

THE VITALITY OF THE LOCAL IDENTITY OF CANGKUANG TEMPLE IN KAMPUNG PULO GARUT, WEST JAVA

DAYA HIDUP IDENTITAS LOKAL CANDI CANGKUANG DI KAMPUNG PULO GARUT JAWA BARAT

Prima Yustana¹, Sunarmi², Santoso Soewarlan³

^{1,2,3}Institut Seni Indonesia Surakarta

¹pyprim@gmail.com, ²sunarmi.interior67@gmail.com, ³mastosa2003@yahoo.com

ABSTRACT

Cangkuang Temple is a very unique temple, its uniqueness is found in several elements contained in the name, form and location of the temple. In discussing this article, it is necessary to use an approach that is by the material object and the existing formal object, the material object is discussed using an aesthetic approach while the formal object uses a source interview approach and sees the relevance of the notion of vitality by Dwi Marianto, this approach is used to look deeper into what potential is contained in Cangkuang Temple, Garut, West Java, tourism potential is the main potential supported by its location on a small island that can only be accessed using bamboo rafts. The research method uses a descriptive qualitative method based on the potential existence of three exciting things: temples, tombs or tombstones, and traditional villages. The three elements have a solid connection because until now the traditional village or commonly called Kampung Pulo still maintains the principles instilled by its ancestors who are familiarly called Mbah Dalem Arif Muhammad.

Keywords: Cangkuang Temple, Kampung Pulo, Garut

ABSTRAK

Candi Cangkuang merupakan candi yang sangat unik, keunikannya terdapat pada beberapa unsur yang terdapat pada nama, wujud dan lokasi candi tersebut berada. Dalam pembahasan artikel ini perlu menggunakan pendekatan yang sesuai dengan objek material dan objek formal yang ada, objek material dibahas dengan menggunakan pendekatan estetika sedangkan objek formal menggunakan pendekatan wawancara narasumber dan melihat relevansi pengertian daya hidup oleh Dwi Marianto, pendekatan ini digunakan untuk melihat lebih dalam terkait potensi apa saja yang terdapat di Candi Cangkuang, Garut, Jawa Barat, potensi wisata menjadi potensi utama dengan didukung letaknya yang terdapat di sebuah pulau kecil yang hanya dapat diakses menggunakan rakit bambu. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif berdasarkan potensi keberadaan tiga hal yang sangat menarik yaitu Candi, Makam atau batu nisan, dan Kampung Adat. Ketiga unsur tersebut mempunyai keterhubungan yang sangat kuat, sebab sampai saat ini kampung adat atau yang biasa disebut Kampung Pulo masih mempertahankan prinsip-prinsip yang ditanamkan oleh leluhurnya yang akrab disebut Mbah Dalem Arif Muhammad.

Kata kunci: Candi Cangkuang, Kampung Pulo, Garut

PENDAHULUAN

Suatu objek dinilai menarik jika mempunyai daya hidup untuk menggerakkan komponen yang lain baik secara langsung maupun tidak langsung. Kabupaten Garut merupakan Kabupaten yang cukup terkenal di Indonesia dengan berbagai potensi andalan seperti Domba Garut dan olahan kulitnya untuk produk *fashion*. Pemilihan

lokasi dan objek kajian dalam artikel ini dipilih berdasarkan nilai yang terkandung dalam objek yang berada di sebuah kawasan wisata yang berada di Jawa Barat. Objek kajian menjadi menarik salah satunya disebabkan karena untuk mencapai lokasi terdapatnya potensi kajian harus melewati sebuah danau dengan menggunakan rakit yang terbuat dari bambu yang disusun berjajar, tantangan inilah yang menjadikan salah satu tujuan wisata ini memiliki nilai lebih untuk dibahas secara mendalam terkait apa saja daya tarik dari Candi Cangkuang dan Kampung Pulo yang dapat mempengaruhi daya hidup masyarakat pemilik maupun masyarakat penikmatnya.



