

PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MODAL SOSIAL DAN STORYTELLING: STUDI KASUS PROGRAM SELASA WAGEN DI MALIOBORO, YOGYAKARTA

Imas Masriah^{1*}, Heru Suheryadi², Sahlantoro³, Yulita Suryantari⁴

¹Politeknik Negeri Media Kreatif

²Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo

^{2,3}Politeknik Sahid

⁴Universitas Terbuka

*Korespondensi: imas.masriah@polimedia.ac.id

Diajukan	Direvisi	Diterima
01-10-2025	16-10-2025	21-10-2025

ABSTRACT

Purpose: This study aims to analyze the integration of social capital and storytelling in the Selasa Wagen program in Malioboro, Yogyakarta, focusing on its role in cultural preservation, local economic development, and sustainable tourism management.

Research Methods: A qualitative case study approach was employed. Data were collected through semi-structured interviews with 15 informants (government officials, street vendors, community leaders, and tourists), participatory observation, and document review. Data were analyzed thematically using NVivo.

Implication: Findings indicate that Selasa Wagen integrates social trust, networks, and norms with cultural narratives, creating an inclusive tourism model. This model not only preserves heritage but also strengthens local identity, enhances visitor experiences, and fosters collaborative governance.

Keywords: social capital, storytelling, sustainable tourism, heritage

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi modal sosial dan storytelling dalam program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta, dengan fokus pada perannya dalam pelestarian budaya, pengembangan ekonomi lokal, dan pengelolaan pariwisata berkelanjutan.

Metode Penelitian: Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan 15 informan (pejabat pemerintah, pedagang kaki lima, tokoh masyarakat, dan wisatawan), observasi partisipatif, serta studi dokumen. Analisis data dilakukan secara tematik dengan bantuan NVivo.

Implikasi: Hasil penelitian menunjukkan bahwa Selasa Wagen mengintegrasikan kepercayaan, jaringan, dan norma sosial dengan narasi budaya sehingga menciptakan model pariwisata inklusif. Model ini tidak hanya melestarikan warisan budaya, tetapi juga memperkuat identitas lokal, meningkatkan pengalaman wisatawan, serta mendorong tata kelola kolaboratif.

Kata Kunci: modal sosial, storytelling, pariwisata berkelanjutan, warisan budaya

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan tercepat yang berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan pelestarian budaya (Sharma, 2015). Dalam konteks ini, konsep *tourismpreneur* hadir sebagai aktor kunci yang tidak hanya mengembangkan bisnis wisata, tetapi juga mentransformasi sumber daya lokal menjadi produk bernilai tinggi melalui inovasi dan kolaborasi (Yekinni Ojo Bello, 2021). Salah satu pendekatan yang semakin relevan adalah pengembangan destinasi berbasis *storytelling* dan modal sosial, yang mampu menciptakan pengalaman wisata autentik sekaligus memberdayakan komunitas lokal (Putnam, 2000).

Ekonomi pariwisata mencakup seluruh bisnis yang memenuhi kebutuhan masyarakat saat melakukan perjalanan (Wall & Mathieson, 2006). (Naidoo, 2020) serta (Bardolet & Sheldon, 2008) menekankan bahwa ekonomi pariwisata mendukung bisnis yang berfokus pada penyediaan produk dan layanan yang tidak hanya meningkatkan pengalaman wisata, tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi komunitas tuan rumah.

Salah satu potensi besar dalam pariwisata adalah nilai-nilai historis yang dapat diangkat melalui teknik *storytelling* (Agung, 2024). Bercerita merupakan bagian dari sifat dasar manusia yang berfungsi untuk memfasilitasi komunikasi, memahami dunia, dan membentuk identitas (Arnianti, 2019). *Storytelling* didefinisikan sebagai interaksi dua arah, lisan maupun tertulis antara pencerita dengan pendengar, yang menyampaikan rangkaian peristiwa untuk memicu respon emosional. Cerita mampu menghadirkan hiburan, tantangan bagi karakter utama, perjalanan emosional, hingga resolusi, serta mengaktifkan imajinasi dengan menghubungkan pengalaman dan emosi (Dorte Jagetic Andersena, 2018).

