

## **Makna Filosofi MASANGIN sebagai Tradisi Ritual Budaya di Alun-Alun Selatan Yogyakarta**

**Sabda Elisa Priyanto, Novi Irawati**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM), Yogyakarta  
([Sabda.priyanto@gmail.com](mailto:Sabda.priyanto@gmail.com))

**Abstrak.** Yogyakarta sebagai daerah yang kaya akan atraksi wisata budaya yang ada dan mampu menarik wisatawan untuk datang. Salah satu tradisi yang memiliki pesona dan memikat rasa penasaran bagi para wisatawan adalah Masangin yang ada di alun-alun selatan Yogyakarta. Bentuk aktivitasnya adalah orang yang akan melakukannya ditutup matanya dengan kain berwarna hitam, lalu berjalan ke arah celah di antara kedua pohon beringin. Namun pergeseran budaya saat ini siapa pun boleh melakukannya, karena saat ini sudah menjadi atraksi wisata yang unik. Namun demikian, masih ada keyakinan bagi sebagian orang bahwa masangin merupakan aktivitas ritual. Penelitian ini mencoba untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi menjadikan ritual masangin sebagai atraksi wisata yang berbasis nilai filosofis kepada wisatawan. Penelitian ini mengupas dari sisi filosofi dari atraksi Masangin tersebut, dan teori yang digunakan dalam menganalisis yaitu dengan Teori Geertz. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan bentuk strategi pemaketan wisata yang tepat dan bernilai filosofis sehingga wisatawan akan dapat lebih memaknai atraksi ini dengan memberikan dampak perubahan positif terhadap nilai makna yang didapat serta dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari.

**Kata kunci:** Tradisi, Budaya, Masangin, Filosofis, Daya Tarik Wisata

*Abstract.* Yogyakarta as a tourist destination that has many cultural attractions can always attract many tourist. One of the tradition that has uniqueness for tourist is Masangin, in Alun-Alun Selatan Yogyakarta. The term of activity is, tourist who are blindfolded using an eye patch, then walk forward into the gap between the Beringin Tree. However, there has been a culture change, now anyone can do Masangin, and now masangin become a unique tourist attraction in Alun-alun selatan Yogyakarta, but some groups still have belief that masangin still a sacred tradition. This research will answer the questions about, how the strategy of making masangin as a philosophy-based attraction to the tourist. This research will use the philosophy of the masangin, and the theory used is the Geertz Theory. This study use a descriptive qualitative research method using SWOT analysis. From this study, it is expected to be able to provide a tour package strategy that has a philosophical element, so the tourist can feel masangin attraction and can have a positive impact that can be applied in daily life.

**Keywords:** tradition, culture, masangin, philosophy, tourist attractions

### **LATAR BELAKANG**

Yogyakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata favorit di Indonesia. Asalah satu dari banyak atraksi wisata yang ditawarkan adalah alun-alun selatan keraton Yogyakarta. Keunikan alun-alun selatan Yogyakarta terletak pada posisinya yang

berada di poros (sumbu) imajiner yaitu Gunung Merapi – Tugu – Kraton- Panggung Krapyak – Laut Selatan. Sumbu imajiner menjadi acuan perkembangan kota dimana bangunan publik penting diletakkan berdasarkan sumbu tersebut, sedangkan jalur-jalur utama antar kota bersilangan tegak lurus dengan sumbu imajiner. Secara simbolis filosofis, sumbu imajiner melambangkan keselarasan dan keseimbangan hubungan manusia dengan Tuhannya, manusia dengan manusia dan manusia dengan alam.

Alun-Alun Selatan menjadi salah satu tujuan wisata favorit yang menawarkan diri sebagai ruang relaksasi dan menyediakan beragam sarana untuk bersantai dan bersenang-senang. Salah satu yang ditawarkan adalah permainan tradisional yang masyhur dan sarat dengan mitos yang berkembang secara turun-temurun dalam masyarakat tradisional Kota Yogyakarta. Dari sisi filosofi, permainan ini pun hendak menjelaskan, betapa Alun-Alun Kidul merupakan ruang yang penting dan sakral bagi kraton Yogyakarta.