Gambar 1. Lokasi Candi Cangkuang yang dikelilingi danau dan Gerbang masuk Kampung Pulo
(Prima Yustana, 2023)

Kampung Pulo merupakan sebuah kampung adat yang terdapat di Desa Cangkuang, Kecamatan Leles, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Menurut Kang Umar sebagai tokoh masyarakat di Kampung Pulo menjelaskan bahwa dahulu kala penduduk di Kampung Pulo beragama Hindu, namun setelah kedatangan Mbah Dalem Arif Muhammad berdakwah di Kampung Pulo, Desa Cangkuang, Kecamatan Leles maka keyakinan penduduk beralih menjadi Islam. Menurut Kang Umar, bahwa di Kampung Pulo penduduknya hanya sedikit dan merupakan putra dari Mbah Dalem Arif Muhammad yang jumlahnya 7, perempuan berjumlah 6 dilambangkan dengan jumlah rumah yang hanya ada 6 dan satu Mushola sebagai simbolisasi putra satu- satunya Mbah Dalem Arif Muhammad.

Selain itu, bangunan yang ada di Kampung Pulo tidak boleh ditambah, harus tetap 7 bangunan. Peraturan ini sudah berlangsung sejak abad ke-17. Jika di antara penduduk ada yang menikah maka setelah dua minggu harus keluar dari Kampung Pulo. Apabila orangtua yang menikah tadi meninggal baru bisa kembali untuk mengisi kekosongan. Akan tetapi hak waris di Kampung Pulo ini diturunkan

pada anak Perempuan. Aturan ini muncul sebab ada sebuah kejadian anak Laki-laki satu- satunya Mbah Dalem Arif Muhammad meninggal pada saat mau disunat, melalui sebuah acara pesta besar. Putra Mbah Dalem Arif Muhammad sebelum disunat diarak menggunakan tandu dengan atap jurai, namun tiba-tiba ada angin kencang yang membuat bencana, sehingga anak tersebut terjatuh dari tandu dan kemudian meninggal dunia. Sejak kejadian tersebut, terdapat larangan di Kampung Pulo untuk membuat atap berbentuk Jurai dan memukul gong besar dari perunggu. Dari momen tersebut pula Mbah Dalem Arif Muhammad menentukan bahwa di Kampung Pulo yang berhak mendapat warisan adalah anak perempuan.

Larangan yang lain adalah tidak boleh memelihara binatang ternak seperti kambing atau sapi, hal ini dikaitkan dengan kebersihan atau kesucian dari lokasi Kampung Pulo dan Makam Mbah Dalem Arif Muhammad agar tidak dikotori oleh kotoran binatang ternak. Namun jika ada masyarakat yang ingin memakan atau menyembelih binatang tersebut tetap diperbolehkan. Larangan memelihara sapi juga dikaitkan dengan kepercayaan masa lalu masyarakat di Kampung Pulo yang beragama Hindu. Bagi pemeluk agama Hindu, binatang Sapi dikaitkan dengan Dewa Siwa, dan dikhawatirkan akan kembali disembah



Gambar 2. Lukisan menggambarkan sosok Mbah Dalem Arif Muhammad
(Prima Yustana, 2023)

PEMBAHASAN

Karakteristik yang lain yang menjadi ciri khas dari Candi Cangkuang adalah tidak adanya relief yang terdapat pada dinding candi. Jadi semua sisi candi ini polos tidak ada gambar atau ukiran seperti yang terdapat di candi-candi yang lain, Hal ini kemungkinan besar juga karena tidak diketahuinya relief apa yang terdapat pada dinding candi tersebut, sehingga pada saat pemugaran batu yang digunakan berupa batu polos tanpa ukiran. Apabila pada dinding candi terdapat relief biasanya akan dapat memberikan informasi terkait kehidupan di sekitar candi atau berbagai acara atau ritual yang biasa dilakukan masyarakat setempat. Semua narasi tersebut biasanya terdokumentasi pada relief sebuah candi.



