

TOURISM ANTHROPOLOGY AND PHILOSOPHY

Anthropologi Dan Filsafat Pariwisata
Untuk Program Study S1 Pariwisata



Andreas Rudiyanto, S.S., M.Hum.

Tourism Anthropology And Philosophy

*Anthropologi Dan Filsafat Pariwisata
Untuk Program Study S1 Pariwisata*

Andreas Rudiyanto, S.S., M.Hum.



Vita Gloria Abadi

Tourism Anthropology And Philosophy

*Anthropologi Dan Filsafat Pariwisata
Untuk Program Study S1 Pariwisata*

Penulis: Andreas Rudiyanto, S.S., M.Hum.

Desain Sampul : C. Arnol

Tata Letak : C. Arnol

Diterbitkan oleh:
Vita Gloria Abadi

Cetakan I: 2026
130 hlm; 14 x 21 cm
ISBN:

Hak Cipta dilindungi undang-undang
All rights reserved



Vita Gloria Abadi
Karangmojo, Wedomartani,
Ngemplak, Sleman,
Yogyakarta

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan penyertaan-Nya sehingga buku ajar Antropologi, Budaya, dan Pariwisata ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Penyusunan buku ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan bahan ajar yang mampu menjembatani kajian antropologi dengan fenomena pariwisata yang terus berkembang secara global maupun lokal. Pariwisata pada hakikatnya tidak hanya berkaitan dengan pergerakan manusia dan aktivitas ekonomi, tetapi juga merupakan proses sosial budaya yang kompleks, melibatkan interaksi antarbudaya, representasi identitas, perubahan nilai, serta dinamika kekuasaan dalam masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan antropologi menjadi penting untuk memahami pariwisata secara lebih mendalam, kritis, dan kontekstual. Melalui perspektif antropologis, pariwisata dipahami sebagai ruang perjumpaan budaya yang dapat menghasilkan peluang pelestarian sekaligus tantangan perubahan bagi masyarakat.

Buku ini disusun secara sistematis dan komprehensif untuk memberikan landasan konseptual sekaligus pemahaman aplikatif mengenai hubungan antara manusia, kebudayaan, dan pariwisata. Pembahasan dimulai dari konsep dasar antropologi dan kebudayaan, kemudian dilanjutkan dengan keterkaitannya dengan pariwisata sebagai fenomena sosial dan industri global. Selanjutnya dibahas isu-isu penting seperti kebudayaan sebagai sumber daya pariwisata, dampak pariwisata terhadap masyarakat

lokal, kompetensi antarbudaya, perubahan budaya dan perilaku wisata, motivasi perjalanan berbasis budaya, hingga model integratif pengelolaan pariwisata. Selain itu, buku ini juga mengkaji perkembangan kontemporer pariwisata, dampak positif dan negatif pariwisata, serta pendekatan keberlanjutan dan tanggung jawab dalam pengembangan destinasi. Dengan cakupan tersebut, buku ini diharapkan dapat membantu pembaca memahami pariwisata secara holistik, tidak hanya sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai fenomena budaya dan sosial yang dinamis.

Buku ini diharapkan dapat memperkuat kemampuan analitis dan sensitivitas budaya pembaca dalam memahami serta mengelola pariwisata secara berkelanjutan. Pemahaman antropologis mengenai budaya lokal, identitas komunitas, dan perubahan sosial menjadi landasan penting dalam merancang kebijakan dan praktik pariwisata yang menghargai keberagaman serta memberdayakan masyarakat.

Bidang antropologi pariwisata dan studi budaya merupakan bidang yang terus berkembang, sehingga diperlukan pembaruan dan penyempurnaan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan konstruktif dari para pembaca, akademisi, dan praktisi sangat diharapkan untuk pengembangan edisi berikutnya. Penulis berharap buku ini dapat menjadi salah satu kontribusi dalam penguatan literatur akademik berbahasa Indonesia di bidang antropologi pariwisata, yang hingga kini masih relatif terbatas dibandingkan literatur berbahasa asing.

Akhir kata, penulis berharap buku ajar ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian antropologi, budaya, dan pariwisata, serta menjadi referensi yang mendukung proses pembelajaran, penelitian, dan praktik pengelolaan pariwisata yang beretika, inklusif, dan berkelanjutan.

Yogyakarta, Februari 2026

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	3
Daftar Isi	5
Bab I: PENGANTAR ANTROPOLOGI PARIWISATA	9
A. Pengertian Antropologi	10
B. Pengertian Dasar Kebudayaan.....	12
C. Proses Tumbuhnya Kebudayaan	14
D. Wujud Kebudayaan, Baik Tradisional Maupun Modern.....	15
E. Unsur-Unsur Kebudayaan	17
F. Faktor-Faktor Pembentuk Kebudayaan	18
G. Sifat Relatif dan Dinamis Kebudayaan.....	20
Bab II: PENGANTAR FILSAFAT PARIWISATA	22
A. Pengertian Filsafat.....	23
B. Kebenaran Empiris dan Kebenaran Rasional	25
C. Ontologi Pariwisata.....	26
D. Hubungan Filsafat dengan Pariwisata	28
Bab III: KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA	31
A. Pengertian Filsafat.....	32
B. Aktivitas Kebudayaan Sebagai <i>Tourism Resource</i>	33
C. Contoh Pengembangan Pariwisata Berbasis Kebudayaan.....	35
D. Contoh Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya Kuno, Tradisional, dan Modern	36
E. Potensi dan Permasalahan Pengembangan Wisata Budaya.....	38

Bab IV: STUDI KASUS KETERKAITAN ANTARA KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA	41
A. Kebudayaan Sebagai Sumber Daya Pariwisata	41
B. Dampak Pariwisata Pada Budaya Lokal.....	43
C. Perlunya Kompetensi Budaya dalam Pariwisata	45
Bab V: INTER-CULTURAL COMPETENCE (KEMAMPUAN ANTAR BUDAYA)	47
A. Definisi dan Dimensi Inter-Cultural Competence.....	48
B. Konsep Cultural Sensitivity.....	50
C. Urgensinya Inter-Cultural Competence dan Cultural Sensitivity dalam Pengembangan Pariwisata	52
D. Contoh Praktis Inter-Cultural Competence dan Cultural Sensitivity dalam Manajemen Pariwisata	53
Bab VI: CULTURE AS TOURISM RESOURCE	56
A. Konsep Tourism Resource dan Batasan-Batasannya (Carrying Capacity)	57
B. Culture Sebagai Major Tourism.....	59
C. Pariwisata Berbasis Kebudayaan.....	60
D. Potensi Serta Permasalahan dalam Pengembangan Wisata Budaya.....	62
Bab VII: CULTURAL CHANGE DAN CONSUMER CULTURE	64
A. Konsep Cultural Change serta Fakto-Faktor Pendorong	65
B. Keterkaitan antara Cultural Change dengan <i>Tourist Behavior</i>	66
C. Hubungan Cultural Change dan Consumer Culture dalam Pariwisata	68
D. Culture Change dan Transformation of Destination Management.....	70
Bab VIII: CULTURE AND TRAVEL MOTIVATION	72
A. Konsep dan Pengertian Travel Motivation	73
B. Keterkaitan antara Perubahan Kebudayaan dan Travel Motivation.....	75
C. Keterkaitan Travel Motivation, Perubahan Kebudayaan, dan Manajemen Pariwisata.....	76

Bab IX: <i>Integrated Model of Tourism</i>	79
A. Konsep Dasar <i>Integrated Model of Tourism</i>	80
B. Elemen-Elemen dalam IMoT	81
C. Aplikasi Cultural Competence dan Sensitivity dalam Model.....	83
Bab X: <i>Cultural Tourism's Promotion</i>	87
A. <i>Cultural Tourism's Promotion</i>	88
B. <i>The Impact of Tourism</i>	90
C. The Recent Development of Tourism	92
D. Keterkaitan Antara Tourism dan Aktivitas Kebudayaan Manusia Melalui Film	93
E. Film Dokumenter sebagai Salah Satu Media Marketing yang Efektif.....	95
Bab XI: <i>The Contemporary Development of Tourism</i>	99
A. Pariwisata Bersifat Dinamis dan Terus Berkembang Baik dari Sisi Produk Maupun Jumlah Wisatawan.....	100
B. Perkembangan Terbaru Bentuk-Bentuk Pariwisata Modern.....	102
C. Bentuk-Bentuk Kegiatan Wisata Konvensional dan Wisata Kontemporer dari Budaya Urban	104
D. Menyesuaikan Diri dengan Perkembangan Terbaru Pariwisata Global	105
Bab XII: <i>The Positive Impact of Tourism</i>	109
A. Benefit Pariwisata Bagi Pelaku dan Government, Dampak Positif Pariwisata dalam Berbagai Bidang Bagi Stakeholders Berbeda.....	110
B. Mengenali Berbagai Dampak Positif Bagi Host Community dalam Bidang Lingkungan, Ekonomi maupun Sosial Budaya	112
C. Memahami Tourism sebagai <i>A Key Driver for Socio-Economic Progress</i>	114
D. Mengenali Lesson Learned dari Bentuk Kegiatan Pariwisata yang Dianggap Berhasil Memberikan Dampak Positif	116

Bab XIII: <i>The Negative Impacts of Tourism</i>	119
A. Pariwisata yang tak Terkontrol Bisa Membawa Dampak Negatif dalam Berbagai Bidang	120
B. Berbagai Dampak Negatif bagi Host Community dalam Bidang Lingkungan, Ekonomi Maupun Sosial Budaya	122
C. Tourism Sebagai A Key Driver for Cultural Change, in Negative Way	124
D. Konsep Sustainable dan Responsible Tourism	125
Daftar Pustaka	128

BAB I

Pengantar Antropologi Pariwisata



Pariwisata merupakan fenomena sosial budaya yang melibatkan pergerakan manusia melintasi ruang geografis sekaligus ruang budaya. Setiap perjalanan wisata membawa individu pada pertemuan dengan sistem nilai, tradisi, simbol, dan pola kehidupan masyarakat yang berbeda dari latar belakangnya. Interaksi tersebut tidak hanya menghasilkan pengalaman rekreasi, tetapi juga pertukaran budaya, persepsi identitas, serta dinamika sosial yang kompleks. Oleh karena itu, pemahaman mengenai manusia dan kebudayaan menjadi landasan penting dalam studi pariwisata.

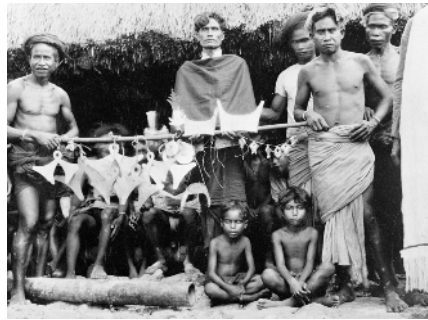
Pendekatan antropologi memungkinkan pariwisata dipahami sebagai praktik kemanusiaan yang sarat makna sosial, bukan semata kegiatan ekonomi atau industri jasa. Perspektif ini melihat destinasi wisata sebagai ruang hidup masyarakat yang memiliki sejarah, struktur sosial, serta sistem budaya yang berkembang secara organik. Aktivitas wisata dapat memperkuat identitas budaya, tetapi juga berpotensi mengubah struktur sosial dan makna tradisi. Analisis antropologis membantu mengungkap proses tersebut secara mendalam.

Konsep kebudayaan, proses pertumbuhannya, unsur-unsurnya, serta sifat dinamis dan relatifnya memberikan kerangka konseptual dalam memahami hubungan antara manusia, budaya, dan pariwisata. Kebudayaan menjadi sumber daya wisata sekaligus sistem makna yang harus dihormati. Dengan memahami antropologi, pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara berkelanjutan, beretika, dan sensitif terhadap masyarakat lokal.

A. PENGERTIAN ANTROPOLOGI

1. Definisi Antropologi sebagai Ilmu tentang Manusia

Antropologi merupakan cabang ilmu yang mempelajari manusia secara holistik dalam seluruh dimensi keberadaannya, baik sebagai makhluk biologis maupun makhluk budaya. Kajian antropologi mencakup asal-usul manusia, variasi fisik, bahasa, sistem sosial, kepercayaan, teknologi, dan ekspresi budaya yang berkembang dalam masyarakat. Perspektif holistik ini membedakan antropologi dari disiplin ilmu lain yang biasanya berfokus pada satu aspek kehidupan manusia saja, seperti ekonomi, politik, atau psikologi. Dengan pendekatan menyeluruh, antropologi berupaya memahami manusia sebagai kesatuan antara tubuh, pikiran, dan budaya.



Penelitian lapangan antropolog terhadap masyarakat adat.

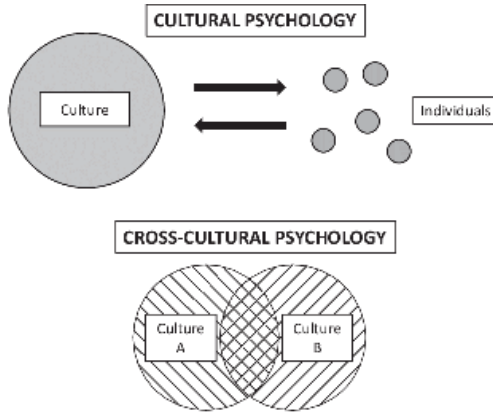
Sumber: <https://www.artoftheancestors.com/blog/from-lukas-to-liefkes-francine-brinkgreve>

Dalam sejarahnya, antropologi berkembang dari upaya memahami keragaman masyarakat dunia. Para peneliti melakukan studi lapangan untuk mengamati kehidupan komunitas secara langsung, sehingga lahir pemahaman bahwa setiap kelompok manusia memiliki sistem nilai dan cara hidup yang unik. Pendekatan ini menekankan bahwa perilaku manusia tidak dapat dilepaskan dari konteks budaya dan lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, antropologi tidak hanya menjelaskan apa yang dilakukan manusia, tetapi juga mengapa mereka melakukannya dalam kerangka makna budaya.

Dalam konteks pariwisata, definisi antropologi sebagai ilmu tentang manusia memberikan dasar untuk memahami perilaku wisatawan dan masyarakat tuan rumah secara seimbang. Wisatawan membawa latar budaya sendiri, sementara masyarakat destinasi memiliki sistem budaya lokal. Interaksi keduanya menciptakan pengalaman wisata yang dipengaruhi persepsi, nilai, dan norma

budaya. Pemahaman antropologi membantu mencegah konflik budaya, stereotip, dan kesalahpahaman dalam interaksi wisata.

2. Antropologi sebagai Ilmu Holistik dan Komparatif



Holistic anthropology diagram, "Cross cultural comparison"

Antropologi dikenal sebagai ilmu yang bersifat holistik dan komparatif. Holistik berarti antropologi mempelajari manusia secara utuh, mencakup aspek biologis, sosial, budaya, dan historis. Pendekatan ini melihat bahwa perilaku manusia tidak dapat dijelaskan hanya dari satu dimensi, karena kehidupan manusia merupakan hasil interaksi berbagai faktor. Sebagai contoh, pola makan suatu masyarakat tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan biologis, tetapi juga oleh tradisi, lingkungan, ekonomi, dan kepercayaan.

Sifat komparatif antropologi berarti ilmu ini membandingkan berbagai kebudayaan untuk memahami persamaan dan perbedaan manusia. Melalui perbandingan lintas budaya, antropologi menemukan pola universal dalam kehidupan manusia sekaligus variasi yang muncul akibat lingkungan dan sejarah berbeda. Pendekatan komparatif membantu menghindari anggapan bahwa satu budaya lebih benar atau lebih maju dibandingkan budaya lain. Semua kebudayaan dipahami sebagai adaptasi manusia terhadap kondisi hidupnya.

Dalam studi pariwisata, sifat holistik dan komparatif antropologi membantu memahami keberagaman destinasi dan perilaku wisatawan global. Destinasi wisata memiliki karakter budaya yang berbeda, sementara wisatawan berasal dari latar budaya beragam. Pendekatan komparatif memungkinkan analisis perbedaan persepsi terhadap keramahan, ruang privat, makanan, atau norma sosial. Dengan demikian, antropologi memberikan kerangka analisis lintas budaya yang penting dalam pengelolaan pariwisata internasional.

B. PENGERTIAN DASAR KEBUDAYAAN

1. Definisi Kebudayaan dalam Perspektif Antropologi

Kebudayaan merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia yang dipelajari serta diwariskan dalam kehidupan masyarakat. Kebudayaan mencakup nilai, norma, kepercayaan, simbol, bahasa, seni, teknologi, dan pola perilaku yang menjadi identitas suatu kelompok. Dalam perspektif antropologi, kebudayaan bukan hanya benda atau tradisi yang tampak, tetapi juga sistem makna yang mengarahkan cara manusia memahami dunia. Oleh karena itu, kebudayaan bersifat abstrak sekaligus konkret, karena hidup dalam pikiran manusia dan diwujudkan dalam praktik sosial.



Upacara budaya masyarakat adat
<https://www.gapurabali.com/news/2019/03/06/diversity-key-creating-sustainable-economy-bali>

Para antropolog memandang kebudayaan sebagai pedoman hidup yang mengatur perilaku sosial. Melalui kebudayaan, manusia mengetahui apa yang dianggap benar atau salah, pantas atau tidak pantas, sakral atau profan. Kebudayaan juga membentuk cara manusia menafsirkan pengalaman hidup, seperti kelahiran, kematian, pernikahan, dan hubungan dengan alam. Sistem makna ini diwariskan melalui proses belajar sosial, sehingga kebudayaan tidak bersifat biologis tetapi dipelajari.

Dalam pariwisata, definisi kebudayaan menjadi penting karena sebagian besar daya tarik wisata bersumber dari ekspresi budaya masyarakat. Wisatawan tertarik pada ritual, seni, arsitektur, kuliner, dan gaya hidup lokal yang mencerminkan identitas budaya. Namun, tanpa pemahaman antropologis, budaya dapat direduksi menjadi komoditas semata. Oleh karena itu, konsep kebudayaan dalam antropologi membantu menjaga keseimbangan antara pemanfaatan budaya dan pelestarian makna aslinya.

2. Karakteristik Kebudayaan sebagai Sistem Sosial

Kebudayaan memiliki karakteristik sebagai sistem sosial yang terstruktur dan terorganisasi. Unsur-unsur budaya saling berkaitan dan membentuk pola kehidupan masyarakat yang relatif stabil. Nilai budaya mempengaruhi norma sosial, norma mengatur perilaku, dan perilaku membentuk kebiasaan kolektif. Sistem ini menciptakan keteraturan sosial yang memungkinkan masyarakat hidup bersama secara harmonis. Tanpa kebudayaan, kehidupan sosial manusia akan kehilangan pedoman dan makna.

Karakteristik lain kebudayaan adalah sifat simbolik. Manusia menggunakan simbol untuk merepresentasikan makna, seperti bahasa, pakaian, ritual, atau seni. Simbol budaya memungkinkan komunikasi makna antar anggota masyarakat dan memperkuat identitas kelompok. Misalnya, pakaian adat tidak hanya berfungsi praktis, tetapi juga menandakan status sosial, identitas etnis, atau peran dalam upacara. Simbol budaya menjadi sarana ekspresi identitas kolektif.

Dalam konteks pariwisata, karakteristik kebudayaan sebagai sistem sosial dan simbolik menjelaskan mengapa wisata budaya memiliki daya tarik kuat. Wisatawan tidak hanya melihat objek fisik, tetapi juga makna simbolik di baliknya. Upacara adat, festival, atau arsitektur tradisional menarik karena merepresentasikan identitas dan nilai masyarakat. Pemahaman karakteristik ini membantu pengelola wisata menyajikan budaya secara autentik tanpa menghilangkan makna sosialnya.

C. PROSES TUMBUHNYA KEBUDAYAAN

1. Sosialisasi sebagai Proses Pewarisan Budaya

Sosialisasi merupakan proses sosial di mana individu mempelajari nilai, norma, peran, dan pola perilaku yang berlaku dalam masyarakatnya. Melalui sosialisasi, seseorang menjadi anggota masyarakat yang memahami aturan sosial dan budaya kelompoknya. Proses ini berlangsung sejak masa kanak-kanak melalui interaksi dengan keluarga, lingkungan, pendidikan, serta institusi sosial lainnya. Dalam konteks antropologi, sosialisasi dipahami sebagai mekanisme utama pewarisan budaya dari generasi ke generasi.

Dalam sosialisasi, individu tidak hanya mempelajari perilaku lahiriah, tetapi juga sistem makna budaya yang mendasarinya. Anak belajar bahasa, simbol, adat istiadat, serta nilai moral yang membentuk identitas sosialnya. Proses ini membentuk persepsi tentang apa yang dianggap benar, baik, atau pantas dalam masyarakat. Karena berlangsung terus-menerus sepanjang kehidupan, sosialisasi memungkinkan kebudayaan tetap hidup dan berkelanjutan dalam masyarakat.

Dalam pariwisata, sosialisasi budaya berpengaruh terhadap keberlanjutan atraksi budaya. Tradisi yang diwariskan melalui sosialisasi keluarga dan komunitas memiliki makna autentik bagi masyarakat lokal. Wisatawan kemudian melihat tradisi tersebut sebagai pengalaman budaya yang khas. Jika proses sosialisasi melemah, tradisi berisiko kehilangan makna sosial dan berubah menjadi pertunjukan semata. Oleh karena itu, pemahaman sosialisasi penting dalam pelestarian budaya destinasi wisata.

2. Enkulturasasi dan Internalitas Nilai Budaya

Enkulturasasi merupakan proses internalisasi kebudayaan dalam diri individu sehingga nilai dan norma budaya menjadi bagian dari kepribadiannya. Berbeda dengan sosialisasi yang menekankan proses belajar sosial, enkulturasasi menekankan penghayatan nilai budaya secara mendalam. Melalui enkulturasasi, individu tidak hanya mengetahui aturan budaya, tetapi juga merasakan keterikatan emosional dan

identitas terhadap budaya tersebut. Proses ini membentuk kesadaran budaya yang kuat dalam diri anggota masyarakat.

Enkulturasasi terjadi melalui pengalaman hidup sehari-hari, partisipasi dalam ritual, tradisi, bahasa, dan praktik sosial komunitas. Individu menginternalisasi makna simbolik budaya melalui

keterlibatan langsung dalam kehidupan masyarakat. Misalnya, partisipasi dalam upacara adat membuat individu memahami makna spiritual dan sosial tradisi tersebut. Dengan demikian, enkulturasasi membentuk rasa memiliki terhadap budaya dan memperkuat identitas kolektif.

Dalam pariwisata, tingkat enkulturasasi masyarakat mempengaruhi keaslian ekspresi budaya yang ditampilkan. Tradisi yang dijalankan oleh masyarakat yang terenkulturasasi kuat akan memiliki makna dan keotentikan tinggi. Sebaliknya, jika enkulturasasi melemah akibat modernisasi atau komersialisasi, budaya dapat kehilangan makna simboliknya. Pemahaman enkulturasasi penting agar pengembangan wisata budaya tetap menghormati nilai internal masyarakat lokal.



Partisipasi masyarakat dalam upacara adat
<https://www.balireply.com/2020/06/22/balinese-hinduism-a-brief-history/>

D. WUJUD KEBUDAYAAN, BAIK TRADISIONAL MAUPUN MODERN

1. Wujud Ide atau Gagasan Budaya

Wujud ide atau gagasan budaya merupakan aspek abstrak kebudayaan yang hidup dalam pikiran masyarakat. Wujud ini mencakup nilai, norma, kepercayaan, dan sistem pengetahuan yang menjadi pedoman perilaku manusia. Nilai budaya menentukan apa yang dianggap baik atau buruk, sedangkan norma mengatur tindakan sosial yang diterima masyarakat. Kepercayaan membentuk pandangan tentang dunia, kehidupan, dan hubungan manusia dengan alam maupun kekuatan supranatural.

Sebagai wujud abstrak, ide budaya tidak dapat dilihat secara langsung, tetapi tercermin dalam perilaku dan simbol sosial. Misalnya, nilai gotong royong tercermin dalam kerja bersama masyarakat, sedangkan kepercayaan religius tercermin dalam ritual dan upacara. Ide budaya menjadi fondasi bagi terbentuknya aktivitas dan artefak budaya. Tanpa pemahaman terhadap ide budaya, ekspresi budaya hanya tampak sebagai tindakan tanpa makna.

Dalam pariwisata, wujud ide budaya penting karena menentukan makna atraksi budaya. Wisatawan sering melihat ritual atau tradisi sebagai pertunjukan visual, padahal di baliknya terdapat sistem nilai dan kepercayaan mendalam. Pemahaman ide budaya membantu interpretasi wisata yang lebih edukatif dan menghormati makna budaya lokal. Dengan demikian, wisata budaya tidak sekadar hiburan, tetapi juga sarana pemahaman lintas budaya.

2. Wujud Aktivitas dan Artefak Budaya

Wujud aktivitas budaya merupakan tindakan sosial yang berpola dalam kehidupan masyarakat, seperti upacara adat, tradisi, interaksi sosial, dan praktik ekonomi. Aktivitas budaya mencerminkan penerapan nilai dan norma dalam kehidupan nyata. Pola aktivitas ini diwariskan secara turun-temurun dan menjadi ciri khas suatu komunitas. Aktivitas budaya sering memiliki fungsi sosial, religius, maupun simbolik dalam kehidupan masyarakat.



Artefak budaya, kerajinan tradisional
<https://harmonikreasi.com/2024/06/20/traditional-handicrafts>

Wujud artefak budaya merupakan hasil karya material manusia, seperti pakaian adat, rumah tradisional, alat musik, kerajinan, dan benda seni. Artefak budaya mencerminkan teknologi, estetika, serta identitas budaya masyarakat. Artefak sering menjadi simbol visual yang mudah dikenali dalam identitas budaya suatu daerah.

Keberadaan artefak juga menunjukkan adaptasi manusia terhadap lingkungan alam dan kebutuhan sosialnya.

Dalam pariwisata, aktivitas dan artefak budaya menjadi bentuk budaya yang paling terlihat oleh wisatawan. Festival budaya, tarian tradisional, kuliner, serta arsitektur lokal merupakan atraksi utama destinasi wisata. Pemahaman hubungan antara ide, aktivitas, dan artefak budaya membantu menjaga keaslian budaya dalam penyajian wisata. Tanpa pemahaman ini, budaya berisiko direduksi menjadi objek visual tanpa konteks makna.

E. UNSUR-UNSUR KEBUDAYAAN

1. Unsur Universal Kebudayaan dalam Masyarakat

Antropologi mengidentifikasi unsur universal kebudayaan yang terdapat pada semua masyarakat manusia, yaitu bahasa, sistem pengetahuan, organisasi sosial, sistem ekonomi, religi, kesenian, dan teknologi. Unsur-unsur ini membentuk struktur dasar kebudayaan yang memungkinkan masyarakat menjalankan kehidupan sosialnya. Setiap unsur memiliki fungsi dalam mempertahankan keberlangsungan masyarakat dan identitas budaya.

Bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi dan pewarisan pengetahuan budaya. Sistem pengetahuan mencakup cara masyarakat memahami alam dan kehidupan. Organisasi sosial mengatur hubungan kekerabatan dan struktur sosial. Sistem ekonomi mengatur produksi dan distribusi sumber daya. Religi memberikan makna spiritual, sedangkan kesenian mengekspresikan nilai estetika. Teknologi mencerminkan adaptasi manusia terhadap lingkungan.

Dalam pariwisata, unsur-unsur universal budaya menjadi komponen daya tarik wisata budaya. Bahasa lokal, seni tradisional, ritual keagamaan, serta teknologi tradisional menjadi pengalaman budaya yang unik bagi wisatawan. Identifikasi unsur budaya membantu perencanaan destinasi berbasis budaya yang autentik dan berkelanjutan. Unsur budaya yang terpelihara baik meningkatkan nilai pengalaman wisata.