Sebagai fenomena universal, manusia terdorong untuk bercerita dalam aktivitas sehari-hari (Ayodeji & Kumar, 2019). Dalam pariwisata, *storytelling* dianggap sebagai alat kreatif untuk meningkatkan keterlibatan pengunjung dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Namun demikian, masih terbatas penelitian yang mengkaji secara mendalam peran, implementasi, dan kontribusinya terhadap pariwisata berbasis warisan budaya (Agustina & Anyassari, 2024).

Salah satu praktik menarik penerapan *storytelling* di Indonesia adalah kegiatan Selasa Wagen, yang diluncurkan oleh Dinas Pariwisata DIY pada tahun 2017 untuk memperingati hari lahir Sri Sultan Hamengku Buwono X. Agenda ini diselenggarakan setiap 35 hari sekali sesuai kalender Jawa, tepatnya pada hari Selasa Wagen. Selama kegiatan berlangsung, trotoar Malioboro yang biasanya dipadati pedagang kaki lima (PKL) diubah menjadi area jalur pejalan kaki yang ramah wisatawan. Program ini tergolong inovatif karena melibatkan berbagai pelaku pariwisata seperti PKL, kusir andong, dan pengemudi becak untuk menghentikan aktivitas ekonomi rutin mereka dan berpartisipasi dalam kegiatan berbasis budaya.

Meski demikian, terdapat celah penelitian terkait keterbatasan penerapan *storytelling* di kawasan bersejarah, belum optimalnya peran modal sosial dalam menjaga keberlanjutan, serta tantangan dalam menyeimbangkan antara pelestarian budaya, pengembangan ekonomi lokal, dan kelestarian lingkungan (Wall & Mathieson, 2006). Berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana proses ide awal terbentuknya Program Selasa

Wagen di Malioboro, Yogyakarta, serta nilai-nilai budaya yang melatarbelakanginya? (2) bagaimana bentuk implementasi *storytelling* digunakan dalam penyampaian nilai budaya dan pengalaman wisata pada Program Selasa Wagen? (3) bagaimana peran dan kontribusi modal sosial seperti partisipasi komunitas, kolaborasi lintas sektor, serta kepercayaan antar pelaku dalam mendukung keberlanjutan Program Selasa Wagen?

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mengidentifikasi proses ide awal Selasa Wagen, (2) menganalisis implementasi *storytelling*, dan (3) mengeksplorasi kontribusi modal sosial dalam menjaga keberlanjutan program.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi integrasi *storytelling*, peran modal sosial, dan keseimbangan aspek keberlanjutan dalam program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, dari Januari hingga Juni 2025. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti memahami fenomena secara holistik melalui konteks lokal yang spesifik. Penelitian berfokus pada tiga aspek utama: (1) implementasi *storytelling* dalam meningkatkan pengalaman wisatawan, (2) kontribusi modal sosial (kepercayaan, jaringan, dan norma) terhadap keberhasilan program, serta (3) upaya menciptakan keseimbangan antara pelestarian budaya, ekonomi lokal, dan lingkungan. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu kawasan Malioboro, dengan subjek penelitian meliputi pelaku pariwisata (pedagang kaki lima, pengelola destinasi), wisatawan, dan pemangku kepentingan pemerintah. Pendekatan fenomenologis diterapkan untuk memahami persepsi dan pengalaman subjek terkait program Selasa Wagen.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode: (1) wawancara semi-terstruktur dengan 15 informan kunci yang dipilih berdasarkan kriteria spesifik, seperti lama bekerja atau terlibat dalam aktivitas di Malioboro (minimal 5 tahun), jenis pelaku usaha (misalnya kuliner, kerajinan, jasa), dan posisi strategis dalam komunitas atau pemerintahan; (2) observasi partisipatif selama pelaksanaan Selasa Wagen untuk mengamati interaksi sosial, aktivitas ekonomi, dan penerapan *storytelling*; serta (3) studi dokumen terhadap kebijakan pemerintah, arsip sejarah Malioboro, dan laporan kegiatan program. Data dianalisis secara tematik dengan tahapan koding, kategorisasi, dan interpretasi untuk mengidentifikasi pola terkait modal sosial, implementasi *storytelling*, dan dinamika keberlanjutan menggunakan NVIVO. Untuk memastikan validitas data, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumen, serta melakukan *member checking* kepada beberapa informan kunci untuk mengkonfirmasi kesesuaian interpretasi. Penelitian ini mematuhi prinsip etika akademik, kerahasiaan identitas informan, serta transparansi dalam penggunaan data. Hasil analisis disajikan secara naratif untuk menjawab rumusan masalah dan merekomendasikan model pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang adaptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumen, diperoleh sejumlah tema utama yang mencerminkan dinamika pelaksanaan Program Selasa Wagen di kawasan Malioboro, Yogyakarta. Proses pengkodean dilakukan secara bertahap melalui identifikasi pola makna dan hubungan antar data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu ide awal program, implementasi storytelling, dan peran modal sosial. Setiap tema dianalisis dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan kelembagaan yang melingkupi pelaksanaan program. Adapun hasil pengkodean dan interpretasi tematik tersebut dapat dilihat pada Tabel 1, yang menampilkan ringkasan matriks coding analisis Program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta.

