yamaboko* dapat dilihat dalam lampiran 5.

Setelah pengambilan undian penentuan urutan *yamaboko* dalam parade selesai, diadakan *Yamaboko Rengokai Shasan*. Panitia penyelenggara mengunjungi Yasaka Jinja. Di sini, mereka mensucikan diri dan berdoa untuk kelancaran acara.

3.5.3 *Fune-boko Shinmen Aratame 10:00*

Komunitas penyelenggara secara bersamaan mengkonfirmasi keadaan topeng yang digunakan pada perayaan. Topeng ini akan digunakan untuk menutupi wajah Ratu Jingu, yang didedikasikan oleh Fune-boko.

3.5.4 *Naginata-hoko Chigo Mai Hirou 15:00*

Acara ini dilaksanakan setelah *kippu-iri* di tiap-tiap *yamabokomachi* selesai. *Chigo* dari *Naginata-hoko* dan para *kamuro* (anak laki-laki pendamping

³⁴ <http://gionmatsuri.jp> (diunduh 27 Desember 2010)

Chigo) melakukan pertunjukkan tari *taihei no mai* (太平の舞) untuk pertama kepada panitia penyelenggara untuk diberikan kritik dan saran. Selanjutnya, mereka akan menari untuk para pengunjung diiringi musik Gion Bayashi di ruang pertemuan *Naginata-hoko*.



Gambar 3.11 *Naginata-hoko Chigo Mai Hirou*
(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal.25)

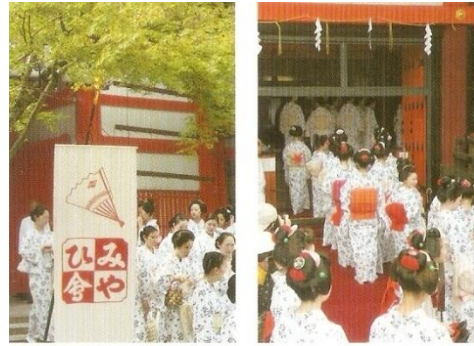
3.5.5 *Ayagasha-boko Chigo Yuino dan Shasan*

Ini merupakan acara antara komunitas penyelenggara dan enam *chigo* pemimpin *Ayagasha-boko*. Anak-anak berumur 5 dan 6 tahun ini mengenakan topi bangswan dan pakaian resmi datang mengunjungi Yasaka Jinja. Para *chigo* juga menerima sertifikat yang mengesahkan mereka sebagai *chigo* tahun ini.

3.5.6 *Miyabi-kai Osendo*

Pada tanggal 9 Juli, para *maiko*³⁵ yang akan berpartisipasi dalam *Hanagasa Junko* tanggal 24 Juli mengenakan yukata yang seragam lalu berdoa di *Yasaka Jinja*. Mereka mensucikan diri dan memohon agar keahlian seni mereka dapat menjadi lebih baik.

³⁵ Maiko merupakan istilah untuk calon geisha di Kyoto.



Gambar 3.12 *Miyabi-kai Osendo*

Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 27)

3.5.7 *Yamaboko Tate, Kiyō Harai, Nagnata-hoko-Cho Osasuri no Gi, Shinyosui Kiyō Harae Shiki, Omukae Chochin, dan Mikoshi Araishiki*

Pada tanggal 10 Juli dimulai acara penyatuan komponen-komponen *yamaboko*. Komponen-komponen *yamaboko* ini dikeluarkan dari tempat penyimpanan dan dibangun oleh panitia dan tukang kayu ahli untuk disatukan. Penyatuan tiap komponen tersebut dilakukan tidak menggunakan paku melainkan hanya dengan menggunakan tali.



Gambar 3.13 *Yamaboko Tate*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal.28)

Di hari yang bersamaan dengan dimulainya pembangunan *yamaboko*, *Kiyō Harai* diadakan hingga tanggal 15 juli. Pada acara ini pendeta dari Yasaka Jinja mengunjungi setiap *yamabokomachi*. Pendeta taersebut datang untuk mendoakan keselamatan festival. Di hari yang sama pula pada tanggal 10, diadakan *Shinyosui Kiyō Harae Shiki*. Ini merupakan acara pengambilan air dari sungai Kamo yang

dianggap sebagai air yang suci (*shinyosui*). Air ini akan digunakan dalam upacara *Mikoshi Araishiki* atau upacara penyucian mikoshi pada malam harinya.

Pada tanggal 10 Juli, diadakan pula *Nagnata-hoko-Cho Osasuri no Gi*. Pada acara ini panitia disucikan dengan cara disentuh menggunakan pedang tombak yang akan dipasangkan pada puncak *Yamaboko*. Pada sore hari sekitar pukul 16:30, diadakan acara *Omukae Chochin*. Acara ini merupakan parade untuk menyambut *mikoshi* yang akan disucikan pada *Mikoshi Arai Shiki* (upacara penyucian *mikoshi*). Dalam situs *gion matsuri* (gionmatsuri.jp) dijelaskan bahwa pada acara ini peserta parade membawa lampion untuk menyambut mikoshi. Acara ini sempat lama tidak diadakan dan baru diadakan kembali mulai tahun 1952.



Gambar 3.14 *Omukae Chochin*

Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 32)

Setelah dilaksanakannya *Omukae Chochin*, *Mikoshi Araishiki* diadakan pada sekitar pukul 19:00. Pada saat ini, ketiga *mikoshi* akan disucikan. Nakagoza disucikan di tempat yang terpisah yaitu di atas jembatan Shijo. Ketika *mikoshi* telah berada di tempatnya, pendeta Shinto menyapukan batang suci pohon *sakaki* yang telah direndam dalam air suci. Penyucian dengan air ini dipercaya dapat mengusir roh jahat.



Gambar 3.15 *Mikoshi Araishiki*

Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 33)

3.5.8 *Hikizome*

Pada periode tanggal 12-14 Juli diadakan percobaan alur parade *yamaboko*. Para musisi mengenakan kostum lengkap menaiki kereta yang telah dihias dan tampil di hadapan umum. Pada masa percobaan alur ini, masyarakat umum dapat ikut berpartisipasi untuk menarik *yamaboko* tersebut termasuk wanita dan anak-anak.



Gambar 3.16 *Hikizome*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 34)

3.5.9 *Kaisho Kazari, Naginata-hoko Chigo Shasan, Kuze Komagata Chigo Shasan, Kikusui-hoko Chakai, dan Gion Bayashi.*

Kaisho Kazari diadakan mulai tanggal 13 hingga tanggal 16 Juli. Pada periode ini, dekorasi dan benda-benda pemujaan dikeluarkan di ruang pertemuan masing-masing *yamabokomachi*. Masyarakat umum dapat melihat benda-benda pemujaan dan dekorasi tersebut dari dekat.



Gambar 3.17 Salah satu dekorasi dan benda pemujaan yang diperlihatkan ketika *Kaisho Kazari*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 35)

Tidak hanya *Kaisho Kazari*, pada periode tanggal 13 hingga 16 Juli juga diadakan *Kikusui-hoko Chakai*. Ini adalah upacara minum teh yang diadakan oleh tiga sekolah teh yaitu Omote Senke, Ura Senke, dan Enshuryu. Upacara ini diadakan di ruang pertemuan *Kikusui-boko-machi*. Tempat pertemuan ini terkenal dengan sumur air yang bernama *Kikusui-noi* dan master teh Jouou.

Pada tanggal periode yang sama juga diadakan *Gion Bayashi*. Dari tanggal 13 hingga 16 Juli ini, para musisi bermain musik Gion Bayashi di atas *yamaboko* masing-masing distrik. Para pengunjung dapat menikmati musik yang dimainkan dengan simbal, drum, dan seruling.

Pada 13 Juli, diadakan pula *Naginata-hoko Chigo Shasan*. Acara ini dimulai sekitar pukul 11:00. *Chigo* dari *Naginata-hoko* menaiki kuda putih mengunjungi Yasaka Jinja bersama dengan seorang pengiring. Setelah menerima pemberkatan dari Yasaka Jinja, kaki *Chigo* tidak boleh menyentuh tanah hingga parade pada tanggal 17 Juli selesai. Pada pukul 14:00, diadakan pula *Kuze Komagata Chigo Shasan*. Pada saat ini *Kuze Komagata Chigo* dipilih di antara anak-anak di bawah pengawasan Ayatokunaka Jinja. *Chigo* ini akan memimpin *Nakagoza Mikoshi* pada *Shinkōsai* (parade *mikoshi* tanggal 17 Juli) dan pada *Kankōsai* (perjalanan kembali ke Yasaka Jinja tanggal 24 Juli).

3.5.10 *Ichirizuka Matsukazari-shiki, Yoi Yama, dan Byōbu Matsuri*

Tanggal 14 Juli sekitar pukul 14:00, diadakan *Ichirizuka Matsukazari-shiki*. Ini merupakan salah satu dari upacara ritual Shinto. Pendeta kepala dari Yasaka Jinja dan *Chigo* dari *Naginata-hoko* menghadiri upacara yang dilakukan di ruang

pertemuan *Matsubara-nakano-machi*. Didalam ruangan ini, dekorasi pohon cemara bersama dengan makanan dan sake ditata di sebuah kuil kecil.



Gambar 3.18 *Ichirizuka Matsukazari-shiki*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal.37)

Tanggal 14 Juli juga merupakan hari dimulainya *Yoi Yama* dan berakhir pada tanggal 16 Juli. Acara ini merupakan acara malam sebelum parade diadakan. Pada sore hari, lampion dipasang dan dinyalakan semalaman dan musik *Gion bayashi* dimainkan. Orang-orang berkeliling dengan menggunakan yukata dan mengunjungi masing-masing *yamaboko*. Pada saat *Yoi-yama* ini, banyak *stand-stand* penjualan yang menjual berbagai macam benda dan makanan. Organisasi klan dari tiap-tiap *yamabokomachi* juga membuka *stand* tersendiri yang menjual berbagai macam benda dan makanan khas dari *yamaboko* masing-masing. Pada abad ke-16, *yoiyama* hanya diadakan satu malam sebelum parade yaitu pada malam tanggal 16. Pada perkembangan selanjutnya, *yoi-yama* juga ditambahkan pada malam tanggal 14 dan 15³⁶.



Gambar 3.19 *Yoi Yama*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 38)

³⁶ <http://gionmatsuri.jp> (diunduh 27 Desember 2011)

Bersamaan dengan diadakannya *Yoiyama*, diadakan pula acara *Byōbu Matsuri*. Pada acara ini beberapa pemilik rumah di masing-masing *yamabokomachi* membuka rumah mereka untuk dikunjungi masyarakat umum sebagai bagian dari acara *Yoi Yama*. Mereka memperlihatkan harta pusaka mereka seperti *byōbu* (tirai penutup). Tidak hanya rumah-rumah, di ruang pertemuan masing-masing *yamabokomachi*, hiasan-hiasan dan benda-benda pemujaan juga diperlihatkan. Sama seperti *Yoiyama*, *Byōbu Matsuri* juga diadakan sejak tanggal 14 hingga tanggal 16 Juli.



Gambar 3.20 Salah satu hiasan yang dipamerkan ketika *Byobu-matsuri* (Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 41)

3.5.11 *Imitake Tate* dan *Dento-geino Hono*.

Pada pukul 05:00 tanggal 15 Juli, diadakan *Imitake Tate*. Penyelenggara menyiapkan sebuah tali jerami Shinto dan direntangkan menyebrangi jalan Shijo. Pada prosesi tanggal 17 Juli, tali ini akan dipotong oleh *Naginata-hoko Chigo* sebagai awal tanda dimulainya parade. Di hari yang sama pada sekitar pukul 15:00 diadakan *Dento-geino Hono*, sebuah pertunjukkan dari berbagai seni tradisional. Pertunjukkan ini diadakan di panggung dekat dengan paviliun musik Yasaka Jinja. Pavilion musik tersebut merupakan tempat ketiga *mikoshi* disimpan.

