



# Sistem Nilai, Norma, dan Budaya Masyarakat

Dosen : Hindun Nurhidayati, S.Sos., M.I.Kom

# Peta Materi Pertemuan Ini

**Pada pertemuan ketiga ini, kita akan menjelajahi tiga pilar utama yang membentuk kehidupan sosial masyarakat dan menjadi daya tarik pariwisata budaya. Berikut alur pembahasan yang akan kita ikuti bersama.**

01

---

## **Sistem Nilai**

**Konsep, definisi, dan peran nilai dalam kehidupan masyarakat**

03

---

## **Budaya Masyarakat**

**Unsur-unsur kebudayaan, wujud budaya, dan kaitannya dengan pariwisata**

02

---

## **Norma Sosial**

**Jenis-jenis norma, sanksi, dan fungsinya dalam mengatur perilaku**

04

---

## **Relevansi Pariwisata**

**Bagaimana nilai, norma, dan budaya menjadi aset wisata berkelanjutan**



## Apa Itu Sistem Nilai ?

Nilai (*value*) adalah konsepsi abstrak yang dianggap baik, benar, dan penting oleh suatu kelompok masyarakat. Nilai berfungsi sebagai standar moral dan panduan perilaku yang diwariskan dari generasi ke generasi.

**Clyde Kluckhohn (1951):**  
Nilai adalah konsepsi eksplisit maupun implisit tentang sesuatu yang diinginkan, yang memengaruhi pilihan cara, alat, dan tujuan tindakan manusia.

### Ciri-Ciri Nilai Sosial

- Bersifat abstrak dan tidak kasat mata.
- Diwariskan melalui proses sosialisasi.
- Bervariasi antarbudaya dan antar waktu.
- Menjadi dasar penilaian baik-buruk.

# Klasifikasi Nilai dalam Masyarakat

## 1. Berdasarkan Sumber Pembentukan

- **Ikatan Darah/Kekerabatan (*Kinship*):** Kelompok yang terbentuk karena hubungan darah/keluarga.
- **Geografis/Kewilayahan (*Gemeinschaft of Place*):** Kelompok yang terbentuk karena kedekatan tempat tinggal, seperti rukun tetangga (RT), rukun warga (RW), komunitas desa.
- **Kepentingan Bersama (*Interest Group*):** Kelompok yang terbentuk karena adanya kesamaan minat, tujuan, atau profesi, seperti asosiasi pekerja, klub hobi, organisasi mahasiswa.

## 2. Berdasarkan Tingkat Kepentingan & Kekerabatan (Struktur)

- **Kelompok Primer (*Primary Group*):** Kelompok yang ditandai dengan hubungan tatap muka, intim, emosional, dan personal. *Contoh:* Keluarga, teman sebaya (peer group), kelompok bermain.
- **Kelompok Sekunder (*Secondary Group*):** Kelompok yang lebih besar, formal, tidak personal. Hubungan didasarkan pada tujuan tertentu (fungsional) dan bersifat rasional. *Contoh:* Serikat buruh, perusahaan, universitas, organisasi profesi.

## 3. Berdasarkan Solidaritas (Emile Durkheim)

- **Solidaritas Mekanik:** Ditemukan pada masyarakat tradisional, diikat oleh persamaan nilai, kepercayaan, dan tradisi.
- **Solidaritas Organik:** Ditemukan pada masyarakat modern, diikat oleh saling ketergantungan karena spesialisasi pekerjaan (pembagian kerja)

# Klasifikasi Nilai dalam Masyarakat

Notonagoro membagi nilai menjadi tiga kategori utama berdasarkan kepentingannya:

## Nilai Material

Segala sesuatu yang berguna bagi kebutuhan fisik dan jasmani manusia. Contoh: pangan, sandang, papan, dan sumber daya alam.

## Nilai Vital

Segala sesuatu yang berguna bagi manusia untuk melakukan aktivitas dan kegiatan sehari-hari. Contoh: alat kerja, kendaraan, teknologi.

## Nilai Kerohanian

Segala sesuatu yang berguna bagi kebutuhan spiritual. Mencakup nilai kebenaran, keindahan, kebaikan, dan nilai religius.

### **Catatan Penting:**

Dalam pariwisata budaya, nilai kerohanian sering menjadi daya tarik utama, seperti: upacara adat, seni sakral, dan filosofi hidup masyarakat lokal.



## Norma Sosial: Aturan yang Mengikat Masyarakat

### ➤ Norma

Aturan atau pedoman perilaku yang berkembang dari nilai-nilai yang dianut suatu masyarakat.