Tabel 1. Matriks Coding Analisis - Program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta

Kode Utama	Sub-Kode / Tema	Sumber / Informan / Data	Makna / Interpretasi
Ide Awal Program	Revitalisasi Malioboro	Ekwanto, Pemda DIY	Program awalnya muncul dari inisiatif bersih-bersih PKL dan pengembangan jalur pejalan kaki Malioboro (2017), kemudian berkembang menjadi agenda budaya.
	Weton Ngarsa Dalem	Sumber 8	Pemilihan Selasa Wagen didasarkan pada hari kelahiran Sri Sultan HB X sebagai bentuk penghormatan dan spiritualitas Jawa.
	Peran Pemerintah & Keraton	Kepala Dinas Kebudayaan, Sekda DIY	Pemerintah DIY dan Keraton bersama-sama menginisiasi Selasa Wagen sebagai simbol keistimewaan DIY dan sinergi budaya.
Storytelling	Perubahan Tujuan	Sumber 8	Pergeseran dari tujuan semula (hari tenang) ke event budaya massal menimbulkan konflik antara nilai budaya dan kebutuhan ekonomi.
	Seni Tradisional sebagai Narasi	Pertunjukan, Tarian, Teater	Storytelling direpresentasikan melalui pentas seni yang menyampaikan nilai-nilai kearifan lokal dan sejarah Jawa.
	Narasi Identitas	Tourist, Lucia Kurniawati	Narasi dibangun untuk menciptakan pengalaman emosional

Modal Sosial	Media Storytelling	Workshop, Wayang, Tata Sungging	dan penguatan identitas budaya Yogyakarta. Storytelling digunakan dalam berbagai bentuk: workshop ecoprint, tata sungging, pantomim, musik etnis untuk menarik wisatawan.
	Partisipasi Wisatawan	Ester, Ningrum, Audi	Wisatawan menjadi subjek dan objek narasi dengan ikut berperan dalam pengalaman budaya, seperti foto bersama dan flashmob.
	Gotong Royong & Partisipasi	Kepala UPT, Komunitas, PKL	Keberhasilan acara tergantung pada jaringan sosial (komunitas seni, PKL, UMKM, alumni) yang aktif berpartisipasi.
	Kepercayaan dan Konflik	Ekwanto, Lucia	Kepercayaan belum merata; beberapa PKL melanggar kesepakatan karena dampak ekonomi, menunjukkan tantangan dalam modal sosial.
	Dukungan Ekonomi Komunitas	UMKM, Jogja Bike, Tukang Becak	Event ini memperkuat jejaring ekonomi lokal, membantu pelaku ekonomi kecil melalui bazar dan peluang bisnis.
	Kolaborasi Lintas Sektor	Pemda, Komunitas Budaya, Akademisi	Kolaborasi antara OPD, komunitas budaya, dan akademisi menciptakan legitimasi sosial dan keberlanjutan program.