3.5.12 *Kencha Sai, Ennogyoja-yama Goma-taki Kuyo, Yoi-miya Shinshin Hono Gyoji, Iwami Kagura, dan Hiyori Kagura, Fune-boko Goshintai Hara-obi Maki, Abare Kannon.*

Pada pukul 09:00 tanggal 16 Juli, diadakan acara *Kencha Sai*. Sekolah teh Omote Senke dan Ura Senke bergatian dalam setiap tahun untuk mempersiapkan *matcha* atau teh yang digunakan dalam upacara minum teh (*Chanoyu*). Mereka membuat teh ini menggunakan air sumur di Yasaka Jinja dan disajikan di altar pemujaan.

Di hari yang sama pada pukul 14:00, diadakan *Ennogyoja-yama Goma-taki Kuyo*. Pada acara ini 30 pendeta dari kuil Shogoin mendatangi *Ennogyoja-yama*. Di depan *Ennogyoja-yama*, mereka membakar gulungan kertas yang telah ditulisi permintaan. Mereka juga berdoa untuk kelancaran dan keselamatan festival.



Gambar 3.21 *Ennogyoja-yama Goma-taki Kuyo*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 43)

Setelah acara *Ennogyoja-yama Goma-taki Kuyo*, pada sekitar pukul 18:00, diadakan *Yoi-miya Shinshin Hono Gyoji*. Pada saat ini, di Shijo-dori daerah Gion didirikan sebuah panggung pertunjukkan. Berbagai pertunjukkan seperti tarian kerajaan, musik dan tarian khas Kyoto, dan tari bangau oleh anak-anak diadakan. Para pengunjung dapat menyaksikan acara yang diadakan di tepi jalan di Shijo-dori ini.



Gambar 3.22 Yoi-miya Shinshin Hono Gyoji

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 44)

Selanjutnya, pada pukul 18:30, diadakan *Iwami Kagura*, sebuah pertunjukkan tarian sakral Shinto dengan musik pengiring dari suling, drum, dan simbal. Tarian ini memperlihatkan bagaimana dewa *Susanoo-no-Mikoto* mengalahkan ular *Yamata-no-Orochi* yang berkepala dan berekor delapan. Ular ini sendiri merupakan lambang dari kehancuran.



Gambar 3.23 Iwami Kagura

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 45)

Pada malam hari sekitar pukul 22:30, diadakan acara *Hiyori Kagura*. Pada acara yang dilaksanakan bersamaan dengan yoi-yama ini, para musisi memainkan alat musik sambil berparade. Mereka berparade sepanjang Shijo-dori dari Yasaka Jinja hingga Otabisho di sebelah selatan perempatan Shijo-teramachi. Setelah itu mereka kembali lagi ke Yasaka Jinja. Tengah malam sekitar pukul 23:00, diadakan *Fune-boko Goshintai Hara-obi Maki*. Patung Ratu Jingu dinaikkan ke atas Fune-boko. Setelah selesai, obi sebagai tanda keselamatan untuk kelahiran yang melilit patung tersebut diberikan pada para pengrajin. Acara lalu dilanjutkan dengan *Abare Kannon* pada pukul 23:30. Patung Abare Kannon (dewi belas

kasih) dinaikkan ke atas tandu dan dibawa berkeliling sekitar Minami-kannon-yama dan distrik lokal.

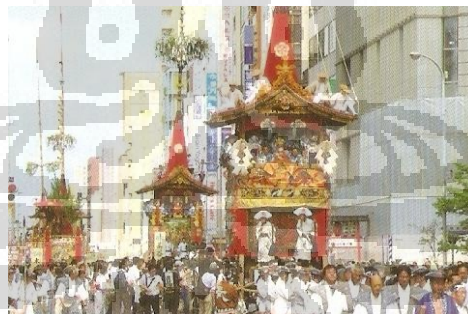


Gambar 3.24 *Hiyori Kagura*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 45)

3.5.13 *Yamaboko Junko dan Shinkosai.*

Pada tanggal 17 Juli pukul 09:00, *yamaboko* yang dipimpin oleh *Naginata-hoko* memulai parade yang diwebut dengan *yamaboko Junko*. Mereka berjalan dari Yasaka Jinja menuju timur sepanjang *Shijo-dori*, berbelok menuju utara *Kawaramachi*. Mereka lalu berbelok lagi menuju barat *Oike-dori* lalu kembali ke Yasaka Jinja.



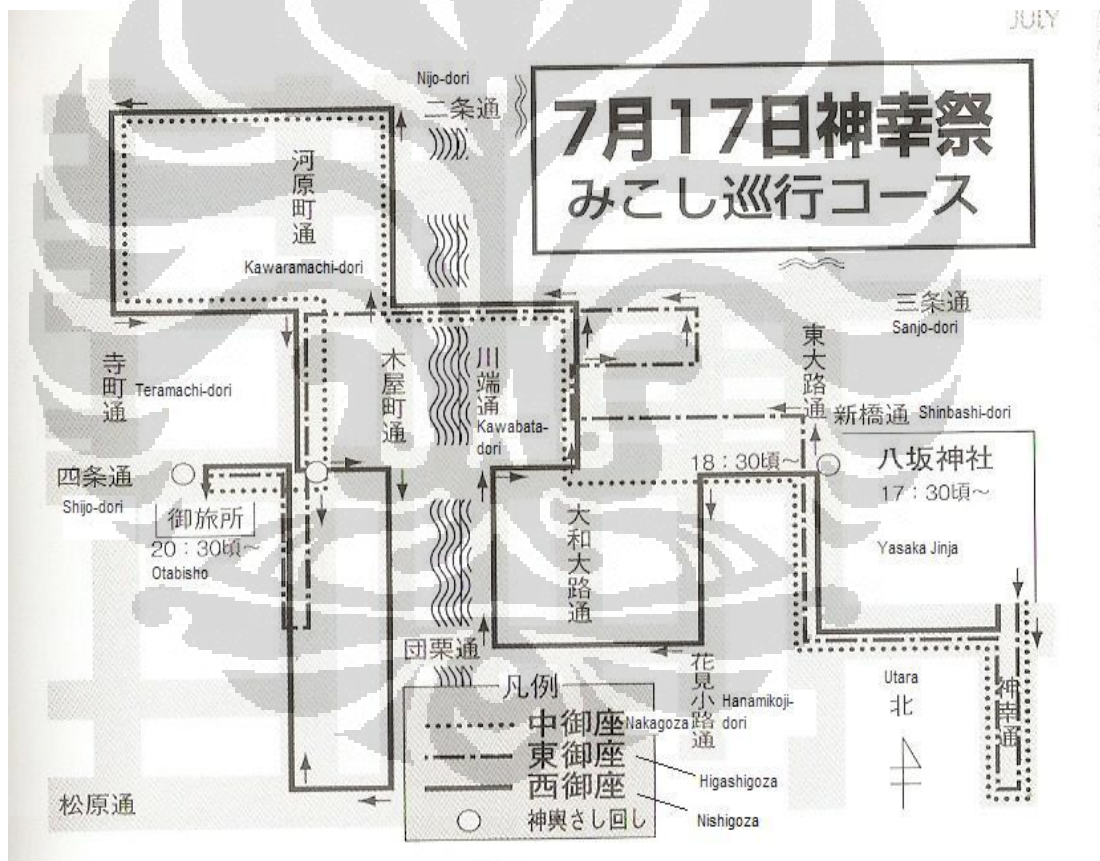
Gambar 3.25 *Yamaboko Junko*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 47)

Dalam rangkaian acara *Yamaboko Junko*, terdiri dari beberapa acara lainnya. Salah satunya adalah *Kuji-aratame*. Acara ini merupakan upacara untuk memastikan kembali urutan kereta (*yamaboko*) sesuai dengan undian yang dilakukan di ruang dewan kota. Walikota Kyoto memiliki peran sebagai pemeriksa. Apabila urutan sudah sesuai, kipas yang terbuka akan diangkat sebagai tanda bagi *yamaboko* untuk bergerak. Selanjutnya ada *Shime-nawa kiri*.

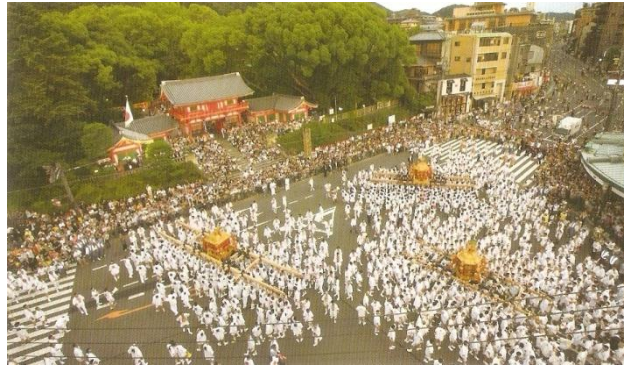
Acara ini merupakan salah satu bagian penting dalam parade. *Chigo* menaiki *Naginata-hoko* yang telah dihias. *Chigo* dari *naginata-hoko* ini lalu memotong tali jerami yang telah direntangkan menggunakan pedang dan memulai jalannya parade *yamaboko*.

Setelah *Yamaboko Junko*, acara parade dilanjutkan dengan parade *mikoshi* atau *Shinkosai* pada pukul 18:00. Acara ini dikatakan sebagai esensi dari *Gion Matsuri* yaitu mengantarkan tiga *mikoshi* perlambang dewa yang didedikasikan atau dipuja oleh Yasaka Jinja. Ketiga *mikoshi* tersebut adalah Nakagoza, Higashigoza, dan Nishigoza. Pada sore hari tanggal 17, *mikoshi* ini akan diarak menuju *otabisho* yang berada di dekat perempatan *Shijo-dori* dan *Teramachi-dori*. Ketiga *mikoshi* tersebut dan diletakkan di sana hingga tanggal 24 Juli.



Gambar 3.26 Rute *Shinkosai*

(Sumber: Yamaoka Yuuko, *Gion Matsuri no Himitsu*, 2008, Shirokawa Shoin, hal. 55)



Gambar 3.27 *Shinkosai*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 50)

3.5.14 *Mugon-mairi*

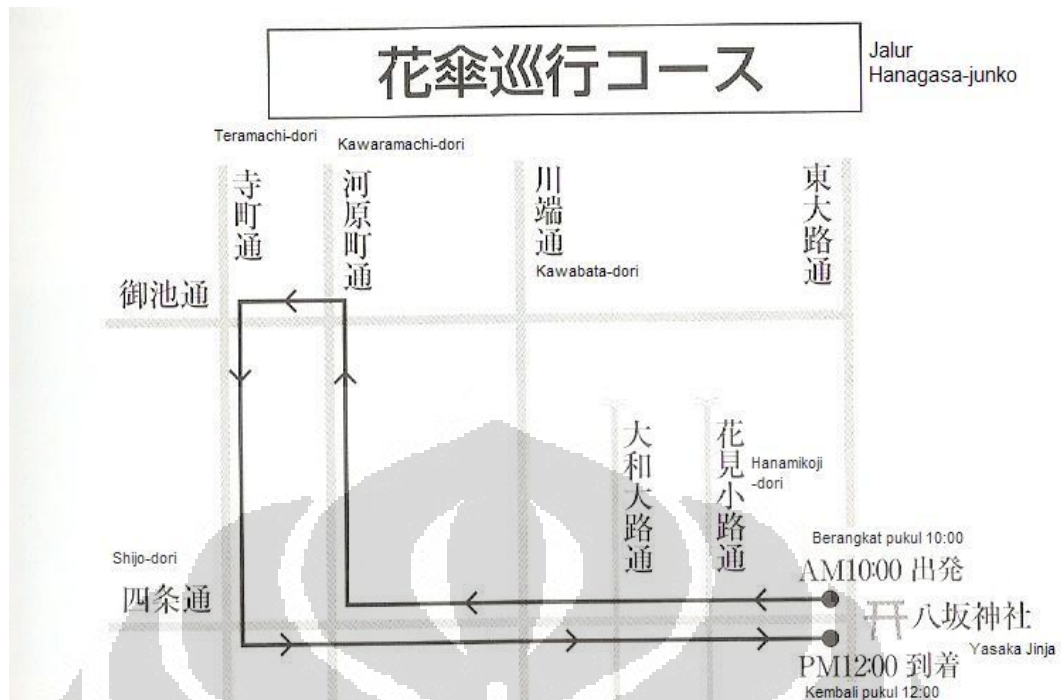
Pada periode tanggal 17-24 Juli, para *geisha* dan para gadis di Kyoto percaya bahwa bila mereka berjalan dari jembatan Shijo hingga Otabisho tanpa bicara pada siapapun, maka doa mereka akan dikabulkan. Pada masa ini, gadis-gadis mencoba melakukannya. Mereka berdoa di Yasaka Jinja, lalu berjalan dari jembatan Shijo hingga otabisho tanpa bicara.