Permainan yang legendaris tersebut bernama masangin yang berarti “masuk (diantara) dua beringin”. Cara permainan itu cukup mudah, yakni menutup kedua mata dan berjalan lurus sekitar 20 meter ke arah selatan di antara dua beringin kembar. Konon, jika dapat berjalan lurus di antara dua beringin, segala cita akan tercapai. Banyak yang meyakini, hanya orang dengan hati bersih dan ikhlas yang dapat masuk dan berjalan lurus di antara dua beringin kembar bernama supit urang tersebut.

Namun, pada kenyataannya para wisatawan tidak banyak yang mengetahui akan pemaknaan dari filosofi tersebut. Sehingga dari konteks permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian mengenai **bagaimana strategi menjadikan masangin sebagai atraksi wisata yang berbasis nilai filosofis kepada wisatawan?**

Dari penelitian tersebut diharapkan didapatkan sebuah strategi dalam mengemas atraksi wisata masangin ini agar bisa menjadi sebuah daya tarik wisata yang dapat memberikan pengalaman spiritual kepada wisatawan dengan menekankan kepada filosofi dari masangin. Sehingga wisatawan bisa memaknai filosofis dari masangin dan bisa mendapatkan nilai-nilai positif dari atraksi tersebut dan memberikan perubahan positif terhadap makna yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

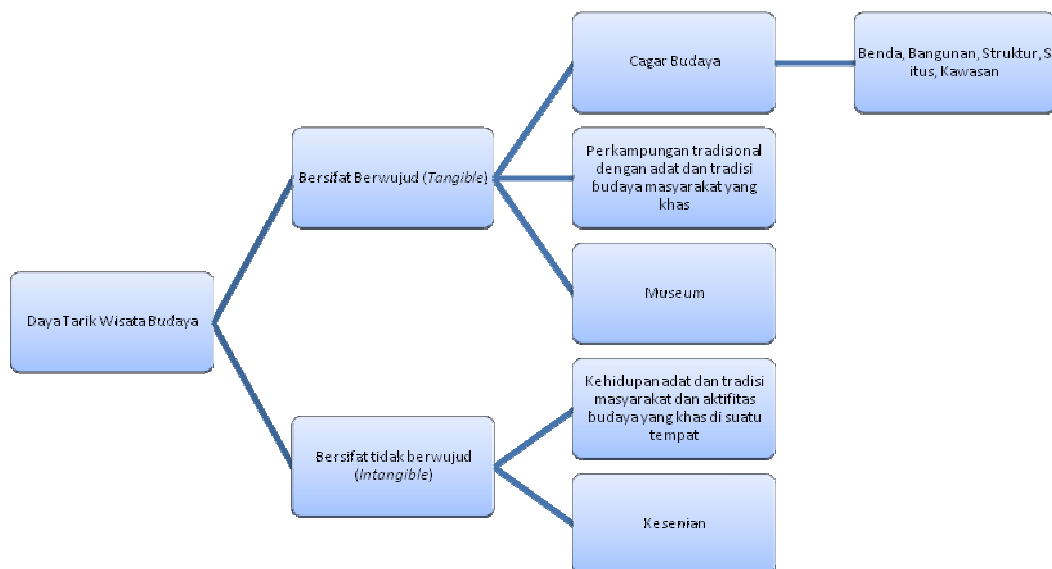
## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Atraksi dan Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata bisa dikatakan juga sebagai kemampuan yang dimiliki untuk menarik atau mendatangkan kegiatan wisata.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia no 50 tahun 2011, tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025, dalam pembangunan daya tarik wisata budaya didefinisikan sebagai daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, karsa dan cipta manusia sebagai makhluk budaya. Pengelompokan daya tarik budaya dibagi menjadi dua yaitu bersifat berwujud (*tangible*), dan yang tidak

berwujud (*intangible*). Daya tarik wisata berwujud dibagi menjadi tiga, yakni: (1) Cagar budaya, (2) Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas, (3) Museum. Daya tarik wisata tak berwujud dibagi menjadi dua, yaitu: (1) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktifitas budaya yang khas di suatu tempat, dan (2) Kesenian.