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta menyajikan struktur tematik dari hasil analisis kualitatif berdasarkan tiga fokus utama: Ide Awal Program, Storytelling, dan Modal Sosial. Analisis terhadap ide awal program menunjukkan adanya evolusi tujuan yang signifikan. Selasa Wagen tidak lahir sebagai agenda budaya, melainkan bertransformasi dari sebuah inisiatif pragmatis untuk merevitalisasi fungsi pedestrian Malioboro. Pergeseran dari kegiatan fungsional (bersih-bersih) menjadi perayaan budaya yang terstruktur mengindikasikan adanya kesadaran strategis dari pemangku kepentingan untuk mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal, sejarah, dan keistimewaan Yogyakarta ke dalam penataan ruang publik. Momentum pemilihan hari Selasa Wagen dikaitkan dengan weton kelahiran Sri Sultan Hamengkubuwono X, yang

menunjukkan simbolisasi spiritual dan legitimasi budaya atas program tersebut. Dalam hal ini, peran aktif Dinas Kebudayaan dan Kesultanan menjadi fondasi penting dalam pembentukan serta keberlanjutan agenda.

Pada dimensi Storytelling, program ini memanfaatkan berbagai bentuk seni tradisional seperti tari, gamelan, teater rakyat, dan workshop budaya untuk menyampaikan narasi sejarah dan memperkuat identitas local (Wafa, 2024). Storytelling tidak hanya menjadi alat pelestarian, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran dan hiburan yang memperdalam keterlibatan emosional wisatawan (Astuti, 2021). Pengalaman partisipatif wisatawan seperti ikut dalam flash mob, fotografi budaya, dan dialog antarbudaya menjadikan mereka bukan sekadar penonton, melainkan juga pelaku aktif dalam perayaan budaya tersebut (Hoon Ko & Kim, 2022). Penggunaan media kreatif seperti ecoprint dan tata sunging juga memperkaya pengalaman visual sekaligus memperkuat pesan-pesan budaya yang ingin disampaikan secara kontekstual dan edukatif. Praktik ini sejalan dengan teori komunikasi budaya, di mana *storytelling* tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai mekanisme transmisi nilai, norma, dan identitas kolektif dari satu generasi ke generasi berikutnya, yang pada akhirnya memperkuat kohesi sosial dalam komunitas.

Sementara itu, dalam kategori Modal Sosial, Selasa Wagen berhasil menciptakan ruang kolaboratif antar elemen masyarakat, mulai dari komunitas seni, pelaku UMKM, hingga warga lokal dan pemerintah. Fenomena ini mengkonfirmasi teori modal sosial dari Putnam (2000), yang menyatakan bahwa jaringan sosial (*networks*), kepercayaan (*trust*), dan norma (*norms*) yang kuat merupakan fondasi bagi tindakan kolektif yang produktif. Gotong royong yang terjadi dalam Selasa Wagen adalah manifestasi nyata dari modal sosial "bonding" (antar anggota komunitas serupa) dan "bridging" (antar kelompok yang berbeda). Partisipasi kolektif ini memperkuat jejaring sosial dan memperluas dampak ekonomi budaya di kawasan Malioboro. Namun, dinamika di lapangan menunjukkan bahwa resistensi dan pelanggaran kesepakatan oleh sebagian PKL masih menjadi tantangan, yang menandakan pentingnya pengelolaan kepercayaan dan norma bersama. Resistensi ini muncul karena adanya benturan antara norma kolektif yang disepakati dengan kebutuhan ekonomi individual yang mendesak. Hal ini menunjukkan bagaimana modal sosial bersifat dinamis; kepercayaan sosial tidak terbentuk secara otomatis, melainkan harus dibangun dan dirawat melalui komunikasi yang transparan, penegakan aturan yang adil, dan kompensasi yang dirasa setimpal oleh semua pihak yang terdampak. Kolaborasi lintas sektor antara pemerintah daerah, akademisi, dan organisasi komunitas sangat penting untuk menjaga keberlangsungan program sebagai ruang budaya yang inklusif, berdaya saing, dan berakar kuat pada identitas lokal Yogyakarta. Model kolaboratif seperti ini sejalan dengan prinsip-prinsip *community-based tourism* (CBT) yang berkembang secara global, di mana pemberdayaan komunitas lokal menjadi kunci keberhasilan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Kasus Selasa Wagen menunjukkan bahwa

pelibatan aktif masyarakat tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata, tetapi juga memastikan distribusi manfaat ekonomi dan pelestarian budaya yang lebih adil, sebuah tantangan yang dihadapi banyak destinasi warisan di seluruh dunia.