3.5.15 *Sencha Kencha-sai*

Seperti *kencha-sai* yang diadakan pada tanggal 16, pada tanggal 23 Juli diadakan upacara minum teh (*chanoyu*). Kali ini giliran enam sekolah teh *Sencha* untuk menyiapkan upacara tersebut. Mereka menyiapkan tiga kantong teh *sencha* untuk dipersembahkan di altar.

3.5.16 *Hanagasa Junko dan Kankosai*

Pada 24 Juli pukul 10:00 dimulai parade *Hanagasa* atau disebut dengan *Hanagasa Junko*. Prosesi ini merupakan parade yang dilakukan oleh 1000 orang termasuk di dalamnya adalah *maiko*, para musisi, penari, dan diikuti oleh *Kasaboko*. Jalur yang digunakan adalah sepanjang *Shijo-dori*, lalu berbelok di *kawaramachi-dori*. Parade kemudian berbelok kembali di Teramachi-dori menuju *Shijo-dori* dan akhirnya kembali ke Yasaka Jinja.



Gambar 3.28 Rute *Hanagasa-Junko*

(Sumber: Yamaoka Yuuko, *Gion Matsuri no Himitsu*, 2008, Shirokawa Shoin, hal. 63)



Gambar 3.29 *Hanagasa-junko*

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal.53)

Setelah *Hanagasa Junko*, diadakan acara *Kankosai*. Pada acara ini tiga *mikoshi* yang diletakkan di *Otabisho* sejak tanggal 17, dibawa kembali ke Yasaka Jinja. *Mikoshi* ini dibawa satu per satu dimulai dari *Nakagoza*, diikuti *Higashigoza*, lalu *Nishigoza* melalui sebuah parade.

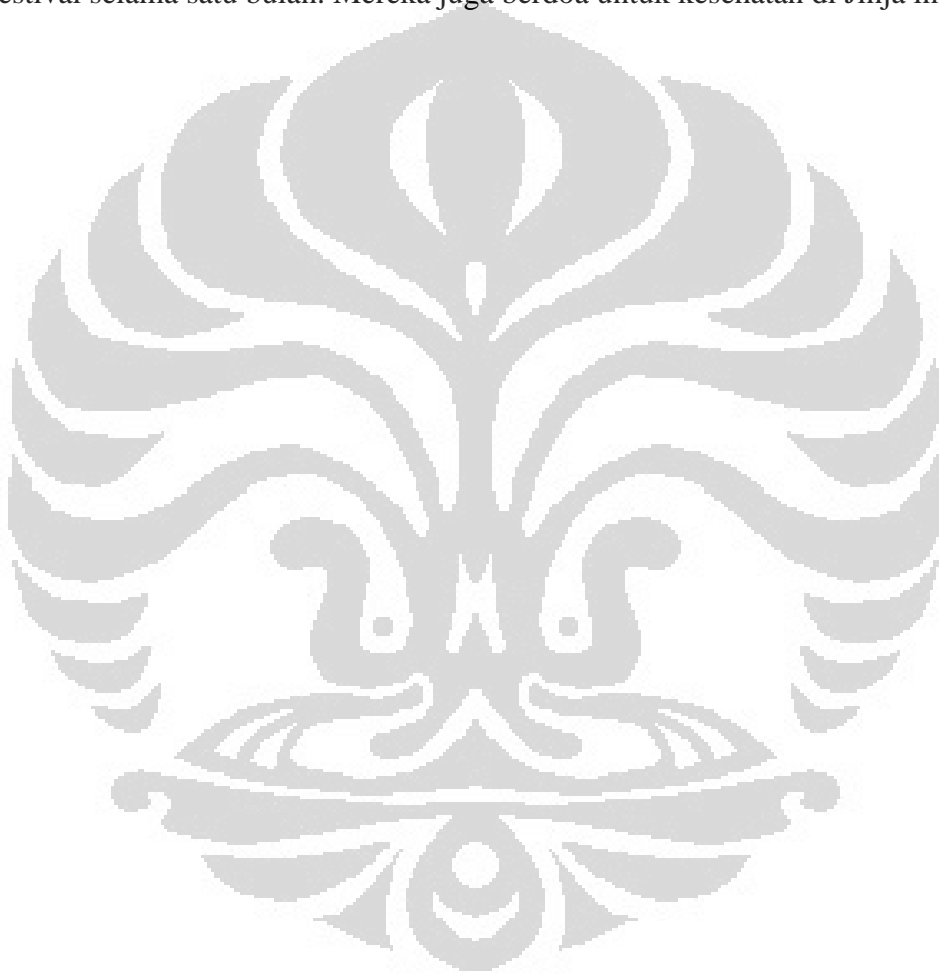
3.5.17 *Shiji-zumi Hokoku-sai*

Para tanggal 29 Juli, panitia penyelenggara mengunjungi Yasaka Jinja untuk melaporkan hasil dari festival yang telah berjalan selama sebulan ini.

Mereka juga berdoa dan menunjukkan rasa syukur atas kebaikan hati *kami* yang telah memberikan kelancaran bagi acara ini.

3.5.18 *Eki-jinja Nogoshi-sai*

Ini merupakan acara terakhir dari *Gion Matsuri*. Pada tanggal 31 Juli panitia penyelenggara melewati lingkaran tali jerami yang terdapat pada *Tori'i* pintu gerbang Eki Jinja untuk menunjukkan rasa syukur untuk keselamatan festival selama satu bulan. Mereka juga berdoa untuk kesehatan di Jinja ini.



BAB 4

KYOTO *GION MATSURI* SEBAGAI SARANA PRAKTIK KOMERSIAL INDUSTRI PARIWISATA

4.1 Potensi Komersial *Gion Matsuri*

Lipe berpendapat bahwa kebudayaan, selain merupakan jati diri atau identitas dari suatu bangsa, juga memiliki nilai dan makna simbolik, informatif, estetik, dan ekonomi³⁷. Hal ini berarti suatu kebudayaan juga memiliki nilai ekonomi yang dapat dikomersilkan. Salah satu wujud dari nilai ekonomi kebudayaan adalah pariwisata budaya. *Gion Matsuri* dahulu dilaksanakan untuk mengusir penyakit menular yang melanda Jepang. Akan tetapi, *Gion Matsuri* kini tidak hanya memiliki nilai spiritual, juga memiliki nilai lain sebagai daya tarik wisata. Hal ini dapat disimpulkan dari dipromosikannya *Gion Matsuri* di dalam buku wisata seperti *Lonely Planet*, serta majalah wisata seperti *Outdoor Japan Magazine*, dan *Kyoto Visitor's Guide*. Tidak hanya melalui media cetak, *Gion Matsuri* jg dipromosikan melalui media elektronik seperti *Kyoto Tourist Association* dalam alamat situs www.kyokanko.or.jp/4dai/4dai_index.html. Ada pula situs resmi pemerintah dalam bidang pariwisata yaitu situs *Japan National Tourism Organization* (JNTO) pada alamat situs <http://www.jnto.go.jp>. Selain JNTO, pemerintah Kyoto sendiri juga mempromosikannya dalam situs resmi pariwisata Kyoto, <http://www.city.kyoto.jp>.

³⁷ | Wayan Ardika, *Pusaka Budaya dan Pariwisata*, 2007, Pustaka Larasan, hal. 33.



Gambar 4.1 *Gion Matsuri* dalam Kyoto Visitor's Guide

(Sumber: www.kyotoguide.com/ver2/thismonth/gionmatsuri.html (28 Desember 2011))

Hal yang menarik bagi wisatawan yang datang adalah keunikan yang dimiliki oleh *Gion Matsuri*. Hal tersebut sesuai dengan komentar mengenai *Gion Matsuri* dari seorang warga asing bernama Saheed berikut ini.

As a foreigner, I think the Gion Festival is quite fascinating and amazing because it has continued for such a long time. I also realize its importance as it was initially started to help the people of Japan protect themselves against a major plague. As for the people of Kyoto, I would say the Gion Festival is becoming less of a spiritual event and more of a social one. It is a time that bonds people together through festivity and lets them open their hearts to the rest of the world. I think tourists will be amazed by the floats and the way that they are transported through the streets of Kyoto. If they were out on a Yoi-yama night they would fall in love with Kyoto's brilliance³⁸.

Terjemahan:

Sebagai orang asing, saya pikir *Gion Matsuri* cukup mengagumkan dan luar biasa karena telah berlangsung dalam waktu yang sangat lama. Saya

³⁸ <http://www.kyotoguide.com/ver2/thismonth/gionmatsuri10.html>

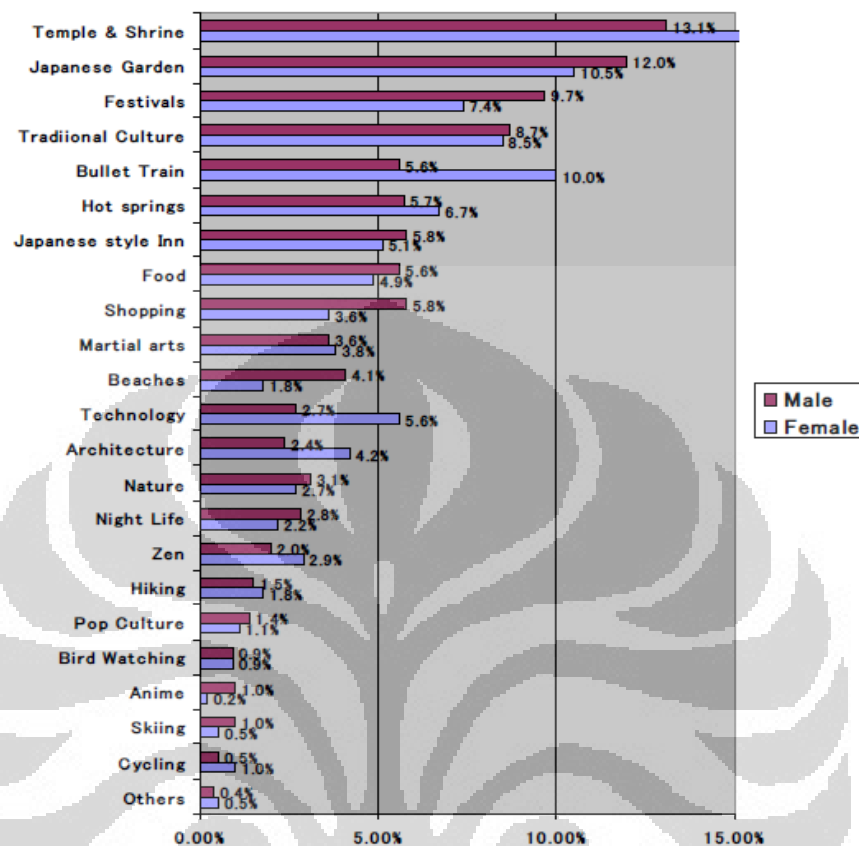
juga menyadari pentingnya *matsuri* ini untuk membantu warga Jepang melindungi diri mereka dari penyakit menular ketika pertama kali dimulai. Bagi penduduk Kyoto, saya berpendapat bahwa esensi *Gion Matsuri* dari sisi spiritual telah berkurang dan lebih mengarah pada sisi sosial. Inilah waktu yang mengikat orang-orang melalui *matsuri* dan membuka hati mereka untuk seluruh dunia. Saya pikir wisatawan akan terkejut dengan *yamaboko* dan bagaimana mereka diparadekan di jalan-jalan Kyoto. Jika mereka pergi ketika *Yoiyama*, mereka akan jatuh cinta pada keindahan Kyoto.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *Gion Matsuri* saat ini tidak hanya berfungsi sebagai sebuah ritual keagamaan, tapi juga telah menjadi sebuah atraksi wisata dengan keunikan yang dimilikinya. Hal tersebut juga dapat kita lihat dengan meningkatnya jumlah wisatawan pada bulan Juli dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya. Misalnya, jumlah wisatawan yang datang ke Kyoto pada bulan Juli 2003 sejumlah 2.843.000 orang. Jumlah ini meningkat dibandingkan bulan sebelumnya seperti Januari dengan jumlah 2.056.000, Februari 1.862.000 orang, dan Juni 2.837.000 orang³⁹. Sebagai salah satu atraksi wisata di Jepang, *Gion Matsuri* memiliki potensi komersial. Hal ini berarti bahwa daya tarik yang dimiliki *Gion Matsuri* menimbulkan kesempatan komersialisasi bagi para pelaku industri pariwisata.