**Gambar 1.** Pengelompokan daya tarik wisata budaya

## 2. Produk Wisata

Produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yakni jasa yang dihasilkan dari berbagai perusahaan (segi ekonomis) jasa masyarakat (segi sosial) dan jasa alam.

Pada hakekatnya, pengertian produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan dan dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilih dan kemudian kembali lagi di rumahnya tempat ia berangkat semula. (Yoeti: 2002) Produk wisata sebagai produk penawar dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri dari tiga bagian yakni komponen produk wisata yang membentuk sebuah daerah tujuan wisata.

- a. Atraksi, yaitu segala sesuatu yang memiliki kemampuan untuk menarik kegiatan wisata, bisa berupa alam, budaya, atau minat khusus.
- b. Amenities, yaitu fasilitas untuk membantu wisatawan menikmati kegiatan wisatanya, bisa berbentuk tempat penginapan, makan dan minum, dan pelayanan.
- c. Aksesibilitas, yaitu kemudahan dalam menerima atau mengakses tujuan wisata oleh wisatawan.

### 3. Motivasi Perjalanan Wisata

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan wisata dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut :

- a. *Physical or physiological motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.
- b. *Cultural motivation* yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain.
- c. *Social or interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*prestige*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.
- d. *Fantasy motivation* yaitu adanya motivasi didaerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985 dalam Pitana dan Gayatri, 2005:60). Pearce, 1998 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005) berpendapat, wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor yakni : kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, *prestige* dan aktualisasi diri. Sedangkan Jackson, 1989 (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:62) melihat bahwa faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata atau dorongan untuk berwisata berasal dari komponen daerah asal wisatawan antara lain, jumlah penduduk (*population size*), kemampuan finansial masyarakat (*financial means*), waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*), sistem transportasi, dan sistem pemasaran pariwisata yang ada.

### 4. Wisatawan

UU no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa wisatawan, adalah orang yang melakukan perjalanan wisata. Sedangkan Soekadijo (2002) mengatakan bahwa wisatawan adalah orang yang mengadakan suatu perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau dilakukan hanya untuk sementara waktu.