Gambar 1. Word Cloud

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Hasil visualisasi melalui word cloud menunjukkan bahwa kata **“budaya”** merupakan kata yang paling dominan, menggambarkan inti dari Program Selasa Wagen sebagai kegiatan yang berbasis pada pelestarian dan penguatan nilai-nilai budaya lokal. Kata-kata lain yang juga muncul dengan frekuensi tinggi antara lain **“ekonomi”**, **“sosial”**, **“nilai”**, **“program”**, dan **“komunitas”**. Hal ini mencerminkan bahwa program ini tidak hanya berfokus pada aspek budaya semata, tetapi juga berupaya memberikan dampak positif secara sosial dan ekonomi terhadap masyarakat setempat, khususnya pelaku usaha mikro, seniman lokal, dan wisatawan.

Kemunculan kata **“wisatawan”**, **“lokal”**, dan **“jawa”** menandakan adanya keterkaitan yang kuat antara kegiatan budaya ini dengan sektor pariwisata, di mana wisatawan menjadi sasaran strategis dalam memperkenalkan budaya lokal Yogyakarta. Sementara itu, istilah seperti **“pengalaman”**, **“storytelling”**, dan **“komunitas”** menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan dalam program ini bersifat partisipatif dan mengedepankan narasi serta keterlibatan masyarakat secara aktif dalam membentuk pengalaman budaya.

Selain itu, munculnya kata seperti “bersih”, “jalur pejalan kaki”, dan “selasa” menegaskan bahwa program ini juga berkaitan dengan revitalisasi kawasan Malioboro sebagai ruang publik yang bersih, ramah pejalan kaki, dan

terjadwal secara reguler setiap hari Selasa Wagen. Istilah **“wagen”** sendiri merujuk pada sistem penanggalan Jawa yang digunakan untuk menentukan hari pelaksanaan kegiatan, menegaskan bahwa program ini mengakar pada kearifan lokal.

Secara keseluruhan, word cloud ini merefleksikan bahwa Program Selasa Wagen bukan hanya sebuah peristiwa budaya, tetapi juga sebuah upaya strategis untuk mengintegrasikan aspek sosial, ekonomi, dan pelestarian identitas lokal dalam satu kesatuan kegiatan rutin yang memperkuat karakter Malioboro sebagai ikon budaya Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis frekuensi kata yang digunakan dalam Program Selasa Wagen di Malioboro. Dari data ini, dapat dilihat bahwa kata yang paling sering muncul adalah **“budaya”** dengan jumlah kemunculan sebanyak 7 kali, diikuti oleh kata **“ekonomi”** (4 kali), **“nilai”**, **“pkl”**, dan **“sosial”** masing-masing muncul 3 kali. Ini menunjukkan bahwa program ini berorientasi kuat pada pelestarian budaya serta pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat, khususnya para pelaku usaha mikro (PKL) di kawasan Malioboro.

Kata-kata lain yang juga cukup sering muncul adalah **“program”**, **“komunitas”**, **“pengalaman”**, **“storytelling”**, **“wisatawan”**, **“lokal”**, dan **“selasa”** dengan jumlah kemunculan 2 kali. Hal ini mengindikasikan bahwa Selasa Wagen bukan hanya sebuah agenda budaya rutin, namun juga merupakan program strategis yang melibatkan komunitas, membangun narasi pengalaman, dan menarik perhatian wisatawan melalui pendekatan berbasis lokalitas.