2. Keterkaitan Antar Unsur Kebudayaan

Unsur-unsur kebudayaan tidak berdiri sendiri, melainkan saling berkaitan membentuk sistem budaya yang terpadu. Perubahan pada satu unsur budaya dapat mempengaruhi unsur lain dalam masyarakat. Misalnya, perubahan teknologi dapat mempengaruhi sistem ekonomi, pola kerja, dan struktur sosial. Demikian pula perubahan religi dapat mempengaruhi kesenian, nilai moral, dan praktik sosial masyarakat.

Keterkaitan unsur budaya menunjukkan bahwa kebudayaan merupakan sistem yang dinamis dan adaptif. Masyarakat menyesuaikan unsur budaya dengan perubahan lingkungan, ekonomi, atau interaksi budaya. Proses ini dapat menghasilkan inovasi budaya, tetapi juga dapat mengubah identitas budaya. Oleh karena itu, perubahan budaya perlu dipahami sebagai proses sistemik, bukan peristiwa terpisah.

Dalam pariwisata, keterkaitan unsur budaya penting karena pengembangan wisata dapat mempengaruhi banyak aspek budaya sekaligus. Misalnya, komersialisasi seni dapat mempengaruhi makna ritual atau strukturekonomi lokal. Pendekatan antropologi membantu memahami dampak sistemik tersebut sehingga pengembangan wisata tidak merusak keseimbangan budaya masyarakat.

F. FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK KEBUDAYAAN

1. Lingkungan Alam sebagai Faktor Budaya

Lingkungan alam merupakan faktor penting dalam pembentukan kebudayaan manusia. Kondisi geografis seperti iklim, topografi, dan sumber daya alam mempengaruhi pola mata pencaharian, teknologi, serta bentuk permukiman masyarakat. Masyarakat pesisir mengembangkan budaya maritim, sedangkan masyarakat pegunungan mengembangkan budaya agraris. Adaptasi terhadap lingkungan menciptakan variasi budaya antar wilayah.

Lingkungan juga mempengaruhi kepercayaan dan simbol budaya. Banyak masyarakat mengembangkan mitos, ritual, dan pantangan

yang berkaitan dengan alam sekitarnya. Hubungan manusia dan alam tercermin dalam tradisi, arsitektur, serta sistem pengetahuan lokal. Dengan demikian, kebudayaan merupakan hasil interaksi manusia dengan lingkungan alamnya.



Budaya interaksi lingkungan manusia
<https://indiaproject1.weebly.com/human-environment-interaction.html>

Dalam pariwisata, hubungan budaya dan lingkungan menciptakan identitas destinasi yang unik. Lanskap alam berpadu dengan tradisi lokal menghasilkan pengalaman wisata khas, seperti wisata desa, ekowisata, atau wisata budaya agraris. Pemahaman faktor lingkungan membantu menjaga keseimbangan antara pariwisata dan keberlanjutan budaya serta alam.

2. Sejarah dan Interaksi Sosial dalam Pembentukan Budaya

Sejarah merupakan faktor penting yang membentuk identitas dan karakter kebudayaan suatu masyarakat. Pengalaman masa lalu seperti migrasi, kolonialisme, perdagangan, atau konflik sosial meninggalkan jejak dalam tradisi, bahasa, dan struktur sosial. Warisan sejarah membentuk memori kolektif dan identitas budaya masyarakat yang diwariskan lintas generasi.

Interaksi sosial antar kelompok juga mempengaruhi perkembangan kebudayaan melalui difusi, akulturasi, dan asimilasi budaya. Kontak budaya memungkinkan pertukaran ide, teknologi, dan simbol budaya. Proses ini dapat memperkaya kebudayaan, tetapi juga dapat mengubah identitas budaya lokal. Kebudayaan modern banyak terbentuk melalui interaksi global yang intens.

Dalam pariwisata, sejarah dan interaksi budaya menjadi daya tarik penting destinasi. Kota bersejarah, warisan kolonial, atau tradisi hasil percampuran budaya memiliki nilai wisata tinggi. Pemahaman faktor sejarah membantu interpretasi wisata yang edukatif dan menghargai identitas lokal. Wisata sejarah dan budaya memperkuat kesadaran akan keberagaman manusia.

G. SIFAT RELATIF DAN DINAMIS KEBUDAYAAN

1. Relativisme Budaya dalam Perspektif Antropologi

Relativisme budaya merupakan prinsip yang menyatakan bahwa setiap kebudayaan harus dipahami berdasarkan konteksnya sendiri. Tidak ada budaya yang lebih tinggi atau lebih rendah, karena nilai budaya terbentuk dari sejarah dan pengalaman masyarakatnya. Prinsip ini menolak etnosentrisme, yaitu kecenderungan menilai budaya lain menggunakan standar budaya sendiri. Relativisme budaya menekankan penghargaan terhadap keberagaman manusia.



Keanekaragaman budaya masyarakat dunia
<https://ekaputrawisata.com/discover-culture-of-the-indonesia-people/>

Pendekatan relativisme membantu memahami praktik budaya yang berbeda tanpa prasangka. Tradisi yang tampak asing bagi satu budaya dapat memiliki makna penting dalam budaya lain. Dengan memahami konteks budaya, peneliti atau pengamat dapat melihat logika internal suatu tradisi. Prinsip ini menjadi dasar etika dalam antropologi dan studi lintas budaya.

Dalam pariwisata, relativisme budaya penting untuk menciptakan interaksi wisata yang saling menghormati. Wisatawan perlu memahami bahwa norma sosial dan kebiasaan masyarakat destinasi mungkin berbeda dari budayanya. Pengelola wisata juga perlu menghargai nilai lokal dalam penyajian budaya. Pendekatan relativisme mencegah stereotip dan konflik budaya dalam pariwisata global.

2. Dinamika dan Perubahan Kebudayaan

Kebudayaan bersifat dinamis karena selalu mengalami perubahan seiring perkembangan waktu. Perubahan budaya dapat terjadi melalui inovasi internal, kontak budaya, globalisasi, serta perkembangan teknologi. Dinamika budaya menunjukkan

kemampuan manusia beradaptasi terhadap kondisi baru. Perubahan ini dapat menghasilkan bentuk budaya baru tanpa sepenuhnya menghilangkan tradisi lama.

Globalisasi mempercepat perubahan budaya melalui pertukaran informasi dan mobilitas manusia. Media, teknologi, dan pariwisata mempertemukan berbagai budaya dalam skala global. Proses ini dapat memperkaya budaya, tetapi juga berpotensi menghomogenkan budaya lokal. Oleh karena itu, dinamika budaya perlu dipahami sebagai proses adaptasi sekaligus tantangan pelestarian.

Dalam pariwisata, dinamika budaya terlihat pada transformasi tradisi menjadi atraksi wisata. Beberapa tradisi mengalami modifikasi agar sesuai dengan kebutuhan wisata, sementara sebagian tetap mempertahankan bentuk asli. Pemahaman dinamika budaya membantu menjaga keseimbangan antara perubahan dan pelestarian. Wisata budaya yang berkelanjutan harus menghargai evolusi budaya tanpa menghilangkan identitas lokal.



BAB II

Pengantar Filsafat Pariwisata

Pariwisata tidak hanya merupakan aktivitas perjalanan dan industri jasa, tetapi juga fenomena kemanusiaan yang mengandung makna filosofis. Setiap perjalanan wisata melibatkan pengalaman manusia dalam memahami dunia, budaya, ruang, dan keberadaan dirinya. Wisatawan tidak sekadar berpindah tempat, tetapi juga mencari pengalaman, pengetahuan, refleksi, dan makna hidup. Oleh karena itu, pariwisata dapat dipahami sebagai praktik eksistensial manusia dalam menjelajahi dunia dan dirinya sendiri.

Filsafat memberikan landasan konseptual untuk memahami hakikat pariwisata secara lebih mendalam. Melalui pendekatan filosofis, pariwisata dipandang sebagai fenomena yang berkaitan dengan pengetahuan, realitas, nilai, dan pengalaman manusia. Filsafat membantu menjawab pertanyaan mendasar seperti apa hakikat perjalanan wisata, apa makna pengalaman wisata bagi manusia, serta bagaimana kebenaran dan realitas dipahami dalam konteks pariwisata. Perspektif ini memperluas pemahaman pariwisata melampaui dimensi ekonomi dan manajerial.

Kajian filsafat pariwisata mencakup pemahaman tentang konsep filsafat, jenis kebenaran, hakikat realitas pariwisata, serta hubungan antara pemikiran filosofis dan praktik pariwisata. Pendekatan ini membantu melihat pariwisata sebagai fenomena budaya dan pengalaman manusia yang kompleks. Dengan memahami filsafat pariwisata, pengembangan pariwisata dapat dilakukan secara reflektif, etis, dan bermakna bagi wisatawan maupun masyarakat destinasi.

A. PENGERTIAN FILSAFAT

1. Filsafat sebagai Upaya Mencari Hakikat Kebenaran

Filsafat merupakan usaha manusia untuk memahami hakikat realitas, pengetahuan, dan nilai secara mendalam melalui pemikiran rasional dan reflektif. Filsafat tidak hanya menerima kenyataan apa adanya, tetapi mempertanyakan dasar keberadaan dan makna di baliknya. Sejak masa Yunani



Ilustrasi filsuf Yunani kuno

<https://www.thecollector.com/ancient-greek-philosophers/>

kuno, filsafat berkembang sebagai aktivitas intelektual untuk mencari kebenaran universal tentang dunia dan kehidupan manusia. Pertanyaan filosofis mencakup apa yang nyata, apa yang benar, dan apa yang baik dalam kehidupan manusia.

Sebagai disiplin ilmu, filsafat memiliki karakter reflektif, kritis, dan sistematis. Reflektif berarti filsafat merenungkan pengalaman manusia secara mendalam. Kritis berarti filsafat tidak menerima pengetahuan tanpa alasan rasional. Sistematis berarti filsafat menyusun pemikiran secara logis dan terstruktur. Pendekatan ini memungkinkan manusia memahami dunia secara lebih mendasar dibandingkan pengetahuan sehari-hari.

Dalam konteks pariwisata, filsafat membantu memahami hakikat perjalanan wisata sebagai pengalaman manusia. Wisata bukan sekadar aktivitas rekreasi, tetapi juga pencarian makna, identitas, dan pengalaman eksistensial. Banyak perjalanan dilakukan untuk mencari pengetahuan, ketenangan, atau transformasi diri. Perspektif filsafat melihat pariwisata sebagai bentuk pencarian kebenaran pengalaman manusia dalam ruang dan budaya yang berbeda.

2. Cabang-Cabang Filsafat dan Relevansinya bagi Pariwisata

Filsafat memiliki beberapa cabang utama, yaitu ontologi, epistemologi, dan aksiologi. Ontologi mempelajari hakikat realitas

atau keberadaan. Epistemologi mempelajari hakikat pengetahuan dan kebenaran. Aksiologi mempelajari nilai, etika, dan estetika. Ketiga cabang ini memberikan kerangka konseptual untuk memahami fenomena manusia secara menyeluruh. Dalam konteks ilmu sosial, cabang filsafat membantu memahami makna dan nilai dalam kehidupan manusia.



Diagram cabang-cabang filsafat

<https://xmind.app/mindmap/branches-of-philosophy/cXnX/?from=gallery>

Ontologi dalam pariwisata berkaitan dengan hakikat pariwisata sebagai fenomena realitas sosial. Epistemologi berkaitan dengan bagaimana pengetahuan tentang pariwisata diperoleh, baik melalui pengalaman wisatawan maupun penelitian ilmiah. Aksiologi berkaitan dengan nilai etika dan estetika dalam praktik pariwisata, seperti tanggung jawab terhadap budaya dan lingkungan. Dengan demikian, filsafat menyediakan landasan teoritis dalam memahami pariwisata secara konseptual.

Relevansi cabang filsafat bagi pariwisata terlihat dalam pengembangan wisata yang etis dan bermakna. Pertanyaan ontologis membantu memahami apa sebenarnya pariwisata itu. Pertanyaan epistemologis membantu memahami bagaimana pengalaman wisata membentuk pengetahuan manusia. Pertanyaan aksiologis membantu menentukan nilai yang harus dijaga dalam

pengelolaan wisata. Pendekatan filosofis ini penting dalam pariwisata berkelanjutan dan berbasis budaya.

B. KEBENARAN EMPIRIS DAN KEBENARAN RASIONAL

1. Kebenaran Empiris dalam Pengalaman Pariwisata

Kebenaran empiris merupakan kebenaran yang diperoleh melalui pengalaman inderawi dan observasi langsung terhadap realitas. Pengetahuan empiris berasal dari apa yang dapat dilihat, didengar, dirasakan, atau dialami secara nyata. Dalam ilmu pengetahuan modern, pendekatan empiris menjadi dasar metode ilmiah, karena memungkinkan verifikasi melalui pengalaman dan pengamatan. Kebenaran empiris bersifat faktual dan dapat diuji melalui bukti nyata.

Dalam pariwisata, kebenaran empiris muncul dalam pengalaman langsung wisatawan terhadap destinasi. Pemandangan alam, interaksi budaya, kuliner, dan aktivitas wisata merupakan realitas yang dialami secara inderawi. Pengalaman ini membentuk persepsi wisatawan tentang suatu tempat. Misalnya, keindahan lanskap atau keramahan masyarakat menjadi pengalaman empiris yang mempengaruhi citra destinasi. Oleh karena itu, pengalaman nyata menjadi faktor penting dalam kepuasan wisata.

Pengetahuan empiris juga penting dalam penelitian pariwisata. Observasi lapangan, survei wisatawan, dan studi kasus destinasi merupakan metode empiris untuk memahami fenomena pariwisata. Pendekatan empiris membantu pengelola wisata memahami perilaku wisatawan dan kondisi destinasi secara faktual. Dengan demikian, kebenaran empiris menjadi dasar pengembangan pariwisata berbasis pengalaman nyata.

2. Kebenaran Rasional dalam Pemahaman Pariwisata

Kebenaran rasional merupakan kebenaran yang diperoleh melalui penalaran logis dan pemikiran konseptual. Pengetahuan rasional tidak selalu bergantung pada pengalaman langsung, tetapi pada

analisis intelektual dan hubungan logis antar konsep. Filsafat dan teori ilmiah banyak dibangun melalui pendekatan rasional, karena memungkinkan penjelasan yang sistematis terhadap fenomena yang kompleks. Kebenaran rasional membantu manusia memahami realitas secara konseptual.

Dalam pariwisata, kebenaran rasional muncul dalam teori dan konsep pariwisata. Model motivasi wisata, teori perilaku wisatawan, dan konsep destinasi merupakan hasil analisis rasional terhadap fenomena wisata. Wisatawan mungkin mengalami destinasi secara empiris, tetapi pemahaman tentang pariwisata sebagai sistem sosial berasal dari analisis rasional. Pendekatan rasional memungkinkan generalisasi dan pemahaman yang lebih luas tentang fenomena pariwisata.

Hubungan antara kebenaran empiris dan rasional penting dalam ilmu pariwisata. Pengalaman wisata memberikan data empiris, sedangkan analisis teoritis memberikan penjelasan rasional. Kombinasi keduanya menghasilkan pengetahuan pariwisata yang komprehensif. Dalam pengembangan pariwisata, pendekatan rasional membantu merancang kebijakan dan strategi berdasarkan pemahaman konseptual yang mendalam.

C. ONTOLOGI PARIWISATA

1. Hakikat Pariwisata sebagai Fenomena Manusia

Ontologi pariwisata mempelajari hakikat keberadaan pariwisata sebagai fenomena manusia. Pariwisata bukan sekadar aktivitas perjalanan fisik, tetapi pengalaman sosial dan budaya yang melibatkan interaksi manusia dengan ruang, budaya, dan lingkungan. Pariwisata merupakan praktik universal manusia yang muncul dari kebutuhan rekreasi, eksplorasi, pengetahuan, dan pengalaman baru. Oleh karena itu, pariwisata memiliki dimensi eksistensial dalam kehidupan manusia.

Sebagai fenomena ontologis, pariwisata berkaitan dengan pengalaman manusia dalam memahami dunia. Perjalanan wisata

memungkinkan manusia melihat perbedaan budaya, alam, dan gaya hidup. Pengalaman ini memperluas perspektif dan kesadaran manusia tentang keberagaman dunia. Dengan demikian, pariwisata dapat dipahami sebagai bentuk pengalaman keberadaan manusia dalam ruang global.

Dalam konteks sosial, pariwisata juga merupakan fenomena hubungan antar manusia. Wisatawan dan masyarakat destinasi saling berinteraksi dalam ruang budaya yang berbeda. Interaksi ini membentuk realitas sosial baru dalam destinasi wisata. Ontologi pariwisata membantu memahami bahwa pariwisata merupakan realitas sosial yang diciptakan melalui interaksi manusia, bukan sekadar aktivitas ekonomi.

2. Pariwisata sebagai Realitas Sosial dan Budaya

Pariwisata merupakan realitas sosial yang terbentuk melalui konstruksi budaya dan persepsi manusia. Suatu tempat menjadi destinasi wisata bukan karena sifat fisiknya saja, tetapi karena makna yang diberikan manusia terhadap tempat tersebut. Pantai, gunung, atau situs budaya menjadi objek wisata karena manusia menganggapnya indah, menarik, atau bernilai budaya. Dengan demikian, pariwisata merupakan realitas yang dibangun secara sosial.

Realitas pariwisata juga dipengaruhi oleh budaya dan simbol. Citra destinasi, cerita sejarah, dan identitas budaya membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu tempat. Representasi media, promosi, dan narasi budaya menciptakan makna wisata yang mempengaruhi motivasi perjalanan. Oleh karena itu, pariwisata tidak hanya bersifat material, tetapi juga simbolik dan kultural.

Pemahaman ontologi pariwisata sebagai realitas sosial dan budaya penting dalam pengelolaan destinasi. Destinasi wisata harus dipahami sebagai ruang hidup masyarakat yang memiliki makna budaya, bukan sekadar objek ekonomi. Pendekatan ini mendorong pengembangan wisata yang menghormati identitas lokal. Ontologi pariwisata membantu melihat destinasi sebagai fenomena manusia yang kompleks dan bermakna.

D. HUBUNGAN FILSAFAT DENGAN PARIWISATA

1. Filsafat sebagai Landasan Pemikiran Pariwisata

Filsafat memberikan landasan konseptual dalam memahami pariwisata sebagai fenomena manusia yang kompleks. Melalui refleksi filosofis, pariwisata dipahami tidak hanya sebagai industri, tetapi sebagai pengalaman, nilai, dan makna dalam kehidupan manusia. Filsafat membantu mengkaji tujuan perjalanan, makna pengalaman wisata, serta nilai yang terkandung dalam interaksi budaya. Pendekatan ini memperluas perspektif pariwisata melampaui aspek ekonomi.

Dalam pengembangan ilmu pariwisata, filsafat berperan dalam merumuskan konsep dan teori dasar. Pertanyaan filosofis tentang hakikat wisata, pengalaman, dan nilai menjadi dasar bagi teori pariwisata modern. Filsafat juga membantu membangun paradigma pariwisata berkelanjutan yang mempertimbangkan etika, budaya, dan lingkungan. Dengan demikian, filsafat menjadi fondasi pemikiran ilmiah dalam studi pariwisata.

Hubungan filsafat dan pariwisata juga terlihat dalam refleksi pengalaman wisatawan. Perjalanan sering menjadi sarana pencarian diri, pengetahuan, dan makna hidup. Banyak wisatawan mencari pengalaman autentik, spiritual, atau transformasional. Perspektif filosofis membantu memahami dimensi eksistensial perjalanan manusia. Oleh karena itu, filsafat memberikan kedalaman makna dalam memahami pariwisata.

2. Implikasi Filsafat dalam Pengembangan Pariwisata

Implikasi filsafat dalam pariwisata terlihat dalam pengembangan wisata yang etis, berkelanjutan, dan bermakna. Filsafat aksiologi menekankan nilai moral dalam praktik pariwisata, seperti tanggung jawab terhadap budaya lokal, lingkungan, dan masyarakat. Pendekatan filosofis mendorong pariwisata yang tidak merusak budaya dan alam. Prinsip ini menjadi dasar konsep pariwisata berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Filsafat juga mempengaruhi interpretasi wisata dan pengalaman wisatawan. Penyajian budaya, sejarah, dan alam dalam destinasi perlu mempertimbangkan makna dan nilai yang terkandung di dalamnya. Interpretasi yang filosofis membantu wisatawan memahami kedalaman budaya, bukan sekadar melihat objek. Pendekatan ini meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang edukatif dan reflektif.

Dalam kebijakan pariwisata, filsafat membantu menentukan arah pengembangan yang manusiawi. Pariwisata tidak hanya bertujuan ekonomi, tetapi juga kesejahteraan masyarakat dan pelestarian budaya. Pendekatan filosofis memastikan bahwa pariwisata berkembang selaras dengan nilai kemanusiaan dan keberlanjutan. Dengan demikian, filsafat memberikan dasar etis dan konseptual dalam pembangunan pariwisata.

Tourism Anthropology And Philosophy



BAB III

Kebudayaan dan Pariwisata



Kebudayaan dan pariwisata merupakan dua fenomena yang memiliki hubungan sangat erat dalam kehidupan masyarakat modern. Pariwisata berkembang karena adanya keragaman budaya yang menjadi daya tarik perjalanan manusia. Tradisi, seni, bahasa, arsitektur, dan pola kehidupan masyarakat menjadi alasan utama seseorang mengunjungi suatu daerah. Dalam konteks ini, kebudayaan tidak hanya menjadi identitas masyarakat, tetapi juga sumber pengalaman wisata yang bernilai.

Di sisi lain, perkembangan pariwisata juga mempengaruhi kebudayaan masyarakat destinasi. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal membawa pertukaran nilai, simbol, dan praktik sosial yang dapat memperkaya maupun mengubah budaya lokal. Pariwisata dapat memperkuat kebanggaan budaya, tetapi juga berpotensi mengkomersialisasi tradisi. Oleh karena itu, hubungan kebudayaan dan pariwisata bersifat dinamis dan saling mempengaruhi.

Pemahaman mengenai kebudayaan sebagai sumber daya pariwisata, bentuk aktivitas budaya sebagai atraksi wisata, serta potensi dan permasalahan wisata budaya menjadi penting dalam pengembangan destinasi. Pendekatan antropologi membantu melihat kebudayaan sebagai sistem makna yang harus dihargai, bukan sekadar objek wisata. Dengan demikian, pariwisata budaya dapat berkembang secara berkelanjutan dan menghormati identitas lokal.

A. HUBUNGAN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA

1. Kebudayaan sebagai Daya Tarik Utama Pariwisata

Kebudayaan merupakan salah satu daya tarik utama yang mendorong seseorang melakukan perjalanan wisata. Wisatawan tertarik mengunjungi suatu daerah karena keunikan tradisi, seni, ritual, kuliner, arsitektur, dan gaya hidup masyarakatnya. Keanekaragaman budaya menciptakan pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-hari wisatawan. Oleh karena itu, kebudayaan menjadi sumber motivasi perjalanan yang kuat dalam pariwisata global.



Festival wisata budaya
<https://www.detik.com/jogja/plesir/serunya-menoreh-tourism-festival-kulon-progo-diikuti-22-peserta-se-indonesia>

Daya tarik budaya tidak hanya terletak pada bentuk visual, tetapi juga pada makna simbolik yang terkandung di dalamnya. Upacara adat, tarian tradisional, dan festival budaya mencerminkan identitas dan nilai masyarakat. Wisatawan sering mencari pengalaman autentik yang memungkinkan mereka memahami budaya lokal secara langsung. Pengalaman ini menciptakan interaksi lintas budaya yang memperkaya perspektif wisatawan tentang dunia.

Dalam pengembangan destinasi, kebudayaan sering menjadi identitas utama daerah wisata. Banyak destinasi dikenal karena budaya khasnya, seperti kota seni, desa adat, atau situs warisan budaya. Pengelolaan daya tarik budaya perlu memperhatikan pelestarian makna dan nilai lokal. Tanpa pengelolaan yang tepat, budaya dapat berubah menjadi komoditas tanpa makna sosial bagi masyarakat.

2. Pariwisata sebagai Agen Interaksi dan Pertukaran Budaya

Pariwisata menciptakan ruang pertemuan antara masyarakat dengan latar budaya berbeda. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat destinasi memungkinkan terjadinya pertukaran nilai, kebiasaan, bahasa, dan simbol budaya. Proses ini sering disebut

kontak budaya, yaitu pertemuan dua atau lebih budaya dalam suatu ruang sosial. Kontak budaya melalui pariwisata dapat menghasilkan pemahaman lintas budaya yang lebih luas.

Pertukaran budaya dalam pariwisata dapat memperkaya kedua pihak. Wisatawan memperoleh pengetahuan tentang budaya lokal, sedangkan masyarakat destinasi mengenal budaya luar.

Interaksi ini dapat meningkatkan toleransi dan kesadaran global. Banyak masyarakat destinasi mengadopsi unsur budaya wisatawan dalam gaya hidup, kuliner, atau bahasa. Proses ini menunjukkan bahwa pariwisata berperan dalam dinamika budaya modern.

Namun, interaksi budaya juga dapat menimbulkan perubahan sosial dan budaya lokal. Masuknya nilai luar dapat mempengaruhi tradisi, norma, dan identitas masyarakat. Oleh karena itu, pariwisata perlu dikelola agar pertukaran budaya berlangsung seimbang. Pendekatan antropologi membantu memahami dampak interaksi budaya sehingga pariwisata tetap menghormati identitas lokal.



Budaya interaksi turis lokal
<https://www.antaraneews.com/berita/1739497/pariwisata-yogyakarta-mulai-menggeliat-wisatawan-lokal-mendominasi>

B. AKTIVITAS KEBUDAYAAN SEBAGAI *TOURISM RESOURCE*

1. Aktivitas Budaya sebagai Atraksi Wisata

Aktivitas budaya masyarakat merupakan bentuk nyata kebudayaan yang dapat menjadi atraksi wisata. Kegiatan seperti upacara adat, festival, pertunjukan seni, dan tradisi lokal mencerminkan identitas budaya masyarakat. Aktivitas ini menarik wisatawan karena memberikan pengalaman langsung terhadap kehidupan budaya. Wisatawan tidak hanya melihat objek, tetapi juga menyaksikan praktik budaya yang hidup.

Atraksi budaya memiliki nilai autentik karena berasal dari praktik sosial masyarakat. Keaslian aktivitas budaya menjadi faktor penting

dalam daya tarik wisata budaya. Wisatawan cenderung tertarik pada pengalaman budaya yang dianggap asli dan berbeda dari budaya mereka. Oleh karena itu, pelestarian aktivitas budaya menjadi bagian penting dalam pengembangan wisata budaya.

Dalam pengelolaan pariwisata, aktivitas budaya perlu disajikan dengan mempertahankan makna sosialnya. Tradisi tidak boleh diubah secara berlebihan hanya untuk kepentingan wisata. Pengelolaan berbasis komunitas dapat menjaga keseimbangan antara pelestarian budaya dan manfaat ekonomi. Aktivitas budaya yang terjaga keasliannya meningkatkan kualitas pengalaman wisata.



Wisata pertunjukan tari tradisional
<https://whatsnewindonesia.com/others/ultimate-guide/education-and-learning-expat-guide/unravel-beauty-and-meaning-behind>

2. Kebudayaan sebagai Sumber Daya Pariwisata Berkelanjutan

Kebudayaan merupakan sumber daya pariwisata yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan karena bersifat hidup dan diwariskan. Berbeda dengan sumber daya alam yang dapat habis, kebudayaan dapat terus berkembang melalui praktik sosial masyarakat. Tradisi, seni, dan pengetahuan lokal dapat menjadi aset wisata jangka panjang jika dijaga keberlanjutannya. Oleh karena itu, kebudayaan dianggap sebagai *renewable tourism resource*.



Komunitas wisata warisan budaya
<https://www.traveltreasures.co.id/indonesia/latest-news-indonesia/2025/03/31/cultural-heritage-a-bridge-between-tourism-and-education/>

Pengembangan wisata berbasis budaya berkelanjutan menekankan pelestarian nilai dan identitas lokal. Masyarakat menjadi pelaku utama dalam menjaga dan menampilkan budaya. Pendekatan ini meningkatkan rasa memiliki masyarakat terhadap

pariwisata. Keuntungan ekonomi dari wisata budaya juga dapat mendukung pelestarian tradisi dan kesejahteraan komunitas.