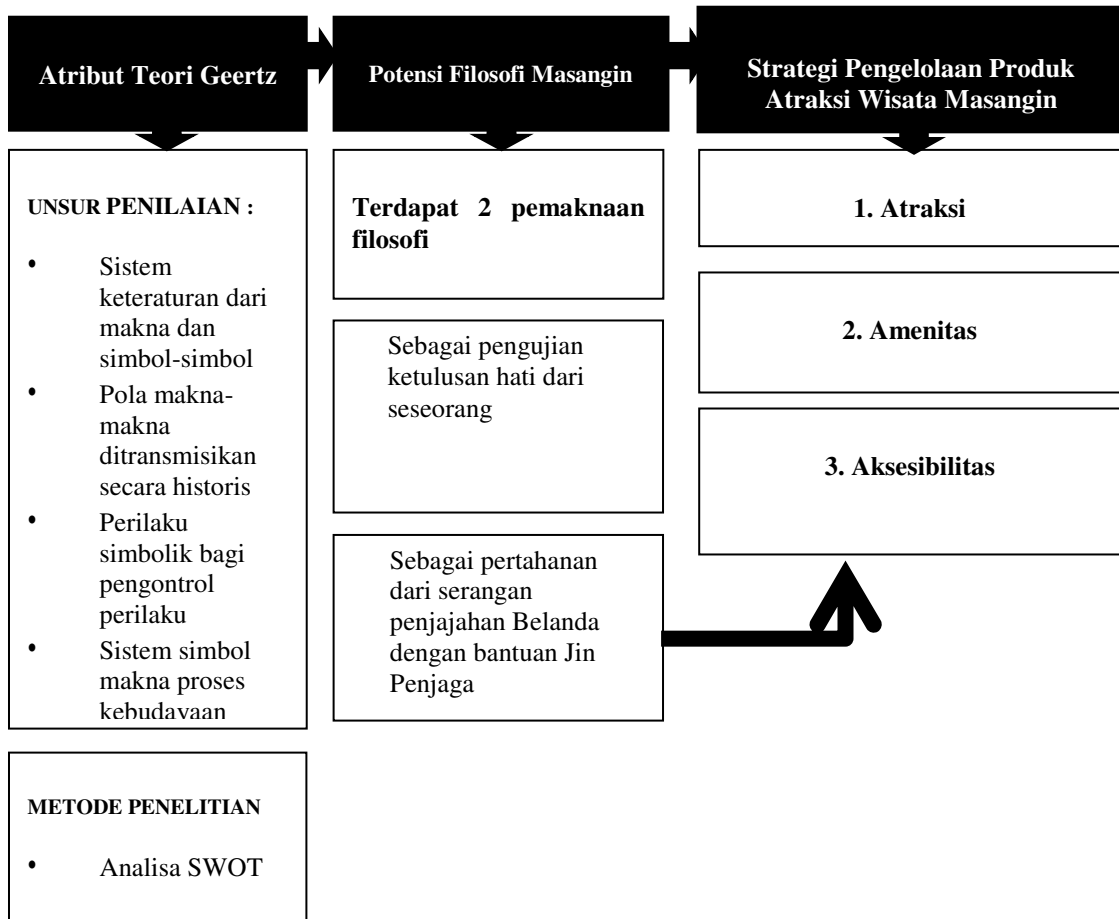
### 5. Sistem kebudayaan

Teori Geertz (1992) bahwa sistem kebudayaan sebagai: 1. Suatu sistem keteraturan dari makna dan simbol-simbol tersebut individu-individu mendefinikan, mengekspresikan perasaan-perasaan dan membuat penilaian, 2. Suatu pola makna-makna ditransmisikan secara historis dalam bentuk simbolik melalui manusia berkomunikasi, memantapkan, dan mengembangkan pengetahuan mereka mengenai dan bersikap terhadap kehidupan, 3. Suatu perilaku simbolik bagi pengontrol perilaku, sumber-sumber ekstrasomatik dari informasi, 4. Kebudayaan adalah suatu

sistem simbol makna proses kebudayaan harus dipahami diterjemahkan dan diinterpretasi.

## 6. Pola Pikir Penelitian

Pola pikir penelitian secara skematis digambarkan dalam diagram di bawah ini:



Gambar 2. Alur pikir penelitian

## METODE PENELITIAN

### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara interview, observasi dan studi kepustakaan.

- 1) Interview
- 2) Observasi
- 3) Studi Kepustakaan

## 2. Metode Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat dibedakan kedalam 3 kategori kelompok sampel sesuai dengan tujuannya:

- 1) Pelaku Industri Pariwisata
- 2) Masyarakat
- 3) Wisatawan

## 3. Teknik Analisa Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT (Bogdan & Biklen: 1982) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Filosofi Masangin

Tradisi, atau kegiatan masangin ini dilakukan di kompleks sasana hinggil kraton Yogyakarta, di Alun-alun selatan. Di alun alun selatan ini terdapat dua buah pohon beringin yang tumbuh berjajar di timur dan barat yang berjarak sekitar 15m di tengah tengah alun-alun. Berawal dari kepercayaan masyarakat Yogyakarta tentang budaya *Masangin* adalah berhubungan dengan orang yang berhasil melewati kedua pohon beringin di tengah alun-alun kidul dengan menutup mata, berarti orang itu memiliki hati yang bersih dan apabila dia berdoa dalam *Masanginnya*, akan dipermudah dalam meraih cita-citanya. Secara logis, pelaku budaya *Masangin* yang menutup matanya diasumsikan tidak tahu atas apa yang dikehendaki oleh Tuhan-Nya. Oleh karena itu, manusia hanya bisa berusaha melalui segala cobaan hidup yang digambarkan kesulitan mencapai celah diantara dua pohon tersebut. Dalam hal ini, orang yang memiliki keyakinan terhadap dirinya sendiri cenderung tidak mudah terpengaruh oleh berbagai hambatan, termasuk gelap dan keragu-raguan. Dalam kehidupan nyata, mereka adalah orang yang mampu mewujudkan cita-cita dan harapannya.