Dalam sebuah survey yang digunakan Aki Ishido dalam penelitiannya melihat paket wisata yang diminati orang Inggris yang berwisata ke Jepang menunjukkan bahwa pariwisata yang berupa festival menempati urutan ketiga. Berikut adalah grafik yang digunakan oleh Aki Ishido.

³⁹ *Kyoto kankou chosa nenbou*, 2004, hal. 6.

Chart 7: Popular tourist attraction/activities during the trip to Japan (by gender)



Gambar 4.2 Atraksi wisata yang populer bagi warga Inggris ketika berpergian ke Jepang

(Sumber: Ishido, Aki, *How to Create an Attractive Package Tour to Japan: UK as a Target Market*, 2008, hal 64.

Berdasarkan data dari Biro Statistik Jepang, Inggris merupakan negara dengan jumlah wisatawan terbesar yang datang ke Jepang dari Eropa dengan angka ⁴⁰. Bangsa Inggris memberikan kontribusi yang besar bagi pariwisata Jepang. Ketertarikan warga Inggris akan atraksi wisata berupa festival, sebagai urutan ketiga, juga memberikan pengaruh bagi kepariwisataan Jepang.

Dalam berbagai buku seperti *Japanese Festivals* oleh Helen Bauer, dan *On The Road Being There* oleh William H. Swatos, Jr. mengatakan bahwa *Gion Matsuri* merupakan salah satu dari tiga *matsuri* atau festival terbesar di Jepang.

⁴⁰ <http://www.stat.go.jp/data/nenkan/zuhyou/y12220s2.xls>

Dalam situs resmi pemerintah Kyoto, hal serupa juga disebutkan seperti dalam kutipan berikut ini.

This festival, one of the three largest in Japan, along with the Kanda Festival in Tokyo and the Tenjin Festival in Osaka, lasts for almost a month.⁴¹

Terjemahan:

Festival ini, merupakan salah satu dari tiga terbesar di Jepang, bersama dengan Kanda Festival di Tokyo dan Tenjin Festival di Osaka, serta diadakan selama hampir satu bulan.

Sebagai salah satu festival terbesar di Jepang, diasumsikan bahwa Gion Masuri juga memiliki popularitas yang besar. Popularitas inilah yang membawa wisatawan untuk datang. Wisatawan datang dengan berbagai kebutuhan-kebutuhan yang tidak dapat dipenuhinya dengan cara serupa seperti ketika ia masih tinggal di lingkungan rumahnya. Di sinilah industri pariwisata berperan dan mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan yang bersifat komersil.

Dalam bidang industri, terdapat tiga pembagian jenis industri. Pertama adalah industri pokok, industri ini bergerak dalam bidang ekstraksi langsung dari alam. Kedua adalah industri sekunder yaitu industri yang mengolah bahan baku dari alam menjadi produk lain. Ketiga adalah industri tersier yang bergerak dalam bidang jasa. Industri tersier merupakan industri yang memberikan kontribusi terbesar bagi struktur industri dalam GDP (*Gross Domestic Product*) perekonomian Jepang. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini.

⁴¹ <http://www.city.kyoto.jp/koho/eng/festivals/gion.html>

Tabel 1 Struktur Industri dalam GDP Jepang

Table 3.2
Changes in Industrial Structure

(%)

Year	Employed persons ¹⁾			Gross domestic product (GDP) ²⁾		
	Primary industry	Secondary industry	Tertiary industry	Primary industry	Secondary industry	Tertiary industry
1950	48.5	21.8	29.6	-	-	-
1955	41.1	23.4	35.5	19.2	33.7	47.0
1960	32.7	29.1	38.2	12.8	40.8	46.4
1965	24.7	31.5	43.7	9.5	40.1	50.3
1970	19.3	34.0	46.6	5.9	43.1	50.9
1975	13.8	34.1	51.8	5.3	38.8	55.9
1980	10.9	33.6	55.4	# 3.5	# 36.2	# 60.3
1985	9.3	33.1	57.3	3.0	34.9	62.0
1990	7.1	33.3	59.0	2.4	35.4	62.2
1995	6.0	31.6	61.8	1.8	30.4	67.8
2000	# 5.1	# 29.2	# 64.5	1.7	28.5	69.8
2005	4.8	26.1	67.2	1.5	26.8	71.7

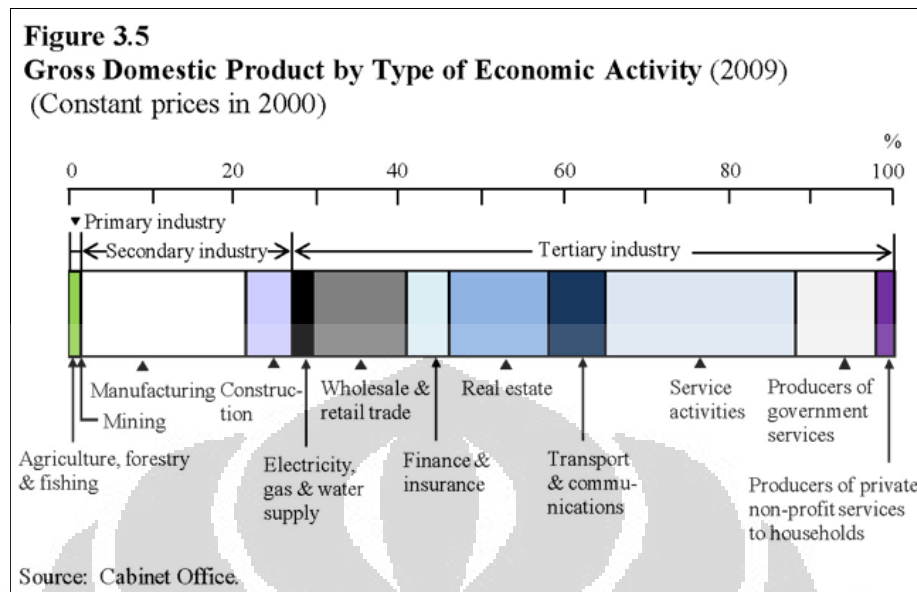
1) Due to the revision of the Japan Standard Industrial Classification, the figures from 2000 onward are not strictly consistent with those for 1995 or earlier. 2) Data from 1955 to 1979 are based on the 1968 SNA. Data from 1980 onward are based on the 1993 SNA.
Source: Statistics Bureau, MIC; Cabinet Office.

(Sumber: <http://www.stat.go.jp/english/data/handbook/c03cont.htm>

(29 Desember 2011))

Dalam tabel tersebut dapat dilihat bahwa komposisi struktur industri dalam GDP Jepang sebagian besar berasal dari industri tersier atau industri berupa jasa. Untuk lebih jelasnya perlu dilihat bagaimana struktur dalam industri tersier tersebut. Berikut ini adalah pembagian dalam GDP Jepang berdasarkan tipe kegiatan ekonomi.

Gambar 4.3 GDP Jepang tahun 2009 berdasarkan jenis kegiatan ekonomi



(Sumber: <http://www.stat.go.jp/english/data/handbook/c03cont.htm>
 (29 Desember 2011))

Dalam gambar tersebut ditunjukkan bahwa industri tersier kembali dibagi dalam beberapa bidang. Bidang-bidang tersebut seperti keuangan dan asuransi, kegiatan pelayanan, pelayanan pemerintah, perumahan, transportasi dan komunikasi, serta penyedia pasokan listrik, gas, dan air.

Seperti yang diungkapkan oleh R.G. Soekadijo dalam buku *Anatomi Pariwisata* (hal. 79-81), industri pariwisata tidak berdiri sendiri. Industri ini terbentuk dari berbagai industri lainnya yang saling mendukung. Menurut Ward dkk. sejumlah sektor yang berperan dalam industri pariwisata tersebut yaitu transportasi, akomodasi dan tempat makan, agen perjalanan dan biro wisata, atraksi wisata, pelayanan atau jasa (keuangan, pramuwisata, informasi wisata), dan organisasi kepariwisataan⁴².

Industri yang mendukung kegiatan pariwisata sebagian besar berbentuk industri jasa. Selain itu, salah satu industri yang penting lainnya adalah transportasi dan komunikasi. Transportasi sangat penting karena sebagian DTW, terutama yang berupa alam dan bangunan, tidak bisa dibawa keluar dari daerah asalnya. Melalui jasa transportasi wisatawan dapat pergi berwisata. Begitu pula

⁴² I Wayan Ardika, *Pusaka Budaya dan Pariwisata*, 2007, Pustaka Larasan, hal. 34.

komunikasi, saat berada di daerah di luar domisilinya, wisatawan membutuhkan jasa komunikasi agar dapat tetap terhubung dengan keluarga atau teman-temannya. Jika dilihat dari gambar 4.2 di atas, transportasi dan komunikasi (*transport and communication*), pelayanan keuangan dalam *Finance and Insurance*, serta kegiatan pelayanan atau jasa (*service activities*) menempati posisi yang cukup menonjol. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa industri pariwisata juga mengambil andil dalam struktur GDP Jepang begitu pula dengan *Gion Matsuri* sebagai salah satu bagian dari pariwisata Jepang. Melalui pariwisata, *Gion Matsuri* memiliki nilai ekonomi yang berpotensi komersial.

4.2 Pelaksanaan Acara *Gion Matsuri* dan Komersialisasi Budaya

Pemanfaatan kebudayaan sebagai atraksi wisata sering dianggap memberi dampak negatif bagi keaslian budaya tersebut. Salah satu contohnya adalah memudarnya nilai-nilai tradisi asli dalam kebudayaan tersebut. Selain itu pelaksanaan kebudayaan tersebut juga kurang mengindahkan nilai-nilai aslinya. Misalnya, ketika menyelenggarakan suatu kesenian tidak jarang terdapat unsur-unsur kepercayaan sehingga membutuhkan suatu ritual tertentu. Akan tetapi, saat ini pelaksanaan tersebut terkadang dipotong atau disesuaikan dengan keadaan wisatawan. Contohnya adalah pelaksanaan adat pernikahan secara Hindu yang dilaksanakan oleh orang asing yang tidak beragama Hindu karena wisatawan tersebut mampu membayar. Bagi beberapa pemuka agama Hindu, hal tersebut telah merusak nilai-nilai dalam upacara pernikahan tersebut⁴³. Menurut Yoeti, hal inilah yang disebut sebagai komersialisasi seni budaya.

Pelaksanaan *Gion Matsuri* sedikit berbeda dengan contoh pelaksanaan pernikahan adat Hindu di atas. Walaupun *Gion Matsuri* telah dijadikan sebagai atraksi wisata, tetapi dalam pelaksanaan *matsuri* itu sendiri dapat dikatakan tidak banyak mengalami komersialisasi budaya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa poin yang akan dijelaskan berikut.