Namun, keberlanjutan wisata budaya bergantung pada keseimbangan antara pelestarian dan pemanfaatan. Komersialisasi berlebihan dapat menghilangkan makna budaya. Oleh karena itu, prinsip keberlanjutan budaya harus menjadi dasar pengembangan wisata. Pendekatan antropologi membantu memahami budaya sebagai sistem hidup yang perlu dihormati dalam pariwisata.

C. CONTOH PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KEBUDAYAAN

1. Pengembangan Desa Wisata Budaya

Desa wisata budaya merupakan contoh pengembangan pariwisata berbasis kehidupan masyarakat lokal. Konsep desa wisata menampilkan tradisi, arsitektur, seni, dan aktivitas sehari-hari masyarakat sebagai pengalaman wisata. Wisatawan dapat tinggal bersama masyarakat, mengikuti kegiatan budaya, dan memahami pola hidup lokal. Model ini memberikan pengalaman autentik yang berbeda dari wisata massal.



Wisata desa budaya
<https://www.indonesia-tourism.com/blog/three-tourism-villages-represent-indonesia-in-the-unwto-best-tourism-villages-2021-event/>

Pengembangan desa wisata budaya memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat. Pendapatan dari homestay, kerajinan, dan pertunjukan budaya meningkatkan kesejahteraan komunitas. Selain itu, desa wisata mendorong pelestarian tradisi karena budaya menjadi sumber ekonomi. Banyak komunitas kembali menghidupkan tradisi yang hampir hilang karena nilai wisata.

Namun, pengembangan desa wisata perlu menjaga keseimbangan antara kehidupan masyarakat dan kebutuhan wisata. Over-tourism

dapat mengganggu kehidupan sosial dan lingkungan desa. Oleh karena itu, pengelolaan berbasis komunitas penting dalam desa wisata budaya. Pendekatan partisipatif memastikan pariwisata tidak merusak identitas lokal.

2. Festival Budaya sebagai Produk Pariwisata

Festival budaya merupakan bentuk pengembangan wisata berbasis ekspresi seni dan tradisi masyarakat. Festival menampilkan tarian, musik, ritual, kuliner, dan kerajinan dalam satu peristiwa budaya. Kegiatan ini menarik wisatawan karena menghadirkan pengalaman budaya yang intens dan meriah. Festival sering menjadi ikon pariwisata suatu daerah.



Wisata festival budaya
https://www.nias.indonesia-tourism.com/ya%27a-howu_cultural_festival.html

Festival budaya juga berfungsi sebagai sarana pelestarian tradisi. Generasi muda terlibat dalam kegiatan seni dan ritual, sehingga budaya tetap hidup. Selain itu, festival memperkuat identitas budaya dan kebanggaan masyarakat. Banyak daerah mengembangkan festival sebagai strategi promosi pariwisata dan budaya sekaligus.

Dalam pengelolaan festival, penting menjaga keseimbangan antara nilai budaya dan kepentingan wisata. Festival tidak boleh kehilangan makna ritual atau simboliknya. Kurasi budaya dan partisipasi komunitas menjadi faktor penting. Festival yang autentik meningkatkan citra destinasi dan pengalaman wisata budaya.

D. CONTOH PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS BUDAYA KUNO, TRADISIONAL, DAN MODERN

1. Wisata Budaya Kuno dan Tradisional

Wisata budaya kuno dan tradisional berfokus pada warisan budaya masa lalu dan tradisi masyarakat yang masih hidup. Situs arkeologi, bangunan bersejarah, dan desa adat merupakan contoh

budaya kuno yang menjadi destinasi wisata. Tradisi seperti upacara adat, kerajinan, dan kesenian rakyat merupakan budaya tradisional yang menarik wisatawan. Wisata jenis ini memberikan pengalaman sejarah dan identitas budaya.



Wisata warisan budaya kuno
[https://medium.com/@reksa.anggratyas/
indonesian-cultural-heritage-national-identi-
ty-and-key-to-sustainable-tourism-f1f49b66b2ed](https://medium.com/@reksa.anggratyas/indonesian-cultural-heritage-national-identity-and-key-to-sustainable-tourism-f1f49b66b2ed)

Warisan budaya kuno memiliki nilai sejarah dan simbolik tinggi. Wisatawan tertarik karena ingin memahami peradaban masa lalu dan akar budaya manusia. Situs budaya kuno sering menjadi warisan dunia yang dilindungi. Pelestarian menjadi prioritas utama dalam pengembangan wisata budaya kuno.

Budaya tradisional yang masih hidup memberikan pengalaman autentik bagi wisatawan. Tradisi lokal mencerminkan hubungan manusia dengan alam, religi, dan komunitas. Wisata budaya tradisional juga mendukung pelestarian praktik budaya masyarakat. Oleh karena itu, wisata budaya kuno dan tradisional menjadi pilar utama pariwisata budaya.

2. Wisata Budaya Modern dan Kreatif

Budaya modern juga menjadi sumber pengembangan pariwisata. Seni kontemporer, budaya populer, arsitektur modern, dan gaya hidup urban menarik wisatawan generasi baru. Kota kreatif sering mengembangkan wisata seni, kuliner modern, dan festival kontemporer. Wisata budaya modern mencerminkan dinamika budaya masyarakat urban.



Wisata kota kreatif
[https://travel.kompas.com/
read/2022/12/06/220442027/20-wisata-tahun-ba-
ru-yogyakarta-yang-hits-banyak-tempat-instagram-
able?page=all](https://travel.kompas.com/read/2022/12/06/220442027/20-wisata-tahun-baru-yogyakarta-yang-hits-banyak-tempat-instagramable?page=all)

Budaya kreatif merupakan bentuk inovasi budaya yang berkembang dalam masyarakat modern. Industri kreatif seperti desain, film, musik, dan kuliner menjadi daya tarik wisata. Wisatawan tertarik pada pengalaman budaya yang inovatif dan interaktif. Oleh karena itu, wisata budaya modern menjadi bagian penting pariwisata kontemporer.

Pengembangan wisata budaya modern perlu tetap menghargai identitas lokal. Kreativitas harus berakar pada budaya masyarakat. Integrasi budaya tradisional dan modern menciptakan destinasi yang unik. Wisata budaya modern menunjukkan bahwa kebudayaan bersifat dinamis dan terus berkembang.

E. POTENSI DAN PERMASALAHAN PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA

1. Potensi Wisata Budaya bagi Pembangunan Daerah

Wisata budaya memiliki potensi besar dalam pembangunan ekonomi dan sosial daerah. Budaya lokal menjadi identitas destinasi yang unik dan tidak dapat ditiru daerah lain. Pengembangan wisata budaya meningkatkan pendapatan masyarakat melalui kerajinan, pertunjukan, dan jasa wisata. Selain itu, wisata budaya menciptakan lapangan kerja dan mendorong ekonomi kreatif.

Wisata budaya juga berperan dalam pelestarian warisan budaya. Tradisi dan seni yang memiliki nilai ekonomi cenderung dipertahankan masyarakat. Generasi muda terdorong mempelajari budaya karena memiliki manfaat ekonomi. Dengan demikian, wisata budaya mendukung keberlanjutan budaya lokal.

Potensi lain wisata budaya adalah penguatan identitas dan kebanggaan masyarakat. Masyarakat merasa dihargai ketika budaya mereka diapresiasi wisatawan. Hal ini meningkatkan kesadaran pelestarian budaya. Oleh karena itu, wisata budaya berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan berbasis identitas lokal.

2. Permasalahan dan Tantangan Wisata Budaya

Pengembangan wisata budaya juga menghadapi berbagai permasalahan. Komersialisasi budaya dapat mengubah makna tradisi menjadi sekadar tontonan wisata. Budaya yang disederhanakan untuk wisata berisiko kehilangan nilai simbolik dan spiritual. Selain itu, eksploitasi budaya dapat merugikan masyarakat lokal jika manfaat ekonomi tidak merata.



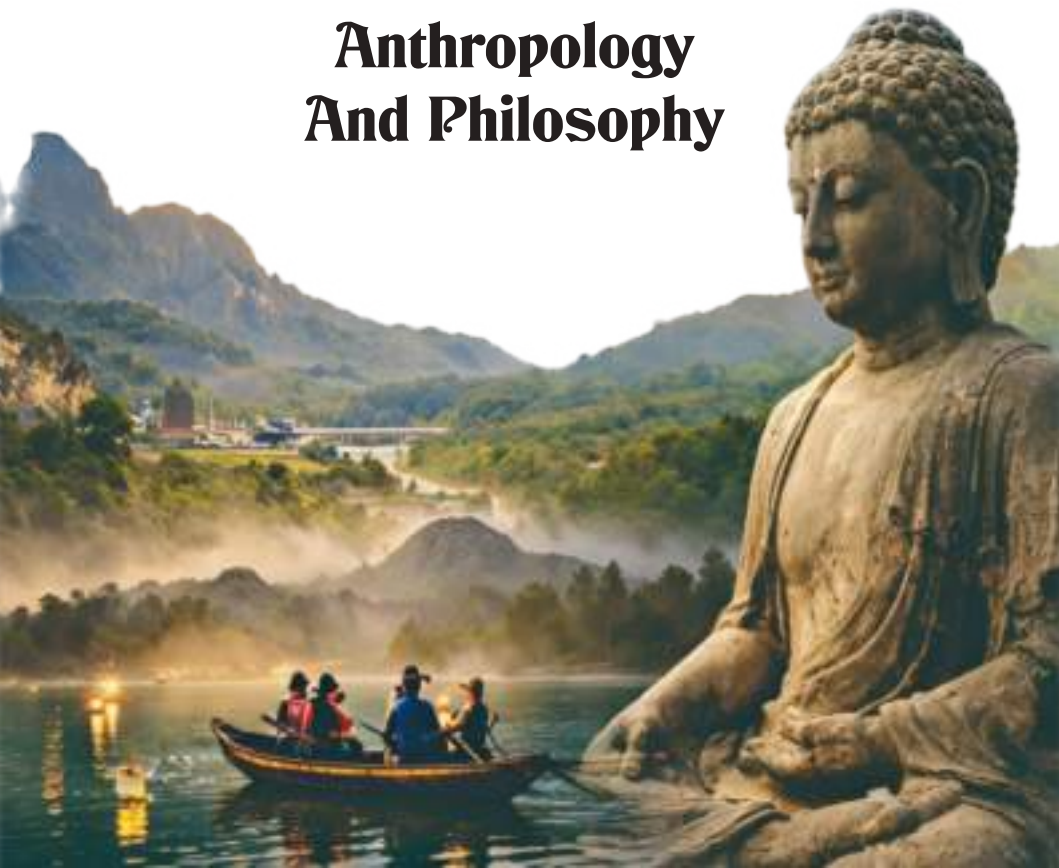
Wisata kota kreatif

<https://english.elpais.com/culture/2023-10-09/capping-visitor-numbers-to-protect-cultural-sites-from-overtourism.html>

Pariwisata massal juga dapat mengganggu kehidupan sosial masyarakat. *Over-tourism* menyebabkan perubahan gaya hidup, konflik ruang, dan tekanan lingkungan. Interaksi intens dengan wisatawan dapat mempengaruhi nilai dan norma lokal. Perubahan budaya yang terlalu cepat dapat mengancam identitas masyarakat.

Tantangan lain adalah kurangnya pemahaman budaya dalam pengelolaan wisata. Pengembangan tanpa perspektif antropologi dapat merusak budaya lokal. Oleh karena itu, pengelolaan wisata budaya perlu berbasis komunitas dan keberlanjutan. Pendekatan ini memastikan pariwisata menghormati budaya sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat.

**Tourism
Anthropology
And Philosophy**



BAB IV

Studi Kasus Keterkaitan Antara Kebudayaan dan Pariwisata



A. KEBUDAYAAN SEBAGAI SUMBER DAYA PARIWISATA

1. Kebudayaan sebagai Daya Tarik Wisata Berbasis Identitas

Kebudayaan merupakan sumber daya utama dalam pariwisata karena mencerminkan identitas, sejarah, dan sistem makna suatu masyarakat. Daya tarik wisata berbasis budaya muncul dari keunikan tradisi, seni, ritual, arsitektur, bahasa, dan pola kehidupan masyarakat lokal yang berbeda dari budaya wisatawan. Perbedaan tersebut menciptakan rasa ingin tahu dan pengalaman baru yang menjadi motivasi utama perjalanan wisata budaya. Wisatawan tidak hanya mengunjungi tempat, tetapi juga berusaha memahami cara hidup dan pandangan dunia masyarakat setempat.



tarian tradisional Indonesia wisata budaya
<https://arsip.kemenkopmk.go.id/artikel/tiga-golongan-tari-tradisi-bali-diakui-oleh-komite-unesco>

Dalam perspektif antropologi pariwisata, kebudayaan dipandang sebagai living culture atau budaya hidup yang terus dipraktikkan oleh komunitas. Oleh karena itu, atraksi budaya bukan sekadar objek tontonan, tetapi representasi identitas kolektif. Upacara adat, tarian tradisional, pakaian adat, serta arsitektur tradisional memiliki

nilai simbolik yang mencerminkan kosmologi, struktur sosial, dan nilai masyarakat. Ketika wisatawan menyaksikan atau terlibat dalam praktik budaya tersebut, mereka memperoleh pengalaman otentik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Daya tarik budaya juga memiliki nilai diferensiasi destinasi. Banyak daerah yang tidak memiliki sumber daya alam spektakuler tetap mampu berkembang sebagai destinasi wisata karena kekayaan budayanya. Hal ini menunjukkan bahwa kebudayaan merupakan sumber daya pariwisata yang berkelanjutan karena diwariskan antargenerasi. Selama budaya tetap hidup dalam masyarakat, daya tarik wisata budaya juga akan tetap ada. Dengan demikian, pelestarian budaya secara langsung berkaitan dengan keberlanjutan pariwisata.

2. Komodifikasi Budaya dalam Industri Pariwisata

Dalam perkembangan industri pariwisata modern, kebudayaan sering mengalami proses komodifikasi, yaitu perubahan budaya menjadi produk yang dapat dipasarkan kepada wisatawan. Komodifikasi terjadi ketika praktik budaya dipresentasikan secara terstruktur, dijadwalkan, dan disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Misalnya, tarian sakral yang awalnya hanya dipentaskan dalam ritual tertentu kemudian ditampilkan dalam pertunjukan wisata. Proses ini menjadikan budaya sebagai komoditas ekonomi yang memiliki nilai jual.



kerajinan tangan tradisional pasar seni
<https://foto.espos.id/solo-art-market-pasar-wisata-belanja-kerajinan-handmade-berkualitas-1835862>

Komodifikasi budaya memiliki dua sisi. Di satu sisi, komodifikasi dapat mendukung pelestarian budaya karena memberikan insentif ekonomi bagi masyarakat untuk mempertahankan tradisi. Seni pertunjukan, kerajinan tradisional, dan kuliner lokal memperoleh pasar yang lebih luas sehingga tetap diproduksi. Banyak seniman dan perajin tradisional mampu mempertahankan profesinya karena

adanya permintaan dari sektor pariwisata. Dalam konteks ini, pariwisata berperan sebagai mekanisme revitalisasi budaya.

Namun di sisi lain, komodifikasi berpotensi mengubah makna budaya. Ketika budaya disesuaikan dengan selera wisatawan, terdapat risiko penyederhanaan simbol, penghilangan unsur sakral, dan perubahan fungsi sosial. Ritual dapat berubah menjadi pertunjukan, dan identitas budaya dapat direduksi menjadi stereotip. Jika tidak dikelola secara sensitif, komodifikasi dapat menyebabkan “staged authenticity”, yaitu keaslian yang dipentaskan. Oleh karena itu, pengelolaan wisata budaya harus menjaga keseimbangan antara nilai ekonomi dan integritas budaya.

B. DAMPAK PARIWISATA PADA BUDAYA LOKAL

1. Dampak Positif Pariwisata terhadap Pelestarian Budaya

Pariwisata dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pelestarian budaya lokal. Kehadiran wisatawan menciptakan permintaan terhadap produk budaya seperti seni pertunjukan, kerajinan tradisional, kuliner lokal, dan festival budaya. Permintaan ini mendorong masyarakat untuk mempertahankan dan mewariskan tradisi kepada generasi muda. Dalam banyak kasus, tradisi yang sebelumnya mulai ditinggalkan justru hidup kembali karena memiliki nilai ekonomi dan apresiasi publik.

Selain itu, pariwisata meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap nilai budaya mereka sendiri. Interaksi dengan wisatawan sering menumbuhkan rasa bangga terhadap identitas lokal. Budaya yang sebelumnya dianggap biasa atau kuno menjadi dipandang berharga karena menarik perhatian global. Pengakuan ini memperkuat identitas komunitas dan mendorong upaya dokumentasi serta pelestarian budaya. Banyak daerah kemudian menyelenggarakan festival budaya, museum komunitas, dan pendidikan budaya sebagai bagian dari pengembangan pariwisata.

Pariwisata juga membuka peluang regenerasi pelaku budaya. Generasi muda yang melihat potensi ekonomi dalam seni dan

tradisi lebih terdorong untuk mempelajarinya. Profesi seperti penari tradisional, perajin, pemandu budaya, dan seniman lokal menjadi relevan kembali. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya melestarikan bentuk budaya, tetapi juga sistem pengetahuan dan keterampilan budaya. Dampak positif ini menunjukkan bahwa pariwisata dapat menjadi instrumen konservasi budaya jika dikelola secara partisipatif.

2. Dampak Negatif Pariwisata terhadap Perubahan Budaya

Di samping manfaatnya, pariwisata juga dapat menimbulkan perubahan budaya yang tidak selalu positif. Salah satu dampak utama adalah komersialisasi berlebihan yang menggeser makna budaya. Ketika ritual dan tradisi dipertunjukkan secara rutin untuk wisatawan, nilai sakral dapat berkurang dan berubah menjadi hiburan. Masyarakat dapat mulai memandang budaya terutama sebagai sumber pendapatan, bukan sebagai sistem nilai yang diwariskan leluhur.



kerajinan tangan tradisional pasar seni
<https://foto.espos.id/solo-art-market-pasar-wisata-be-lanja-kerajinan-handmade-berkualitas-1835862>

Pariwisata juga membawa pengaruh budaya luar yang dapat memicu perubahan gaya hidup. Interaksi intensif dengan wisatawan sering memperkenalkan pola konsumsi, busana, bahasa, dan nilai baru. Generasi muda terutama rentan mengadopsi budaya global yang dianggap modern dan prestisius. Akibatnya, praktik budaya lokal dapat mengalami penurunan karena dianggap kurang relevan. Fenomena ini dikenal sebagai akulturasi tidak seimbang atau westernisasi budaya lokal.

Selain itu, pariwisata dapat menciptakan ketimpangan sosial budaya dalam masyarakat. Kelompok yang terlibat langsung dalam industri wisata memperoleh manfaat ekonomi lebih besar dibanding kelompok lain. Perbedaan pendapatan ini dapat memicu perubahan struktur sosial dan nilai komunitas. Solidaritas tradisional dapat

melemah ketika orientasi ekonomi individu meningkat. Dalam jangka panjang, perubahan tersebut dapat menggeser sistem nilai kolektif masyarakat.

C. PERLUNYA KOMPETENSI BUDAYA DALAM PARIWISATA

1. Konsep Kompetensi Budaya dalam Interaksi Pariwisata

Kompetensi budaya dalam pariwisata merujuk pada kemampuan individu dan institusi untuk memahami, menghargai, dan berinteraksi secara efektif dengan budaya yang berbeda. Pariwisata merupakan ruang pertemuan antarbudaya yang intensif antara wisatawan dan masyarakat tuan rumah. Perbedaan bahasa, nilai, norma, dan simbol dapat menimbulkan kesalahpahaman jika tidak disertai pemahaman budaya yang memadai. Oleh karena itu, kompetensi budaya menjadi keterampilan penting dalam praktik pariwisata modern.



interaksi wisatawan dan masyarakat lokal
(pemandu wisata budaya)

<https://jttc.co.id/pelatihan-pemandu-wisata/>

Kompetensi budaya mencakup beberapa dimensi utama. Pertama, pengetahuan budaya, yaitu pemahaman terhadap sistem nilai, tradisi, dan aturan sosial masyarakat lokal. Kedua, kesadaran budaya, yaitu kemampuan menyadari perbedaan perspektif dan menghindari etnosentrisme. Ketiga, sikap menghargai budaya, yaitu kemauan untuk menghormati praktik dan kepercayaan lokal. Keempat, keterampilan komunikasi antarbudaya, yaitu kemampuan berinteraksi secara sensitif dan adaptif dalam konteks lintas budaya.

Dalam konteks destinasi wisata, kompetensi budaya penting bagi pemandu wisata, pelaku industri, pengelola destinasi, dan wisatawan. Pemandu wisata harus mampu menjelaskan budaya secara akurat tanpa distorsi. Pelaku industri harus memahami norma lokal agar layanan tidak melanggar budaya. Wisatawan juga perlu memahami

etika kunjungan, seperti aturan berpakaian atau perilaku di tempat sakral. Dengan demikian, kompetensi budaya menciptakan interaksi pariwisata yang harmonis.

2. Kompetensi Budaya sebagai Dasar Pariwisata Berkelanjutan

Kompetensi budaya merupakan fondasi penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Pariwisata berkelanjutan tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi dan lingkungan, tetapi juga keberlanjutan sosial budaya. Tanpa penghormatan terhadap budaya lokal, pariwisata dapat merusak identitas komunitas dan menghilangkan keaslian destinasi. Oleh karena itu, kompetensi budaya diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan integritas budaya.

Dalam praktik pengelolaan destinasi, kompetensi budaya membantu perencanaan yang sensitif terhadap nilai lokal. Pengembangan atraksi wisata harus mempertimbangkan makna budaya, batas sakral, dan partisipasi masyarakat. Program interpretasi budaya, misalnya, harus melibatkan komunitas sebagai pemilik pengetahuan. Hal ini memastikan bahwa representasi budaya tetap akurat dan bermartabat. Pendekatan partisipatif ini juga memperkuat rasa memiliki masyarakat terhadap pariwisata.

Selain itu, kompetensi budaya mendukung pengalaman wisata yang lebih bermakna. Wisatawan yang memahami konteks budaya akan lebih menghargai destinasi dan berperilaku bertanggung jawab. Pengalaman budaya yang otentik juga meningkatkan kepuasan wisatawan dan citra destinasi. Dengan demikian, kompetensi budaya tidak hanya melindungi budaya lokal, tetapi juga meningkatkan kualitas pariwisata. Pariwisata yang berbasis penghormatan budaya cenderung lebih berkelanjutan dan beretika.

BAB V

Inter-Cultural Competence (Kemampuan Antar Budaya)



Perjalanan wisata tidak hanya menghadirkan pengalaman rekreasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi lintas budaya yang kompleks. Wisatawan bertemu dengan masyarakat lokal yang memiliki norma, nilai, dan praktik budaya berbeda, sehingga muncul kebutuhan untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan konteks budaya setempat. Kemampuan antarbudaya menjadi aspek penting agar komunikasi, interaksi, dan pengalaman wisata berlangsung harmonis. Kesadaran budaya tidak hanya melindungi wisatawan dari konflik sosial atau kesalahpahaman, tetapi juga menjaga integritas budaya komunitas lokal.

Sensitivitas terhadap perbedaan budaya memperkuat pemahaman lintas budaya serta memfasilitasi pertukaran sosial yang saling menghargai. Pelaku pariwisata, baik pengelola destinasi, pemandu wisata, maupun masyarakat lokal, menghadapi tantangan untuk berinteraksi dengan wisatawan dari latar belakang budaya beragam. Kemampuan untuk mengenali, menghormati, dan menyesuaikan perilaku terhadap norma budaya lain merupakan inti dari kompetensi antarbudaya. Keterampilan ini juga membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik, menyenangkan, dan berkesan bagi semua pihak.

Pengembangan kompetensi antarbudaya dan sensitivitas budaya menjadi faktor kunci dalam pengelolaan destinasi yang inklusif dan berkelanjutan. Wisatawan yang memiliki kesadaran budaya cenderung lebih bertanggung jawab dalam perilaku, sedangkan

komunitas lokal yang peka terhadap budaya asing dapat berinteraksi tanpa menimbulkan ketegangan. Interaksi yang seimbang ini tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata, tetapi juga memperkuat pelestarian budaya dan harmoni sosial. Dengan demikian, pemahaman dan praktik kemampuan antarbudaya menjadi elemen penting bagi pengembangan pariwisata modern yang menghargai keberagaman.

A. KONSEP INTER-CULTURAL COMPETENCE

1. Definisi dan Dimensi *Inter-Cultural Competence*

Inter-cultural competence merupakan kemampuan individu untuk berinteraksi secara efektif dan tepat dengan orang-orang yang berasal dari latar budaya berbeda. Dalam konteks globalisasi dan mobilitas manusia yang tinggi, interaksi lintas budaya menjadi fenomena yang semakin umum, termasuk dalam sektor pariwisata. Pariwisata mempertemukan wisatawan, pelaku industri, dan masyarakat lokal yang memiliki nilai, norma, bahasa, dan kebiasaan berbeda. Tanpa kemampuan antarbudaya, interaksi tersebut berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, stereotip, atau konflik budaya.

Secara konseptual, inter-cultural competence mencakup tiga dimensi utama, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku. Dimensi kognitif berkaitan dengan pengetahuan tentang budaya lain, seperti nilai, tradisi, sistem sosial, dan simbol. Dimensi afektif mencakup sikap terbuka, empati, dan penghargaan terhadap perbedaan budaya. Dimensi perilaku mencakup keterampilan komunikasi dan kemampuan menyesuaikan perilaku dalam situasi lintas budaya. Ketiga dimensi tersebut saling terkait dan menentukan keberhasilan interaksi antarbudaya.

Dalam praktik pariwisata, inter-cultural competence sangat penting bagi pemandu wisata, manajer destinasi, pekerja hotel, maupun wisatawan. Pemandu wisata harus mampu menjelaskan budaya lokal kepada wisatawan asing dengan cara yang dapat dipahami tanpa distorsi. Pelaku industri harus memahami ekspektasi

budaya wisatawan agar layanan sesuai konteks. Wisatawan juga perlu memahami norma lokal agar tidak melanggar etika. Dengan demikian, inter-cultural competence menjadi kompetensi inti dalam pariwisata global.

2. Komponen Keterampilan dalam Inter-Cultural Competence

Inter-cultural competence tidak hanya berupa pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis dalam berkomunikasi dan beradaptasi. Salah satu komponen penting adalah kemampuan interpretasi budaya, yaitu kemampuan memahami makna di balik perilaku budaya yang berbeda. Misalnya, perbedaan kontak mata, jarak interpersonal, atau gaya komunikasi dapat memiliki arti berbeda di setiap budaya. Individu yang kompeten antarbudaya mampu menafsirkan perbedaan tersebut tanpa prasangka.



staf hotel melayani wisatawan internasional
<https://hoteloodi.com/bahasa-inggris-dalam-perhotelan/>

Komponen lain adalah kemampuan adaptasi perilaku. Interaksi lintas budaya menuntut fleksibilitas dalam menyesuaikan gaya komunikasi, ekspresi emosi, maupun etika sosial. Dalam pariwisata, pekerja layanan sering berinteraksi dengan wisatawan dari berbagai negara. Mereka perlu menyesuaikan pendekatan komunikasi agar sesuai dengan preferensi budaya tamu. Kemampuan ini disebut *behavioral flexibility*, yaitu kemampuan mengubah perilaku tanpa kehilangan identitas diri.

Selain itu, inter-cultural competence mencakup kemampuan manajemen konflik budaya. Perbedaan budaya dapat menimbulkan kesalahpahaman atau ketegangan dalam interaksi wisata. Individu yang kompeten mampu merespons konflik secara sensitif dan konstruktif. Mereka memahami bahwa konflik sering berasal dari perbedaan perspektif budaya, bukan niat negatif. Dalam konteks manajemen pariwisata, keterampilan ini penting untuk menjaga

kualitas layanan dan hubungan harmonis antara wisatawan dan masyarakat lokal.