Terdapat beberapa sudut pandang tentang filosofi yang melatar belakangi dari atraksi masangin ini, yaitu:

**Tabel 1.** Filosofi Masangin

| Versi 1   | Versi 2   |
|---|---|
| Pada masa pemerintah Sultan Hamengku Buwono I ada seorang putri yang sudah tersebar kemana-mana sehingga banyak pemuda yang jatuh hati dan ingin menjadikannya sebagai istri . Sebagai seorang putri, tentu para pemuda tersebut tidak begitu saja bisa melamar dan | Versi kedua tempat ini pernah dijadikan sebagai pertahanan gaib untuk mengecoh pasukan Belanda yang ingin menyerang kraton agar mereka kehilangan arah. Konon |

|   |   |
|---|---|
| mendapatkannya. Mereka harus memenuhi satu syarat mutlak, dimana pemuda yang melamarnya harus dapat melewati sela pohon beringin kembar dengan mata tertutup. Untuk bisa melewati celah diantara kedua beringin ini, seseorang harus memiliki hati bersih dan tulus. Terkait dengan syarat diatas, begitu banyak pemuda yang mencoba, namun sayang niat dan rencananya untuk meminang sang putri kandas. Hanya satu orang yang berhasil ,yakni Putera Prabu Siliwangi yang akhirnya berhasil menjadi suami sang putri | kabarnya ada semacam rajah atau jimat diantara kedua pohon beringin tersebut. |
|---|---|

Permainan (ritual) Masangin dimulai ketika pemain (wisatawan) berdiri dalam posisi berdiri tegak lurus, sekitar 25 meter sebelah utara dari pohon beringin kembar, atau di dekat Gedung Sasana Hinggil. Dalam keadaan mata tertutup kain hitam, badan pemain lalu diarahkan pada posisi lurus ke depan (ke selatan).

Setelah ketiga proses tersebut dijalankan barulah pemain diperbolehkan mulai berjalan lurus menuju arah tengah pohon beringin kembar tanpa bantuan orang lain. Yang terjadi, bisa dari peserta (wisatawan) tidak bisa memasuki sela diantara beringin kembar tersebut, bisa belok ke kiri, ke kanan atau berputar di depan beringin kembar saja.

### **Analisis Sistem Kebudayaan**

#### **1. Sistem keteraturan dari makna dan simbol-simbol.**

Adanya keraton menyimbolkan: perjalanan hidup manusia menuju ke asal muasalnya, atau *sangkan paraning dumadi*.

Makna simbol makna dan corak: mengajarkan seseorang untuk hidup natural atau alami karena dengan kehidupan yang alami akan merasakan kesejahteraan dan ketentraman.

Pohon beringin: Pohon beringin hanya terdapat sepasang di tengah alun-alun yang dinamakan supit urang. Pohon beringin ini melambangkan pengayoman, melindungi, keadilan dan juga sifat abadi. Beringin juga melambangkan *manunggaling kawula lan Gusti*, atau rakyat dengan pemimpinnya, atau bersatunya manusia dengan Tuhan yang memberikan hidup.

#### **2. Pola makna-makna ditransmisikan secara historis**

Ritual Masangin ini dimulai ketika peserta berdiri dalam posisi berdiri tegak lurus, sekitar 25 meter sebelah utara dari pohon beringin kembar menghadap ke beringin atau kearah selatan. Peserta harus dengan keadaan mata tertutup kain hitam, badan pemain lalu diarahkan pada posisi lurus ke depan. Selanjutnya peserta tersebut dijalankan barulah pemain diperbolehkan mulai berjalan lurus menuju arah tengah pohon beringin kembar tanpa bantuan orang lain.