Kemunculan kata **“bersih”**, **“jalur pejalan kaki”**, dan **“identitas”** menggarisbawahi bahwa kegiatan ini juga mendukung transformasi Malioboro sebagai kawasan publik yang tertib, nyaman, dan merepresentasikan identitas khas Yogyakarta. Sementara kata **“keraton”**, **“seni”**, **“musik”**, **“narasi”**, dan **“spiritualitas”** memperkuat nuansa kultural dan simbolik yang melekat dalam kegiatan tersebut.

Sebagian besar kata yang muncul hanya sekali (frekuensi 1), namun tetap memberikan gambaran luas tentang aspek-aspek penting dalam pelaksanaan program, seperti **“keberlanjutan”**, **“kolaborasi”**, **“pemerintah”**, **“penguatan”**, dan **“peluang”**. Hal ini menunjukkan bahwa Program Selasa Wagen memiliki pendekatan multi-dimensi yang menyentuh berbagai sektor, dari budaya, ekonomi, sosial, hingga tata kelola.

Secara keseluruhan, data ini mendukung pemahaman bahwa Program Selasa Wagen di Malioboro merupakan inisiatif yang tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga strategis dalam memperkuat identitas budaya lokal, memperluas dampak ekonomi bagi masyarakat, serta menciptakan ruang kolaboratif yang inklusif dan berkelanjutan.

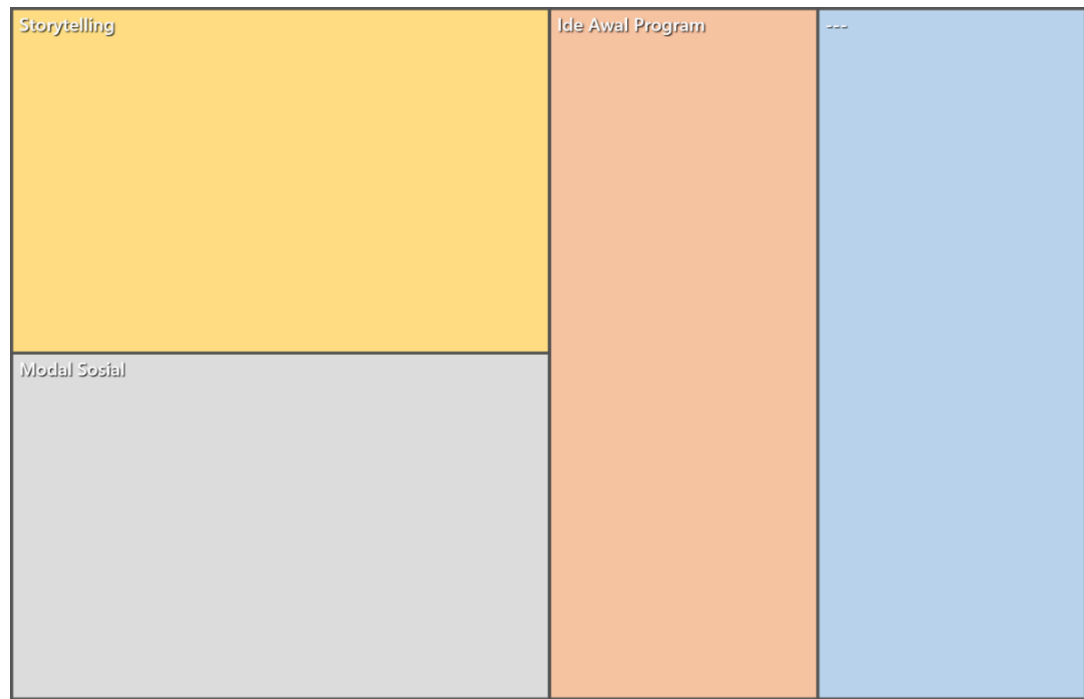
budaya	pk1	diy	lokal	selasa	2017	bazar	bisnis	emosi	jaranga	jejarang	kearifan	keberh	keberl	kebutu	kecil
					acara	beberapa	dampak	etnis	keistim	konflik	legitim	maliob	massa	melang	memb
	sosial	event	mencipta	seni	agend	belum	dibang	flashm	kelahir	memp	menyal	merata	modal	muncul	musik
		hari	narasi	storytelli	akade	berbag	didas	foto	keper	menar	objek	pelaku	peluan	pemer	pemili
ekonomi	bentuk				aktif	berken	diguna	identita	kerato	mengil	opd	penge	pentas	perges	sama
	bersama	jawa	pengalam	wage	alumni	berpar	direpre	ikut	kesepa	menimp	panton	pengh	sejara	simbol	sinergi
nilai	bersih	komunitas	program	wisatawa	awal	berper	ecopri	inisiati	kolabo	menur	pedest	pengu	semula	spiritu	sari