Gambar 3. Candi Cangkuang tampak depan
(Prima Yustana, 2023)

Secara keseluruhan karakteristik Candi Cangkuang ini dapat dikenali dengan melihat secara utuh dengan kesederhanaan bentuknya dengan bagian pondasi paling lebar pada bagian bawahnya dan berbentuk kotak pada bagian badannya serta memiliki atap atau kepala candi dengan tiga lapisan dengan bentuk semakin ke atas semakin kecil, pada bagian paling atas terdapat bentuk seperti stupa namun bentuknya ramping tidak seperti stupa di Candi

Borobudur, apabila dibandingkan bentuk stupanya lebih condong mirip dengan yang ada di Candi Prambanan, hal tersebut kemungkinan besar disebabkan oleh karakteristik candi Hindu yang berstupa lebih langsing. Apabila diamati, lokasi Candi Cangkuang terletak pada sebuah pulau kecil dan dibangun pada dataran tertinggi dari pulau tersebut. Dengan bentuk candi seperti sebuah meru atau gunung, sebagaimana dijelaskan oleh Budiono Herusatoto dalam bukunya *Simbolisme Budaya Jawa* bahwa keseluruhan bentuk candi merupakan lambang dari sebuah gunung, yaitu gunung mahameru, yakni gunung tempat tinggal para dewa, gambaran gunung ini merupakan perwujudan menurut pemahaman bangsa Hindu. Oleh karena itu dewa tinggal di meru, dan nyawa raja yang dianggap Dewa itu bertempat tinggal di candi (Herusatoto, 1991). Berdasarkan pengertian tersebut, sangat kuat bahwa maksud dan tujuan Candi Cangkuang didirikan di atas gunung disebabkan terdapat keyakinan bahwa gunung itu adalah tempat tinggal para dewa, sehingga apabila candi itu berada di gunung terkandung makna bahwa akan lebih dekat dengan para Dewa sehingga apabila para pengikut agama tersebut melakukan do'a maka secara langsung dapat tersampaikan kepada para Dewa.

a. Strategi peningkatan daya tarik secara luas

Identitas Candi Cangkuang secara visual bentuknya sudah cukup jelas dengan berbagai keterangan yang ada dibalik keberadaannya. Tentang penamaan candi yang diambil dari nama sebuah pohon di lokasi terdapatnya candi juga merupakan keunikan tersendiri, sebab jarang ditemui nama candi yang diambil dari nama sebuah pohon. Penguatan identitas juga muncul dari keterangan penduduk lokal bahwa keberadaan candi ini merupakan satu-satunya di daerah Sunda jadi secara nilai lokalnya sudah sangat kuat. Penguatan identitas sebuah wilayah dapat ditempuh dengan cara memunculkan sebuah simbol atau bentuk tertentu yang dapat dikenali oleh semua orang dengan jelas dan merupakan kebanggaan ataupun perwakilan bentuk khas sebuah daerah atau wilayah. Melalui kebanggaan dan pengakuan keberadaan sebuah wujud atau bentuk tersebut, akan dapat memberikan dampak positif kepada masyarakat luas.

Dampak positif yang dimaksud adalah dapat berupa dampak ekonomi bagi masyarakat, yang tentunya akan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dan para pihak yang terdampak dengan adanya potensi wisata tersebut, baik langsung maupun tidak langsung. Sebagai sebuah potensi yang menarik, Candi

Cangkuang yang berada di kampung Pulo sebenarnya sudah cukup tergarap oleh pemerintah daerah, sebagai sebuah desa adat yang unik maka pemerintah secara khusus memberikan perhatian kepada desa ini, dan bahkan pengelolaan kawasan juga dipegang oleh Dinas Kebudayaan.

Peningkatan ekonomi dan eksistensi Candi Cangkuang perlu didukung oleh semua pihak, diperlukan juga kerja kolaboratif yang dapat menjadikan tujuan pelestarian lokasi desa adat dengan segala potensinya memerlukan kerja kolaboratif yang terus menerus, merujuk pengertian daya levitasional dalam konteks seni dapat dianalogikan sebagai daya yang menarik keluar antusiasme dari bawah sadar kita, atau sebagai daya yang merangsang terbangunnya keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang sesuai rangsangan yang ditimbulkan oleh suatu subjek. Daya hidup yang satu memunculkan daya hidup yang lain. Suatu vibrasi merangsang vibrasi-vibrasi lain yang senyawa untuk beresonansi (Marianto, 2011).