#### **3. Perilaku simbolik bagi pengontrol perilaku**

Perilaku simbolik bagi pengontrol perilaku dikomunikasikan oleh Paguyupan Budaya (Adat Kraton) dan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI). Dari sinilah

wisatawan dapat mengetahui nilai filosofi Masangin secara personal yang diceritakan oleh pemandunya.

#### 4. Sistem simbol makna proses kebudayaan

Atraksi wisata Masangin merupakan salah satu atraksi pariwisata yang memiliki nilai pemaknaan proses perkembangan kebudayaan yang ada di lingkungan Kraton Yogyakarta yang bisa dimaknai secara dalam oleh setiap wisatawan yang berkunjung ke alun-alun kidul Yogyakarta.

**Tabel 2.** Analisis SWOT

| <b>Analisa Swot Faktor Internal Strategi</b>   |   |
|--|---|
| <b><i>Strength</i></b>   | <b><i>Weakness</i></b>  |
| Sebuah atraksi wisata yang memiliki sistem keteraturan dari makna dan simbol-simbol yang kuat.   | Kurang optimalnya pengemasan produk dan promosi atraksi wisata berbasis edukasi filosofis masangin.   |
| Kegiatan atraksi wisata masangin sudah memiliki tatanan pola atraksi yang teratur dalam pemaknaan filosofi yang ditransmisikan secara historis dalam sebuah kegiatan wisata. | Belum memaksimalkan transmisi edukasi historis kepada para wisatawan.   |
| Adanya pengayom budaya sebagai pengontrol perilaku kegiatan atraksi masangin   | Belum memaksimalkan pemanfaatan simbol-simbol di destinasi dengan mengkaitkan cerita dari nilai filosofis simbol-simbol tersebut dengan atraksi masangin. |
| Menjadi salah satu daya tarik wisata yang menguatkan simbol makna proses kebudayaan dilingkungan Kraton Yogyakarta   |   |
| <b>Analisa Swot Faktor Eksternal Strategi</b>  |   |
| <b><i>Opportunity</i></b>  | <b><i>Threat</i></b>  |
| Menjadi satu-satunya atraksi wisata edukasi yang memiliki keunikan berbasis filosofi budaya  | Kurangnya minat wisatawan untuk mendalami nilai budaya bangsa.  |
| Tumbuhnya rasa cinta kebudayaan dan kecintaan kearifan lokal pada generasi penerus bangsa.   | Tergerusnya budaya lokal dengan perkembangan teknologi.   |
| Adanya peningkatan kunjungan yang berlatar belakang <i>Cultural motivation</i> yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain               | Munculnya berbagai variasi pilihan wisata yang lebih kreatif dan menarik  |
| Adanya penguatan citra Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai destinasi budaya unggulan  | Berubahnya gaya hidup masyarakat  |
| Adanya penguatan <i>brand</i> keistimewaan Kraton Yogyakarta dalam filosofi budaya.  |   |

Dari hasil analisis internal dan eksternal SWOT diatas dapat ditemukan strategi dalam **menjadikan masangin sebagai atraksi wisata yang berbasis nilai filosofis kepada wisatawan**. Strategi yang dimaksud yaitu:



**A. Strategi SO:**

- ✓ Memaksimalkan pemanfaatan simbol-simbol yang ada di kawasan Alun-Alun Kidul untuk dijadikan sebagai bagian atraksi wisata sehingga memunculkan alur cerita pemaknaan filosofi yang mendalam.
- ✓ Meningkatkan kualitas pelayanan yang tereduksi pemahaman filosofi secara detail serta menguatkan promosi atraksi wisata berbasis edukasi filosofis masangin.
- ✓ Menjalin hubungan kerjasama dari berbagai pihak baik pemerintah maupun swasta, untuk penguatan karakter filosofis atraksi masangin.
- ✓ Membuat visitor management yang jelas di kawasan Alun-Alun Kidul.(Pengenalan simbol-simbol budaya dikawasan ALKID).