Pertama adalah waktu pelaksanaan *Gion Matsuri* tidak diubah sesuai dengan keadaan wisatawan. Wisatawan mungkin tidak dapat menyaksikan seluruh rangkaian acara *Gion Matsuri* yang berlangsung selama satu bulan. Hal ini

⁴³ Oka A. Yoeti, *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*, 2006, PT Pradya Paramita, hal. 187.

dikarenakan biaya yang harus dikeluarkan akan sangat besar jika wisatawan harus menginap selama satu bulan di Kyoto. Walaupun mungkin wisatawan tidak dapat menyaksikan seluruhnya, pelaksanaan *matsuri* yang memakan waktu yang sangat panjang ini tidak dipotong.

Kedua adalah susunan acara *Gion Matsuri* juga tidak menyesuaikan dengan kebutuhan pengunjung. Acara dalam *Gion Matsuri* baik yang bernilai ritual maupun hiburan tetap dilaksanakan. Bahkan ada beberapa acara yang hanya boleh disaksikan oleh orang-orang yang berkepentingan seperti panitia dan pendeta dari Yasaka Jinja. Acara tersebut seperti *Kippu-iri*, *Ayagasa-boko Chigo Yuino Shasan*, serta *Kiyo-Harai*.

Salah satu sisi dari pelaksanaan *Gion Matsuri* yang sedikit berubah akhir-akhir ini adalah dengan diikutsertakannya beberapa orang asing ketika menarik *yamaboko* pada *Yamaboko Junko*. Salah satu orang asing ini adalah Shaheed Rupani yang berkebangsaan Kanada⁴⁴. Shadeed telah tinggal di Kyoto selama tiga tahun ketika ia ikut menarik *yamaboko* untuk pertama kalinya. Saat itu ia ikut menarik *Tsuki-boko*. Pada tahun 2011, terdapat 23 warga asing yang ikut menarik *yamaboko*. Status para warga asing ini adalah sebagai sukarelawan. Mereka mengikuti acara tanpa membayar. Walaupun begitu, hal ini telah menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dalam hal ini, pelaksanaan *Gion Matsuri* telah mengalami komersialisasi budaya.

4.3 Bentuk Praktik Komersial Industri Pariwisata Melalui *Gion Matsuri*

Pelaksanaan *matsuri* selama satu bulan lamanya merupakan salah satu unsur unik dari *Gion Matsuri*. *Matsuri* ini pun dilaksanakan tidak hanya di satu tempat saja melainkan melibatkan hampir seluruh kota Kyoto. Hal ini menyebabkan seluruh kota Kyoto ikut merasakan euphoria yang diciptakan oleh *Gion Matsuri*, mulai dari awal pelaksanaan hingga berakhirnya *matsuri*. Euphoria yang mencakup wilayah luas dalam kurun waktu relatif lama ini dapat membuat suasana kota Kyoto kental dengan hal-hal yang berhubungan dengan *Gion Matsuri*. Segala sesuatu mengenai *Gion Matsuri* menjadi hal yang diminati oleh masyarakat. Hal inilah yang dapat menimbulkan adanya peluang timbulnya

⁴⁴ <http://www.kyotoguide.com/ver2/thismonth/gionmatsuri10.html>

permintaan baru seperti yang dikatakan oleh Drucker (Lowe, hal. 288). bahwa salah satu faktor yang dapat memunculkan permintaan adalah “*a change in the perception or mood of the community*” yang berarti perubahan persepsi atau suasana suatu komunitas. Perubahan persepsi atau suasana tersebut tidak hanya terjadi pada penduduk kota Kyoto, tetapi juga pada wisatawan yang datang ke Kyoto. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri pariwisata untuk dapat menciptakan atau membuat inovasi produk, baik yang berupa barang maupun jasa, yang bernuansa *Gion Matsuri*.

4.3.1 Praktik Komersial Industri Pariwisata Berupa Jasa

Jika membicarakan industri jasa dalam dunia pariwisata, maka salah satu industri yang memiliki peran penting adalah biro wisata. Tidak semua wisatawan telah mengetahui dengan persis objek-objek wisata apa saja yang menarik di daerah tujuan wisata (DTW). Tidak semua wisatawan juga mengetahui medan di DTW sehingga bisa mengatur perjalanan yang efektif dan nyaman. Inilah jasa yang ditawarkan oleh biro wisata. Industri ini mengatur perjalanan wisatawan dalam paket-paket tertentu. Wisatawan hanya perlu membayar sejumlah uang dan biro wisata telah mengatur segala akomodasi dan transportasi yang dibutuhkan wisatawan. Tidak sedikit pula yang telah memasukkan jasa pemandu wisata sebagai bagian dari paket tersebut.

Perusahaan yang bergerak dalam industri biro wisata harus kreatif dan tanggap melihat situasi antara minat calon wisatawan dengan keadaan di DTW. Mereka harus bisa melihat hal-hal menarik yang sedang terjadi di DTW untuk ditawarkan kepada calon wisatawan. Hal-hal yang unik, apalagi jika hanya terjadi di waktu tertentu, tentu menarik bagi calon wisatawan.

Ketika *Gion Matsuri* dilaksanakan, beberapa biro wisata menawarkan paket wisata dengan *Gion Matsuri* sebagai salah satu bagian dari tempat wisata yang akan dikunjungi. Salah satu contoh biro wisata tersebut adalah *All Japan Tours* (AJT). Biro perjalanan wisata ini menawarkan perjalanan wisata selama 8 hari 7 malam dengan nama *Gion Summer Festival Tour*⁴⁵. Paket wisata ini memfokuskan pada wisata tradisional Jepang. Perjalanan ini dimulai dari kota

⁴⁵ <http://www.alljapantours.com/go-interests.php?sp=10> (14 Desember 2011)

Osaka pada tanggal 15 Juli dan berakhir di kota Tokyo tanggal 22 Juli. Dalam perjalanan tersebut diatur agar tanggal 17 Juli wisatawan akan tiba di kota Kyoto untuk menyaksikan acara puncak *Gion Matsuri*, *Yamaboko Junko* atau parade *Yamaboko*. Biaya satu paket ini untuk satu kelompok kecil yang terdiri dari maksimal 3 orang dikenakan USD 2198.00. Selain paket ini, AJT juga menyediakan paket lain selama 13 hari 12 malam dengan nama *Japan Enchantment-Gion Summer Festival Tour*. Paket wisata ini dimulai dari tanggal 10 Juli di Osaka dan berakhir tanggal 22 Juli di Tokyo dengan mengatur agar tanggal 18 dapat tiba di Kyoto untuk menyaksikan parade *yamaboko*. Paket kedua ini dikenakan biaya untuk satu kelompok kecil sebesar USD 4198.00.

Japan Enchantment - Gion Summer Festival Tour		Deluxe Series
Nights	13 days 12 nights	
Price	USD \$4198.00	<small>*Price is per person, twin or triple occupancy *Prices are excluding international flights</small>
Currency > US dollar > Canada dollar > Australian dollar > Singapore dollar > Euro > Pound		
Single room supplement	USD \$1298.00	

Gambar 4.4 Paket Wisata *Japan Enchantment – Gion Summer Festival* dari AJT

(Sumber: <http://www.alljapantours.com/go-tour.php?tp=GTO0376272#> (14 Desember 2011))

Selain AJT, terdapat pula biro wisata *Unique Japan Tours* yang menawarkan paket dengan nama *The Northern Trail*⁴⁶. Dalam paket ini, wisatawan akan diajak berwisata selama 14 hari 13 malam dimulai pada tanggal 8 Juli dari kota Tokyo hingga kembali ke kota Tokyo. Dalam paket wisata ini, wisatawan akan menghabiskan waktu 3 hari di kota Kyoto, lebih lama dibandingkan dengan kota lain, untuk menyaksikan *Gion Matsuri* dan turnamen sumo⁴⁷. Paket ini dikenakan biaya €3,885 per orang.

Selain biro wisata, ada pula industri yang disebut sebagai agen perjalanan. Agen perjalanan bertindak sebagai perantara antara wisatawan dengan industri pariwisata lainnya seperti hotel. *Destination Japan*, sebuah agen perjalanan

⁴⁶ <http://www.uniquejapantours.com/small-group-tours/the-northern-trail/> (14 Desember 2011)

⁴⁷ Sumo adalah salah satu jenis olah raga tradisional Jepang.

bekerja sama dengan Rihga Hotel Kyoto, salah satu hotel yang berada di sekitar stasiun Kyoto, menawarkan paket khusus bagi wisatawan yang menginap selama pelaksanaan *Gion Matsuri* dari tanggal 15-18 Juli 2011⁴⁸. Bagi tamu yang menginap di *Rihga Hotel Kyoto*, disediakan jasa wisata untuk berkeliling Kyoto dan menikmati *Yoi-yama* pada tanggal 16 Juli. Jasa wisata ini dibagi menjadi dua, pertama adalah *Kyoto Morning Tour*, paket wisata yang mengajak tamu untuk berkeliling kota Kyoto. Paket ini dikenakan biaya sebesar \$73.00. Paket kedua adalah *Kyoto Afternoon on Foot* yang mengajak tamu hotel berkeliling kota Kyoto dengan berjalan kaki. Paket ini dikenakan biaya sebesar \$58.00. Wisatawan juga dapat menikmati *Yoi-yama* dan berkeliling mengunjungi *yamabokomachi*. Keesokan harinya pada tanggal 17, wisatawan yang menginap dapat menyaksikan parade *Yamaboko*.

Calon wisatawan akan mendapatkan kesan bahwa jika menginap di *Rihga Hotel Kyoto* melalui agen *Destination Japan*, maka mereka dapat menikmati acara-acara *Gion Matsuri* terutama kedua acara yang banyak diminati wisatawan yaitu *Yoi-yama* dan *Yamaboko Junko*. Selain itu, harga kamar juga menjadi lebih murah. Selama tiga hari jika menginap di *twin room* melalui agen *Destination Japan*, hanya dikenakan biaya \$482 atau sekitar Rp 4.338.000,00. Jika menginap di *twiin room* tanpa melalui agen *Destination Japan*, dikenakan ¥17000 per hari sehingga selama tiga hari bisa mencapai sekitar Rp 8.670.000,00.

Gion Matsuri merupakan festival musim panas di Jepang. Seperti halnya festival musim panas di Jepang, masyarakat menikmatinya dengan datang mengenakan *yukata*⁴⁹. *Yoi-yama*, sebagai salah satu acara yang diminati wisatawan, dinikmati dengan berjalan-jalan mengunjungi *yamabokomachi* dengan mengenakan *yukata*. Namun, tidak semua wisatawan memiliki *yukata* pribadi. Di sinilah penyedia jasa penyewaan *yukata* berperan. Salah satunya adalah *Yumeyakata* yang menyewakan berbagai macam *yukata* dan *kimono*.

Yumeyakata menyewakan *yukata* untuk pria dan wanita. Tidak hanya dewasa, *Yumeyakata* juga menyewakan *yukata* untuk anak-anak. Harga sewa satu

⁴⁸ http://www.destination-japan.com/portals/0/Kyoto_Gion_Matsuri_Festival_Hotel_PKG.pdf (8 September 2011)

⁴⁹ *Yukata* adalah kimono musim panas dengan bahan yang lebih tipis dibanding kimono biasa.

yukata dewasa adalah ¥ 3.500. Penyewaan ini berlaku dari jam 10.00 hingga jam 19.30. Jika menyewa untuk pasangan, harga penyewaan menjadi ¥ 6.500. Selama *Yoi-yama* pada tanggal 14-17 Juli, Yumeyakata memberikan penawaran khusus untuk penyewa *yukata* wanita. Jika menyewa seharga ¥ 3.500 per orang atau ¥ 6.500 untuk sepasang, penyewa wanita akan mendapatkan satu *yukata* bonus. Penawaran ini hanya berlaku pada tanggal ketika *Yoi-yama* dilaksanakan.



Gambar 4.5 Brosur Penawaran Bonus *Yukata* oleh Yumeyakata selama *Yoi-yama Gion Matsuri*

(Sumber: <http://www.yumeyakata.com/english/index.html> (8 September 2011))

Penwaran ini dapat mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan. Jika mereka menyewa *yukata*, maka selain mereka bisa menikmati *yoi-yama* dengan mengenakan *yukata*, mereka juga mendapatkan bonus tambahan. Bagi beberapa orang yang mungkin berpikir tidak menyewa *yukata*, bisa berubah keputusannya jika melihat ada bonus tambahan yang menyerai paket penyewaan tersebut. Dengan demikian, pelanggan penyewaan *yukata* ini dapat meningkat.