Dapat dimengerti bahwa untuk mencapai level berdaya diperlukan kekuatan untuk saling menghidupkan sebagai wujud keterkaitan antar unsur yang dapat menggerakkan sesuatu untuk mencapai tujuan. Dalam konteks tulisan ini, nilai lokal kenusantaraan akan fokus kepada Candi Cangkuang yang menjadi simbol sebuah budaya yang ada di wilayah Jawa Barat, dengan melihat keunikan nama, sejarah, dan bentuknya yang cukup sederhana, hal ini yang menjadi kekuatan daya tarik untuk digunakan sebagai potensi yang dapat menarik berbagai cabang sektor ekonomi, dan harapannya juga dapat membuka jalan untuk lebih dikenal secara nasional maupun internasional. Rangsangan suatu subyek dalam konteks levitasi dapat terwakili oleh adanya bangunan Candi Cangkuang, sehingga subyek utama inilah yang menjadi daya tarik wilayah kawasan wisata adat di Garut.

Candi Cangkuang sebagai ikon yang menjadi daya tarik utama kawasan Kampung Pulo. Penelitian dari Haedi (2023) juga telah membuktikan bahwa secara fasilitas dan aksesibilitas, area Candi Cangkuang memiliki potensi yang kuat untuk menjadi desa wisata, meski mungkin masih tetap membutuhkan proses penyempurnaan di beberapa bagian (Haedi, 2023). Oleh karena itu ikon atau simbol inilah yang dapat dijadikan tanda atau simbol keberadaan sebuah desa dengan adat dan sejarahnya yang masih tumbuh dan hidup sampai saat ini. Lompatan untuk meningkatkan nilai keberadaan Candi Cangkuang harus

ditingkatkan, diperlukan cara yang efektif untuk pengenalan lebih luas potensi candi agar lebih dikenal secara luas. Sekarang ini perkembangan internet sudah sangat luar biasa dan masuk ke dalam sendi-sendi kehidupan masyarakat media internet ini seolah sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia saat ini. Hampir setiap orang saat ini menggunakan telephone genggam atau HP pintar, informasi sekarang dapat langsung masuk ke dalam HP tersebut. Melalui gawai tersebut dapat memperluas informasi potensi Candi Cangkuang kepada masyarakat luas tanpa batasan waktu dan wilayah.

Promosi menggunakan gawai melalui internet itu bisa dikatakan dapat dilakukan siapa saja yang sudah akrab dengan aplikasi media sosial. Catatannya adalah bagaimana cara agar muatan promosi itu menjadi menarik dan dapat lebih menggerakkan masyarakat luas atau global untuk hadir dan memberikan dampak yang cukup jelas bagi wilayah yang terdapat ikon wisata tersebut. Sebagai catatan Toufik Murtono memberikan keterangan bahwa globalisasi dapat menjadi sebab kebangkitan kembali identitas budaya lokal di berbagai daerah. Globalisasi dan kebangkitan budaya lokal dapat dipandang sebagai proses yang memengaruhi satu sama lain (Murtono, 2010). Keterangan tersebut dapat dipahami bahwa untuk menjadi global dengan memanfaatkan potensi budaya lokal dapat digunakan sebagai agen untuk berkomunikasi kepada masyarakat secara nasional maupun internasional sehingga bisa terjadi intervensi melalui produk budaya dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dunia ataupun juga dapat berimplikasi secara langsung dengan keberadaan masyarakat lokal yang memiliki potensi budaya lokal tersebut.

b. Komodifikasi Candi Cangkuang

Komodifikasi dan Pariwisata menjadi relasi penting dalam eksistensi tradisi khususnya melalui skema reproduksi (Sunarmi, 2023). Selain itu, tulisan dari (Ariningsih, 2024) juga menjelaskan bahwa konsep komodifikasi tidak hanya membahas bagaimana suatu objek bernilai ekonomi, tetapi juga akhirnya membentuk budaya populer melalui komunikasi masa. Kata kuncinya adalah komoditas, reproduksi, dan wisata merupakan satu kesatuan utuh yang dapat digunakan sebagai strategi untuk mewujudkan produk maupun posisi tawar budaya yang ada pada sebuah wilayah. Sebagai bagian dari tujuan wisata, Candi Cangkuang memiliki karakter yang sangat kuat apalagi dilihat dari keunikan adalah satu-satunya candi di tanah pasundan. Pariwisata akan lebih menarik jika mempunyai produk buah tangan yang khas dari daerah tersebut dan bisa jadi mempunyai jenis yang