➤ Norma bersifat lebih konkret daripada nilai karena mengatur tindakan nyata manusia dalam kehidupan sosial sehari-hari.

### ➤ Norma memiliki dua komponen utama:

❖ **Perintah** (apa yang harus dilakukan)

❖ **Larangan** (apa yang tidak boleh dilakukan) disertai sanksi bagi yang melanggarnya.

# Tingkatan Norma dalam Masyarakat

Sosiolog membedakan norma berdasarkan kekuatan mengikat dan sanksinya. Semakin tinggi tingkatannya, semakin besar sanksi sosial yang diberikan kepada pelanggar.

## 1. **Mores (Tata Kelakuan)**

Norma yang sangat kuat, bersumber dari nilai inti masyarakat. Pelanggarannya dianggap tabu dan mendapat sanksi berat.

Contoh: larangan incest, larangan mencuri.

## 2. **Folkways (Kebiasaan)**

Cara bertindak yang umum dan berulang dalam masyarakat. Pelanggarannya mendapat sanksi ringan berupa celaan.

Contoh: cara berpakaian adat, sapaan tradisional.

## 3. **Usage (Cara)**

Norma paling lemah, hanya berlaku dalam hubungan antarindividu. Pelanggarannya hanya mendapat teguran ringan. Contoh: cara makan yang sopan.

## Jenis Norma Berdasarkan Sumber & Sanksinya



### Norma Agama

Aturan hidup yang bersumber dari ajaran Tuhan dan wajib dipatuhi bagi pemeluknya.

- Sanksi: umumnya tidak berakibat hukum langsung di dunia (kecuali aturan tersebut juga diatur hukum negara), melainkan sanksi moral, rasa bersalah, atau dosa yang dipercaya akan diterima di akhirat.
- Contoh: hari suci, ibadah.



### Norma Adat

Bersumber dari tradisi leluhur dan dipertahankan secara turun-temurun.

- Sanksi: biasanya berupa teguran, dikucilkan, denda adat
- Contoh: meliputi tradisi upacara adat seperti Ngaben (bali), Rambu Solo' (toraja), kebiasaan masyarakat, aturan perkawinan, sopan santun kepada orang tua



### Norma Hukum

Bersumber dari negara atau lembaga resmi.

- Sanksi: bersifat tegas dan tertulis (denda, penjara).
- Contoh: mengatur perilaku wisatawan di kawasan budaya yang dilindungi.



## Kebudayaan: Sistem Terpadu Kehidupan Manusia

Kebudayaan adalah **keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia** yang diperoleh melalui proses belajar dan menjadi milik diri manusia dengan belajar (Koentjaraningrat, 1990). Budaya bukan sesuatu yang dibawa sejak lahir, melainkan dipelajari sepanjang hayat.

E.B. Tylor (2020)

“Budaya atau peradaban, dalam pengertian etnografi yang luas, adalah keseluruhan kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan serta kebiasaan lain yang diperoleh manusia sebagai anggota masyarakat.”

### Mengapa Budaya Penting dalam Pariwisata?

- Budaya adalah “a complex whole”  
→ sesuatu yang utuh dan saling terkait
- Mencakup aspek:
  - Pengetahuan (knowledge)
  - Kepercayaan (belief)
  - Seni (art)
  - Moral (morals)
  - Hukum (law)
  - Adat (custom)
- Budaya terbentuk karena manusia hidup sebagai anggota masyarakat

# Tujuh Unsur Kebudayaan Universal

Koentjaraningrat mengidentifikasi tujuh unsur kebudayaan yang bersifat universal, ditemukan di setiap masyarakat di dunia. Semua unsur ini dapat menjadi potensi wisata budaya yang tak ternilai.



## Bahasa

Sistem simbol dan komunikasi utama antarmanusia. Dialek dan sastra lokal menjadi daya tarik wisata minat khusus.



## Sistem Teknologi

Peralatan dan teknik tradisional seperti tenun, tembikar, dan arsitektur vernakular.



## Kesenian

Seni pertunjukan, seni rupa, dan musik tradisional yang menjadi identitas budaya suatu daerah.



## Sistem Pengetahuan

Kearifan lokal tentang alam, kesehatan, dan pertanian yang diwariskan secara turun-temurun.



## Sistem Ekonomi

Pola mata pencaharian, sistem barter, dan pasar tradisional yang khas.