4.3.2 Praktik Komersial Industri Pariwisata Berupa Barang

Industri pariwisata menghasilkan produk selain berupa jasa juga produk berupa barang. Produk berupa barang ini adalah pernak-pernik dengan tema *Gion Matsuri* yang dapat dibeli sebagai cendera mata. Cendera mata dibeli oleh wisatawan salah satu tujuannya adalah untuk dapat mengingatkan mereka akan perjalanan yang pernah mereka lakukan. Cendera mata juga dapat menjadi alat yang membuktikan bahwa seseorang pernah pergi ke daerah tertentu.

Ketika *Yoi-yama*, setiap *yamabokomachi* membuka stand penjualan barang-barang khas *yamaboko* mereka masing-masing. Pada masa ini barang-barang khas *Gion Matsuri* dapat dibeli serta dapat pula dijadikan sebagai cendera mata. Sebenarnya, sebagian besar barang-barang yang di jual di stand-stand *yamaboko* merupakan jimat dengan makna tertentu. Akan tetapi, bagi wisatawan yang tidak memiliki keyakinan yang sama, maka membeli benda-benda tersebut dianggap seperti membeli cendera mata.

Beberapa *stand yamabokomachi* menjual *chimaki* atau kue beras Jepang. Kue beras tersebut dibungkus dengan kemasan yang unik dan khas dari masing-masing *yamaboko*. Misalnya adalah *chimaki* dari Naginata-hoko berbeda kemasannya dengan kue beras dari Kikusui-boko yang berwarna-warni. Kue beras dari Moshō-yama dibungkus dengan kain katun dan kain tersebut terlihat seperti salju. Kue beras dari Aburatenjin-yama memiliki kemasan yang ditempelkan dengan bunga plum sebagai asosiasi dari dewa langit. Ada pula kue beras dari Toro-yama. Kue beras ini dihias dengan belalang sembah yang dibuat dari origami emas. Selain itu, kue beras juga dihias dengan ranting pohon *sakaki* dan kertas putih yang digunakan dalam ritual Shinto.



Gambar 4.6 *Chimaki* dari Naginata-hoko (kiri) dan Toro-yama (kanan)

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 110)

Selain dari keberagaman kemasan kue beras tersebut, ada pula kue beras yang dipercayai memiliki khasiat tertentu. Ashikari-yama merupakan yama yang

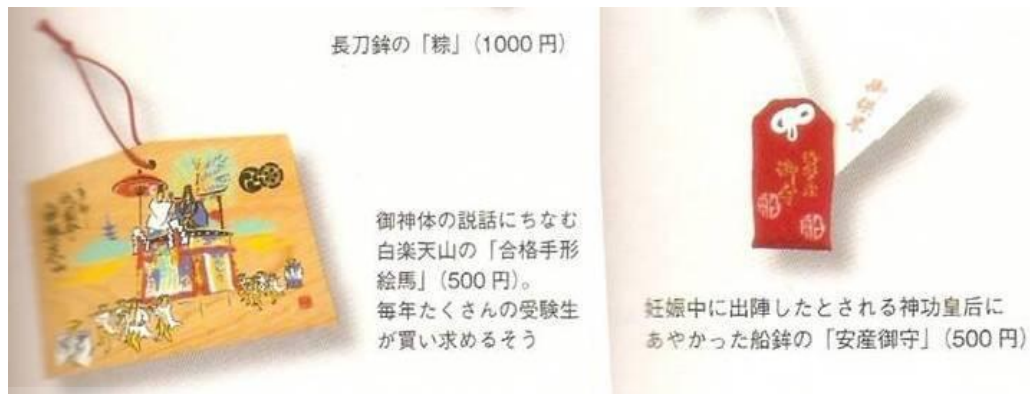
mengangkat tema sebuah drama noh antara hubungan dua orang suami istri. Kue beras yang dijual dari Ashikari-yama memiliki mantra untuk keharmonisan hubungan suami istri serta perjodohan. Kue beras ini dihias dengan jimat kertas krep berwarna putih. Hosho-yama yang mengangkat tema cinta antara Hosho dan Shikibu, dipercaya menjadi lambang bagi kelancaran jodoh. Kue beras dari Hosho-yama juga dipercaya dapat membawa keberuntungan dalam jodoh. Kue-kue beras tersebut dijual dengan harga sekitar 700 hingga 1500 Yen.



Gambar 4.7 Chimaki dari Hosho-yama (kiri) dan Ashikari-yama (kanan)

(Sumber: Yamaoka Yuuko, *Gion Matsuri no Himitsu*, 2008, Shirokawa Shoin, hal. 146 (kiri), dan Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 110 (kanan))

Stand Hosho-yama tidak hanya menjual kue beras yang dipercaya dapat memberi kelancaran jodoh. Stand ini juga menjual jimat yang juga dipercaya sebagai pembawa kelancaran jodoh. Selain Hosho-yama, Fune-boko juga menjual jimat bagi ibu hamil. Fune-boko dipercaya sebagai lambang dari keselamatan kelahiran sehingga jimat yang dijual juga dipercaya memiliki khasiat yang sama. Berikutnya ada pula plat bertuliskan kululusan dari Hakurakuten-yama yang berhubungan dengan cerita sebuah objek pemujaan.



Gambar 4.8 Jimat kelulusan dari Hakurakuten-yama (kiri) dan jimat kelahiran dari Fune-boko (kanan)

(Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 110)

Cendera mata khas *Gion Matsuri* tidak hanya barang-barang yang dijual dari stand-stand *yamaboko*. Ada pula barang-barang lain yang dijual oleh industri cendera mata. Contohnya adalah lampion yang digunakan ketika festival. *Hannariya*, sebuah toko kerajinan di Kyoto, menawarkan lentera *Gion Matsuri* yang dipakai ketika festival. Lampion ini memiliki dua warna merah dan putih. Harga satu lampion adalah AU \$ 106.12.



Gambar 4.9 Lampion *Gion Matsuri* dari *Hannariya*

(Sumber: http://stores.ebay.com.au/HannariYa/_i.html_nkw=gion+matsuri&_trksid=p3286.c0.m57

(8 september 2011))

Selain lampion ada pula souvenir berupa kaos bertuliskan *Gion Matsuri*. Kaos ini dijual oleh Café Press dan memiliki berbagai model dan warna. Harga kaos ini pun beragam dari \$24,00 hingga \$34,00.



Gambar 4.10 Kaos *Skull and Gion Matsuri*

(Sumber: <http://www.cafepress.com/dd/22335680> (16 Desember 2011))

Berbagai macam produk yang membawa nama *Gion Matsuri* ini hanya berlaku pada masa tertentu saja. Seperti salah satu ciri produk wisata berupa jasa yang disebutkan oleh Suwardjoko P. Warpani dan Indira P. Warpani (2006, hal. 64) bahwa produk wisata berupa jasa tidak bisa ditimbun. Produk tersebut hanya bisa dinikmati pada saat itu saja, tidak dapat dipindahkan ke waktu lain. Begitu pula dengan penawaran-penawaran bersifat komersial ini. Mengikuti dengan euphoria *Gion Matsuri* yang mereda ketika *Gion Matsuri* selesai dilaksanakan, maka penawaran ini tidak lagi memiliki potensi komersial sebesar saat *Gion Matsuri* diadakan.

BAB 5

KESIMPULAN

Gion Matsuri pertama kali diadakan untuk menghilangkan wabah penyakit yang melanda Jepang sekitar tahun 869. Festival ini pun terus diadakan setiap tahun selama sebulan penuh. Saat ini, *Gion Matsuri* telah memiliki nilai lain selain spiritual yaitu sebagai atraksi wisata. Sebagai salah satu festival terbesar di Jepang, *Gion Matsuri* menarik para wisatawan yang memiliki minat cukup besar terhadap atraksi wisata berupa festival. *Gion Matsuri* menjadi atraksi wisata yang disukai wisatawan dengan keunikannya. Salah satu hal yang unik bagi wisatawan adalah banyaknya jenis *yamaboko* dalam parade *yamaboko*. Hal lainnya adalah ketika *Yoi-yama*. Pada saat ini wisatawan berjalan-jalan melihat-lihat kota Kyoto yang diterangi oleh lampion. Wisatawan yang datang memiliki kebutuhan yang tidak dapat mereka penuhi dengan cara mereka ketika berada di daerah asal. Oleh karena itu, industri pariwisata dibutuhkan. Industri inilah yang akan memenuhi kebutuhan wisatawan selama mereka berwisata melalui produk yang mereka tawarkan. Industri pariwisata pun mendapat kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari para wisatawan ini. Potensi komersial yang dimiliki *Gion Matsuri* memicu terjadinya komersialisasi.

Pemanfaatan kesenian sebagai bagian dari budaya sebagai atraksi wisata sering dianggap merusak keaslian seni tersebut. Hal ini disebabkan karena pelaksanaan kesenian tersebut terkadang tidak lagi mengindahkan nilai-nilai aslinya. Penyelenggaraan kesenian tersebut kini menyesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan wisatawan. Pelaksanaan *Gion Matsuri* sebagai atraksi wisata dapat dikatakan tidak banyak mengalami perubahan esensi. Waktu pelaksanaan *Gion Matsuri* tidak sengaja diubah atau ada bagian yang dihilangkan dalam prosesi yang sebenarnya, demi memenuhi kebutuhan wisatawan. Hanya saja akhir-akhir ini diizinkan adanya warga negara asing untuk ikut menarik *Yamaboko* pada *Yamaboko Junko*. Walaupun mereka ikut serta sebagai sukarelawan, hal tersebut telah menjadi daya tarik tersendiri yang menjadi sisi yang telah dikomersialisasikan.

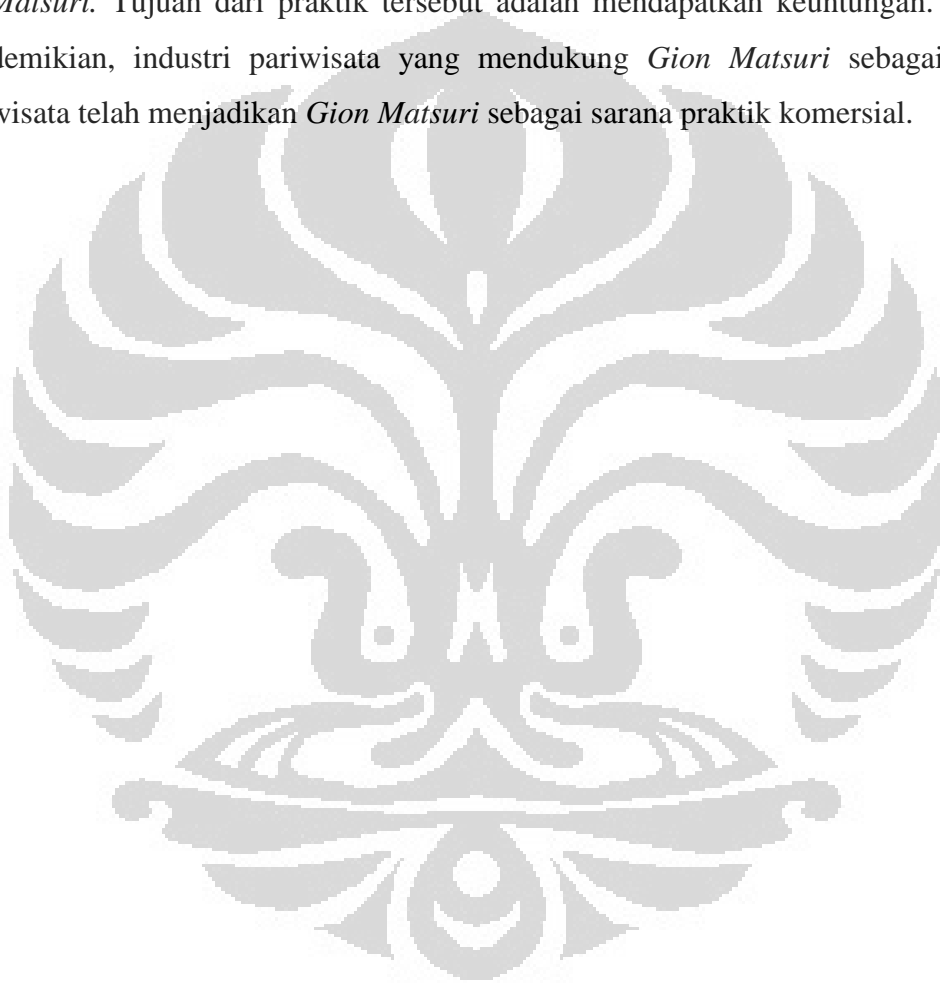
Komersialisasi yang terbesar terjadi pada praktik-praktik yang dilakukan oleh industri pariwisata yang mendukung *Gion Matsuri* sebagai atraksi wisata. Industri pariwisata tersebut memanfaatkan perubahan suasana yang terjadi pada masyarakat ketika *Gion Matsuri* dilaksanakan. Ketika itu, minat masyarakat terfokus pada *Gion Matsuri* sehingga segala hal tentang *Gion Matsuri* diminati. Berdasarkan hal tersebut, industri pariwisata melakukan inovasi produk mereka menjadi bernuansa *Gion Matsuri* dan mempromosikannya untuk tujuan komersial. Pendapatan ini pun ikut memberi andil dalam GDP Jepang.