beragam, oleh-oleh dapat berupa apa saja yang dapat dibeli sebagai buah tangan. Pemenuhan kebutuhan buah tangan memberikan peluang masyarakat untuk berpikir bagaimana dan apa yang menjadi komoditas khas untuk mewakili daerah sehingga mudah dikenal dan menjadi buah tangan yang memiliki nilai dan kemcnarikan kedaerahan lokasi wisata tersebut dapat dijadikan produk penunjang wisata baik dalam wujud kriya maupun buah tangan yang lain (Kriya Wisata).

Selain itu, potensi dari Candi Cangkuang juga diidentifikasi oleh Rustiyanti (2018) masih memerlukan pengembangan yang lebih serius. Pasalnya, secara analisis, potensi wisata Candi Cangkuang masih belum dikelola dengan model yang ideal dan terpadu berbasis budaya, sejarah, dan religi. Kondisi ini tentu membutuhkan perhatian serius secara holistic untuk menyinergikan aspek-aspek potensi Desa Pulo, Kecamatan Leles untuk mengoptimalkan potensi Candi Cangkuang (Rustiyanti, 2018)

Salah satu potensi yang bisa diidentifikasi dalam adalah souvenir. Variasi bentuk souvenir merupakan usaha memberikan alternatif dalam memenuhi selera pasar. Usaha untuk mencari kekhasan dalam sebuah souvenir ditempuh oleh para produsen, jenis dan nilainya akan sangat berbeda satu sama lain. Bentuk souvenir dari kayu ini apabila diamati lebih detail bentuknya hanya mirip Candi Cangkuang.



Gambar 4. Souvenir kayu miniatur Candi Cangkuang
(Purwo Prihatin, 2023)

Namun secara detail struktur bangunan Candi Cangkuang, maka terdapat beberapa bagian atau bentuk yang tidak dapat dicapai bentuknya pada miniatur yang sudah dipajang oleh pedagang oleh-oleh di sepanjang jalan menuju Kampung Pulo. Hal ini dapat dipahami bahwa produk miniatur tersebut merupakan produksi massal jadi dapat dipahami apabila dikerjakan secara detail setiap bagian Candi tentunya akan menambah biaya pengeluaran produksi, sehingga harga akan relatif lebih mahal.

Ada juga sebuah produk souvenir atau oleh-oleh yang sangat menarik yang mempertimbangkan keunikan dari Candi Cangkuang, produk ini adalah produk olahan coklat yang mempunyai merk Chocodot, variasi rasa dan jenis coklat menjadi andalan dalam produk coklat ini yang sangat apik dengan mengkombinasikan dodol Garut sebagai campuran dari coklat, sehingga nuansa rasa otentik daerah tetap menjadi bagian yang penting untuk memperkuat karakter rasa dari coklat Chocodot. Kesadaran akan identitas sebuah produk yang dapat dijadikan andalan untuk meningkatkan peluang pasar yang memiliki daya saing yang tinggi sehingga akan memiliki nilai jual yang baik dan dapat berkontribusi dalam peningkatan ekonomi di masyarakat setempat dan dapat dijadikan media atau sarana menjadikan wilayah Garut lebih dikenal baik secara nasional maupun internasional.



Gambar 5. Coklat Khas Garut dengan merk Chocodot kombinasi rasa potensi daerah Garut seperti Dodol (Prima Yustana, 2023)

Dalam kemasan yang menampilkan ikon daerah ternyata sudah dipikirkan untuk memberikan narasi kepada para konsumen pembeli oleh-oleh coklat ini

dengan sedikit deskripsi terkait ikon yang terdapat dalam kemasan. Strategi yang sangat baik sebagai usaha untuk mengenalkan dan memberikan informasi kepada masyarakat luas dan secara tidak langsung juga merupakan upaya mengedukasi masyarakat untuk mengenal potensi yang ada di daerah Garut Jawa Barat khususnya Candi Cangkuang.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Tasang (2017), kemasan Chocodot juga berhasil membangun persepsi positif kepada calon pembeli. Dari penelitian yang dilakukan ini, Tasang melakukan observasi pada 100 responden dan 43% di antara responden tersebut memutuskan untuk membeli produk Chocodot karena kemasannya yang dinilai menarik (Tasang, 2017).