Gambar 2. Tree Map
(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Gambar di atas merupakan treemap dari hasil analisis frekuensi kata pada dokumen penelitian tentang *Program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta*. Gambar tree map di atas menyajikan representasi visual dari frekuensi kata yang muncul dalam teks terkait Program Selasa Wagen. Ukuran setiap kotak mewakili seberapa sering kata tersebut muncul semakin besar ukuran kotak, semakin tinggi frekuensi kemunculannya dalam teks. Terdapat empat kata utama yang mendominasi peta ini, yaitu: 1. Budaya: Kata “budaya” muncul paling banyak, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya merupakan inti utama dari program Selasa Wagen. Hal ini sejalan dengan tujuan program yang berupaya melestarikan budaya lokal dan memperkuat identitas Yogyakarta melalui ekspresi seni, tradisi, dan simbol budaya. 2. Ekonomi, Sosial, dan Nilai: Ketiga kata ini juga memiliki porsi yang signifikan, menandakan bahwa program ini tidak hanya berfokus pada pelestarian budaya, tetapi juga membawa dampak pada penguatan ekonomi masyarakat (khususnya PKL atau pelaku usaha mikro), menciptakan keterhubungan sosial, serta menanamkan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat dan wisatawan. 3. PKL, Komunitas, dan Program: Kata-kata ini menunjukkan subjek dan pelaku utama dari program. “PKL” atau pedagang kaki lima menunjukkan sasaran langsung pemberdayaan ekonomi, sementara “komunitas” dan “program” menandakan adanya pendekatan kolektif dan terstruktur dalam pelaksanaan kegiatan. 4. Lokal, Wisatawan, dan Selasa: Ketiga kata ini merepresentasikan konteks dan segmentasi dari program. “Lokal” menunjukkan pendekatan berbasis lokalitas, “wisatawan” menegaskan bahwa program ini juga diarahkan sebagai atraksi wisata budaya, dan “Selasa” mengacu pada hari khusus pelaksanaan program, yaitu Selasa Wagen dalam penanggalan Jawa.

Tree map ini secara keseluruhan menggambarkan bahwa Program Selasa Wage merupakan sebuah inisiatif multi-dimensional yang mengintegrasikan aspek budaya, ekonomi, sosial, serta nilai-nilai kearifan lokal. Melalui

pendekatan ini, pemerintah daerah dan masyarakat Yogyakarta berupaya membangun ruang publik yang tidak hanya indah secara visual, tetapi juga bermakna secara historis dan sosial.



Gambar 3. Hierarchy Chart
(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2024)

Gambar di atas merupakan *hierarchy chart* (bagan hierarki) atau *treemap terstruktur* yang menggambarkan proporsi dan struktur kategori utama dalam analisis tematik Program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta. Setiap kotak merepresentasikan tema utama dari hasil pengkodean, dan luasnya mencerminkan jumlah atau bobot kemunculan data atau informasi yang terkategori dalam tema tersebut.

Tiga kategori utama yang terlihat dalam bagan adalah: 1. Ide Awal Program (warna oranye): Mewakili porsi penting dalam data yang berkaitan dengan latar belakang, dasar historis, dan peran pemerintah serta Keraton dalam merancang Selasa Wagen. Luasnya menunjukkan bahwa tema ini cukup dominan dalam pembahasan awal program. 2. Storytelling (warna kuning): Menunjukkan besarnya porsi narasi budaya, peran seni, serta pengalaman wisatawan yang digunakan sebagai pendekatan komunikasi dalam acara ini. Luas area ini mencerminkan pentingnya aspek naratif dalam membangun keterlibatan emosional dan identitas budaya. 3. Modal Sosial (warna abu-abu): Menggambarkan elemen partisipasi masyarakat, gotong royong, kolaborasi lintas sektor, dan tantangan sosial seperti konflik dan kepercayaan. Tema ini cukup seimbang dengan tema lainnya, menunjukkan relevansi kekuatan komunitas dalam pelaksanaan program.