Bentuk Praktik komersial tersebut terjadi pada barang produksi berupa barang dan jasa. Dalam bidang jasa, contoh praktik tersebut adalah adanya penawaran paket wisata khusus oleh biro wisata dengan *Gion Matsuri* sebagai salah satu atraksi utama. Hal ini dapat menarik wisatawan yang ingin melihat *Gion Matsuri* sekaligus ingin melihat tempat-tempat lain di Jepang. Wisatawan juga tidak perlu bersusah payah untuk mengatur jalur-jalur perjalanan sehingga wisata mereka lebih terasa praktis. Contoh lainnya adalah ketika dilaksanakannya *Gion Matsuri*, ditawarkan harga khusus menginap di hotel tertentu jika memesan melalui agen perjalanan. Harga khusus tersebut dapat lebih murah hingga dua kali lipat jika dibandingkan dengan harga normal. Tentu saja hal ini sangat menarik bagi wisatawan karena mereka bisa mendapatkan kualitas yang sama dengan harga yang jauh lebih murah. Lalu ada pula penawaran bonus *yukata* bagi penyewa *yukata* selama *yoiyama* berlangsung. Bagi wisatawan, adanya bonus dapat menarik minat mereka untuk menggunakan jasa penyewaan *yukata* tersebut. Wisatawan yang awalnya tidak berniat menyewa *yukata* dapat berubah pikirannya jika melihat adanya bonus yang menyertai produk jasa tersebut.

Dalam bidang industri barang, ketika *yoi-yama* setiap *yamabokomachi* menjual benda-benda khas *Gion Matsuri* sebagai cendera mata. Walaupun benda-benda tersebut sebagian besar sebenarnya adalah jimat, tetapi bagi wisatawan yang bukan penganut kepercayaan, benda tersebut berfungsi sebagai cendera mata. Cendera mata ini berfungsi untuk mengingatkan mereka akan perjalanan mereka melihat *Gion Matsuri* dan atau sebagai bukti bahwa mereka pernah datang dan menyaksikan *Gion Matsuri*. Selain itu, ada pula industri kerajinan yang membuat lampion dan kaos khas *Gion Matsuri* untuk dijual. Penawaran-penawaran semacam

ini tidak bisa disajikan setiap saat. Seiring dengan menurunnya euphoria masyarakat akan *Gion Matsuri* ketika acara ini telah selesai, maka antusiasme masyarakat juga akan berkurang. Nilai komersil dari penawaran ini pun tidak akan setinggi ketika *Gion Matsuri* masih berlangsung.

Indutri pariwisata melalui praktik-praktik tersebut telah menggunakan nama *Gion Matsuri* untuk bisa menjual produk mereka. Mereka mebuat suatu produk khusus dengan memanfaatkan ketertarikan wisatawan terhadap *Gion Matsuri*. Tujuan dari praktik tersebut adalah mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, industri pariwisata yang mendukung *Gion Matsuri* sebagai atraksi wisata telah menjadikan *Gion Matsuri* sebagai sarana praktik komersial.



DAFTAR PUSTAKA

Media Cetak

- APA Publications (HK) Ltd. 1995. *Insight Guides Japan*. Singapore: Hofer Press Pte Ltd.
- Ardika, I Wayan. 2007. *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan.
- Bauer, Helen dan Sherwin Carlquist. 1977. *Japanese Festivals*. Japan: Charles E. Tuttle Company, Inc.
- Beech, John dan Simon Chadwick. 2006. *The Bussiness of Tourism Management* England: Pearson Education Limited.
- Genjiro, Ito, dkk. 2004. *Mini Encyclopedia of Japan*. Japan: Shogakukan Square Inc.
- Ishido, Aki. 2008. *How to Create an Attractive Package Tour to Japan: UK as a Target Market* (disertasi).
- Kodansha International Ltd. 1999. *The Kondansha Encyclopedia: Japan Profile of Nation*. Japan: Kodansha International Ltd.
- Kodansha Ltd. 1982. *Nihon no Matsuri*. Japan: Kodansha Ltd.
- Lowe, Robin dan Sue Marriott. 2006. *Enterprise: Entrepreneurship and Innovation. Concept, Contexts, and Commercialization*. Netherlands: Butterworth-Heinenmann, hal 288.
- Nakata, Akira. 2011. *Kyōto Gion Matsuri*. Japan: Kyōto Shinbun Dekata Sentā.
- Popham, Peter. 1984. *The Insider's Guide to Japan*. Hongkong: Kodansha International Ltd.
- Soekadijo, R.G. 1997, *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Swatos, William H., Jr. 2006. *On The Road Being There*. Netherlands: Leiden.

Warpani, Suwarjoko P. dan Indira P. Waparni. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung: Penerbit ITB.

Yamaji, Kozo. 2009. *Kyōto Gion Matsuri wa naze okonawarerunoka –sono rekishi to shisutemu*. Asia/Pacific Cultural Centre for UNESCO.

Yamaoka, Yuuko. 2008. *Gion Matsuri no Himitsu*. Japan: Shirokawa Shoin.

Yoeti, Oka A., dkk. 2006. *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Media Elektronik

<http://gionmatsuri.jp>

http://stores.ebay.com.au/HannariYa/_i.html_nkw=gion+matsuri&_trksid=p3286.c0.m57

<http://web.kyoto-inet.or.jp/org/yasaka/english/index.html>

<http://www.alljapantours.com/go-interests.php?sp=10>

<http://www.cafepress.com/dd/22335680>

<http://www.city.kyoto.jp/koho/eng/festivals/gion.html>

http://www.destination-japan.com/portals/0/Kyoto_Gion_Matsuri_Festival_Hotel_PKG.pdf

<http://www.jnto.go.jp>

<http://www.kyotoguide.com/ver2/thismonth/gionmatsuri10.html>

<http://www.stat.go.jp/data/nenkan/zuhyou/y12220s2.xl>

<http://www.stat.go.jp/english/data/handbook/c03cont.htm>

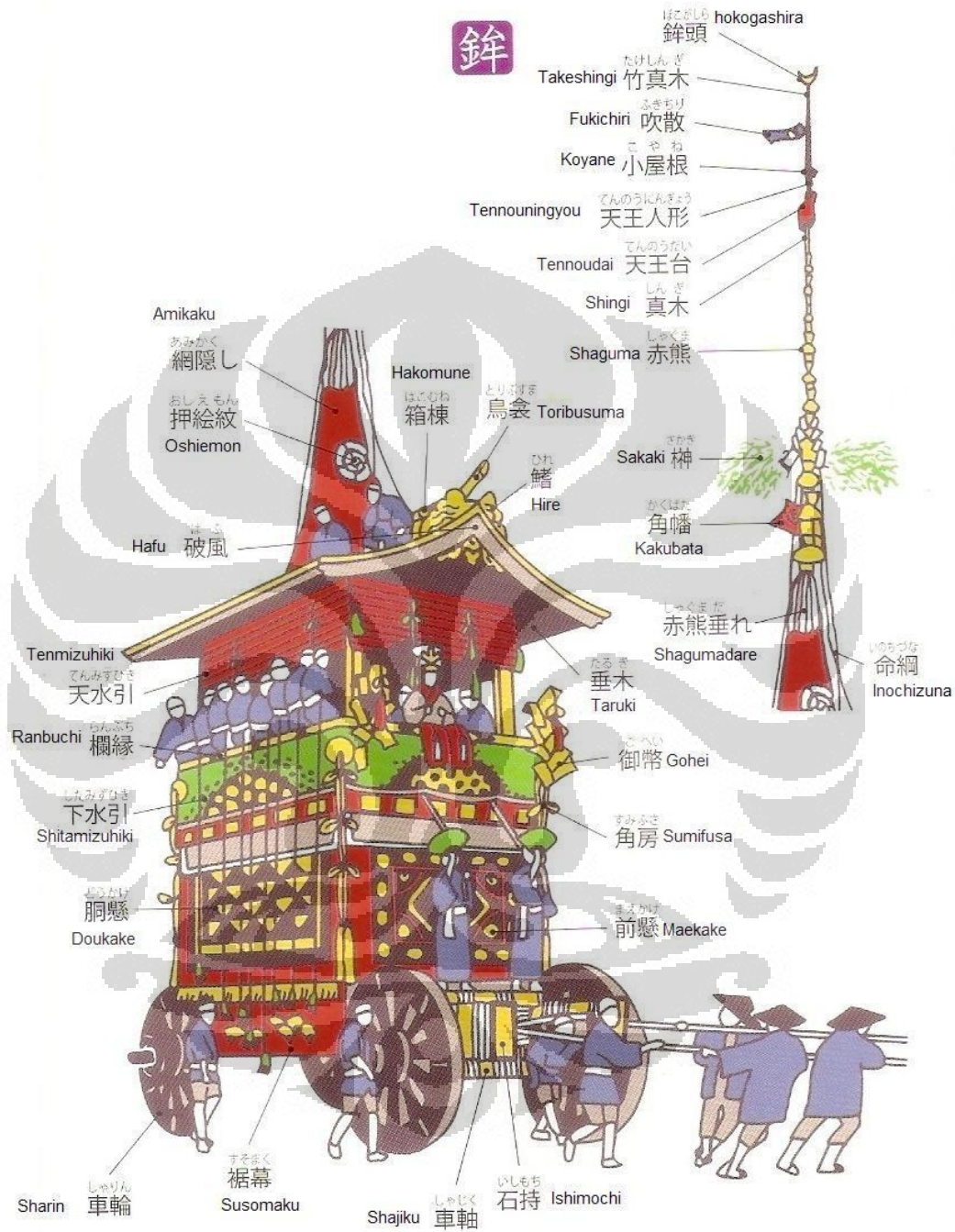
<http://www.uniquejapantours.com/small-group-tours/the-northern-trail>

<http://www.yumeyakata.com/english/index.html>

www.kyokanko.or.jp

www.kyokanko.or.jp/4dai/4dai_index.html

Lampiran 1 Bagian-bagian Hoko



Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 60

Lampiran 2 Bagian-bagian Yama



Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, *Kyōto Shinbun Dekata Sentā*, hal. 61.