**B. Strategi ST:**

- ✓ Melakukan kegiatan promosi dan kegiatan beragam yang mengandung unsur edukasi yang dikemas secara menarik dan berbeda sebagai cara untuk menarik minat masyarakat berkunjung dan melakukan atraksi Masangin.

**C. Strategi WO:**

- ✓ Meminta dukungan dan kerjasama dari pemerintah dan pihak swasta lainnya dengan memanfaatkan dukungan perkembangan teknologi dan informasi untuk memaksimalkan kegiatan promosi.
- ✓ Meningkatkan pelayanan dan transformasi edukasi budaya filosofi yang berkualitas sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan brand masangin.
- ✓ Memanfaatkan sarana dan prasarana yang sudah ada untuk dijadikan media komunikasi edukasi budaya yang mampu mengemas karakteristik kekuatan nilai budaya dilingkungan Kraton.

**D. Strategi WT:**

- ✓ Mengadakan event bertema nilai historis masangin sebagai ajang promosi dan penguatan brand dalam bentuk perlombaan yang mengedepankan tema edukasi budaya filosofis.
- ✓ Meningkatkan kualitas mutu pelayanan dan pemanfaatan sarana dan prasarana yang sudah ada untuk menciptakan destinasi budaya unggulan DIY yang lebih inovatif dan kreatif.

## **SIMPULAN**

Dari hasil pembahasan, dapat diberikan simpulan penelitian bahwa dibutuhkan strategi menjadikan masangin sebagai atraksi wisata yang berbasis nilai filosofis kepada wisatawan. Dari penelitian ini didapatkan sebuah strategi dalam mengemas atraksi wisata masangin ini agar bisa menjadi sebuah daya tarik wisata yang dapat memberikan pengalaman spiritual kepada wisatawan dengan menekankan kepada filosofi dari masangin yang bisa wisatawan yakni dengan:

1. Memaksimalkan pemanfaatan simbol simbol sebagai atraksi wisata sehingga memunculkan pola yang jelas, meningkatkan kualitas pelayanan, membuat kerjasama dengan berbagai pihak, dan membuat visitor manajemen.

2. Melakukan promosi dan kegiatan yang mendukung unsur edukasi yang berhubungan dengan ritual masangin.
3. Meminta dukungan pemerintah untuk pemanfaatan teknologi dan informasi untuk kegiatan promosi, meningkatkan pelayanan dalam transformasi edukasi yang berkualitas kepada wisatawan dengan memanfaatkan sarana dan prasarana untuk dijadikan media komunikasi.
4. Mengadakan event yang berhubungan langsung dengan ritual masangin, sebagai ajang penguatan *brand* dan promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

Bogdan, Robert C dan Biklen Kopp Sari, 1982, *Quantitative research for Education: An Introduction to Theory and Methods*, Allyn and Bacon, Inc, Boston London.

Djoko Suryo, 2005, *Penduduk dan Perkembangan Kota Yogyakarta 1900-1990, Kota Lama, Kota Baru*, Yogyakarta: Ombak

Geertz Clifford, 1992, *Tafsir Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius

Oka A Yoeti, 2002, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT Pradaya Paramita.

Peraturan presiden No 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025

Pitana dan Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi

Soekadijo, R.G, 2000, *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata Sebagai: Systemic Linkage*. Jakarta: Penerbit Gramedia.

Undang-undang no 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

<https://www.bernas.id/18291-masangin-tradisi-untuk-mengukur-kelurusan-hati-.html>. Diakses 6 November 2018

<https://www.kompasiana.com/1950wien/578dbee4f37e610205e0a06c/misteri-masangin-masuk-diantara-2-pohon-beringin-di-alun-alun-kidul-kraton-yogyakarta?page=all> Diakses 6 November 2018