## Organisasi Sosial

Sistem kekerabatan, klan, dan lembaga adat yang mengatur kehidupan bersama masyarakat.

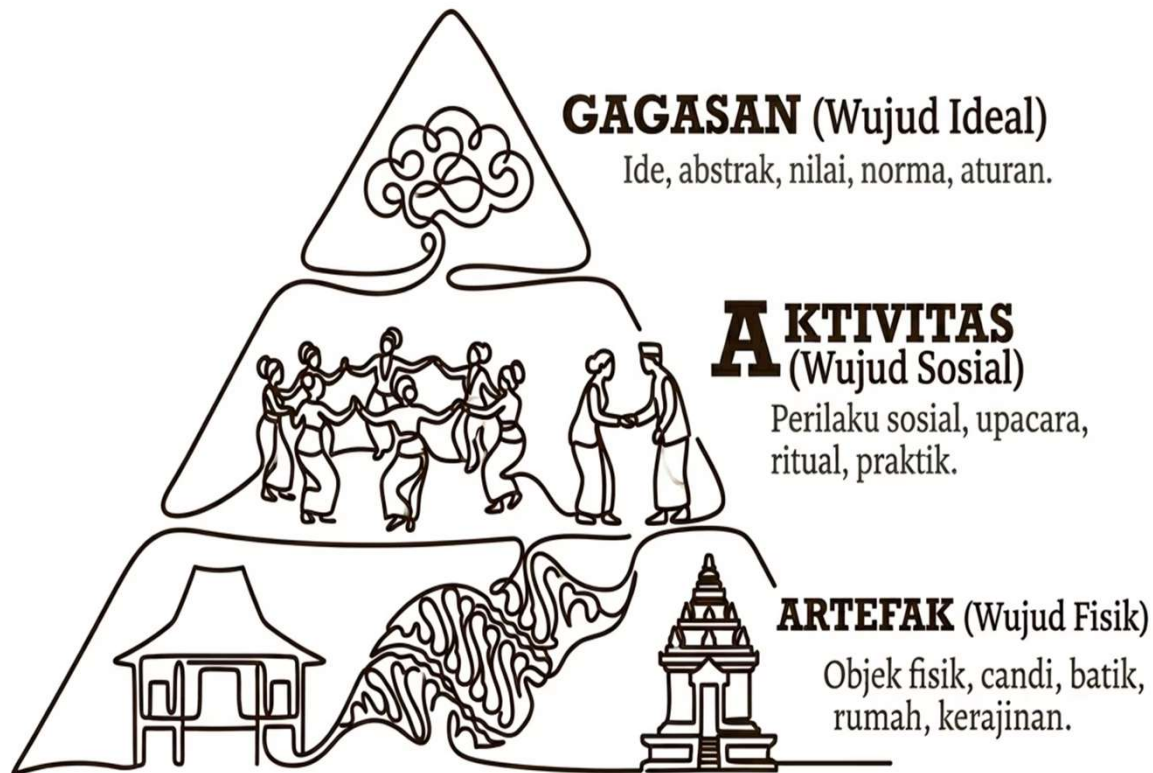


## Sistem Religi

Kepercayaan, upacara keagamaan, dan tempat suci yang menjadi magnet wisata spiritual.

## Tiga Wujud Kebudayaan

J.J. Honigmann dan Koentjaraningrat membedakan kebudayaan menjadi tiga wujud yang saling berkaitan dan berlapis. Pemahaman ini krusial bagi pengelolaan pariwisata budaya yang bertanggung jawab.



Ketiga wujud ini bersifat hierarkis: gagasan melahirkan aktivitas, dan aktivitas menghasilkan artefak fisik.

- Dalam pariwisata, wisatawan dapat berinteraksi dengan ketiganya — dari mengamati artefak hingga mengalami ritual secara langsung.



## Nilai, Norma & Budaya sebagai Aset Pariwisata

Dalam konteks pariwisata, nilai, norma, dan budaya bukan sekadar warisan leluhur melainkan aset strategis yang mendorong kunjungan wisatawan dan pembangunan ekonomi lokal. Namun, pengelolaannya harus dilakukan dengan prinsip keberlanjutan dan penghormatan.

### Cultural Tourism

Wisata yang memanfaatkan keunikan nilai dan tradisi lokal sebagai daya tarik utama. Contoh: Ubud (Bali), Yogyakarta, Toraja.

### Heritage Tourism

Wisata warisan budaya berbasis situs bersejarah dan artefak peradaban. Diatur oleh norma hukum dan adat setempat untuk menjaga kelestariannya.