B. KONSEP CULTURAL SENSITIVITY

1. Pengertian dan Prinsip Cultural Sensitivity

Cultural sensitivity merujuk pada kesadaran dan kepekaan terhadap perbedaan budaya serta kemampuan untuk menghormati nilai, kepercayaan, dan praktik budaya orang lain. Sensitivitas budaya menekankan sikap menghargai perbedaan tanpa menghakimi atau memaksakan standar budaya sendiri. Dalam konteks pariwisata, cultural sensitivity sangat penting karena wisatawan memasuki ruang sosial budaya masyarakat lain yang memiliki norma berbeda.



wisatawan berpakaian sopan di tempat ibadah
<https://travel.detik.com/travel-news/d-6699975/bule-rusia-berbaju-tak-pantas-di-pura-begini-aturan-berpakaian-di-pura>

Prinsip utama cultural sensitivity adalah penghormatan terhadap keunikan budaya. Setiap budaya memiliki sistem nilai dan simbol yang bermakna bagi komunitasnya. Sensitivitas budaya mendorong individu untuk memahami konteks budaya sebelum menilai atau bertindak. Misalnya, aturan berpakaian di tempat ibadah, larangan fotografi pada ritual tertentu, atau norma kesopanan lokal harus dipahami sebagai bagian dari sistem budaya, bukan pembatasan kebebasan pribadi.

Selain itu, cultural sensitivity berkaitan dengan kesadaran etnosentrisme, yaitu kecenderungan menilai budaya lain berdasarkan standar budaya sendiri. Individu yang sensitif budaya menyadari bias tersebut dan berusaha menghindarinya. Dalam pariwisata, sikap etnosentris dapat menimbulkan perilaku tidak sopan atau merendahkan budaya lokal. Oleh karena itu, pengembangan sensitivitas budaya menjadi bagian penting pendidikan pariwisata dan pelatihan industri wisata.

2. Peran Cultural Sensitivity dalam Interaksi Pariwisata

Cultural sensitivity memainkan peran penting dalam menciptakan interaksi pariwisata yang harmonis dan saling menghormati. Wisatawan yang memiliki sensitivitas budaya cenderung berperilaku lebih bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan budaya destinasi. Mereka menghormati aturan lokal, menjaga kesopanan, dan menghindari tindakan yang dapat menyinggung komunitas setempat. Perilaku ini mendukung keberlanjutan sosial budaya destinasi wisata.



interaksi sopan wisatawan dan masyarakat lokal

<https://kaltimoday.co/jumlah-wisatawan-asing-ke-indonesia-tembus-775-juta-pada-januari-juli-2024>

Bagi masyarakat lokal dan pelaku industri, sensitivitas budaya membantu memahami latar belakang wisatawan. Wisatawan berasal dari budaya dengan norma komunikasi, ekspresi emosi, dan ekspektasi layanan berbeda. Pelaku industri yang sensitif budaya mampu menyesuaikan layanan tanpa mengorbankan nilai lokal. Misalnya, memahami preferensi makanan, kebiasaan interaksi, atau kebutuhan religius wisatawan. Sensitivitas ini meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

Selain itu, cultural sensitivity mengurangi potensi konflik budaya. Banyak konflik dalam pariwisata terjadi karena kesalahpahaman budaya, seperti perilaku yang dianggap tidak sopan atau pelanggaran norma sakral. Sensitivitas budaya membantu kedua pihak memahami perspektif masing-masing. Dengan demikian, interaksi menjadi lebih empatik dan toleran. Dalam jangka panjang, sensitivitas budaya memperkuat hubungan antara pariwisata dan masyarakat lokal.

C. URGENSINYA INTER-CULTURAL COMPETENCE DAN CULTURAL SENSITIVITY DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA

1. Peran dalam Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Budaya

Inter-cultural competence dan cultural sensitivity merupakan prasyarat penting dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis budaya. Pariwisata budaya melibatkan interaksi langsung dengan identitas dan praktik masyarakat lokal. Tanpa kompetensi dan sensitivitas budaya, interaksi tersebut dapat merusak makna budaya atau menimbulkan konflik sosial. Oleh karena itu, kemampuan antarbudaya diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara pengalaman wisata dan pelestarian budaya.

Dalam perencanaan destinasi, kompetensi budaya membantu pengelola memahami nilai dan batas budaya masyarakat. Beberapa praktik budaya bersifat sakral dan tidak dapat dikomersialisasi. Sensitivitas budaya mencegah eksploitasi tradisi demi kepentingan ekonomi. Pendekatan ini memastikan bahwa pariwisata menghormati hak budaya masyarakat. Dengan demikian, pengembangan destinasi menjadi lebih etis dan berkelanjutan.

Selain itu, kemampuan antarbudaya meningkatkan kualitas interpretasi budaya. Interpretasi yang akurat membantu wisatawan memahami makna budaya, bukan sekadar melihat bentuk luarnya. Pemahaman ini meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap budaya lokal. Wisatawan yang memahami makna budaya cenderung berperilaku lebih bertanggung jawab. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi budaya berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan pariwisata.

2. Dampak terhadap Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisata

Inter-cultural competence dan cultural sensitivity juga berpengaruh langsung terhadap kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Pariwisata merupakan industri jasa yang sangat bergantung pada interaksi manusia. Perbedaan budaya antara wisatawan dan penyedia layanan dapat memengaruhi persepsi kualitas layanan. Pelaku industri yang kompeten antarbudaya mampu

memahami ekspektasi tamu dari berbagai latar budaya dan menyesuaikan pelayanan secara tepat.

Kemampuan antarbudaya membantu menghindari miskomunikasi dalam layanan wisata. Perbedaan gaya komunikasi, ekspresi emosi, atau bahasa nonverbal dapat memicu kesalahpahaman. Misalnya, tingkat formalitas komunikasi berbeda antara budaya. Penyedia layanan yang memahami perbedaan tersebut dapat berkomunikasi lebih efektif. Hal ini meningkatkan kenyamanan wisatawan dan citra destinasi.



Layanan hotel internasional
<https://www.kompasiana.com/image/indramahardika/6492c8aa10d8e0041d523072/antara-kenangan-ganku-dan-hospitality-hotel>

Selain itu, sensitivitas budaya meningkatkan pengalaman autentik wisatawan. Wisatawan merasa dihargai ketika kebutuhan budaya mereka dipahami. Pada saat yang sama, wisatawan juga belajar menghormati budaya lokal melalui interpretasi yang sensitif. Interaksi yang saling menghargai menciptakan pengalaman wisata yang bermakna. Dengan demikian, kompetensi dan sensitivitas budaya menjadi faktor kunci keberhasilan destinasi wisata global.

D. CONTOH PRAKTIS INTER-CULTURAL COMPETENCE DAN CULTURAL SENSITIVITY DALAM MANAJEMEN PARIWISATA

1. Praktik dalam Pelayanan Wisata dan Hospitalitas

Dalam industri hospitalitas, inter-cultural competence dan cultural sensitivity diterapkan dalam berbagai aspek pelayanan. Staf hotel, misalnya, perlu memahami kebiasaan budaya tamu terkait komunikasi, makanan, privasi, dan agama. Hotel internasional sering menyediakan pilihan makanan halal, vegetarian, atau sesuai budaya tertentu sebagai bentuk sensitivitas budaya. Penyediaan fasilitas ibadah juga menunjukkan penghormatan terhadap kebutuhan religius wisatawan.

Pemandu wisata merupakan contoh profesi yang sangat membutuhkan kompetensi antarbudaya. Pemandu harus mampu menjelaskan budaya lokal kepada wisatawan asing dengan bahasa dan konteks yang dapat dipahami. Mereka juga harus mengingatkan wisatawan tentang norma lokal secara sopan, seperti aturan berpakaian atau perilaku di tempat sakral. Pendekatan yang sensitif mencegah kesalahpahaman budaya dan menjaga kehormatan masyarakat lokal.

Dalam pelayanan wisata kelompok internasional, kemampuan adaptasi budaya sangat penting. Wisatawan dari budaya berbeda memiliki preferensi waktu, interaksi sosial, dan ekspektasi layanan yang berbeda. Penyedia layanan yang memahami variasi ini dapat menyesuaikan jadwal, gaya komunikasi, dan aktivitas wisata. Praktik ini meningkatkan kepuasan wisatawan sekaligus menjaga hubungan harmonis lintas budaya.

2. Praktik dalam Pengelolaan Destinasi dan Komunitas Lokal

Dalam manajemen destinasi, kompetensi dan sensitivitas budaya diterapkan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat lokal. Pengelola destinasi perlu memahami nilai budaya komunitas sebelum mengembangkan atraksi wisata. Beberapa ritual atau ruang budaya bersifat sakral dan tidak dapat diakses wisatawan. Sensitivitas budaya memastikan bahwa batas tersebut dihormati dalam perencanaan wisata.



kode etik wisata budaya
<https://www.493scooterrentals.net/post/aturan-baru-berwisata-di-bali-jadi-sorotan-media-asing-upaya-menjaga-martabat-budaya-dan-pariwisata>

Contoh praktik lain adalah pengembangan desa wisata berbasis komunitas. Program desa wisata yang berhasil biasanya melibatkan masyarakat sebagai pemilik budaya dan pengambil keputusan. Komunitas menentukan bentuk atraksi yang boleh ditampilkan dan cara interpretasinya. Pendekatan ini menjaga autentisitas budaya

sekaligus memberikan manfaat ekonomi. Kompetensi budaya pengelola memastikan bahwa pariwisata tidak merusak struktur sosial komunitas.

Selain itu, pendidikan wisatawan merupakan praktik penting sensitivitas budaya. Banyak destinasi menyediakan kode etik wisata atau panduan perilaku budaya. Informasi ini membantu wisatawan memahami norma lokal sebelum berkunjung. Edukasi budaya mengurangi pelanggaran norma dan konflik sosial. Praktik ini menunjukkan bahwa manajemen pariwisata modern menempatkan penghormatan budaya sebagai prinsip utama.



BAB VI

Culture As Tourism Resource

Budaya merupakan salah satu aset paling berharga yang dimiliki suatu daerah, tidak hanya sebagai identitas masyarakat, tetapi juga sebagai daya tarik utama bagi sektor pariwisata. Keunikan tradisi, kesenian, dan warisan lokal mampu menciptakan pengalaman wisata yang berbeda dan otentik, sehingga memberikan nilai tambah bagi pengembangan ekonomi dan pelestarian budaya itu sendiri. Pemanfaatan budaya sebagai sumber daya pariwisata menuntut pemahaman yang menyeluruh mengenai karakteristik, potensi, dan batasan yang ada.

Pariwisata berbasis budaya menekankan pada interaksi yang harmonis antara pengunjung dan masyarakat lokal, di mana setiap kegiatan wisata harus mempertimbangkan kelestarian nilai-nilai budaya serta kapasitas lingkungan. Pendekatan ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas dan kebanggaan lokal. Tantangan utama yang muncul adalah bagaimana mengelola sumber daya budaya secara berkelanjutan, sehingga manfaat yang diperoleh tetap optimal tanpa merusak aset budaya itu sendiri.

Selain itu, pengembangan wisata budaya membuka peluang untuk inovasi dalam penyajian pengalaman wisata, mulai dari paket wisata edukatif, festival budaya, hingga kegiatan kreatif yang melibatkan komunitas lokal. Namun, potensi ini juga diiringi oleh permasalahan, seperti konflik kepentingan, keterbatasan infrastruktur, dan risiko komodifikasi budaya. Analisis terhadap potensi dan kendala yang

ada menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa budaya dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

A. KONSEP TOURISM RESOURCE DAN BATASAN-BATASANNYA (CARRYING CAPACITY)

1. Pengertian Tourism Resource dalam Perspektif Pariwisata

Tourism resource atau sumber daya pariwisata merujuk pada segala unsur yang memiliki potensi untuk menarik kunjungan wisatawan dan mendukung aktivitas wisata. Sumber daya ini mencakup unsur alam, budaya, sosial, maupun buatan manusia yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Dalam konteks pariwisata modern, *tourism resource* tidak hanya dipahami sebagai objek fisik, tetapi juga pengalaman, makna, dan nilai yang dirasakan wisatawan selama berkunjung ke suatu destinasi. Oleh karena itu, kebudayaan termasuk dalam kategori sumber daya pariwisata yang sangat penting karena mengandung identitas dan keunikan lokal.



sumber daya pariwisata budaya
<https://penelitianpariwisata.id/kesenjangan-sumber-daya-pariwisata-indonesia-dengan-pengelolaannya-di-dunia-pariwisata/>

Dalam perspektif antropologi pariwisata, *tourism resource* dipahami sebagai konstruksi sosial dan budaya. Artinya, suatu unsur menjadi sumber daya wisata karena diberi makna dan nilai oleh masyarakat serta wisatawan. Tradisi, ritual, atau arsitektur tradisional mungkin tidak dianggap sumber daya wisata oleh masyarakat lokal sebelum adanya pariwisata. Namun setelah mendapat perhatian wisatawan, unsur tersebut memperoleh nilai ekonomi dan simbolik baru. Proses ini menunjukkan bahwa *tourism resource* bersifat dinamis dan bergantung pada persepsi budaya.

Selain itu, *tourism resource* memiliki karakteristik tidak terbarukan secara budaya. Berbeda dengan infrastruktur yang dapat dibangun ulang, tradisi dan identitas budaya membutuhkan waktu panjang untuk terbentuk. Kerusakan atau hilangnya budaya sebagai sumber daya wisata sulit dipulihkan. Oleh karena itu, pemanfaatan *tourism resource* budaya harus mempertimbangkan aspek pelestarian. Pengembangan pariwisata tidak boleh merusak sumber daya yang menjadi dasar daya tarik destinasi itu sendiri.

2. Konsep Carrying Capacity dalam Pariwisata Budaya

Carrying capacity atau daya dukung merupakan konsep penting dalam pengelolaan *tourism resource*. Daya dukung merujuk pada batas maksimal jumlah wisatawan dan aktivitas wisata yang dapat diterima suatu destinasi tanpa menimbulkan kerusakan lingkungan, sosial, maupun budaya. Dalam pariwisata budaya, carrying capacity tidak hanya berkaitan dengan ruang fisik, tetapi juga dengan kapasitas sosial dan budaya masyarakat lokal dalam menerima wisatawan. Jika jumlah wisatawan melebihi kapasitas, maka integritas budaya dan kualitas pengalaman wisata dapat menurun.

Dalam konteks budaya, daya dukung mencakup beberapa dimensi. Pertama, daya dukung fisik, yaitu kemampuan ruang budaya seperti situs warisan, desa tradisional, atau tempat ritual menampung pengunjung. Kedua, daya dukung sosial, yaitu toleransi masyarakat terhadap kehadiran wisatawan. Ketiga, daya dukung budaya, yaitu kemampuan tradisi mempertahankan makna dan fungsi meskipun dipertontonkan. Ketika daya dukung budaya terlampaui, tradisi dapat mengalami degradasi atau kehilangan sakralitas.

Pengelolaan carrying capacity penting untuk menjaga keberlanjutan pariwisata budaya. Pembatasan jumlah pengunjung, pengaturan jadwal kunjungan, dan zonasi ruang budaya merupakan strategi umum. Pendekatan ini memastikan bahwa wisatawan tetap memperoleh pengalaman berkualitas tanpa merusak budaya lokal. Dengan demikian, konsep daya dukung menjadi alat manajemen untuk menjaga keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian *tourism resource* budaya.

B. CULTURE SEBAGAI MAJOR TOURISM

1. Budaya sebagai Motivasi Utama Perjalanan Wisata

Dalam banyak destinasi dunia, budaya telah menjadi motivasi utama perjalanan wisatawan. Wisatawan tidak lagi hanya mencari keindahan alam atau rekreasi, tetapi juga pengalaman budaya yang autentik. Mereka tertarik mempelajari sejarah, tradisi, seni, kuliner, dan cara hidup masyarakat lokal. Fenomena ini menunjukkan bahwa budaya telah berkembang dari sekadar elemen pendukung menjadi major tourism, yaitu faktor utama yang menentukan daya tarik destinasi.

Budaya sebagai motivasi wisata berkaitan dengan kebutuhan pengalaman bermakna. Wisatawan modern cenderung mencari pengalaman yang memperkaya pengetahuan dan identitas diri. Interaksi dengan budaya berbeda memberikan perspektif baru tentang kehidupan dan nilai manusia. Oleh karena itu, wisata budaya seperti kunjungan ke desa tradisional, festival budaya, museum, atau situs warisan sejarah semakin populer. Pengalaman tersebut memberikan nilai edukatif sekaligus emosional.

Selain itu, budaya sebagai major tourism memperkuat diferensiasi destinasi. Banyak negara dan daerah bersaing dalam pasar wisata global melalui identitas budaya unik. Keunikan budaya menjadi brand destinasi yang sulit ditiru. Hal ini terlihat pada destinasi yang dikenal karena tradisi atau warisan budayanya. Budaya yang kuat dan autentik menciptakan citra destinasi yang khas. Dengan demikian, budaya berfungsi sebagai pilar utama pengembangan pariwisata.

2. Transformasi Budaya menjadi Produk Wisata Utama

Budaya menjadi major tourism melalui proses transformasi menjadi produk wisata. Produk wisata budaya meliputi pertunjukan seni, festival, kuliner tradisional, kerajinan, arsitektur, dan pengalaman hidup masyarakat lokal. Transformasi ini melibatkan proses seleksi, interpretasi, dan presentasi budaya agar dapat diakses wisatawan. Budaya yang awalnya bagian kehidupan sehari-hari kemudian dikemas menjadi pengalaman wisata yang terstruktur.

Transformasi ini membutuhkan interpretasi budaya yang tepat. Interpretasi membantu wisatawan memahami makna simbolik budaya, bukan hanya bentuk visualnya. Misalnya, tarian tradisional tidak hanya ditampilkan sebagai hiburan, tetapi dijelaskan konteks sejarah dan filosofinya. Interpretasi yang baik menjaga kedalaman makna budaya sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Tanpa interpretasi, wisata budaya berisiko menjadi tontonan dangkal.



Pertunjukan budaya wisata
<https://travel.kompas.com/read/2024/08/26/180953427/kemeparekrat-tarian-tradisional-untuk-promosi-pariwisata-indonesia>

Namun transformasi budaya menjadi produk wisata harus menjaga autentisitas. Jika budaya diubah terlalu jauh untuk kepentingan pasar, maka identitasnya dapat hilang. Oleh karena itu, keterlibatan komunitas lokal sangat penting dalam proses pengemasan budaya. Komunitas sebagai pemilik budaya menentukan bentuk representasi yang tepat. Pendekatan ini memastikan bahwa budaya tetap menjadi major tourism tanpa kehilangan integritasnya.

C. PARIWISATA BERBASIS KEBUDAYAAN

1. Konsep dan Prinsip Pariwisata Berbasis Budaya

Pariwisata berbasis kebudayaan merupakan pendekatan pengembangan wisata yang menjadikan budaya lokal sebagai inti daya tarik sekaligus dasar pengelolaan destinasi. Pendekatan ini menekankan pelestarian budaya, partisipasi masyarakat, dan pengalaman autentik wisatawan. Pariwisata berbasis budaya berbeda dari wisata budaya massal karena berorientasi pada keberlanjutan dan penghormatan terhadap nilai lokal. Budaya tidak dipandang sekadar objek ekonomi, tetapi sebagai identitas komunitas yang harus dijaga.

Prinsip utama pariwisata berbasis budaya adalah autentisitas, partisipasi, dan keberlanjutan. Autentisitas memastikan bahwa

representasi budaya sesuai dengan praktik asli masyarakat. Partisipasi berarti masyarakat lokal terlibat dalam perencanaan dan pengelolaan wisata. Keberlanjutan memastikan bahwa pariwisata tidak merusak budaya atau lingkungan sosial. Ketiga prinsip ini saling terkait dalam menjaga keseimbangan antara manfaat ekonomi dan pelestarian budaya.

Pendekatan ini juga menekankan interpretasi budaya yang edukatif. Wisatawan tidak hanya melihat budaya, tetapi memahami maknanya. Program wisata seperti tinggal di desa tradisional, belajar kerajinan, atau mengikuti ritual lokal memberikan pengalaman mendalam. Pengalaman ini meningkatkan apresiasi wisatawan terhadap budaya. Dengan demikian, pariwisata berbasis budaya berfungsi sebagai sarana pelestarian sekaligus pendidikan budaya.

2. Peran Komunitas Lokal dalam Pariwisata Budaya

Komunitas lokal merupakan aktor utama dalam pariwisata berbasis budaya karena mereka adalah pemilik budaya yang menjadi daya tarik wisata. Tanpa keterlibatan masyarakat, pariwisata budaya berisiko menjadi eksploitasi eksternal terhadap budaya lokal. Oleh karena itu, partisipasi komunitas menjadi prinsip penting dalam pengembangan destinasi budaya. Masyarakat berperan dalam menentukan bentuk atraksi, cara interpretasi, dan batas akses wisatawan.

Keterlibatan komunitas juga memastikan distribusi manfaat ekonomi yang adil. Pariwisata budaya yang dikelola masyarakat memberikan peluang pendapatan melalui seni, kerajinan, homestay, atau jasa pemandu lokal. Pendapatan ini meningkatkan kesejahteraan sekaligus mendorong pelestarian budaya. Ketika masyarakat merasakan manfaat langsung, mereka lebih termotivasi mempertahankan tradisi. Hal ini menunjukkan hubungan positif antara ekonomi dan pelestarian budaya.

Selain itu, komunitas berperan sebagai penjaga autentisitas budaya. Mereka memahami makna dan aturan budaya yang mungkin tidak diketahui pihak luar. Partisipasi komunitas mencegah distorsi atau komersialisasi berlebihan. Pengelolaan bersama antara

masyarakat dan pemangku kepentingan pariwisata menciptakan model destinasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, peran komunitas menjadi kunci keberhasilan pariwisata berbasis budaya.

D. POTENSI SERTA PERMASALAHAN DALAM PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA

1. Potensi Wisata Budaya sebagai Penggerak Ekonomi dan Identitas

Wisata budaya memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian identitas. Budaya menyediakan berbagai produk wisata seperti seni pertunjukan, festival, kuliner, kerajinan, dan warisan sejarah. Produk tersebut dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional. Permintaan terhadap pengalaman budaya terus meningkat seiring tren wisata pengalaman dan edukatif. Hal ini menjadikan wisata budaya sebagai sektor ekonomi kreatif yang menjanjikan.



Pasar kerajinan tradisional
<https://travelspromo.com/htm-wisata/pasar-se-ni-ubud/>

Selain ekonomi, wisata budaya memperkuat identitas dan kebanggaan masyarakat. Pengakuan wisatawan terhadap budaya lokal meningkatkan kesadaran nilai budaya. Tradisi yang sebelumnya dianggap biasa menjadi dihargai sebagai warisan. Festival dan atraksi budaya memperlihatkan identitas komunitas kepada dunia. Proses ini memperkuat kohesi sosial dan keberlanjutan budaya. Wisata budaya dengan demikian berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya.

Potensi lain adalah pengembangan wilayah. Banyak daerah yang tidak memiliki sumber daya alam spektakuler dapat berkembang melalui budaya. Desa tradisional, situs sejarah, dan praktik budaya menjadi daya tarik utama. Pariwisata budaya juga cenderung lebih berkelanjutan karena berbasis masyarakat. Dengan pengelolaan

yang tepat, potensi wisata budaya dapat meningkatkan kesejahteraan tanpa merusak identitas lokal.

2. Permasalahan dan Tantangan Pengembangan Wisata Budaya

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan wisata budaya menghadapi berbagai tantangan. Salah satu masalah utama adalah komersialisasi berlebihan yang mengurangi makna budaya. Ketika budaya diproduksi massal untuk wisatawan, simbol dan praktik dapat disederhanakan atau diubah. Hal ini menimbulkan kehilangan autentisitas dan sakralitas. Jika berlanjut, budaya dapat berubah menjadi sekadar tontonan tanpa nilai mendalam.

Tantangan lain adalah ketimpangan manfaat ekonomi. Tidak semua anggota komunitas memperoleh keuntungan dari pariwisata budaya. Kelompok tertentu yang terlibat langsung memperoleh pendapatan lebih besar. Ketimpangan ini dapat menimbulkan konflik sosial dan perubahan struktur komunitas. Selain itu, pariwisata dapat meningkatkan biaya hidup lokal sehingga masyarakat rentan terdorong keluar dari ruang budaya mereka sendiri.

Permasalahan juga muncul dalam pengelolaan daya dukung. Lonjakan wisatawan dapat merusak situs budaya dan mengganggu kehidupan masyarakat. Overtourism pada destinasi budaya menyebabkan kerusakan fisik dan sosial. Kurangnya regulasi dan manajemen pariwisata memperparah masalah. Oleh karena itu, pengembangan wisata budaya memerlukan kebijakan yang sensitif budaya, partisipatif, dan berkelanjutan agar potensi dapat dimanfaatkan tanpa merusak sumber daya budaya.



BAB VII

Cultural Change dan Consumer Culture

Perubahan budaya merupakan fenomena yang terjadi seiring dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi di masyarakat. Transformasi nilai, norma, dan perilaku tidak hanya memengaruhi kehidupan sehari-hari, tetapi juga membentuk cara individu berinteraksi dengan lingkungan dan pengalaman wisata. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mendorong perubahan budaya penting untuk melihat bagaimana masyarakat menyesuaikan diri, serta bagaimana perilaku konsumen terbentuk dan berevolusi dari perspektif sosial dan budaya.

Keterkaitan antara perubahan budaya dan perilaku wisatawan menunjukkan bahwa preferensi, motivasi, dan pola konsumsi wisata sering kali dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya yang terus berubah. Perubahan ini dapat berdampak pada jenis destinasi yang diminati, pengalaman yang dicari, serta interaksi wisatawan dengan komunitas lokal. Fenomena ini menegaskan pentingnya pendekatan yang responsif terhadap tren sosial dan budaya dalam pengelolaan pariwisata.

Selain itu, transformasi budaya berdampak pada manajemen destinasi, di mana pengelola wisata perlu menyesuaikan strategi dan layanan agar tetap relevan dan menarik bagi wisatawan. Perubahan budaya dan perilaku konsumen saling terkait, menciptakan tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan destinasi yang inovatif dan berkelanjutan. Analisis terhadap hubungan ini membantu memahami dinamika wisata modern serta bagaimana budaya dan konsumsi saling memengaruhi secara timbal balik.

A. KONSEP CULTURAL CHANGE SERTA FAKTOR-FAKTOR PENDORONG

1. Pengertian Cultural Change dalam Perspektif Sosial Budaya

Cultural change atau perubahan budaya merujuk pada proses perubahan nilai, norma, simbol, praktik, dan pola kehidupan masyarakat dari waktu ke waktu. Perubahan budaya merupakan fenomena alami dalam dinamika sosial karena budaya selalu beradaptasi dengan kondisi lingkungan, teknologi, ekonomi, dan interaksi antarbudaya. Dalam perspektif antropologi, budaya tidak bersifat statis, melainkan terus mengalami transformasi melalui proses inovasi, difusi, dan akulturasi. Oleh karena itu, perubahan budaya dipahami sebagai bagian dari perkembangan masyarakat.

Dalam konteks pariwisata, cultural change sering terjadi karena interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan. Pariwisata mempertemukan budaya yang berbeda dalam ruang yang intensif. Interaksi ini membawa ide, nilai, dan gaya hidup baru yang dapat memengaruhi budaya lokal. Misalnya, perubahan dalam pola konsumsi, bahasa, pakaian, atau orientasi ekonomi masyarakat destinasi. Proses ini menunjukkan bahwa pariwisata merupakan agen perubahan budaya yang signifikan.