Lampiran 3 Daftar 32 Yamaboko

- 
1. Naginata-hoko
 2. Ayagasa-boko
 3. Fune-boko
 4. Houka-boko
 5. Kanko-hoko
 6. Niwatori-boko
 7. Shijyoukasa-boko
 8. Kikusui-boko
 9. Tsuki-boko
 10. Aburatenjin-yama
 11. Araretenjin-yama
 12. Ashikari-yama
 13. Ennougyouja-yama
 14. Hachiman-yama
 15. Hakuga-yama
 16. Hakurakuten-yama
 17. Hashibenkei-yama
 18. Houshou-yama
 19. Iwato-yama
 20. Jyoumyou-yama
 21. Kakkyo-yama
 22. Kita-kannon-yama
 23. Koi-yama
 24. Kuronushi-yama
 25. Minami-kannon-yama
 26. Mousou-yama
 27. Suzuka-yama
 28. Taishi-yama
 29. Tokusa-yama
 30. Tourou-yama
 31. Urade-yama
 32. Yamabushi-yama

Sumber: Yamaoka Yuuko, *Gion Matsuri no Himitsu*, 2008, Shirokawa Shoin.

Lampiran 4 Susunan Acara Gion Matsuri

Tanggal	Acara	Tempat	Keterangan
1-5 Juli	<i>Kippu-iri</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Acara pembukaan festival. Panitia berkumpul untuk berdoa dan membahas rencana.
1 Juli (10:00)	<i>Naginata-hoko Cho Osendo</i>	Yasaka Jinja	Naginata-hoko <i>Chigo</i> berkunjung ke Yasaka Jinja untuk berdoa.
1 Juli	<i>Nikai Bayashi</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Para pemain musik berlatih di lantai dua <i>Yamabokomachi</i> .
2 Juli (10:00)	<i>Kujitori Shiki</i>	Ruang Dewan Kota Kyoto	Pengambilan undian untuk menentukan urutan dalam parade <i>Yamaboko</i> .
2 Juli (11:30)	<i>Yamaboko Rengokai Shasan</i>	Yasaka Jinja	Panitia mengunjungi Yasaka Jinja untuk mensucikan diri dan berdoa.
3 Juli (10:00)	<i>Fune-boko Shinmen Aratame</i>	Ruang pertemuan Fune- boko	Mengkonfirmasi keadaan topeng yang akan digunakan di Fune-boko.
5 Juli (15:00)	<i>Naginata-hoko Chigo Mai Hirou</i>	Ruang pertemua Naginata-hoko	Naginata-hoko <i>Chigo</i> menarikan “ <i>Taihei no mai</i> ”.
7 Juli (14:30)	<i>Ayagasa-boko Chigo Yuino Shasan</i>	Yasaka Jinja	Pertemuan antara panitia dan 6 <i>chigo</i> pemimpin Ayagasa-hoko.
9 Juli	<i>Miyabi-kai Osendo</i>	Yasaka Jinja	Para <i>maiko</i> mengunjungi Yasaka Jinja untuk berdoa.
10-14 Juli	<i>Yamaboko Tate</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Penyatuan komponen <i>Yamaboko</i>
10-15 Juli	<i>Kiyo Harai</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Pendeta dari Yasaka Jinja mengunjungi <i>Yamabokomachi</i> untuk berdoa
10 Juli	<i>Nagnata-hoko-Cho Osasuri no Gi</i>	Ruang pertemuan Naginata-hoko	Pensucian panitia menggunakan pedang tombak yang akan dipasang di puncak <i>Yamaboko</i> .
10 Juli (10:00)	<i>Shinyosui Kiyo Harae Shiki</i>	Jembatan Shijo	Pengambilan air dari sungai Kamo untuk mensucikan <i>mikoshi</i> .
10 Juli (16:30)	<i>Omukae Chocin</i>	Depan Yasaka Jinja	Parade para penari membawa lentera untuk menyambut <i>mikoshi</i> .
10 Juli (19:00)	<i>Mikoshi Arai Shiki</i>	Yasaka Jinja dan Jembatan Shijo	Upacara penyucian ketiga <i>mikoshi</i> .
12-14 Juli	<i>Hikizome dan Kakizome</i>	Kota Kyoto	Percobaan jalur parade <i>Yamaboko</i> (<i>Yamaboko Junko</i>).
13-16 Juli	<i>Kaisho Kazari</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Benda pemujaan dan hiasan-hiasan diperlihatkan untuk umum.
13 Juli (11:00)	<i>Naginata-hoko Chigo Shasan</i>	Yasaka Jinja	Naginata-hoko <i>chigo</i> mengunjungi Yasaka Jinja untuk

			menerima pemberkatan.
13 juli (14:00)	<i>Kuze Komagata Chigo Shasan</i>	Yasaka Jinja	Pemilihan <i>Kuze Komagata Chigo</i> yang akan memimpin <i>Nakagoza mikoshi</i> ketika parade.
13-16 Juli	<i>Kikusui-boko Chakai</i>	Ruang pertemuan Kikusui-boko	Upacara minum teh (<i>chanoyu</i>) yang diadakan Omote Senke, Ura Senke, dan Enshuryu.
13-16 Juli	<i>Gion Bayashi</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Pemusik memainkan lagu <i>Gion Bayashi</i> di atas <i>yamaboko</i> .
14 Juli (14:00)	<i>Ichirizuka Matsukazari Shiki</i>	Ruang pertemuan <i>Mitsubara Nakano-cho</i>	Upacara ritual Shinto yang dilakukan oleh pendeta dari Yasaka dan Naginata-hoko <i>Chigo</i> .
14-16 Juli	<i>Yoiyama</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Malam menjelang parade, lampu dinyalakan, musik <i>Gion Bayashi</i> dimainkan, dan stand <i>Yamaboko</i> dibuka.
14-16 Juli	<i>Byobu Matsuri</i>	<i>Yamabokomachi</i>	Beberapa pemilik rumah membuka rumah mereka untuk memperlihatkan barang pemujaan dan hiasan-hiasan.
15 Juli (5:00)	<i>Imitake Tate</i>	Perempatan Shijo-dori	Pemasangan tali jerami Shinto yang akan dipotong saat parade.
15 Juli (15:00)	<i>Dento Geino Hono</i>	Yasaka Jinja	Pertunjukan berbagai kesenian tradisional.
16 Juli (09:00)	<i>Kenchai-sai</i>	Yasaka Jinja	Penyiapan <i>matcha</i> (teh hijau) untuk dipersembahkan di altar.
16 Juli (14:00)	<i>Ennogyoja-yama Goma Taki Kuyo</i>	<i>Ennogyoja- yama-cho</i>	Pendeta dari kuil Shogoin membakar kertas berisi permohonan dan berdoa untuk keselamatan festival.
16 Juli (18:00)	<i>Yoi-miya Shinshin Hono Gyoji</i>	Area Gion	Pertunjukkan musik dan tari di atas panggung di pinggir Shijo-dori.
16 Juli (18:30)	<i>Iwami-Kagura</i>	Yasaka Jinja	Tarian Shinto yang menceritakan <i>Susanoo-no-mikoto</i> mengalahkan <i>Orochi-no-mikoto</i>
16 Juli (22:30)	<i>Hiyori Kagura</i>	<i>Yamabokomachi- Yasaka Jinja- Otabisho</i>	Para pemusik berparade dari Yasaka Jinja menuju Otabisho lalu kembali.
16 Juli (23:00)	<i>Fune-boko Goshintai Hara- obi Maki</i>	<i>Fune-boko-cho</i>	Penaikan patung Ratu Jingga ke atas Fune-boko.
16 Juli (23:30)	<i>Abare Kannon</i>	<i>Minami-kannon- yama-cho</i>	Patung Abare Kannon (dewi belas kasih dibawa berkeliling distrik.
17 Juli (9:00)	<i>Yamaboko Junko</i>	Kota Kyoto	Parade 32 <i>Yamaboko</i> mengelilingi kota Kyoto.

17 Juli	<i>Kuji Aratame</i>	Perempatan Shijo-dori	Pengecekan urutan <i>Yamaboko</i> .
17 Juli	<i>Shime Nawa Kiri</i>		Pemotongan tali jerami Shinto oleh Naginata-hoko <i>chigo</i> , tanda dimulainya parade.
17 Juli (18:00)	<i>Shinkosai</i>	Yashaka Jinja-kota Kyoto- <i>Otabisho</i>	Parade tiga <i>mikoshi</i> berkeliling kota Kyoto lalu diletakkan di Otabisho.
17-24 Juli	<i>Mugon Mairi</i>	Yashaka Jinja-Jembatan Shijo- <i>Otabisho</i>	Para gadis berjalan dari jembatan Shijo hingga Otabisho tanpa bicara agar permohonannya dikabulkan.
24 Juli (10:00)	<i>Hanagasa Junko</i>	Kota Kyoto	Parade 1000 orang penari dan pemusik bersama Kasa-boko.
24 Juli (17:00)	<i>Kankosai</i>	<i>Otabisho</i> -Yasaka Jinja	Parade tiga <i>mikoshi</i> dari Otabisho kembali ke Yasaka Jinja.
29 Juli (16:00)	<i>Shinjizumi Hokoku-sai</i>	Yasaka Jinja	Panitia melaporkan hasil festival dan bersyukur atas kelancaran acara.
31 Juli (10:00)	<i>Eki Jinja Nagoshi Sai</i>	Eki Jinja	Panitia melewati lingkaran tali pada Tori'i Eki Jinja sebagai rasa syukur atas hasil yg baik dan berdoa untuk kesehatan.

Sumber: Nakata Akira, *Kyōto Gion Matsuri*, 2011, Kyōto Shinbun Dekata Sentā, hal. 20-56.

今年の山鉦巡行順は？

※●は、くじ取らずの山鉦

平成19年（2007）				年			
（前祭）				（前祭）			
1	●	長刀鉦	Haginata-hoko	1	●	長刀鉦	
2		山1番 芦刈山	Ashikari-yama	2		山1番	
3		山2番 太子山	Taishi-yama	3		山2番	
4		山3番 白楽天山	Hakurakuten-yama	4		山3番	
5	●	函谷鉦	Kanko-boko	5	●	函谷鉦	
6		山4番 澁天神山	Araretenjin-yama	6		山4番	
7		傘1番 綾傘鉦	Ayagasa-boko	7		傘1番	
8		山5番 伯牙山	Hakuga-yama	8		山5番	
9		鉦1番 月鉦	Tsuki-yama	9		鉦1番	
10		山6番 木賊山	Takusa-yama	10		山6番	
11		山7番 孟宗山	Mousou-yama	11		山7番	
12		山8番 古出山	Urada-yama	12		山8番	
13		鉦2番 鷓鉦	Iiwatori-yama	13		鉦2番	
14		山9番 郭巨山	Katsukyoyama	14		山9番	
15		傘2番 西条傘鉦	Shijoukasa-boko	15		傘2番	
16		山10番 油天神山	Aburatenjin-yama	16		山10番	
17		鉦3番 菊水鉦	Kikusui-boko	17		鉦3番	
18		山11番 保昌山	Houshou-yama	18		山11番	
19		山12番 蟾螂山	Tourou-yama	19		山12番	
20		山13番 山伏山	Yamabushi-yama	20		山13番	
21	●	放下鉦	Houka-boko	21	●	放下鉦	
22	●	岩戸山	Iwato-yama	22	●	岩戸山	
23	●	船鉦	Fune-yama	23	●	船鉦	
（後祭）				（後祭）			
24	●	北観音山	Higashi-kannon-yama	24	●	北観音山	
25	●	橋弁慶山	Hashibepkei-yama	25	●	橋弁慶山	
26		山1番 鯉山	Koi-yama	26		山1番	
27		山2番 八幡山	Hachiman-yama	27		山2番	
28		山3番 鐘鹿山	Suzuka-yama	28		山3番	
29		山4番 役行者山	Ennogyouya-yama	29		山4番	
30		山5番 黒主山	Kurenushi-yama	30		山5番	
31		山6番 浄妙山	Joumyou-yama	31		山6番	
32	●	南観音山	Minami-kannon-yama	32	●	南観音山	

Q.17 の答え 後祭の最後尾
 祇園祭は昭和41年まで、7月17日の前祭と24日の後祭に分かれていた。ちなみに、前祭の最後を飾るのが今も昔も船鉦。

Sumber: Yamaoka Yuuko, *Gion Matsuri no Himitsu*, 2008, Shirokawa Shoin, hal. 52