Secara keseluruhan, hierarchy chart ini membantu memperlihatkan bahwa ketiga kategori utama memiliki bobot yang relatif seimbang, mengindikasikan bahwa keberhasilan Program Selasa Wagen tidak hanya bertumpu pada narasi budaya (storytelling), tetapi juga pada landasan historis-politis serta kekuatan sosial yang mendukung implementasinya secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Program Selasa Wagen di Malioboro, Yogyakarta terbukti menjadi bentuk pariwisata berbasis komunitas yang mampu mengintegrasikan modal sosial dan *storytelling* untuk mendukung pelestarian budaya, memperkuat identitas lokal, serta mewujudkan tata kelola pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Kolaborasi antara pemerintah daerah, Keraton, komunitas seni, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dan masyarakat menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan program ini sebagai model pengembangan pariwisata berbasis budaya.

Keterbatasan penelitian terletak pada jumlah informan yang terbatas dan ruang lingkup kajian yang hanya berfokus pada satu lokasi, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Kajian berikutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan, serta mendalami strategi pengelolaan konflik sosial dan optimalisasi *storytelling* sebagai instrumen keberlanjutan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, H. P. (2024). Peran Storytelling Dalam Menyusun Dan Mempertahankan Identitas Brand Heritage Di Destinasi Wisata Tjong A Fie. *Jurnal Dharmawangsa*, 869.
- Agustina , H., & Anyassari, N. (2024). Exploring Social Media Storytelling to promote Tourist Destinations: A case study of thematic villages in Malang City. *International Journal Of Studies In Social Sciences And Humanities*, 92.
- Arnianti. (2019). Penggunaan Metode Bercerita Dengan Media Audio Visual Di Kelompok A Untuk Meningkatkan Kemampuan Ber-Bahasa. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 165.
- Astuti, S. I. (2021). *Budaya Bermedia Digital*. Medan: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Ayodeji, O., & Kumar, V. (2019). Social media analytics: A tool for the success of the online retail industry. *International Journal of Services Operations and Informatics*, 10.
- Bardolet, E., & Sheldon. (2008). Tourism in archipelagos: Hawai'i and the Balearics. *Annals of Tourism Research*, 920.
- Dorte Jagetic Andersena, E.-K. P. (2018). Heritage as Bordering: Heritage Making, Ontological Struggles and the Politics of Memory in the Croatian and Finnish Borderlands. *JOURNAL OF BORDERLANDS STUDIES*, 1-20.
- Hoon Ko, S., & Kim, J. (2022). Storytelling festival participation and tourists' revisit intention . *Frontiers in Psychology*, 13.

- Naidoo, R. (2020). Higher Education As A Global Commodity: The Perils and Promises for Developing Countries. *The Observatory on Borderless Higher Education*, 10.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Sharma, K. (2015). Relative Importance of Push & Pull Factors in Entrepreneurial Selection for Tourismpreneur. *Journal of Entrepreneurship and Management* , 14-19.
- Syahchari, D., & Herlina, M. (2023). The Role of Social Capital, Social Media Marketing, and Entrepreneurial Orientation in the Success of Small and Medium Enterprises in the Tourism Industry. *Binus Business Review*, 332.
- Wafa, R. H. (2024). The Relationship between Community Social Capital and Rural Tourism Innovation in Indonesia . *Journal of Regional and Rural Studies(RRS)*, 73.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*. London: Pearson Education.
- Yekinni Ojo Bello, G. C. (2021). Personality traits and tourism-preneurship tendency of hospitality and tourism management undergraduates. . *Gph-international journals*, 17-33.