Perubahan budaya tidak selalu bersifat negatif. Banyak perubahan justru meningkatkan kesejahteraan dan kreativitas budaya. Adaptasi budaya terhadap pariwisata dapat menghasilkan inovasi seni, kuliner, dan praktik budaya baru. Namun perubahan juga dapat menimbulkan ketegangan antara pelestarian tradisi dan kebutuhan modernisasi. Oleh karena itu, cultural change dalam pariwisata perlu dipahami sebagai proses kompleks yang melibatkan negosiasi antara nilai lama dan baru.

2. Faktor-Faktor Pendorong Perubahan Budaya dalam Pariwisata

Perubahan budaya dalam konteks pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait. Salah satu faktor utama adalah globalisasi, yaitu arus informasi, teknologi, dan mobilitas manusia lintas

negara. Globalisasi mempercepat pertukaran budaya melalui media, perjalanan, dan ekonomi global. Destinasi wisata menjadi ruang pertemuan budaya global dan lokal. Masyarakat lokal terpapar nilai dan gaya hidup baru yang dapat diadopsi atau disesuaikan.



media sosial pariwisata budaya
<https://unair.ac.id/media-sosial-menjadi-medi-um-tingkatkan-industri-pariwisata-di-indonesia/>

Faktor lain adalah perkembangan ekonomi pariwisata. Pariwisata mengubah struktur ekonomi masyarakat dari agraris atau tradisional menjadi berbasis jasa. Perubahan ini memengaruhi orientasi nilai, pekerjaan, dan pola konsumsi. Masyarakat yang sebelumnya berfokus pada produksi lokal mulai berorientasi pada pasar wisata. Nilai ekonomi sering menjadi pertimbangan dalam praktik budaya. Proses ini mendorong perubahan fungsi budaya dari sakral atau sosial menjadi ekonomis.

Selain itu, teknologi komunikasi dan media sosial mempercepat perubahan budaya. Masyarakat destinasi dapat mengakses tren global melalui internet dan platform digital. Generasi muda terutama terpengaruh oleh budaya populer global yang sering hadir melalui wisatawan. Media sosial juga memengaruhi representasi budaya destinasi karena budaya dipresentasikan untuk konsumsi visual wisatawan. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa cultural change dalam pariwisata merupakan hasil interaksi global, ekonomi, dan teknologi.

B. KETERKAITAN ANTARA CULTURAL CHANGE DENGAN TOURIST BEHAVIOUR

1. Pengaruh Perilaku Wisatawan terhadap Perubahan Budaya Lokal

Perilaku wisatawan memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan budaya masyarakat destinasi. Wisatawan membawa nilai, gaya hidup, bahasa, dan kebiasaan konsumsi dari budaya asal mereka. Interaksi langsung dengan masyarakat lokal dapat memperkenalkan praktik budaya baru yang kemudian diadopsi atau

disesuaikan. Misalnya, perubahan dalam pola makan, mode pakaian, bahasa pergaulan, atau gaya komunikasi masyarakat lokal akibat interaksi dengan wisatawan.

Selain itu, preferensi wisatawan memengaruhi representasi budaya destinasi. Budaya sering disajikan sesuai ekspektasi wisatawan agar menarik secara komersial. Praktik budaya yang dianggap menarik wisatawan lebih sering dipertahankan atau dimodifikasi. Sebaliknya, praktik yang kurang diminati dapat ditinggalkan. Proses ini menunjukkan bahwa perilaku wisatawan dapat membentuk arah perubahan budaya melalui mekanisme pasar wisata.

Pengaruh wisatawan juga terlihat dalam perubahan ruang sosial budaya. Kehadiran wisatawan mendorong munculnya fasilitas wisata seperti restoran, toko souvenir, dan hiburan. Fasilitas tersebut membawa gaya hidup baru ke masyarakat lokal. Ruang publik destinasi berubah mengikuti kebutuhan wisatawan. Dalam jangka panjang, perubahan ini dapat memengaruhi identitas dan struktur sosial komunitas. Dengan demikian, *tourist behaviour* menjadi faktor penting dalam *cultural change* destinasi.

2. Adaptasi Budaya Lokal terhadap Preferensi Wisatawan

Masyarakat destinasi tidak hanya menerima pengaruh wisatawan secara pasif, tetapi juga melakukan adaptasi budaya secara aktif. Adaptasi ini bertujuan menyesuaikan budaya dengan kebutuhan dan selera wisatawan tanpa sepenuhnya kehilangan identitas. Misalnya, pertunjukan seni tradisional disesuaikan durasi dan formatnya agar sesuai jadwal wisata. Kuliner lokal dimodifikasi rasa atau penyajian agar dapat diterima wisatawan internasional. Adaptasi ini mencerminkan negosiasi antara autentisitas dan pasar wisata.



kuliner lokal modifikasi wisata
<https://hicookofficial.com/makanan-tradisional-modifikasi/>

Adaptasi budaya juga terjadi dalam bahasa dan komunikasi. Masyarakat destinasi yang berinteraksi dengan wisatawan sering mengadopsi bahasa asing atau gaya komunikasi global. Penggunaan bahasa internasional memudahkan interaksi ekonomi wisata. Namun pada saat yang sama, bahasa lokal tetap dipertahankan dalam konteks budaya tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan budaya bersifat selektif dan kontekstual.

Proses adaptasi budaya dapat menghasilkan bentuk budaya hibrida, yaitu perpaduan unsur lokal dan global. Budaya hibrida mencerminkan kreativitas masyarakat dalam merespons pariwisata. Contohnya terlihat dalam seni, mode, kuliner, dan arsitektur destinasi wisata. Budaya hibrida sering menjadi identitas baru destinasi. Dengan demikian, hubungan antara *cultural change* dan *tourist behaviour* bersifat dinamis dan saling memengaruhi.

C. HUBUNGAN *CULTURAL CHANGE* DAN *CONSUMER CULTURE* DALAM PARIWISATA

1. Perubahan Budaya dan Pola Konsumsi Pariwisata

Consumer culture atau budaya konsumsi merujuk pada pola konsumsi yang dipengaruhi oleh nilai, simbol, dan identitas sosial budaya. Dalam pariwisata, budaya konsumsi wisatawan memengaruhi bentuk produk dan pengalaman wisata yang ditawarkan destinasi. Perubahan budaya lokal sering berkaitan dengan perubahan pola konsumsi wisata. Destinasi menyesuaikan produk budaya agar sesuai dengan preferensi pasar wisata global. Proses ini menghubungkan *cultural change* dengan *consumer culture*.

Perubahan budaya akibat pariwisata terlihat dalam komodifikasi budaya. Produk budaya seperti kerajinan, kuliner, dan seni pertunjukan diproduksi untuk konsumsi wisatawan. Produksi budaya yang sebelumnya berbasis kebutuhan lokal berubah menjadi berbasis pasar wisata. Pola konsumsi wisatawan menentukan jenis dan bentuk budaya yang diproduksi. Dengan demikian, budaya lokal mengalami transformasi fungsi menjadi komoditas konsumsi.

Selain itu, consumer culture wisatawan juga memengaruhi identitas destinasi. Destinasi sering membangun citra budaya tertentu untuk menarik pasar. Citra ini kemudian direpresentasikan dalam produk wisata, arsitektur, dan aktivitas budaya. Representasi budaya tersebut dapat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap identitas mereka sendiri. Proses ini menunjukkan bahwa hubungan cultural change dan consumer culture bersifat timbal balik dalam pariwisata.



Suvenir budaya wisata
<https://terasmaliboro.jogjaprov.go.id/category/blog/>

2. Budaya Konsumsi Wisatawan dari Perspektif Sosial Budaya

Budaya konsumsi wisatawan tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan rekreasi, tetapi juga dengan identitas sosial dan simbol budaya. Wisatawan sering mengonsumsi pengalaman budaya untuk memperoleh makna, status, atau pengalaman autentik. Konsumsi budaya seperti mengikuti ritual lokal, membeli kerajinan tradisional, atau mengunjungi situs budaya memiliki nilai simbolik. Wisatawan merasa memperoleh pengalaman unik dan berharga secara sosial.

Dalam perspektif sosial budaya, konsumsi wisata juga dipengaruhi oleh tren global. Wisata budaya, wisata autentik, dan wisata pengalaman menjadi tren konsumsi modern. Wisatawan mencari pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka. Tren ini mendorong destinasi mempertahankan atau menampilkan budaya lokal sebagai daya tarik utama. Dengan demikian, consumer culture wisatawan mendorong pelestarian sekaligus perubahan budaya destinasi.



Wisatawan membeli kerajinan
<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4971695/berburu-cendera-mata-dan-belikreatiflokal-khas-bali-di-desa-wisata>

Namun konsumsi budaya juga dapat menimbulkan stereotip budaya. Budaya destinasi sering disederhanakan agar mudah dipahami wisatawan. Representasi ini dapat mengabaikan kompleksitas budaya lokal. Masyarakat kemudian menampilkan budaya sesuai ekspektasi wisatawan. Proses ini disebut *staged culture* dalam pariwisata. Fenomena ini menunjukkan bagaimana *consumer culture* dapat membentuk perubahan budaya dan identitas destinasi.

D. CULTURE CHANGE DAN TRANSFORMATION OF DESTINATION MANAGEMENT

1. Perubahan Budaya dan Strategi Pengelolaan Destinasi

Perubahan budaya destinasi memengaruhi strategi pengelolaan pariwisata. Destinasi yang mengalami *cultural change* perlu menyesuaikan manajemen agar tetap relevan dengan identitas dan kebutuhan masyarakat. Pengelolaan destinasi tidak hanya berfokus pada infrastruktur, tetapi juga pada dinamika budaya komunitas. Perubahan nilai, gaya hidup, dan orientasi ekonomi masyarakat memengaruhi bentuk atraksi dan layanan wisata.

Dalam konteks ini, manajemen destinasi perlu adaptif terhadap perubahan budaya. Pengelola harus memahami arah perubahan budaya agar dapat mengembangkan produk wisata yang sesuai tanpa merusak identitas lokal. Misalnya, budaya hibrida yang muncul akibat pariwisata dapat dijadikan atraksi baru. Namun pada saat yang sama, unsur tradisional yang penting harus dilestarikan. Pendekatan ini menjaga keseimbangan antara inovasi dan pelestarian.

Perubahan budaya juga memengaruhi partisipasi masyarakat dalam pariwisata. Masyarakat yang mengalami transformasi ekonomi dan sosial mungkin memiliki aspirasi baru terhadap pariwisata. Pengelolaan destinasi perlu melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan. Pendekatan partisipatif memastikan bahwa perubahan budaya tidak menghilangkan kepemilikan komunitas terhadap destinasi. Dengan demikian, *cultural change* menjadi faktor penting dalam manajemen destinasi.

2. Transformasi Manajemen Destinasi Berbasis Budaya

Transformasi budaya destinasi mendorong perubahan paradigma dalam manajemen pariwisata. Pengelolaan destinasi modern tidak lagi hanya berorientasi pada jumlah wisatawan, tetapi pada keberlanjutan budaya dan kesejahteraan masyarakat. *Cultural change* menuntut manajemen yang sensitif terhadap nilai lokal dan dinamika sosial. Destinasi harus dikelola sebagai ruang budaya hidup, bukan sekadar produk wisata.

Transformasi ini terlihat dalam pendekatan *community-based tourism dan cultural tourism management*. Pendekatan tersebut menempatkan budaya dan komunitas sebagai pusat pengelolaan. Perubahan budaya yang terjadi akibat pariwisata dipantau dan dikelola secara berkelanjutan. Program pelestarian budaya, edukasi wisatawan, dan regulasi daya dukung menjadi bagian manajemen destinasi. Pendekatan ini memastikan bahwa perubahan budaya tetap dalam batas yang dapat diterima masyarakat.

Selain itu, transformasi manajemen destinasi juga melibatkan interpretasi budaya yang adaptif. Interpretasi perlu mengikuti perubahan budaya tanpa menghilangkan makna asli. Pengelola destinasi bekerja sama dengan komunitas untuk menentukan representasi budaya yang tepat. Dengan demikian, *cultural change* tidak dianggap ancaman, tetapi proses yang dapat dikelola. Manajemen destinasi yang adaptif terhadap perubahan budaya cenderung lebih berkelanjutan dan autentik.



BAB VIII

Culture and Travel Motivation

Motivasi perjalanan merupakan salah satu aspek penting dalam memahami perilaku wisatawan serta kecenderungan pilihan destinasi yang mereka kunjungi. Dorongan untuk melakukan perjalanan tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan rekreasi atau relaksasi, tetapi juga oleh faktor sosial, psikologis, dan budaya yang berkembang dalam masyarakat. Perubahan nilai, gaya hidup, dan pola pikir individu turut membentuk orientasi perjalanan, sehingga preferensi wisata menjadi semakin beragam dan dinamis.

Perkembangan kebudayaan berkontribusi besar dalam membentuk motivasi wisata, terutama melalui perubahan cara pandang terhadap pengalaman, identitas, dan makna perjalanan. Wisata tidak lagi sekadar aktivitas berpindah tempat, tetapi juga sarana pencarian makna, pembelajaran budaya, serta ekspresi diri. Pergeseran ini mendorong munculnya motivasi baru, seperti keinginan untuk memperoleh pengalaman otentik, interaksi budaya, dan keterlibatan dalam aktivitas lokal yang mencerminkan karakter suatu destinasi.

Keterkaitan antara motivasi perjalanan dan perubahan kebudayaan juga berdampak pada pengelolaan pariwisata, karena pengelola destinasi perlu menyesuaikan produk dan layanan dengan kebutuhan serta harapan wisatawan yang terus berkembang. Pemahaman terhadap dinamika tersebut memungkinkan perancangan strategi pengembangan pariwisata yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan, sehingga mampu menjawab tuntutan wisatawan modern tanpa mengabaikan nilai-nilai budaya lokal.

A. KONSEP DAN PENGERTIAN TRAVEL MOTIVATION

1. Pengertian Travel Motivation dalam Perspektif Pariwisata

Travel motivation atau motivasi perjalanan merupakan dorongan internal dan eksternal yang memengaruhi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Dalam kajian pariwisata, motivasi perjalanan menjelaskan alasan mengapa individu memilih bepergian, destinasi yang dipilih, serta jenis pengalaman yang dicari.



Wisata Budaya kuburan Londa di Tana Toraja
<https://makassar.tribunnews.com/2015/06/10/kuburan-londa-di-toraja-sulsel-dari-sby-sampai-turis-penasaran>

Motivasi ini tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan rekreasi, tetapi juga kebutuhan psikologis, sosial, budaya, dan simbolik. Oleh karena itu, travel motivation menjadi konsep penting dalam memahami perilaku wisatawan.

Dalam perspektif sosial budaya, motivasi perjalanan dipengaruhi oleh nilai, identitas, dan pengalaman budaya individu. Wisatawan sering mencari pengalaman yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka. Perjalanan memungkinkan individu mengeksplorasi budaya lain, memperoleh pengetahuan, serta memperluas perspektif sosial. Motivasi ini menjadikan wisata budaya sebagai segmen penting dalam pariwisata global. Kunjungan ke situs sejarah, desa tradisional, festival, dan praktik budaya merupakan bentuk pencarian pengalaman budaya.

Selain itu, travel motivation berkaitan dengan konstruksi makna perjalanan. Perjalanan tidak hanya dilihat sebagai aktivitas fisik, tetapi sebagai pengalaman bermakna yang membentuk identitas diri. Wisatawan mengaitkan perjalanan dengan pembelajaran, status sosial, atau pencarian autentisitas. Dalam konteks ini, budaya destinasi menjadi faktor penting yang membentuk motivasi wisata. Semakin unik dan autentik budaya destinasi, semakin tinggi daya tariknya bagi wisatawan yang mencari pengalaman bermakna.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Perjalanan Wisata

Motivasi perjalanan wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kebutuhan psikologis seperti relaksasi, eksplorasi, prestise, dan pencarian identitas. Individu yang mengalami rutinitas sehari-hari sering terdorong melakukan perjalanan untuk memperoleh pengalaman baru. Kebutuhan akan pengetahuan budaya juga menjadi faktor internal yang penting, terutama dalam wisata budaya dan edukatif.



Promosi wisata melalui media sosial
<https://www.kompasiana.com/premayogaa/61b3604706310e1cab5fe3f6/penggunaan-media-sosial-dalam-mengembangkan-pariwisata-di-indonesia>

Faktor eksternal meliputi pengaruh sosial, media, tren global, dan ketersediaan destinasi. Media sosial dan promosi pariwisata memainkan peran besar dalam membentuk motivasi perjalanan. Representasi visual budaya destinasi melalui foto dan cerita wisata dapat menumbuhkan keinginan berkunjung. Selain itu, rekomendasi sosial dari teman atau komunitas juga memengaruhi pilihan destinasi. Faktor eksternal ini menunjukkan bahwa motivasi perjalanan dipengaruhi konstruksi sosial.

Perubahan budaya global juga memengaruhi motivasi perjalanan. Tren wisata pengalaman, autentisitas, dan keberlanjutan menunjukkan pergeseran nilai wisatawan modern. Wisatawan tidak hanya mencari rekreasi, tetapi pengalaman budaya yang bermakna. Pergeseran ini mendorong meningkatnya minat terhadap wisata budaya, komunitas lokal, dan pengalaman hidup masyarakat. Dengan demikian, travel motivation merupakan hasil interaksi antara kebutuhan individu dan konteks budaya global.

B. KETERKAITAN ANTARA PERUBAHAN KEBUDAYAAN DAN TRAVEL MOTIVATION

1. Pengaruh Perubahan Budaya terhadap Motivasi Wisatawan

Perubahan kebudayaan, baik di masyarakat asal wisatawan maupun destinasi, memiliki pengaruh terhadap motivasi perjalanan. Perubahan nilai dalam masyarakat modern, seperti meningkatnya orientasi pengalaman, pembelajaran, dan autentisitas, mendorong wisatawan mencari destinasi budaya. Masyarakat yang hidup dalam lingkungan urban dan global sering merindukan pengalaman budaya tradisional yang dianggap otentik. Hal ini menjadikan budaya destinasi sebagai motivasi utama perjalanan.

Perubahan budaya global juga menciptakan tren wisata baru. Globalisasi memperkenalkan berbagai budaya melalui media dan perjalanan. Paparan budaya lain menumbuhkan rasa ingin tahu dan keinginan eksplorasi. Wisatawan terdorong mengunjungi tempat yang memiliki keunikan budaya berbeda dari budaya mereka sendiri. Dengan demikian, perubahan budaya global meningkatkan motivasi wisata lintas budaya.

Selain itu, perubahan budaya destinasi juga memengaruhi motivasi wisatawan. Destinasi yang berhasil mempertahankan identitas budaya autentik cenderung lebih menarik bagi wisatawan. Sebaliknya, destinasi yang kehilangan karakter budaya akibat modernisasi berlebihan dapat kehilangan daya tarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya berperan penting dalam mempertahankan motivasi wisata. Hubungan antara cultural change dan travel motivation bersifat dinamis dan saling memengaruhi.

2. Travel Motivation sebagai Faktor Pendorong Perubahan Budaya Destinasi

Hubungan antara perubahan budaya dan motivasi perjalanan tidak bersifat satu arah. Motivasi wisatawan juga dapat mendorong perubahan budaya destinasi. Preferensi wisatawan terhadap pengalaman budaya tertentu memengaruhi cara budaya direpresentasikan dan dipraktikkan. Destinasi sering menyesuaikan

atraksi budaya agar sesuai dengan motivasi pasar wisata. Misalnya, peningkatan minat terhadap wisata autentik mendorong pelestarian desa tradisional atau festival budaya.

Motivasi wisatawan terhadap pengalaman budaya juga mendorong komodifikasi budaya. Budaya lokal diproduksi sebagai produk wisata yang dapat dikonsumsi. Kerajinan, pertunjukan, dan ritual disesuaikan dengan preferensi wisatawan. Proses ini menunjukkan bahwa travel motivation memengaruhi bentuk perubahan budaya destinasi. Budaya mengalami transformasi fungsi dari praktik sosial menjadi produk wisata.

Selain itu, motivasi wisatawan terhadap pengalaman komunitas lokal mendorong berkembangnya pariwisata berbasis masyarakat. Destinasi menyesuaikan pengelolaan dengan tren wisata yang menghargai interaksi sosial budaya. Komunitas dilibatkan dalam pengembangan wisata untuk memenuhi motivasi wisatawan modern. Dengan demikian, travel motivation tidak hanya dipengaruhi perubahan budaya, tetapi juga menjadi agen perubahan budaya destinasi.

C. KETERKAITAN TRAVEL MOTIVATION, PERUBAHAN KEBUDAYAAN, DAN MANAJEMEN PARIWISATA

1. Integrasi Motivasi Wisata dan Pelestarian Budaya dalam Pengelolaan Destinasi

Pengelolaan pariwisata modern perlu memahami keterkaitan antara motivasi perjalanan dan perubahan budaya destinasi. Wisatawan yang termotivasi oleh pengalaman budaya membutuhkan destinasi yang autentik dan bermakna. Oleh karena itu, manajemen destinasi harus menjaga budaya lokal sebagai sumber daya utama. Pelestarian budaya tidak hanya penting bagi masyarakat, tetapi juga bagi keberlanjutan motivasi wisata.

Integrasi ini terlihat dalam strategi pengembangan wisata budaya berkelanjutan. Pengelola destinasi mengidentifikasi elemen budaya yang memiliki daya tarik wisata tanpa mengorbankan makna budaya. Program interpretasi budaya dikembangkan untuk

memenuhi motivasi edukatif wisatawan. Pada saat yang sama, batas budaya sakral tetap dihormati. Pendekatan ini menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan pelestarian budaya.



Interpretasi budaya wisata
<https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-61694042>

Selain itu, pemahaman motivasi wisata membantu manajemen destinasi menyesuaikan produk wisata. Wisatawan modern mencari pengalaman partisipatif seperti tinggal di komunitas lokal atau belajar budaya. Pengelola destinasi mengembangkan produk wisata berbasis komunitas untuk memenuhi motivasi tersebut. Pendekatan ini juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, integrasi motivasi wisata dan pelestarian budaya menjadi dasar pengelolaan destinasi berkelanjutan.

2. Contoh Praktis Keterkaitan Motivasi Wisata, Perubahan Budaya, dan Manajemen

Contoh nyata keterkaitan travel motivation, perubahan budaya, dan manajemen pariwisata terlihat pada pengembangan desa wisata budaya. Motivasi wisatawan untuk mengalami kehidupan tradisional mendorong pelestarian rumah adat, kerajinan, dan ritual lokal. Komunitas mempertahankan budaya sebagai daya tarik wisata. Pada saat yang sama, manajemen destinasi mengatur kunjungan agar tidak merusak kehidupan masyarakat. Proses ini menunjukkan hubungan timbal balik antara motivasi wisata dan pelestarian budaya.

Contoh lain adalah festival budaya destinasi. Minat wisatawan terhadap festival mendorong revitalisasi tradisi lokal. Festival yang sebelumnya hanya bersifat komunitas berkembang menjadi atraksi wisata. Perubahan ini memerlukan manajemen agar tetap autentik. Pengelola bekerja sama dengan komunitas untuk menjaga makna

ritual sambil membuka akses wisata. Festival menjadi sarana pelestarian sekaligus promosi budaya.

Contoh pada skala global terlihat pada wisata warisan budaya. Motivasi wisatawan terhadap sejarah dan identitas mendorong konservasi situs budaya. Pengelolaan situs memperhatikan daya dukung dan interpretasi budaya. Wisatawan memperoleh pengalaman edukatif, sementara budaya tetap terjaga. Contoh-contoh ini menunjukkan bahwa travel motivation, perubahan budaya, dan manajemen pariwisata saling terkait dalam sistem destinasi berkelanjutan.

BAB IX

Integrated Model of Tourism



Pariwisata merupakan sistem yang kompleks karena melibatkan berbagai komponen yang saling berkaitan, mulai dari wisatawan, destinasi, masyarakat lokal, hingga pengelola dan kebijakan. Keterpaduan antarunsur tersebut menentukan keberhasilan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing. Pendekatan terpadu diperlukan agar setiap elemen dapat berfungsi secara harmonis, sehingga manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat tercapai secara seimbang.

Pemahaman terhadap model terpadu pariwisata membantu melihat hubungan antarkomponen secara menyeluruh, bukan sebagai bagian yang berdiri sendiri. Setiap elemen memiliki peran strategis dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas sekaligus menjaga keberlanjutan destinasi. Pendekatan ini menekankan pentingnya koordinasi, kolaborasi, dan integrasi kebijakan dalam perencanaan serta pengelolaan pariwisata modern.

Selain itu, penerapan kompetensi dan sensitivitas budaya menjadi aspek penting dalam kerangka terpadu pariwisata, terutama dalam konteks interaksi lintas budaya antara wisatawan dan masyarakat lokal. Kemampuan memahami perbedaan nilai, norma, dan praktik budaya dapat meningkatkan kualitas pelayanan sekaligus meminimalkan potensi konflik sosial. Integrasi aspek budaya dalam model pariwisata yang komprehensif memungkinkan terciptanya pengelolaan destinasi yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

A. KONSEP DASAR INTEGRATED MODEL OF TOURISM

1. PARIWISATA SEBAGAI SISTEM TERINTEGRASI

Integrated Model of Tourism (IMoT) memandang pariwisata sebagai suatu sistem yang terdiri atas berbagai komponen yang saling berinteraksi dan bergantung satu sama lain. Dalam pendekatan ini, pariwisata tidak dipahami sebagai aktivitas tunggal seperti perjalanan atau rekreasi, melainkan sebagai jaringan hubungan antara wisatawan, destinasi, masyarakat lokal, industri pariwisata, budaya, dan lingkungan. Setiap komponen memiliki peran tertentu dan perubahan pada satu elemen akan memengaruhi elemen lainnya. Pendekatan sistem ini membantu memahami kompleksitas fenomena pariwisata modern yang melibatkan dimensi sosial, ekonomi, budaya, dan ekologis secara simultan.



Melestarikan alam lewat pariwisata
<https://bumijourney.com/ekowisata-adalah-kunci-melestarikan-alam-lewat-pariwisata/>

Dalam IMoT, interaksi antara wisatawan dan destinasi merupakan inti sistem. Wisatawan membawa nilai budaya, motivasi, dan perilaku konsumsi, sedangkan destinasi menyediakan pengalaman berbasis sumber daya alam dan budaya. Industri pariwisata bertindak sebagai mediator yang menghubungkan keduanya melalui produk dan layanan wisata. Masyarakat lokal dan lingkungan menjadi fondasi yang menopang keberlanjutan destinasi. Integrasi seluruh komponen ini menentukan kualitas pengalaman wisata serta dampak pariwisata terhadap destinasi.

Pendekatan sistem terintegrasi juga menekankan pentingnya keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian sumber daya. Pariwisata yang hanya mengejar keuntungan ekonomi berisiko merusak budaya dan lingkungan destinasi. Sebaliknya, pelestarian tanpa pemanfaatan ekonomi dapat menghambat kesejahteraan masyarakat. IMoT menawarkan kerangka konseptual untuk mengelola hubungan ini secara harmonis dan berkelanjutan.

Dengan demikian, pariwisata dipahami sebagai sistem sosial budaya yang kompleks dan dinamis.

2. PRINSIP HOLISTIK DAN KEBERLANJUTAN DALAM IMoT

Konsep dasar *Integrated Model of Tourism* berlandaskan prinsip holistik, yaitu melihat pariwisata sebagai kesatuan utuh yang mencakup aspek budaya, sosial, ekonomi, dan lingkungan. Pendekatan holistik menolak pandangan parsial yang hanya menekankan satu dimensi, seperti ekonomi atau promosi destinasi. Dalam IMoT, pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan dampaknya terhadap seluruh komponen sistem. Prinsip ini penting karena aktivitas pariwisata selalu memengaruhi masyarakat lokal, struktur sosial, identitas budaya, dan kondisi lingkungan.

Selain holistik, IMoT juga berlandaskan prinsip keberlanjutan. Pariwisata harus mampu memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini tanpa merusak kemampuan generasi mendatang untuk menikmati sumber daya yang sama. Keberlanjutan mencakup pelestarian budaya lokal, perlindungan lingkungan, serta kesejahteraan masyarakat. Dalam model terintegrasi, keberlanjutan dicapai melalui keseimbangan antara kepentingan ekonomi industri pariwisata dan kebutuhan sosial budaya destinasi. Prinsip ini menjadi dasar pengelolaan destinasi modern.