Gambar 6. Kemasan yang menampilkan ikon Candi Cangkuang (Prima Yustana, 2023)

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik kawasan wisata bisa ditopang oleh potensi yang ada di wilayah tersebut, potensi dapat berupa benda yang memiliki karakteristik tertentu, kampung adat, ataupun alam yang indah. Kampung adat Kampung Pulo merupakan kampung yang sangat unik disebabkan adanya konvensi dari masyarakat pendukungnya untuk

senantiasa menjaga adat yang sudah turun temurun berkaitan dengan keharusan dan larangan. Selain kampung adat ada juga makam dan Candi Cangkuang. Candi Cangkuang merupakan candi satu-satunya di tanah pasundan, sehingga artefak tersebut dapat dijadikan komoditas untuk memberikan daya hidup ke dalam seluruh cabang dalam putaran ekonomi pariwisata khususnya.

Secara khusus Candi Cangkuang merupakan candi yang menjadi objek utama yang memiliki karakter khusus, sehingga karakteristiknya dapat mewakili sebagai ikon identitas nusantara yang ada di Kabupaten Garut Jawa Barat. Potensi inilah yang dapat dijadikan peluang pengembangan berbagai produk kerajinan maupun oleh-oleh khas daerah Garut. Melalui berbagai jenis produk oleh-oleh yang mengangkat keunggulan lokal dengan mengangkat Candi Cangkuang sebagai daya tarik utama dan didukung kesadaran masyarakat pemilik untuk mengenalkannya kepada para wisatawan dengan narasi dalam kemasan oleh-oleh Chocodot, hal ini akan memberikan dampak yang positif agar potensi lokal daerah dapat menghidupi masyarakatnya dan dapat dikenal secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

Narasumber wawancara:

Bapak Umar, keturunan Mbah Dalem Arif Muhammad dan warga Kampung Pulo

Abdul, M. A., Ashadi, & Anggana, S. F. (2018). Konsep Arsitektur Ekologi Pada Penataan Kawasan Wisata Candi. *Jurnal Arsitektur PURWARUPA*, 2(2), 57– 70.

Ariningsih, N. P. (2024). Komodifikasi Kerajinan Anyaman Ata Sebagai Cenderamata Co-modification of Anyaman Ata as Souvenir in Seraya. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 03(1), 1–7. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i1>.

Garut, B. K. (2021). *Kecamatan Leles dalam Angka 2021*. BPS Kabupaten Garut. <https://garutkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/12b60e12562fa9188c9fe227/kecamatan-leles-dalam-angka-2021.html>

Haedi, N. D. (2023). *PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP AKSESIBILITAS DAN FASILITAS PENDUKUNG DI DESA WISATA SITU CANDI CANGKUANG KABUPATEN GARUT* [Universitas Pendidikan Indonesia].

Prima Yustana, Sunarmi, Santoso Soewarlan: Daya Hidup Identitas Lokal Candi Cangkuang Di Kampung Pulo Garut Jawa Barat

<https://repository.upi.edu/116581/>

Herusatoto, B. (1991). *Simbolisme dalam Budaya Jawa*. Hanindita.

Marianto, M. D. (2011). *Menempa Quanta Mengurai Seni*. Badan Penerbit ISI Yogyakarta.

Murtono, T. (2010). *Kuasa Citra: Westernisasi melalui Iklan*. ISI Press.

Rustiyanti, S. (2018). Folklor Candi Cangkuang: Destinasi Wisata Berbasis Budaya, Sejarah, dan Religi. *Jurnal Budaya Etnika*, 2(2), 1–10.

Sunarmi. (2023). Tradisi Dalam Kontestasi Global. *Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Kajian Budaya Desain Interior*.

Tasang, V. T. (2017). *Pengaruh kemasan chocodot update terhadap niat beli konsumen di Bandung* [Universitas Katolik Parahyangan]. <http://hdl.handle.net/123456789/1087>