### Spiritual Tourism

Wisata religi dan meditasi yang memanfaatkan sistem kepercayaan dan nilai-nilai spiritual masyarakat sebagai pengalaman transformatif bagi wisatawan.

# Tantangan: Komodifikasi vs. Kelestarian Budaya

Pariwisata membawa dilema nyata: di satu sisi mengangkat ekonomi, di sisi lain berisiko mengikis keaslian budaya. Fenomena ini dikenal sebagai **komodifikasi budaya** — proses transformasi nilai dan praktik budaya menjadi komoditas yang dijual untuk konsumsi wisatawan.

## Risiko Komodifikasi

- Ritual sakral menjadi pertunjukan dan hiburan semata.
- Norma adat dilanggar demi kepuasan wisatawan.
- Nilai budaya asli terdistorsi dan dangkal.
- Masyarakat lokal kehilangan kontrol atas warisan budayanya.

## Strategi Pelestarian

- Community Based Tourism dengan masyarakat sebagai pengelola.
- Zona sakral yang tidak boleh diakses wisatawan.
- Pendidikan budaya bagi wisatawan sebelum berkunjung.
- Penerapan norma adat secara konsisten.



## Studi Kasus: Bali sebagai Laboratorium Budaya Pariwisata

6.3M

### Wisatawan/Tahun

Kunjungan ke Bali sebelum pandemi, didorong utamanya oleh daya tarik budaya

80%

### Motivasi Budaya

Persentase wisatawan yang menyebut budaya Bali sebagai alasan utama kunjungan

1000+

### Upacara/Tahun

Jumlah upacara keagamaan dan adat yang diselenggarakan di Bali setiap tahunnya

Bali membuktikan bahwa sistem nilai Hindu-Bali yang kuat, norma adat (*awig-awig*), dan budaya Tri Hita Karana mampu menjadi fondasi pariwisata berkelanjutan. **Selama** masyarakat tetap menjadi pemilik dan penjaga kebudayaannya sendiri.

# Ringkasan & Poin Kunci

Intisari yang perlu di pegang erat sebagai calon profesional pariwisata yang berkarakter dan berpengetahuan.

## **1. Nilai adalah fondasi, norma adalah aturan**

Nilai bersifat abstrak dan menjadi landasan, sedangkan norma merupakan perwujudan konkret nilai dalam bentuk aturan perilaku yang memiliki sanksi.

## **3. Pariwisata harus menghormati nilai & norma**

Pengelolaan pariwisata yang baik menempatkan nilai, norma, dan budaya lokal sebagai prinsip panduan, bukan sekadar komoditas yang dapat dieksploitasi.

## **2. Kebudayaan adalah sistem terpadu**

Tujuh unsur kebudayaan dan tiga wujudnya saling berkaitan dan membentuk identitas unik setiap masyarakat yang menjadi magnet pariwisata.

## **4. Keberlanjutan dimulai dari komunitas**

Masyarakat lokal sebagai pemilik budaya harus menjadi aktor utama dalam pariwisata, bukan sekadar objek tontonan atau penerima manfaat pasif.



## Diskusi & Tugas Pertemuan Ke-3

### **Pertanyaan Diskusi**

Identifikasi satu destinasi wisata di Indonesia!

Analisislah:

- Nilai apa yang menjadi daya tariknya?
- Norma apa yang harus dipatuhi wisatawan?
- Apakah ada tanda-tanda komodifikasi budaya di sana?

### **Tugas Minggu Ini**

Buatlah **esai pendek (500 kata)** yang menganalisis:

- Bagaimana satu unsur kebudayaan di daerah asal Anda telah menjadi atau berpotensi menjadi daya tarik wisata.
- Kaitkan dengan konsep nilai dan norma!

### **Referensi Utama**

Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Rineka Cipta, 2009.  
Soerjono Soekanto. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. RajaGrafindo, 2015.  
Picard, M. *Bali: Cultural Tourism and Touristic Culture*. 1996.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Mahdayeni, M., Alhaddad, M. R., & Saleh, A. S. (2019). Manusia dan kebudayaan (Manusia dan sejarah kebudayaan, manusia dalam keanekaragaman budaya dan peradaban, manusia dan sumber penghidupan). *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 154-165.

Budijarto, A. (2018). Pengaruh perubahan sosial terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. *Jurnal Lemhannas RI*, 6(2), 5-21.

Tylor, E. B. (2025). *The origins of culture*. Umay Yayinevi.