Prinsip integrasi juga mencakup kolaborasi antar pemangku kepentingan. Pemerintah, industri, komunitas lokal, dan wisatawan harus berperan bersama dalam pengembangan pariwisata. Tanpa koordinasi, pengembangan destinasi cenderung terfragmentasi dan menimbulkan konflik kepentingan. IMoT menekankan bahwa keberhasilan pariwisata bergantung pada kerja sama dan kesadaran bersama terhadap nilai budaya dan lingkungan. Pendekatan ini menjadikan pariwisata sebagai sistem yang saling terhubung dan berkelanjutan.

B. ELEMEN-ELEMEN DALAM IMoT

1. WISATAWAN, DESTINASI, DAN INDUSTRI PARIWISATA

Dalam *Integrated Model of Tourism*, wisatawan, destinasi, dan industri pariwisata merupakan elemen inti yang membentuk sistem

pariwisata. Wisatawan berperan sebagai aktor yang membawa motivasi perjalanan, nilai budaya, dan preferensi pengalaman. Motivasi wisatawan menentukan jenis wisata yang berkembang, seperti wisata budaya, alam, atau petualangan. Perilaku wisatawan juga memengaruhi bagaimana budaya destinasi direpresentasikan dan dikemas sebagai produk wisata. Dengan demikian, wisatawan merupakan penggerak utama permintaan dalam sistem pariwisata.



Hubungan wisatawan-destinasi-industri
<https://phinemo.com/5-peluang-bisnis-di-industri-wisata-dan-tips-cara-mengembangkannya/>

Destinasi merupakan ruang fisik dan sosial tempat aktivitas pariwisata berlangsung. Destinasi mencakup lanskap alam, warisan budaya, masyarakat lokal, serta infrastruktur pendukung. Dalam IMoT, destinasi tidak hanya dipandang sebagai lokasi geografis, tetapi sebagai sistem budaya hidup yang memiliki identitas dan nilai sosial. Kualitas destinasi bergantung pada keseimbangan antara pemanfaatan sumber daya untuk pariwisata dan pelestarian budaya serta lingkungan. Destinasi yang mampu menjaga keseimbangan ini memiliki daya tarik jangka panjang.

Industri pariwisata berfungsi sebagai mediator antara wisatawan dan destinasi. Industri menyediakan layanan transportasi, akomodasi, pemanduan, serta pengalaman wisata. Melalui industri, budaya destinasi diterjemahkan menjadi produk yang dapat diakses wisatawan. Peran industri sangat menentukan citra dan pengalaman destinasi. Integrasi antara wisatawan, destinasi, dan industri memastikan bahwa sistem pariwisata berjalan secara efektif dan memberikan manfaat bagi semua pihak.

2. BUDAYA, MASYARAKAT LOKAL, DAN LINGKUNGAN

Selain elemen inti, IMoT mencakup budaya, masyarakat lokal, dan lingkungan sebagai komponen fundamental yang menopang keberlanjutan pariwisata. Budaya merupakan identitas destinasi yang membedakan satu tempat dengan tempat lain. Tradisi, nilai, praktik

sosial, dan simbol budaya menjadi sumber daya utama dalam pariwisata budaya. Dalam model terintegrasi, budaya dipahami sebagai entitas hidup yang harus dijaga keberlanjutannya, bukan sekadar objek komersialisasi wisata. Pelestarian budaya memastikan keberlangsungan daya tarik destinasi.



Budaya dan masyarakat dalam destinasi wisata

<https://www.watersportbali.co.id/5-ide-wisata-budaya-di-bali-yang-membuat-kamu-makin-cinta-indonesia/>

Masyarakat lokal merupakan pemilik budaya sekaligus aktor utama dalam sistem pariwisata. Mereka menyediakan layanan, menjaga tradisi, dan membentuk suasana sosial destinasi. Partisipasi masyarakat menentukan keberhasilan pariwisata berkelanjutan. Dalam IMoT, kesejahteraan masyarakat menjadi indikator penting keberhasilan pariwisata. Pariwisata yang tidak melibatkan masyarakat cenderung menimbulkan konflik sosial dan resistensi. Oleh karena itu, integrasi masyarakat dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi sangat diperlukan.

Lingkungan fisik dan ekologis juga merupakan elemen penting dalam IMoT. Lanskap alam, ekosistem, dan kualitas lingkungan menentukan kapasitas destinasi menerima wisatawan. Kerusakan lingkungan akan memengaruhi kehidupan masyarakat dan kualitas pengalaman wisata. Integrasi antara budaya, masyarakat, dan lingkungan memastikan bahwa pariwisata berkembang tanpa merusak fondasi destinasi. Dengan demikian, ketiga elemen ini menjadi pilar keberlanjutan dalam sistem pariwisata terintegrasi.

C. APLIKASI CULTURAL COMPETENCE DAN SENSITIVITY DALAM MODEL

1. PERAN CULTURAL COMPETENCE DALAM INTERAKSI PARIWISATA

Cultural competence merupakan kemampuan memahami, menghargai, dan berinteraksi secara efektif dengan budaya yang

berbeda. Dalam *Integrated Model of Tourism*, kompetensi ini menjadi kunci integrasi antar elemen sistem, terutama antara wisatawan, masyarakat lokal, dan pelaku industri. Interaksi antar budaya merupakan inti pengalaman pariwisata, sehingga kurangnya pemahaman budaya dapat menimbulkan kesalahpahaman, stereotip, atau konflik sosial. Cultural competence membantu menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menghormati dalam aktivitas pariwisata.

Bagi pelaku industri pariwisata, kompetensi budaya memungkinkan interpretasi budaya destinasi secara akurat. Pemandu wisata, pengelola destinasi, dan penyedia layanan harus memahami makna simbolik dan nilai budaya lokal. Interpretasi yang tepat meningkatkan kualitas pengalaman wisata sekaligus menjaga integritas budaya. Dalam model terintegrasi, peran ini penting karena industri menjadi penghubung utama antara wisatawan dan budaya destinasi. Kompetensi budaya memastikan bahwa representasi budaya tidak menyimpang atau merusak makna aslinya.

Bagi wisatawan, cultural competence membantu memahami norma dan etika lokal. Wisatawan yang memiliki kesadaran budaya cenderung berperilaku lebih bertanggung jawab dan menghormati tradisi setempat. Perilaku ini mengurangi konflik sosial dan mendukung keberlanjutan destinasi. Dalam IMoT, interaksi harmonis antara wisatawan dan masyarakat merupakan indikator integrasi sistem yang berhasil. Dengan demikian, cultural competence berfungsi sebagai mekanisme sosial yang menjaga keseimbangan dalam pariwisata terintegrasi.

2. CULTURAL SENSITIVITY DALAM PENGELOLAAN DESTINASI TERPADU

Cultural sensitivity atau sensitivitas budaya merupakan kesadaran terhadap nilai, norma, dan batasan budaya masyarakat lokal. Dalam *Integrated Model of Tourism*, sensitivitas budaya menjadi dasar etika pengelolaan destinasi. Pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan makna budaya, praktik sakral, serta aspirasi komunitas. Tanpa sensitivitas budaya, pariwisata dapat menimbulkan eksploitasi budaya dan hilangnya identitas lokal. Oleh karena itu,

sensitivitas budaya penting dalam menjaga keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian budaya.

Dalam perencanaan destinasi, sensitivitas budaya memastikan bahwa atraksi wisata dikembangkan secara tepat. Tidak semua praktik budaya dapat dikomersialisasi atau dipertontonkan kepada wisatawan. Pengelola destinasi

perlu bekerja sama dengan komunitas untuk menentukan bentuk representasi budaya yang sesuai. Pendekatan partisipatif ini mencerminkan prinsip integrasi dalam IMoT. Masyarakat tidak hanya menjadi objek wisata, tetapi mitra dalam pengelolaan destinasi.

Sensitivitas budaya juga mendukung keberlanjutan sosial pariwisata. Wisatawan yang menghormati budaya lokal akan lebih diterima oleh masyarakat. Hubungan positif antara wisatawan dan komunitas meningkatkan kualitas pengalaman wisata serta keberlanjutan destinasi. Dalam model terintegrasi, keseimbangan antara pengalaman wisatawan dan kesejahteraan masyarakat menjadi tujuan utama. Cultural sensitivity memastikan bahwa pariwisata berkembang secara etis, menghormati budaya, dan berkelanjutan.



Papan tanda Larangan di Candi Borobudur
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Papan_tanda_Larangan_di_Candi_Borobudur.jpg



***Anthropologi Dan Filsafat Pariwisata
Untuk Program Study S1 Pariwisata***



BAB X

Cultural Tourism's Promotion



Pariwisata budaya berkembang seiring meningkatnya kebutuhan wisatawan akan pengalaman yang bermakna dan berbasis nilai-nilai lokal. Upaya promosi menjadi faktor penting dalam memperkenalkan kekayaan budaya suatu destinasi kepada khalayak yang lebih luas, sekaligus membangun citra yang menarik dan autentik. Melalui strategi promosi yang tepat, potensi budaya tidak hanya dikenal, tetapi juga mampu menciptakan daya tarik yang berkelanjutan bagi perkembangan pariwisata.

Perkembangan pariwisata modern membawa dampak yang luas terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal mendorong pertukaran nilai, praktik, serta ekspresi budaya yang terus mengalami perubahan. Dampak tersebut dapat bersifat positif, seperti peningkatan ekonomi dan pelestarian budaya, maupun negatif, seperti komodifikasi dan pergeseran makna budaya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap dinamika dampak dan perkembangan pariwisata menjadi penting dalam merumuskan strategi pengelolaan yang seimbang.

Keterkaitan antara pariwisata dan aktivitas kebudayaan manusia juga tercermin melalui media visual seperti film, yang mampu merepresentasikan identitas, lanskap, dan kehidupan sosial suatu destinasi. Film dokumenter, khususnya, memiliki kekuatan naratif dan visual dalam menyampaikan pesan budaya secara mendalam dan emosional, sehingga efektif sebagai sarana promosi dan pemasaran pariwisata. Pemanfaatan media ini membuka peluang

baru dalam memperluas jangkauan promosi sekaligus memperkuat citra destinasi di tingkat global.

A. CULTURAL TOURISM'S PROMOTION

1. STRATEGI PROMOSI PARIWISATA BUDAYA BERBASIS IDENTITAS LOKAL

Promosi pariwisata budaya merupakan upaya memperkenalkan dan mengkomunikasikan nilai, makna, dan keunikan budaya suatu destinasi kepada wisatawan. Dalam konteks *Integrated Model of Tourism*, promosi budaya tidak sekadar pemasaran objek wisata, tetapi representasi identitas budaya yang menjadi daya tarik utama destinasi. Promosi yang efektif harus mampu menampilkan keaslian budaya tanpa mereduksi maknanya menjadi sekadar komoditas. Oleh karena itu, strategi promosi pariwisata budaya perlu berlandaskan pemahaman mendalam terhadap tradisi, simbol, dan praktik budaya lokal.



Promosi destinasi wisata budayar
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Papan_tanda_Larangan_di_Candi_Borobudur.jpg

Pendekatan berbasis identitas lokal menekankan bahwa setiap destinasi memiliki karakter budaya unik yang membedakannya dari destinasi lain. Keunikan tersebut dapat berupa ritual, seni, arsitektur, kuliner, atau gaya hidup masyarakat. Promosi yang menonjolkan identitas lokal membantu membangun citra destinasi yang kuat dan autentik. Dalam perspektif antropologi pariwisata, citra budaya yang autentik meningkatkan minat wisatawan yang mencari pengalaman bermakna dan berbeda. Dengan demikian, promosi budaya tidak hanya meningkatkan kunjungan, tetapi juga memperkuat pelestarian identitas lokal.

Selain itu, promosi berbasis identitas budaya mendukung keberlanjutan pariwisata. Wisatawan yang tertarik pada budaya

cenderung memiliki motivasi edukatif dan apresiatif, bukan eksploitasi. Hal ini mengurangi tekanan terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam model pariwisata terintegrasi, promosi budaya berfungsi sebagai jembatan antara wisatawan dan komunitas lokal. Strategi promosi yang sensitif budaya memastikan bahwa peningkatan kunjungan tidak merusak makna dan praktik budaya destinasi.

2. PERAN MEDIA DIGITAL DALAM PROMOSI PARIWISATA BUDAYA

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara promosi pariwisata budaya dilakukan. Media sosial, situs web destinasi, dan platform digital memungkinkan penyebaran informasi budaya secara luas dan cepat. Dalam *Integrated Model of Tourism*, media digital menjadi sarana integrasi antara destinasi, industri, dan wisatawan global. Promosi digital memungkinkan destinasi kecil sekalipun dikenal secara internasional melalui narasi visual dan storytelling budaya. Hal ini memperluas jangkauan pasar pariwisata budaya secara signifikan.

Media digital juga memungkinkan representasi budaya dalam bentuk visual yang menarik, seperti foto, video, dan tur virtual. Representasi ini membantu wisatawan memahami konteks budaya sebelum berkunjung. Dalam perspektif antropologi visual, media digital berperan dalam membentuk persepsi budaya destinasi. Oleh karena itu, konten promosi harus disusun secara akurat dan sensitif agar tidak menimbulkan stereotip atau distorsi budaya. Promosi digital yang baik menampilkan budaya sebagai praktik hidup, bukan sekadar pertunjukan wisata.

Selain promosi, media digital memungkinkan interaksi langsung antara wisatawan dan komunitas. Wisatawan dapat belajar tentang budaya, tradisi, dan aktivitas lokal melalui platform online. Interaksi ini memperkuat hubungan sosial sebelum dan sesudah perjalanan. Dalam model pariwisata terintegrasi, media digital berfungsi sebagai ruang komunikasi lintas budaya yang mendukung promosi sekaligus pemahaman budaya. Dengan demikian, teknologi digital menjadi instrumen penting dalam promosi pariwisata budaya modern.

B. THE IMPACT OF TOURISM

1. DAMPAK SOSIAL BUDAYA PARIWISATA

Pariwisata memiliki dampak sosial budaya yang signifikan terhadap masyarakat destinasi. Interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal membawa pertukaran nilai, gaya hidup, dan praktik budaya. Dalam perspektif *Integrated Model of Tourism*, dampak sosial budaya merupakan hasil interaksi sistem antara



Interaksi wisatawan dan Masyarakat lokal
<https://www.tempo.co/gaya-hidup/akademisi-ungkap-pe-luang-jaring-wisatawan-mancanegara-lewat-sektor-pendidikan--64619>

wisatawan, budaya, dan masyarakat. Dampak positifnya mencakup revitalisasi tradisi, peningkatan kebanggaan budaya, serta pelestarian warisan. Pariwisata dapat mendorong masyarakat mempertahankan praktik budaya yang sebelumnya mulai ditinggalkan.

Namun, pariwisata juga dapat menimbulkan perubahan sosial budaya yang tidak diinginkan. Komersialisasi budaya dapat mengubah makna tradisi menjadi pertunjukan semata. Nilai budaya dapat disederhanakan agar sesuai dengan selera wisatawan. Selain itu, kontak budaya yang intens dapat memengaruhi gaya hidup masyarakat lokal, terutama generasi muda. Perubahan ini dapat menimbulkan konflik identitas dan ketegangan sosial. Oleh karena itu, pengelolaan pariwisata perlu mempertimbangkan sensitivitas budaya dan partisipasi masyarakat.

Dalam model terintegrasi, dampak sosial budaya harus dikelola agar tetap positif. Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan wisata membantu menjaga kontrol budaya. Edukasi wisatawan tentang norma lokal juga penting untuk mengurangi dampak negatif. Dengan pendekatan integratif, pariwisata dapat menjadi sarana pertukaran budaya yang saling menguntungkan. Dampak sosial budaya yang dikelola dengan baik mendukung keberlanjutan destinasi dan kesejahteraan komunitas.

2. DAMPAK EKONOMI DAN LINGKUNGAN PARIWISATA

Selain dampak sosial budaya, pariwisata juga memberikan dampak ekonomi dan lingkungan yang signifikan. Dari sisi ekonomi, pariwisata menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong perkembangan infrastruktur. Industri pariwisata membuka peluang usaha bagi komunitas lokal seperti homestay, kuliner, kerajinan, dan jasa pemandu. Dalam *Integrated Model of Tourism*, manfaat ekonomi merupakan salah satu tujuan utama pengembangan pariwisata yang terintegrasi dengan kesejahteraan masyarakat.



Dampak lingkungan pariwisata

<https://travel.detik.com/travel-news/d-5324623/pantai-ja-di-objek-wisata-ini-dampak-positif-dan-negatif>

Namun, pertumbuhan ekonomi pariwisata dapat disertai dampak lingkungan. Peningkatan jumlah wisatawan dapat menimbulkan tekanan terhadap ekosistem, seperti polusi, kerusakan habitat, dan konsumsi sumber daya berlebihan. Pembangunan fasilitas wisata juga dapat mengubah lanskap dan struktur ekologis destinasi. Jika tidak dikelola dengan baik, dampak lingkungan dapat mengurangi daya tarik wisata dan merusak fondasi pariwisata itu sendiri. Oleh karena itu, keseimbangan antara manfaat ekonomi dan pelestarian lingkungan menjadi prinsip penting dalam IMoT.

Pendekatan pariwisata berkelanjutan berupaya meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan manfaat positif. Pengelolaan daya dukung, regulasi pembangunan, dan edukasi wisatawan menjadi strategi utama. Integrasi aspek ekonomi dan lingkungan memastikan bahwa pariwisata berkembang tanpa merusak sumber daya destinasi. Dengan demikian, dampak pariwisata harus dipahami sebagai fenomena multidimensi yang memerlukan pengelolaan terpadu.

C. THE RECENT DEVELOPMENT OF TOURISM

1. GLOBALISASI DAN TRANSFORMASI PARIWISATA MODERN

Perkembangan terbaru pariwisata dipengaruhi oleh globalisasi yang meningkatkan mobilitas manusia, pertukaran budaya, dan integrasi ekonomi dunia. Transportasi yang semakin cepat dan terjangkau memungkinkan perjalanan lintas negara menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat global. Dalam konteks *Integrated Model of Tourism*, globalisasi memperluas interaksi antara wisatawan dan destinasi dari berbagai latar budaya. Pariwisata menjadi ruang pertemuan budaya global yang dinamis.



Mobilitas wisatawan global

<https://www.travelandtourworld.com/news/article/global-airline-route-expansions-for-2026-27-set-to-transform-tourism-across-asia-europe-the-middle-east-and-the-americas/>

Transformasi pariwisata modern juga ditandai oleh perubahan motivasi wisatawan. Wisatawan kini mencari pengalaman autentik, edukatif, dan personal. Tren ini mendorong berkembangnya wisata budaya, wisata pengalaman, dan wisata berbasis komunitas. Destinasi perlu menyesuaikan produk wisata dengan preferensi baru ini. Globalisasi juga mempercepat penyebaran tren wisata, sehingga inovasi di satu destinasi dapat diadopsi di tempat lain. Hal ini meningkatkan kompetisi antar destinasi secara global.

Selain itu, globalisasi memengaruhi representasi budaya dalam pariwisata. Budaya lokal dipromosikan kepada audiens internasional melalui media digital dan industri kreatif. Proses ini dapat memperkuat identitas budaya sekaligus menimbulkan risiko homogenisasi. Dalam model terintegrasi, pengelolaan budaya dalam pariwisata global harus menjaga keseimbangan antara adaptasi dan pelestarian. Perkembangan pariwisata modern menunjukkan bahwa pariwisata merupakan fenomena global yang terus berubah.

2. TEKNOLOGI DAN INOVASI DALAM PARIWISATA TERKINI

Teknologi digital merupakan faktor utama dalam perkembangan terbaru pariwisata. Platform online, aplikasi perjalanan, dan media sosial mengubah cara wisatawan merencanakan dan mengalami perjalanan. Wisatawan dapat mencari informasi, memesan layanan, dan berbagi pengalaman secara instan. Dalam *Integrated Model of Tourism*, teknologi menghubungkan wisatawan, industri, dan destinasi dalam jaringan global. Hal ini meningkatkan efisiensi sekaligus memperluas akses pariwisata.

Inovasi teknologi juga melahirkan bentuk pariwisata baru seperti smart tourism dan virtual tourism. Destinasi pintar menggunakan teknologi untuk manajemen keramaian, navigasi, dan layanan wisata. Virtual tourism memungkinkan pengalaman destinasi melalui realitas virtual atau augmented reality. Teknologi ini memperkaya pengalaman wisata sekaligus menjadi alat promosi destinasi. Dalam perspektif budaya, digitalisasi memperluas akses terhadap warisan budaya global.

Namun, teknologi juga menimbulkan tantangan seperti ketergantungan digital dan komersialisasi budaya. Representasi budaya dalam media digital harus akurat dan sensitif. Oleh karena itu, integrasi teknologi dalam pariwisata harus mempertimbangkan nilai budaya dan keberlanjutan. Perkembangan teknologi menunjukkan bahwa pariwisata modern semakin terhubung dengan inovasi digital dalam sistem global.



Smart tourism technology
<https://entamizole.com/smart-tourism-technology-solutions/>

D. KETERKAITAN ANTARA TOURISM DAN AKTIVITAS KEBUDAYAAN MANUSIA MELALUI FILM

1. FILM SEBAGAI REPRESENTASI BUDAYA DESTINASI

Film merupakan media visual yang merepresentasikan budaya, lanskap, dan kehidupan sosial suatu tempat. Dalam

konteks pariwisata, film dapat membentuk citra destinasi melalui narasi dan visual yang ditampilkan. Lokasi syuting film sering menjadi daya tarik wisata karena penonton ingin mengalami langsung tempat yang mereka lihat di layar. Fenomena ini menunjukkan hubungan erat antara aktivitas budaya manusia melalui film dan pariwisata. Film berfungsi sebagai jendela budaya yang memperkenalkan destinasi kepada audiens global.



Wisata terkenal dari film
<https://www.kompasiana.com/bangauky/61bd8af61573956b8d257f32/gunung-bromo-wisata-alam-budaya-dan-sejarah>

Representasi budaya dalam film memengaruhi persepsi wisatawan terhadap suatu tempat. Film dapat menampilkan keindahan alam, tradisi lokal, atau kehidupan masyarakat secara dramatis dan emosional. Citra ini membentuk imajinasi wisatawan dan memotivasi perjalanan. Dalam antropologi visual, film dipahami sebagai konstruksi makna budaya yang memengaruhi realitas sosial. Oleh karena itu, film memiliki peran penting dalam membentuk identitas destinasi wisata.

Selain promosi tidak langsung, film juga dapat meningkatkan kesadaran budaya. Penonton belajar tentang tradisi, sejarah, dan nilai sosial suatu masyarakat. Hal ini memperluas pemahaman lintas budaya dan mendorong minat wisata budaya. Dalam *Integrated Model of Tourism*, film menjadi media yang menghubungkan budaya, destinasi, dan wisatawan secara global. Keterkaitan ini menunjukkan bahwa pariwisata dan budaya visual saling memengaruhi dalam masyarakat modern.

2. FILM-INDUCED TOURISM DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI

Film-induced tourism adalah fenomena meningkatnya kunjungan wisatawan ke lokasi yang muncul dalam film atau serial televisi.

Destinasi yang menjadi latar film sering mengalami peningkatan popularitas setelah film dirilis. Wisatawan tertarik mengunjungi tempat tersebut untuk merasakan pengalaman yang mereka lihat di layar. Fenomena ini menunjukkan bahwa film memiliki kekuatan promosi pariwisata yang sangat besar. Dalam *Integrated Model of Tourism*, film menjadi bagian dari sistem promosi budaya destinasi.

Pengembangan destinasi berbasis film memerlukan pengelolaan yang tepat. Lokasi film perlu dipersiapkan sebagai objek wisata tanpa merusak lingkungan dan budaya. Interpretasi narasi film di destinasi dapat meningkatkan pengalaman wisatawan. Misalnya, tur lokasi syuting atau museum film dapat menambah nilai wisata. Pendekatan ini mengintegrasikan industri kreatif dan pariwisata dalam satu sistem ekonomi budaya.

Selain manfaat ekonomi, film-induced tourism juga memperkuat identitas budaya destinasi. Film dapat menampilkan cerita lokal yang kemudian dikenal secara global. Hal ini meningkatkan kebanggaan masyarakat terhadap budaya mereka. Dalam model pariwisata terintegrasi, hubungan antara film dan destinasi menunjukkan bahwa pariwisata modern dipengaruhi oleh media budaya visual. Film menjadi sarana penting dalam menghubungkan budaya, ekonomi, dan pariwisata.

Keterangan gambar: Wisata lokasi syuting film (Google: *film induced tourism locations*).

E. FILM DOKUMENTER SEBAGAI SALAH SATU MEDIA MARKETING YANG EFEKTIF

1. FILM DOKUMENTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI AUTENTIK

Film dokumenter merupakan media yang menampilkan realitas budaya dan lingkungan secara faktual. Dalam promosi pariwisata, dokumenter memiliki kekuatan karena menampilkan keaslian destinasi tanpa dramatisasi berlebihan. Wisatawan modern cenderung mencari pengalaman autentik, sehingga representasi nyata dalam dokumenter lebih dipercaya dibanding iklan konvensional. Dalam *Integrated Model of Tourism*, film dokumenter

berfungsi sebagai media promosi yang menghubungkan destinasi dengan audiens global secara edukatif.

Dokumenter memungkinkan penonton memahami konteks budaya, sejarah, dan kehidupan masyarakat destinasi. Informasi yang mendalam meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap pengalaman budaya. Selain promosi, dokumenter juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya. Tradisi dan praktik lokal yang direkam dapat diwariskan dan dikenal luas. Hal ini menunjukkan bahwa film dokumenter memiliki fungsi ganda dalam pariwisata: promosi dan konservasi budaya.



Produksi film dokumenter budaya
<https://www.antaranews.com/berita/4035765/pesona-budaya-indonesia-dalam-layar-film>

Keunggulan lain dokumenter adalah kemampuannya membangun citra destinasi yang berkelanjutan. Dokumenter sering menampilkan hubungan manusia dan lingkungan, sehingga mendorong kesadaran wisata bertanggung jawab. Dalam model pariwisata terintegrasi, dokumenter membantu menciptakan wisatawan yang peduli budaya dan lingkungan. Dengan demikian, film dokumenter menjadi media marketing yang efektif sekaligus edukatif dalam pariwisata modern.

2. STRATEGI PEMANFAATAN DOKUMENTER DALAM MARKETING PARIWISATA

Pemanfaatan film dokumenter dalam marketing pariwisata memerlukan strategi yang terencana. Dokumenter dapat diproduksi oleh pemerintah, industri pariwisata, atau komunitas lokal untuk menampilkan keunikan destinasi. Distribusi melalui festival film, platform digital, dan media sosial memperluas jangkauan promosi. Strategi ini memungkinkan destinasi dikenal secara global tanpa biaya promosi konvensional yang besar. Dalam *Integrated Model of Tourism*, dokumenter menjadi bagian dari sistem komunikasi pariwisata.

Kolaborasi antara pembuat film dan pengelola destinasi meningkatkan kualitas promosi. Narasi dokumenter dapat disusun untuk menampilkan pengalaman wisata, budaya, dan masyarakat secara menarik. Dokumenter juga dapat digunakan dalam pameran pariwisata atau promosi internasional. Pendekatan ini mengintegrasikan industri kreatif dengan industri pariwisata. Hasilnya adalah promosi yang berbasis cerita dan pengalaman nyata.

Selain promosi eksternal, dokumenter juga berfungsi sebagai edukasi internal bagi masyarakat destinasi. Komunitas dapat melihat kembali nilai budaya mereka dan memahami potensi pariwisata. Hal ini meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata. Dalam model terintegrasi, strategi dokumenter mendukung hubungan antara budaya, masyarakat, dan industri. Oleh karena itu, film dokumenter merupakan media marketing yang efektif dan berkelanjutan dalam pariwisata modern.

**Tourism
Anthropology
And Philosophy**



BAB XI

The Contemporary Development of Tourism



Pariwisata merupakan sektor yang bersifat dinamis karena selalu mengalami perubahan seiring perkembangan teknologi, mobilitas manusia, serta transformasi sosial dan budaya. Inovasi dalam produk wisata dan meningkatnya jumlah wisatawan menunjukkan bahwa kebutuhan dan preferensi perjalanan terus berkembang. Kondisi ini mendorong munculnya bentuk-bentuk pariwisata baru yang lebih beragam, tematik, dan berorientasi pada pengalaman, sehingga memperluas cakupan aktivitas wisata di berbagai konteks ruang dan budaya.

Perkembangan pariwisata modern juga dipengaruhi oleh budaya urban yang melahirkan berbagai bentuk kegiatan wisata kontemporer. Fenomena seperti wisata berbasis minat khusus, wisata ekstrem, hingga wisata yang berfokus pada pengalaman unik dan tidak konvensional mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Keberagaman ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak lagi terbatas pada pola konvensional, tetapi terus bertransformasi mengikuti dinamika sosial, ekonomi, dan budaya global.

Perubahan yang cepat dalam lanskap pariwisata global menuntut kemampuan adaptasi dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pengelola destinasi dan masyarakat lokal. Penyesuaian terhadap tren terbaru menjadi penting agar destinasi tetap relevan dan kompetitif di tengah persaingan internasional. Pemahaman terhadap perkembangan kontemporer pariwisata memberikan

landasan untuk merancang strategi yang responsif, inovatif, dan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan serta peluang masa depan

A. PARIWISATA BERSIFAT DINAMIS DAN TERUS BERKEMBANG BAIK DARI SISI PRODUK MAUPUN JUMLAH WISATAWAN

1. DINAMIKA PERKEMBANGAN PRODUK PARIWISATA

Pariwisata merupakan sektor yang sangat dinamis karena terus berubah mengikuti perkembangan sosial, budaya, ekonomi, dan teknologi masyarakat global. Produk pariwisata tidak lagi terbatas pada objek wisata alam atau rekreasi konvensional, tetapi berkembang menjadi pengalaman multidimensional yang menggabungkan aspek budaya, edukasi, petualangan, dan gaya hidup. Perubahan ini dipengaruhi oleh meningkatnya mobilitas manusia dan globalisasi budaya yang memperluas referensi wisatawan terhadap berbagai bentuk pengalaman perjalanan di dunia. Destinasi wisata dituntut untuk terus berinovasi agar tetap relevan dengan preferensi wisatawan modern yang semakin beragam.



Tur virtual wisata

<https://mpar.upi.edu/pengaruh-online-travel-agent-terhadap-perubahan-pola-wisata/>

Dalam perspektif antropologi pariwisata, dinamika produk wisata mencerminkan perubahan makna perjalanan dalam kehidupan manusia. Perjalanan tidak lagi hanya dipahami sebagai aktivitas rekreasi, tetapi sebagai sarana pencarian pengalaman autentik, identitas diri, dan pengetahuan budaya. Hal ini terlihat pada berkembangnya wisata berbasis pengalaman seperti wisata budaya partisipatif, wisata edukasi, wisata spiritual, dan wisata komunitas. Produk wisata dirancang agar wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan kehidupan lokal, sehingga pengalaman perjalanan menjadi lebih bermakna dan personal.

Selain itu, perkembangan teknologi juga mendorong inovasi produk wisata. Digitalisasi memungkinkan munculnya pengalaman wisata berbasis teknologi seperti tur virtual, aplikasi interpretasi destinasi, dan pengalaman augmented reality. Integrasi antara budaya lokal dan teknologi modern meningkatkan daya tarik destinasi di pasar global. Dengan demikian, dinamika produk pariwisata menunjukkan bahwa pariwisata merupakan fenomena budaya yang terus berkembang mengikuti transformasi masyarakat dunia.

2. PERTUMBUHAN JUMLAH WISATAWAN GLOBAL

Perkembangan pariwisata modern juga ditandai oleh pertumbuhan jumlah wisatawan secara signifikan dalam skala global. Kemajuan transportasi udara, peningkatan pendapatan masyarakat, dan kemudahan akses informasi destinasi melalui internet telah menjadikan perjalanan wisata sebagai bagian dari gaya hidup global. Pariwisata tidak lagi dianggap sebagai kegiatan eksklusif bagi kelompok tertentu, tetapi telah menjadi kebutuhan rekreasi dan pengalaman bagi masyarakat luas. Mobilitas manusia lintas negara yang semakin tinggi memperluas interaksi budaya dalam pariwisata.



Kepadatan wisatawan di destinasi populer
<https://penelitianpariwisata.id/mengatasi-overtourism-di-bali/>

Dalam perspektif sosial budaya, pertumbuhan wisatawan mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat modern yang menempatkan pengalaman sebagai bentuk nilai konsumsi. Perjalanan wisata menjadi simbol status sosial, identitas gaya hidup, dan pengalaman personal yang dapat dibagikan melalui media sosial. Fenomena ini dikenal sebagai konsumsi pengalaman, yaitu konsumsi yang menekankan makna emosional dan naratif perjalanan. Media digital memperkuat tren ini karena pengalaman wisata dapat didokumentasikan dan dikomunikasikan secara luas.

Namun, peningkatan jumlah wisatawan juga menimbulkan tantangan seperti kepadatan destinasi, tekanan lingkungan, dan perubahan sosial budaya lokal. Fenomena overtourism menunjukkan bahwa pertumbuhan wisatawan dapat melampaui kapasitas destinasi. Oleh karena itu, pengelolaan jumlah wisatawan dan daya dukung menjadi penting dalam pariwisata modern. Pertumbuhan wisatawan global menunjukkan bahwa pariwisata merupakan fenomena sosial budaya yang terus berkembang dan memerlukan pengelolaan berkelanjutan.

B. PERKEMBANGAN TERBARU BENTUK-BENTUK PARIWISATA MODERN

1. PARIWISATA BERBASIS PENGALAMAN DAN KREATIVITAS

Perkembangan terbaru pariwisata modern menunjukkan pergeseran menuju pariwisata berbasis pengalaman dan kreativitas. Wisatawan tidak lagi puas hanya melihat objek wisata, tetapi ingin berpartisipasi aktif dalam aktivitas budaya dan kehidupan lokal. Creative tourism memungkinkan wisatawan belajar keterampilan budaya seperti memasak makanan tradisional, membuat kerajinan, atau mengikuti seni pertunjukan lokal. Aktivitas ini memberikan pengalaman yang lebih mendalam dibandingkan wisata konvensional karena melibatkan interaksi langsung dengan komunitas.

Pendekatan ini mencerminkan perubahan paradigma pariwisata dari konsumsi pasif menjadi partisipasi aktif. Wisatawan menjadi bagian dari proses budaya, bukan sekadar penonton. Dalam perspektif antropologi, fenomena ini menunjukkan bahwa budaya dalam pariwisata tidak hanya dipertunjukkan, tetapi dialami bersama. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat



Wisatawan mengikuti workshop budaya lokal
<https://m.tribunnews.com/images/regional/view/wisatawan-asing-main-angklung-saung-udjo/1678150>

memperkuat pemahaman lintas budaya serta meningkatkan apresiasi terhadap tradisi lokal. Creative tourism juga membantu pelestarian budaya karena praktik tradisional tetap hidup melalui keterlibatan wisatawan.

Selain itu, pariwisata kreatif memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Kegiatan berbasis keterampilan budaya membuka peluang usaha baru seperti workshop, kelas budaya, dan pengalaman komunitas. Pendapatan langsung bagi masyarakat meningkatkan kesejahteraan sekaligus mendorong pelestarian tradisi. Tren ini menunjukkan bahwa pariwisata modern semakin mengarah pada pengalaman autentik dan partisipatif yang menggabungkan kreativitas dan budaya lokal.

2. DIGITAL TOURISM DAN SMART TOURISM

Teknologi digital telah melahirkan bentuk pariwisata modern seperti digital tourism dan smart tourism. Digital tourism merujuk pada penggunaan teknologi informasi dalam seluruh proses perjalanan, mulai dari perencanaan hingga pengalaman wisata. Wisatawan dapat mengakses informasi destinasi, memesan layanan, dan berbagi pengalaman secara online. Dalam konteks budaya, digitalisasi memungkinkan representasi budaya destinasi disebarkan secara global melalui media visual dan narasi digital.

Smart tourism merupakan pengembangan lebih lanjut yang memanfaatkan teknologi cerdas seperti big data, sensor, dan aplikasi real-time untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan pengelolaan destinasi. Destinasi pintar dapat mengelola arus wisatawan, menyediakan navigasi digital, dan memberikan informasi budaya secara interaktif. Teknologi ini meningkatkan efisiensi dan kenyamanan perjalanan sekaligus membantu pengelolaan berkelanjutan. Integrasi teknologi dalam pariwisata menunjukkan bahwa pariwisata modern semakin terhubung dengan inovasi digital.

Selain manfaat, digital tourism juga menimbulkan tantangan seperti homogenisasi pengalaman dan ketergantungan teknologi. Representasi budaya dalam media digital harus akurat agar tidak menimbulkan stereotip. Oleh karena itu, pengembangan

pariwisata digital perlu mempertimbangkan sensitivitas budaya dan keberlanjutan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa teknologi menjadi faktor utama transformasi pariwisata kontemporer.

C. BENTUK-BENTUK KEGIATAN WISATA KONVENSIONAL DAN WISATA KONTEMPORER DARI BUDAYA URBAN

1. TRANSFORMASI WISATA KONVENSIONAL

Wisata konvensional mencakup bentuk pariwisata tradisional seperti wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, dan wisata rekreasi. Bentuk ini berfokus pada kunjungan ke objek wisata tertentu dengan aktivitas melihat dan menikmati. Wisata konvensional masih menjadi fondasi industri pariwisata global karena memiliki infrastruktur dan pasar yang luas. Destinasi pantai, pegunungan, dan situs sejarah tetap menjadi tujuan utama wisatawan di berbagai negara.

Namun, wisata konvensional mengalami transformasi seiring perkembangan budaya urban dan globalisasi. Wisata alam berkembang menjadi *eco-tourism* dan *adventure tourism*. Wisata budaya berkembang menjadi *experiential cultural tourism* yang menekankan partisipasi. Wisata kota berkembang menjadi *urban tourism* yang menonjolkan gaya hidup modern dan budaya populer. Transformasi ini menunjukkan bahwa bentuk wisata konvensional beradaptasi dengan perubahan gaya hidup masyarakat global.

Perubahan ini juga dipengaruhi oleh kebutuhan wisatawan modern akan pengalaman unik. Wisata tidak lagi sekadar melihat objek, tetapi melibatkan aktivitas interaktif dan narasi budaya. Destinasi perlu menambahkan interpretasi, kegiatan partisipatif, dan pengalaman personal. Transformasi wisata konvensional menjadi bentuk kontemporer menunjukkan bahwa pariwisata selalu berkembang mengikuti dinamika budaya masyarakat.

2. WISATA KONTEMPORER BERBASIS BUDAYA URBAN

Budaya urban melahirkan berbagai bentuk wisata kontemporer seperti *dark tourism*, *sport-based tourism*, *urban tourism*, *special interest tourism* (SIT), *extreme tourism*, dan *pseudo-adventure tourism*.

Dark tourism berkaitan dengan kunjungan ke lokasi tragedi atau kematian, seperti situs bencana atau konflik. Fenomena ini menunjukkan ketertarikan manusia terhadap sejarah kelam dan memori kolektif. *Sport tourism* berhubungan dengan kegiatan olahraga, baik sebagai peserta maupun penonton dalam event global.



Wisata urban dan ekstrem
<https://radarmalioboro.jawapos.com/wisata/2225054137/museum-mini-sisa-hartaku-kenangan-bersejarah-letusan-dahsyat-gunung-merapi-di-yogyakarta>

Urban tourism menekankan pengalaman kehidupan kota modern seperti seni jalanan, kuliner urban, dan festival budaya populer. *Special interest tourism* berfokus pada minat khusus seperti fotografi, kuliner, atau hobi tertentu. *Extreme tourism* melibatkan aktivitas berisiko tinggi, sedangkan *pseudo-adventure tourism* menawarkan simulasi petualangan secara aman. Bentuk wisata ini mencerminkan gaya hidup masyarakat urban yang mencari sensasi dan pengalaman unik.

Dalam perspektif antropologi, wisata kontemporer berbasis budaya urban menunjukkan hubungan antara konsumsi pengalaman dan identitas sosial. Perjalanan menjadi sarana ekspresi diri dan gaya hidup. Wisata tidak hanya rekreasi, tetapi juga simbol status dan pengalaman personal. Fenomena ini menunjukkan bahwa pariwisata modern sangat dipengaruhi oleh budaya urban global yang dinamis.

D. MENYESUAIKAN DIRI DENGAN PERKEMBANGAN TERBARU PARIWISATA GLOBAL

1. ADAPTASI DESTINASI TERHADAP TREN GLOBAL

Destinasi wisata perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan tren pariwisata global agar tetap kompetitif. Adaptasi mencakup inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan integrasi teknologi digital. Destinasi yang mampu menggabungkan budaya lokal dengan kebutuhan wisatawan modern memiliki daya tarik lebih tinggi. Misalnya, desa wisata yang menawarkan pengalaman budaya

autentik dengan fasilitas modern akan lebih diminati wisatawan internasional.

Adaptasi juga mencakup penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan. Wisatawan modern semakin peduli terhadap lingkungan dan budaya lokal. Destinasi perlu menerapkan pelestarian budaya, perlindungan lingkungan, dan partisipasi masyarakat. Konsep *community-based tourism* menjadi penting dalam pengelolaan modern. Adaptasi terhadap tren global tidak berarti kehilangan identitas lokal, tetapi mengemasnya secara relevan bagi pasar internasional.

Selain itu, destinasi perlu memahami perubahan motivasi wisatawan. Wisatawan mencari pengalaman personal dan edukatif. Destinasi yang hanya mengandalkan objek fisik tanpa narasi budaya akan kurang kompetitif. Oleh karena itu, adaptasi terhadap perkembangan global memerlukan inovasi berbasis budaya dan pengalaman.

2. PERAN MANAJEMEN PARIWISATA DALAM TRANSFORMASI GLOBAL

Manajemen pariwisata memiliki peran penting dalam menyesuaikan industri dengan perkembangan global. Pengelolaan destinasi perlu berbasis riset pasar, data wisatawan, dan pemahaman budaya. Strategi pemasaran digital, branding destinasi, dan *storytelling* budaya menjadi bagian penting manajemen modern. Pengelola tidak hanya mengatur objek wisata, tetapi juga pengalaman dan citra destinasi secara keseluruhan.

Selain pemasaran, manajemen pariwisata harus mengelola dampak sosial budaya dan lingkungan. Pertumbuhan wisatawan dan perubahan bentuk wisata dapat menimbulkan tekanan terhadap masyarakat lokal. Oleh karena itu, perencanaan berkelanjutan dan partisipasi komunitas menjadi prioritas. Pendekatan ini memastikan bahwa pariwisata memberikan manfaat ekonomi tanpa merusak budaya dan lingkungan.

Transformasi global juga menuntut peningkatan kompetensi sumber daya manusia pariwisata. Pelaku pariwisata perlu memahami

teknologi, budaya, dan tren wisata global. Kompetensi antarbudaya dan inovasi layanan menjadi kunci keberhasilan. Dengan manajemen yang adaptif, industri pariwisata dapat berkembang mengikuti perubahan global tanpa kehilangan identitas budaya lokal.

Tourism Anthropology And Philosophy



BAB XII

The Positive Impact of Tourism



Pariwisata telah lama dipandang sebagai sektor strategis yang mampu memberikan manfaat luas bagi berbagai pihak, termasuk pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat lokal. Aktivitas wisata tidak hanya menghasilkan pendapatan dan lapangan kerja, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor pendukung seperti transportasi, kerajinan, kuliner, dan jasa kreatif. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa pariwisata memiliki peran penting dalam memperkuat struktur ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat di destinasi.

Selain manfaat ekonomi, aktivitas pariwisata juga berpotensi memberikan dampak positif dalam bidang sosial dan budaya serta lingkungan. Interaksi antara wisatawan dan komunitas tuan rumah dapat mendorong pelestarian tradisi, penguatan identitas lokal, serta peningkatan kesadaran terhadap nilai-nilai budaya dan kelestarian alam. Ketika dikelola secara tepat, pariwisata dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang meningkatkan kualitas hidup tanpa mengabaikan keberlanjutan sumber daya.

Keberhasilan berbagai destinasi dalam memanfaatkan pariwisata sebagai penggerak pembangunan sosial-ekonomi memberikan pembelajaran penting bagi pengembangan di wilayah lain. Pengalaman tersebut memperlihatkan bahwa dampak positif dapat dicapai melalui perencanaan yang inklusif, partisipasi masyarakat, dan pengelolaan yang berkelanjutan. Pemahaman terhadap manfaat dan praktik keberhasilan pariwisata menjadi landasan

dalam memperkuat peran sektor ini sebagai pendorong kemajuan masyarakat dan daerah.

A. BENEFIT PARIWISATA BAGI PELAKU DAN GOVERNMENT, DAMPAK POSITIF PARIWISATA DALAM BERBAGAI BIDANG BAGI STAKEHOLDERS BERBEDA

1. Manfaat Pariwisata bagi Pelaku Usaha dan Industri Terkait

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang memiliki efek pengganda (multiplier effect) tinggi karena melibatkan berbagai sektor pendukung, mulai dari transportasi, akomodasi, kuliner, kerajinan, hingga jasa kreatif. Bagi pelaku usaha, pariwisata menyediakan peluang pasar yang luas dan beragam. Kehadiran wisatawan domestik maupun internasional meningkatkan permintaan terhadap produk lokal, sehingga pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memperoleh peluang peningkatan pendapatan. Hal ini sangat penting terutama di daerah yang memiliki keterbatasan sektor industri lain, karena pariwisata dapat menjadi sektor unggulan yang relatif mudah dikembangkan berbasis potensi lokal.

Selain itu, pariwisata mendorong inovasi produk dan jasa. Pelaku usaha terdorong untuk menciptakan produk yang sesuai dengan preferensi wisatawan, seperti souvenir berbasis budaya lokal, kuliner khas daerah, paket wisata tematik, dan pengalaman wisata berbasis komunitas. Proses inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga memperkaya identitas budaya lokal yang dikemas secara kreatif. Pariwisata juga membuka peluang kolaborasi antar pelaku usaha, misalnya kerja sama antara pengrajin, pengelola homestay, pemandu wisata, dan operator transportasi lokal.



Aktivitas ekonomi pelaku usaha lokal di destinasi wisata

<https://www.klewangnews.com/bali-usaha-kecil-lokal/>

Dari sisi tenaga kerja, sektor pariwisata menyerap banyak tenaga kerja dengan tingkat pendidikan yang beragam. Hal ini menjadikan pariwisata sebagai sektor inklusif yang mampu mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Banyak pekerjaan di sektor pariwisata yang dapat diakses oleh perempuan dan generasi muda, sehingga berkontribusi pada pemerataan kesempatan ekonomi. Dengan demikian, manfaat pariwisata bagi pelaku usaha tidak hanya berupa peningkatan pendapatan, tetapi juga penguatan kapasitas, inovasi, dan jejaring ekonomi lokal.

2. Manfaat Pariwisata bagi Pemerintah dan Pembangunan Wilayah

Bagi pemerintah, pariwisata merupakan sumber pendapatan daerah dan negara yang signifikan. Pendapatan ini berasal dari pajak hotel dan restoran, retribusi objek wisata, pajak transportasi, serta berbagai bentuk kontribusi ekonomi lain yang dihasilkan dari aktivitas wisata. Peningkatan pendapatan tersebut memungkinkan pemerintah memperluas investasi dalam pembangunan infrastruktur, layanan publik, dan program sosial. Dengan demikian, pariwisata berfungsi sebagai instrumen fiskal yang mendukung pembangunan daerah.

Selain aspek fiskal, pariwisata juga mendorong percepatan pembangunan infrastruktur wilayah. Destinasi wisata yang berkembang biasanya diikuti peningkatan kualitas jalan, transportasi publik, fasilitas kesehatan, sanitasi, serta jaringan komunikasi. Infrastruktur yang awalnya dibangun untuk kepentingan wisatawan pada akhirnya juga dinikmati oleh masyarakat lokal. Hal ini meningkatkan kualitas hidup penduduk serta memperkuat konektivitas antarwilayah. Dalam konteks pembangunan re-



Infrastruktur pariwisata yang dibangun pemerintah di destinasi wisata
<https://binamarga.pu.go.id/balai-jateng-diy/berita/jalan-baru-planjan-tepus-siap-dongkrak-pariwisata-gunung-kidul>

gional, pariwisata sering digunakan sebagai strategi untuk mengurangi kesenjangan antar daerah, terutama di wilayah pedesaan atau terpencil.

Pariwisata juga memiliki peran strategis dalam diplomasi budaya dan citra negara (nation branding). Destinasi yang dikenal luas di tingkat global dapat meningkatkan reputasi negara sebagai tujuan wisata, investasi, dan kerja sama internasional. Pemerintah dapat memanfaatkan pariwisata sebagai sarana promosi budaya, identitas nasional, serta nilai-nilai keberagaman. Dengan demikian, manfaat pariwisata bagi pemerintah tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, dan geopolitik.

B. MENGENALI BERBAGAI DAMPAK POSITIF BAGI HOST COMMUNITY DALAM BIDANG LINGKUNGAN, EKONOMI MAUPUN SOSIAL BUDAYA

1. Dampak Positif Pariwisata terhadap Ekonomi dan Kesejahteraan Komunitas Lokal

Pariwisata memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat tuan rumah (host community). Kehadiran wisatawan menciptakan peluang kerja di sektor formal maupun informal, seperti pemandu wisata, pengelola homestay, pedagang, pengrajin, seniman pertunjukan, hingga penyedia jasa transportasi lokal. Pendapatan yang diperoleh masyarakat dari sektor pariwisata meningkatkan daya beli, memperbaiki kondisi perumahan, serta memperluas akses terhadap pendidikan dan kesehatan.

Selain pendapatan langsung, pariwisata juga menghasilkan efek ekonomi tidak langsung melalui rantai pasok lokal. Misalnya, restoran wisata membeli bahan pangan dari petani lokal, hotel menggunakan produk kerajinan daerah, dan operator wisata mempekerjakan tenaga kerja setempat. Interaksi ekonomi ini memperkuat ekonomi lokal dan mengurangi ketergantungan pada sektor eksternal. Dalam banyak kasus, pariwisata juga mendorong diversifikasi ekonomi desa, sehingga masyarakat tidak hanya bergantung pada pertanian atau pekerjaan tradisional.

Lebih jauh, pariwisata berbasis komunitas (community-based tourism) memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menjadi pelaku utama pengelolaan destinasi. Model ini meningkatkan kemandirian ekonomi dan memperkuat kontrol masyarakat terhadap sumber daya lokal. Pendapatan dari pariwisata sering dialokasikan untuk kepentingan kolektif, seperti pembangunan fasilitas umum, pendidikan, dan kegiatan budaya. Dengan demikian, pariwisata dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi yang inklusif bagi komunitas lokal.

2. Dampak Positif Pariwisata terhadap Pelestarian Lingkungan dan Sosial Budaya

Pariwisata dapat berperan sebagai insentif bagi pelestarian lingkungan dan budaya. Banyak destinasi wisata bergantung pada keindahan alam dan keunikan budaya lokal sebagai daya tarik utama. Oleh karena itu, masyarakat dan pemerintah terdorong untuk menjaga kelestarian ekosistem, lanskap, serta warisan budaya. Upaya konservasi hutan, terumbu karang, kawasan lindung, dan situs budaya sering memperoleh dukungan finansial dari aktivitas pariwisata, baik melalui tiket masuk, donasi, maupun program konservasi berbasis wisata.

Dalam konteks sosial budaya, pariwisata mendorong revitalisasi tradisi lokal. Seni pertunjukan, upacara adat, kerajinan tradisional, dan kuliner khas yang sebelumnya mulai ditinggalkan dapat dihidupkan kembali karena memiliki nilai ekonomi dan identitas. Interaksi antara wisatawan dan masyarakat juga meningkatkan kebanggaan budaya lokal serta kesadaran akan pentingnya pelestarian tradisi. Generasi muda yang sebelumnya kurang tertarik pada budaya lokal dapat melihat peluang ekonomi dan prestise dari keterlibatan dalam aktivitas budaya.

Selain itu, pariwisata berpotensi memperkuat kohesi sosial komunitas. Pengelolaan destinasi secara kolektif memerlukan kerja sama, partisipasi, dan musyawarah masyarakat. Proses ini meningkatkan solidaritas sosial dan kapasitas organisasi komunitas. Dengan demikian, dampak positif pariwisata tidak hanya terlihat

pada aspek ekonomi, tetapi juga pada pelestarian lingkungan dan penguatan identitas budaya masyarakat lokal.

C. MEMAHAMI TOURISM SEBAGAI A KEY DRIVER FOR SOCIO-ECONOMIC PROGRESSES

1. Pariwisata sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi Inklusif

Pariwisata sering disebut sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi global karena kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB), lapangan kerja, dan perdagangan jasa internasional. Keunggulan utama sektor ini adalah kemampuannya menciptakan peluang ekonomi di berbagai tingkat skala usaha, dari perusahaan besar hingga usaha keluarga. Hal ini menjadikan pariwisata sebagai sektor yang relatif inklusif dan mampu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya terpinggirkan secara ekonomi.

Di banyak negara berkembang, pariwisata menjadi alternatif pembangunan yang lebih berkelanjutan dibandingkan eksploitasi sumber daya alam ekstraktif. Pariwisata berbasis alam dan budaya memungkinkan pemanfaatan sumber daya secara non-eksploitatif, sehingga memberikan pendapatan berkelanjutan tanpa merusak lingkungan. Selain itu, sektor pariwisata memiliki hambatan masuk (entry barrier) yang relatif lebih rendah dibandingkan sektor industri berat, sehingga masyarakat lokal lebih mudah berpartisipasi.

Pariwisata juga berkontribusi pada pembangunan sumber daya manusia. Interaksi dengan wisatawan mendorong peningkatan keterampilan bahasa, pelayanan, manajemen, dan kewirausahaan. Pelatihan dan pendidikan pariwisata meningkatkan kapasitas tenaga kerja lokal serta membuka



Aktivitas wisata sebagai penggerak ekonomi lokal

<https://pessel.pesisirselatankab.go.id/berita/festival-budaya-sebagai-penggerak-ekonomi-daerah>

peluang mobilitas sosial. Dengan demikian, pariwisata berperan sebagai katalis bagi pertumbuhan ekonomi yang tidak hanya cepat, tetapi juga inklusif dan berkelanjutan.

2. Pariwisata dan Transformasi Sosial-Ekonomi Wilayah

Selain pertumbuhan ekonomi, pariwisata berkontribusi pada transformasi sosial-ekonomi wilayah. Destinasi yang berkembang sering mengalami perubahan struktur ekonomi dari sektor primer (pertanian) menuju sektor jasa. Transformasi ini meningkatkan nilai tambah ekonomi, diversifikasi pekerjaan, dan stabilitas pendapatan masyarakat. Dalam banyak kasus, wilayah yang sebelumnya terisolasi dapat terintegrasi ke dalam jaringan ekonomi nasional dan global melalui pariwisata.

Pariwisata juga mendorong urbanisasi terencana dan pembangunan kawasan baru, seperti kawasan wisata terpadu, desa wisata, dan kota wisata. Pembangunan ini menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi baru di luar kota besar, sehingga membantu pemerataan pembangunan. Infrastruktur yang berkembang di destinasi wisata, seperti jalan, listrik, air bersih, dan internet, mempercepat modernisasi wilayah dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Transformasi sosial juga terjadi melalui perubahan pola pikir dan aspirasi masyarakat. Paparan terhadap wisatawan dari berbagai latar belakang budaya memperluas wawasan dan toleransi sosial. Masyarakat lokal menjadi lebih terbuka terhadap inovasi, pendidikan, dan peluang ekonomi baru. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya mengubah ekonomi wilayah, tetapi juga struktur sosial dan orientasi pembangunan masyarakat menuju arah yang lebih progresif.



Perkembangan wilayah destinasi wisata menjadi pusat pertumbuhan baru
<https://travel.kompas.com/read/2025/12/29/194800327/ikn-jadi-primadona-wisata-baru-37000-orang-datang-saat-libur-natal>

D. MENGENALI LESSON LEARNED DARI BENTUK KEGIATAN PARIWISATA YANG DIANGGAP BERHASIL MEMBERIKAN DAMPAK POSITIF

1. Prinsip Keberhasilan Pariwisata Berkelanjutan dan Berbasis Komunitas

Pengalaman berbagai destinasi menunjukkan bahwa keberhasilan pariwisata dalam memberikan dampak positif bergantung pada penerapan prinsip keberlanjutan dan partisipasi masyarakat. Destinasi yang berhasil umumnya mengintegrasikan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata. Pendekatan ini memastikan bahwa pertumbuhan wisata tidak merusak sumber daya yang menjadi daya tarik utama destinasi.

Partisipasi masyarakat lokal merupakan faktor kunci keberhasilan. Ketika masyarakat dilibatkan dalam pengambilan keputusan, pengelolaan, dan distribusi manfaat, pariwisata cenderung memberikan dampak positif yang lebih merata. Model pariwisata berbasis komunitas menunjukkan bahwa kontrol lokal terhadap sumber daya wisata meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan serta budaya. Transparansi pengelolaan dan pembagian keuntungan juga memperkuat kepercayaan dan kohesi sosial komunitas.

Selain itu, keberhasilan pariwisata sering didukung oleh kolaborasi multipihak antara pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan masyarakat. Kemitraan ini memungkinkan integrasi kebijakan, investasi, penelitian, dan pemberdayaan masyarakat. Destinasi yang memiliki tata kelola kolaboratif cenderung lebih adaptif terhadap perubahan dan mampu mempertahankan keberlanjutan jangka panjang. Lesson learned utama adalah bahwa pariwisata yang berhasil bukan hanya tentang jumlah wisatawan, tetapi tentang kualitas pengelolaan dan distribusi manfaat.

2. Studi Praktik Baik Pariwisata yang Memberikan Dampak Positif

Berbagai praktik baik pariwisata di dunia menunjukkan bagaimana sektor ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan. Contohnya adalah desa wisata yang berhasil mengembangkan homestay, atraksi budaya, dan produk lokal secara terpadu. Pendapatan dari pariwisata digunakan untuk pembangunan fasilitas umum, pelestarian budaya, dan program sosial. Model ini menunjukkan bahwa pariwisata dapat menjadi alat pembangunan lokal yang efektif ketika dikelola secara partisipatif.

Praktik baik lain terlihat pada destinasi konservasi alam yang menggabungkan pariwisata dengan perlindungan lingkungan. Pendapatan dari tiket masuk dan aktivitas wisata dialokasikan untuk konservasi habitat, perlindungan satwa, dan edukasi lingkungan. Pendekatan ini menciptakan insentif ekonomi bagi pelestarian alam, sehingga masyarakat lokal memiliki kepentingan langsung dalam menjaga ekosistem. Pariwisata menjadi mekanisme pembiayaan konservasi yang berkelanjutan.

Pelajaran penting dari berbagai contoh tersebut adalah pentingnya keseimbangan antara pertumbuhan dan pelestarian. Destinasi yang berhasil biasanya memiliki regulasi pengunjung, standar lingkungan, serta mekanisme distribusi manfaat yang adil. Edukasi wisatawan dan masyarakat juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan. Dengan demikian, lesson learned dari praktik pariwisata positif menegaskan bahwa keberhasilan pariwisata terletak pada integrasi antara ekonomi, lingkungan, dan budaya dalam kerangka pembangunan berkelanjutan.



Destinasi ekowisata yang mengintegrasikan konservasi dan ekonomi lokal
<https://travel.kompas.com/im-age/2022/11/17/214005827/raja-ampat-masuk-30-tempat-wisata-terbaik-2023-versi-lonely-planet?page=1>

Tourism Anthropology And Philosophy

*Anthropologi Dan Filsafat Pariwisata
Untuk Program Study S1 Pariwisata*



BAB XIII

The Negative Impacts of Tourism



Perkembangan pariwisata yang pesat tidak selalu membawa manfaat semata, karena aktivitas wisata yang tidak terkelola dengan baik dapat menimbulkan berbagai dampak negatif. Tekanan terhadap lingkungan, perubahan struktur ekonomi lokal, serta pergeseran nilai dan praktik budaya masyarakat sering kali muncul seiring meningkatnya kunjungan wisatawan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pariwisata memiliki potensi menjadi faktor yang memicu perubahan sosial dan budaya yang tidak selalu menguntungkan bagi komunitas tuan rumah.

Dampak negatif pariwisata dapat dirasakan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, mulai dari degradasi lingkungan, ketimpangan ekonomi, hingga komodifikasi budaya. Interaksi yang tidak seimbang antara wisatawan dan masyarakat lokal berpotensi melemahkan identitas budaya serta memunculkan konflik kepentingan. Ketika pertumbuhan pariwisata lebih berorientasi pada keuntungan jangka pendek, keberlanjutan sumber daya alam dan budaya menjadi terancam.

Kesadaran terhadap risiko tersebut mendorong munculnya pendekatan yang menekankan keberlanjutan dan tanggung jawab dalam pengembangan pariwisata. Prinsip-prinsip pengelolaan yang berorientasi pada keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian lingkungan, dan penghormatan terhadap budaya lokal menjadi semakin penting. Pemahaman terhadap dampak negatif pariwisata sekaligus konsep pengelolaan yang bertanggung

jawab memberikan dasar bagi upaya meminimalkan risiko serta memastikan keberlanjutan destinasi dalam jangka panjang.

A. PARIWISATA YANG TAK TERKONTROL BISA MEMBAWA DAMPAK NEGATIF DALAM BERBAGAI BIDANG

1. Overdevelopment dan Tekanan terhadap Sumber Daya Destinasi

Perkembangan pariwisata yang tidak terkontrol sering menimbulkan fenomena overdevelopment, yaitu pembangunan fasilitas wisata secara berlebihan tanpa mempertimbangkan daya dukung lingkungan dan sosial. Destinasi yang mengalami pertumbuhan wisatawan secara cepat cenderung menghadapi tekanan besar terhadap sumber daya alam, seperti air, lahan, energi, dan ekosistem lokal. Hotel, restoran, dan infrastruktur pariwisata memerlukan konsumsi sumber daya yang tinggi, sehingga dapat mengurangi ketersediaan bagi masyarakat lokal. Dalam banyak kasus, eksploitasi sumber daya untuk kepentingan wisata menyebabkan degradasi lingkungan jangka panjang.

Selain itu, pembangunan fasilitas wisata yang masif sering mengubah lanskap alami dan karakter ruang lokal. Kawasan pesisir, pegunungan, dan desa tradisional dapat berubah menjadi kawasan komersial homogen yang kehilangan identitas lokal. Urbanisasi pariwisata yang tidak terkendali juga memicu kemacetan, polusi udara, dan penurunan kualitas hidup masyarakat. Tekanan terhadap sistem sanitasi dan pengelolaan sampah meningkat seiring pertumbuhan wisatawan, sementara kapasitas pengelolaan sering tidak memadai.

Overdevelopment juga menciptakan ketergantungan ekonomi berlebihan pada sektor pariwisata. Ketika ekonomi lokal terlalu bergantung pada wisata, masyarakat menjadi rentan terhadap fluktuasi permintaan global, krisis ekonomi, atau bencana. Ketidakstabilan ini menunjukkan bahwa pariwisata yang berkembang tanpa perencanaan berkelanjutan dapat membawa risiko struktural bagi destinasi. Dengan demikian, pariwisata tak terkontrol berpotensi merusak sumber daya yang justru menjadi daya tarik utama destinasi.

2. Mass Tourism dan Degradasi Kualitas Pengalaman Wisata

Mass tourism atau pariwisata massal terjadi ketika jumlah wisatawan melebihi kapasitas destinasi untuk mengelola kunjungan secara berkelanjutan. Fenomena ini sering menurunkan kualitas pengalaman wisata, baik bagi wisatawan maupun masyarakat lokal. Kepadatan pengunjung di objek wisata menyebabkan antrean panjang, kerusakan fasilitas, dan hilangnya keaslian pengalaman. Destinasi yang terlalu ramai sering kehilangan daya tarik eksklusif dan nilai budaya yang sebelumnya menjadi keunikan utama.

Selain berdampak pada pengalaman wisata, pariwisata massal juga meningkatkan kerusakan fisik pada situs alam dan budaya. Jalur pendakian yang aus, terumbu karang yang rusak akibat aktivitas snorkeling berlebihan, serta situs sejarah yang mengalami erosi akibat sentuhan dan vandalisme merupakan contoh dampak mass tourism. Tekanan fisik ini sering sulit dipulihkan karena kerusakan terjadi secara kumulatif dalam jangka panjang.



Macet Parah Puncak Jakarta ke Bogor
Ditempuh hingga 17 Jam
<https://travel.kompas.com/read/2022/02/28/180600227/macet-parah-puncak-bogor-ditempuh-hingga-17-jam-ini-sebabnya17-jam-ini-sebabnya>.

Bagi masyarakat lokal, pariwisata massal dapat mengganggu aktivitas sehari-hari. Kepadatan lalu lintas, kebisingan, dan lonjakan harga barang serta jasa menciptakan ketidaknyamanan sosial. Destinasi yang terlalu ramai juga berpotensi menimbulkan konflik antara wisatawan dan penduduk karena perbedaan norma perilaku dan penggunaan ruang publik. Dengan demikian, mass tourism tidak hanya menurunkan kualitas pengalaman wisata, tetapi juga memicu degradasi lingkungan dan sosial di destinasi.

B. BERBAGAI DAMPAK NEGATIF BAGI HOST COMMUNITY DALAM BIDANG LINGKUNGAN, EKONOMI MAUPUN SOSIAL BUDAYA

1. Dampak Lingkungan dan Ekonomi Negatif bagi Komunitas Lokal

Pariwisata yang berkembang tanpa pengelolaan berkelanjutan dapat menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan bagi komunitas tuan rumah. Peningkatan pembangunan akomodasi dan fasilitas wisata sering menyebabkan konversi lahan pertanian, hutan, atau ruang publik menjadi kawasan komersial. Perubahan tata guna lahan ini mengurangi ruang hidup masyarakat lokal serta mengancam ketahanan pangan dan ekosistem lokal. Selain itu, peningkatan konsumsi air dan energi oleh industri pariwisata sering mengurangi akses masyarakat terhadap sumber daya dasar.

Darisisiekonomi,pariwisatajuga dapat menciptakan ketimpangan distribusi manfaat. Banyak destinasi menunjukkan bahwa keuntungan terbesar dinikmati oleh investor eksternal atau perusahaan besar, sementara masyarakat lokal hanya memperoleh manfaat terbatas. Fenomena kebocoran ekonomi (economic leakage) terjadi ketika pendapatan wisata mengalir keluar daerah melalui impor barang, kepemilikan asing, atau jaringan perusahaan global. Akibatnya, kontribusi pariwisata terhadap kesejahteraan lokal menjadi tidak optimal.



Perubahan Guna Lahan Kawasan Pariwisata Tawangmangu

<https://www.kompasiana.com/royyanzuh-di/6093f0978ede482d5968d322/perubahan-guna-lahan-kawasan-pariwisata-tawangmangu>

Pariwisata juga dapat memicu inflasi lokal. Harga tanah, perumahan, dan kebutuhan pokok meningkat seiring meningkatnya permintaan wisata. Masyarakat lokal, terutama kelompok berpendapatan rendah, sering terpinggirkan karena tidak mampu

mengikuti kenaikan biaya hidup. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan gentrifikasi, yaitu perpindahan penduduk lokal dari kawasan wisata akibat tekanan ekonomi. Dengan demikian, pariwisata dapat memperlebar kesenjangan sosial ekonomi di komunitas tuan rumah.

2. Dampak Sosial Budaya Negatif terhadap Identitas dan Struktur Komunitas

Pariwisata juga dapat membawa dampak negatif terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat lokal. Interaksi intensif dengan wisatawan sering memicu perubahan nilai, norma, dan gaya hidup masyarakat. Komodifikasi budaya terjadi ketika tradisi, ritual, dan seni lokal diubah menjadi pertunjukan komersial untuk memenuhi selera wisatawan. Proses ini dapat mengurangi makna autentik budaya serta mengubah praktik tradisional menjadi sekadar atraksi ekonomi.

Selain itu, pariwisata dapat mengubah struktur sosial komunitas. Perubahan mata pencaharian dari sektor tradisional ke sektor jasa wisata sering memicu pergeseran peran sosial dan relasi kekuasaan dalam masyarakat. Kelompok yang memiliki akses terhadap modal dan jaringan wisata memperoleh keuntungan lebih besar, sementara kelompok lain tertinggal. Ketimpangan ini dapat menimbulkan konflik internal komunitas serta melemahkan solidaritas sosial.

Pariwisata juga berpotensi memicu masalah sosial seperti kriminalitas, eksploitasi budaya, dan perubahan perilaku generasi muda. Paparan terhadap gaya hidup wisatawan yang berbeda dapat mendorong imitasi budaya yang tidak selalu sesuai dengan nilai lokal. Dalam beberapa kasus, destinasi wisata mengalami peningkatan aktivitas ekonomi informal yang rentan terhadap eksploitasi. Dengan demikian, dampak sosial budaya negatif pariwisata mencakup erosi identitas, perubahan struktur sosial, dan munculnya masalah sosial baru di komunitas lokal.

C. TOURISM SEBAGAI A KEY DRIVER FOR CULTURAL CHANGE, IN NEGATIVE WAY

1. Westernisasi dan Homogenisasi Budaya Destinasi

Pariwisata global sering membawa pengaruh budaya dominan, terutama dari negara-negara maju, ke destinasi wisata di berbagai belahan dunia. Interaksi ini dapat memicu proses westernisasi, yaitu adopsi nilai, gaya hidup, dan praktik budaya Barat oleh masyarakat lokal. Restoran, arsitektur, hiburan, dan pola konsumsi di destinasi wisata sering disesuaikan dengan preferensi wisatawan internasional, sehingga budaya lokal tersisih. Akibatnya, destinasi kehilangan keunikan budaya yang sebelumnya menjadi identitasnya.

Homogenisasi budaya juga terjadi ketika destinasi wisata di berbagai negara mulai menawarkan pengalaman yang serupa. Pusat perbelanjaan, kafe modern, dan fasilitas wisata global menciptakan lanskap budaya yang standar dan terlepas dari konteks lokal. Fenomena ini mengurangi keberagaman budaya dunia serta melemahkan warisan tradisional. Dalam jangka panjang, homogenisasi budaya dapat menyebabkan hilangnya praktik budaya lokal yang tidak lagi relevan secara ekonomi.

Perubahan budaya yang dipicu pariwisata sering berlangsung cepat dan tidak seimbang. Generasi muda cenderung mengadopsi budaya global yang dianggap modern dan prestisius, sementara tradisi lokal ditinggalkan. Ketimpangan generasi ini dapat memicu konflik nilai dalam komunitas. Dengan demikian, pariwisata dapat menjadi pendorong perubahan budaya negatif melalui westernisasi dan homogenisasi destinasi.

2. Komodifikasi Budaya dan Hilangnya Autentisitas

Komodifikasi budaya merupakan salah satu dampak paling sering dibahas dalam kajian antropologi pariwisata. Ketika budaya dijadikan komoditas wisata, praktik budaya sering disederhanakan, dipentaskan ulang, atau dimodifikasi agar menarik bagi wisatawan. Ritual sakral dapat berubah menjadi pertunjukan publik, sementara seni tradisional disesuaikan dengan durasi dan estetika pasar wisata.

Proses ini menggeser fungsi budaya dari makna simbolik dan spiritual menjadi nilai ekonomi.

Hilangnya autentisitas budaya terjadi ketika representasi budaya tidak lagi mencerminkan praktik asli masyarakat. Wisatawan sering menerima versi budaya yang telah dikonstruksi untuk konsumsi wisata, bukan realitas budaya sehari-hari. Representasi yang stereotip juga dapat memperkuat citra eksotis atau romantis tentang masyarakat lokal, yang tidak selalu akurat. Dalam jangka panjang, masyarakat sendiri dapat mulai memandang budayanya melalui perspektif wisata, sehingga identitas budaya mengalami distorsi.

Komodifikasi budaya juga dapat menciptakan ketergantungan ekonomi pada atraksi budaya tertentu. Ketika budaya menjadi sumber pendapatan utama, tekanan pasar dapat memaksa masyarakat mempertahankan praktik budaya tertentu meskipun maknanya telah berubah. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata dapat mendorong perubahan budaya negatif melalui komersialisasi dan konstruksi identitas budaya yang tidak autentik.

D. KONSEP SUSTAINABLE DAN RESPONSIBLE TOURISM

1. Prinsip Sustainable Tourism sebagai Respons terhadap Dampak Negatif

Sustainable tourism atau pariwisata berkelanjutan muncul sebagai respons terhadap dampak negatif pariwisata massal dan tak terkontrol. Konsep ini menekankan keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian lingkungan, dan keberlanjutan sosial budaya. Pariwisata berkelanjutan bertujuan memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Prinsip ini menuntut perencanaan jangka panjang dan pengelolaan berbasis daya dukung destinasi.



Praktik pariwisata berkelanjutan di kawasan alam

<https://mpar.upi.edu/tiga-strategi-untuk-melibatkan-masyarakat-lokal-dalam-inisiatif-pariwisata-berkelanjutan/>

Implementasi pariwisata berkelanjutan mencakup berbagai strategi, seperti pembatasan jumlah pengunjung, pengelolaan limbah, konservasi sumber daya, serta perlindungan warisan budaya. Pendekatan ini juga menekankan partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan. Keterlibatan komunitas memastikan bahwa pengembangan wisata sesuai dengan kebutuhan dan nilai lokal. Selain itu, pariwisata berkelanjutan mendorong distribusi manfaat ekonomi yang adil serta pengurangan kebocoran ekonomi.

Pariwisata berkelanjutan juga mengedepankan edukasi wisatawan. Wisatawan didorong untuk menghormati budaya lokal, menjaga lingkungan, dan berperilaku bertanggung jawab selama perjalanan. Dengan demikian, sustainable tourism bukan hanya tanggung jawab pengelola destinasi, tetapi juga wisatawan dan seluruh pemangku kepentingan. Konsep ini menjadi kerangka penting untuk meminimalkan dampak negatif pariwisata.

2. Responsible Tourism dan Peran Etika dalam Aktivitas Wisata

Responsible tourism menekankan tanggung jawab moral semua pihak dalam aktivitas pariwisata, termasuk wisatawan, industri, dan pemerintah. Konsep ini berfokus pada perilaku etis yang meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan manfaat bagi masyarakat lokal. Pariwisata bertanggung jawab mendorong wisatawan untuk menghormati budaya, tradisi, dan lingkungan destinasi. Etika perjalanan menjadi komponen penting dalam pengalaman wisata yang berkelanjutan.

Bagi industri pariwisata, responsible tourism berarti menerapkan praktik bisnis yang adil dan transparan. Perusahaan wisata diharapkan memberikan upah layak, menggunakan produk lokal, serta mengurangi dampak lingkungan operasional.



wisatawan berinteraksi secara bertanggung jawab dengan komunitas lokal

<https://tewenews.com/bali-pariwisata-komunitas/>

Pengelola destinasi juga perlu memastikan bahwa kegiatan wisata tidak mengeksploitasi budaya atau masyarakat lokal. Pendekatan ini memperkuat hubungan saling menghormati antara wisatawan dan komunitas tuan rumah.

Responsible tourism juga menekankan kesadaran kritis wisatawan terhadap dampak perjalanan mereka. Wisatawan didorong untuk memilih destinasi dan aktivitas yang berkelanjutan, mengurangi jejak karbon, serta mendukung ekonomi lokal. Perubahan perilaku wisatawan merupakan faktor penting dalam transformasi pariwisata global menuju keberlanjutan. Dengan demikian, responsible tourism melengkapi konsep sustainable tourism dengan dimensi etika dan tanggung jawab individu dalam aktivitas wisata.

Keterangan gambar: Wisatawan berinteraksi secara bertanggung jawab dengan komunitas lokal. Sumber: Google Images.

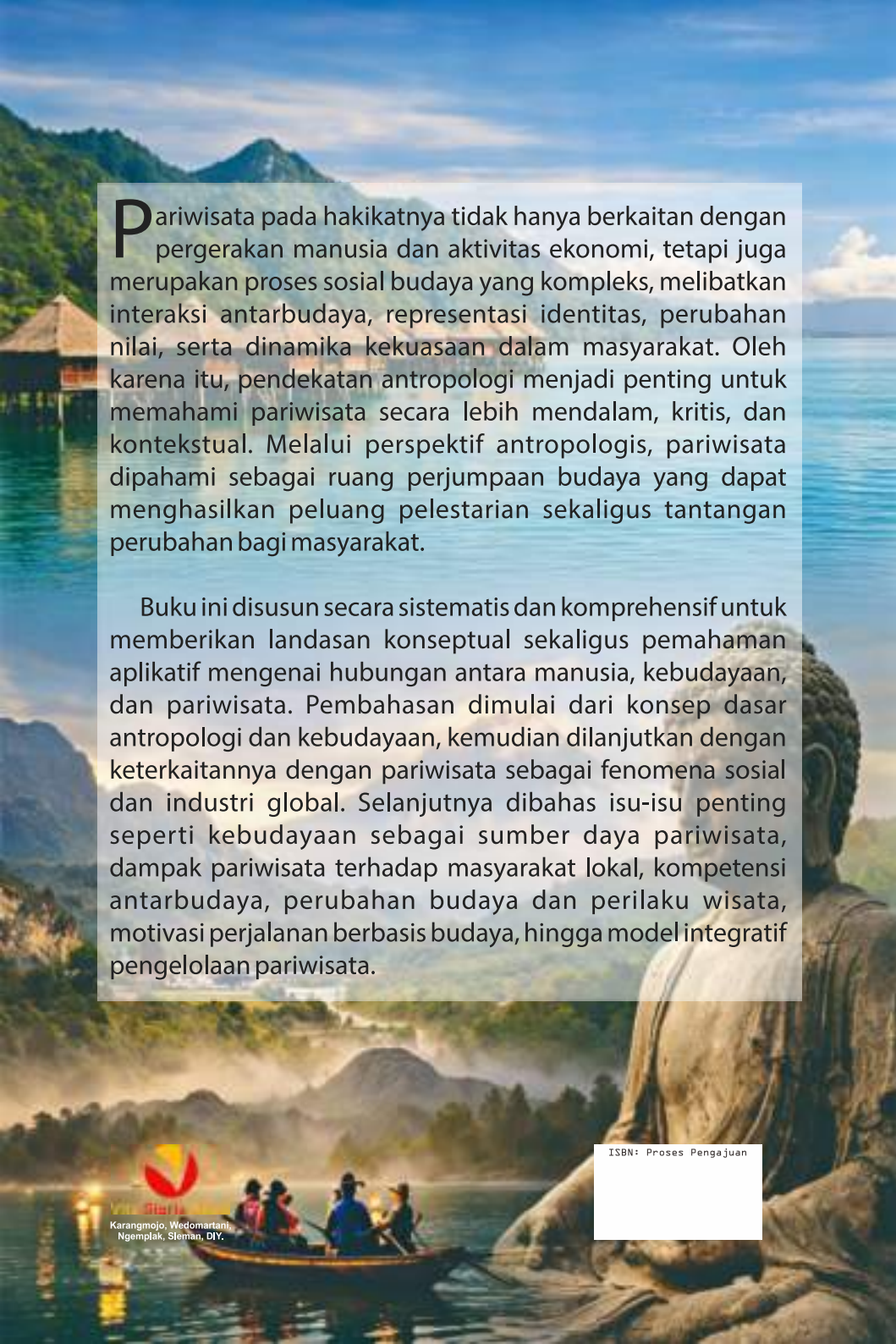


Daftar Pustaka

- Appadurai, A. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ashworth, G.J. & Tunbridge, J.E. 2000. *The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. Oxford: Elsevier.
- Boniface, P. 1995. *Managing Quality Cultural Tourism*. London: Routledge.
- Butler, R.W. 1980. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24(1): 5–12.
- Cohen, E. 1988. Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 15(3): 371–386.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. 2008. *Tourism: Principles and Practice*. Harlow: Pearson Education.
- Craik, J. 1997. The Culture of Tourism. Dalam Rojek, C. & Urry, J. (Ed.). *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London: Routledge.
- Dann, G.M.S. 1981. Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2): 187–219.
- Doxey, G. 1975. A Causation Theory of Visitor–Resident Irritants: Methodology and Research Inferences. *Proceedings of the Travel Research Association*, 6: 195–198.

- Geertz, C. 1973. *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Hall, C.M. & Lew, A.A. 2009. *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. London: Routledge.
- Hofstede, G. 2001. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks: Sage.
- Inskip, E. 1991. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- MacCannell, D. 1984. Reconstructed Ethnicity: Tourism and Cultural Identity. *Annals of Tourism Research*, 11(3): 375–391.
- Mathieson, A. & Wall, G. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., & Ritchie, J.R.B. 1995. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.
- Middleton, V.T.C., Fyall, A., & Morgan, M. 2009. *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Moscardo, G. 2008. *Building Community Capacity for Tourism Development*. Wallingford: CABI.
- Nash, D. 1996. *Anthropology of Tourism*. Oxford: Pergamon.
- Richards, G. 2007. *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. New York: Haworth Press.
- Ryan, C. 2003. *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Clevedon: Channel View.
- Sharpley, R. & Telfer, D. 2002. *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Clevedon: Channel View.
- Smith, V.L. (Ed.). 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Timothy, D.J. & Boyd, S.W. 2003. *Heritage Tourism*. Harlow: Pearson.
- Tribe, J. 2011. *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Turner, V. & Turner, E. 1978. *Image and Pilgrimage in Christian Culture*. New York: Columbia University Press.
- Urry, J. & Larsen, J. 2011. *The Tourist Gaze 3.0*. London: Sage.
- UNWTO. 2004. *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. Madrid: World Tourism Organization.
- Weaver, D. 2006. *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford: Elsevier.
- Williams, R. 1981. *Culture*. London: Fontana.
- Wood, R.E. 1997. Tourism and the State: Ethnic Options and Constructions of Otherness. Dalam Picard, M. & Wood, R.E. (Ed.). *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press.



Pariwisata pada hakikatnya tidak hanya berkaitan dengan pergerakan manusia dan aktivitas ekonomi, tetapi juga merupakan proses sosial budaya yang kompleks, melibatkan interaksi antarbudaya, representasi identitas, perubahan nilai, serta dinamika kekuasaan dalam masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan antropologi menjadi penting untuk memahami pariwisata secara lebih mendalam, kritis, dan kontekstual. Melalui perspektif antropologis, pariwisata dipahami sebagai ruang perjumpaan budaya yang dapat menghasilkan peluang pelestarian sekaligus tantangan perubahan bagi masyarakat.

Buku ini disusun secara sistematis dan komprehensif untuk memberikan landasan konseptual sekaligus pemahaman aplikatif mengenai hubungan antara manusia, kebudayaan, dan pariwisata. Pembahasan dimulai dari konsep dasar antropologi dan kebudayaan, kemudian dilanjutkan dengan keterkaitannya dengan pariwisata sebagai fenomena sosial dan industri global. Selanjutnya dibahas isu-isu penting seperti kebudayaan sebagai sumber daya pariwisata, dampak pariwisata terhadap masyarakat lokal, kompetensi antarbudaya, perubahan budaya dan perilaku wisata, motivasi perjalanan berbasis budaya, hingga model integratif pengelolaan pariwisata.