

Pariwisata Global dan Komodifikasi Tradisi:

Antara Pelestarian dan Eksploitasi



Oleh: Rudy C Tarumingkeng

*Rudy C Tarumingkeng: Pariwisata Global dan Komodifikasi Tradisi:
Antara Pelestarian dan Eksploitasi*

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Professor of Management NUP: 9903252922

Professor Emeritus, IPB-University

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988, dan

Rektor, Kampus AGRO Manokwari sekarang Universitas Papua Manokwari)

Coordinator, CIDA/DIKTI SFU Burnaby BC Canada 1988-1991

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Chairman. Board of Professors, IPB-University, Bogor (2005-2006)

AI - Data Analyst, dan Chairman, Academic Senate, IBM-ASMI, Jakarta 2024-

© RudyCT Academic Series

rudyct75@gmail.com

19 March 2026

PARIWISATA GLOBAL DAN KOMODIFIKASI TRADISI: ANTARA PELESTARIAN DAN EKSPLOITASI

Abstrak

Makalah ini membahas hubungan yang ambivalen antara pariwisata global dan komodifikasi tradisi dengan menempatkan tradisi sebagai *warisan budaya takbenda yang hidup (living heritage)*, bukan sekadar atraksi visual bagi pasar wisata. Dalam konteks pertumbuhan pariwisata internasional yang mencapai sekitar 1,52 miliar kedatangan pada 2025, budaya semakin diposisikan sebagai modal destinasi, terutama melalui pariwisata budaya yang mendorong wisatawan untuk belajar, menemukan, mengalami, dan mengonsumsi ekspresi budaya lokal. Pertumbuhan ini memperbesar peluang ekonomi bagi komunitas lokal, tetapi juga memperbesar risiko penyederhanaan, dekontekstualisasi, dan standarisasi tradisi agar sesuai dengan logika industri wisata.

Argumen utama tulisan ini adalah bahwa pariwisata tidak dengan sendirinya bersifat eksploitatif ataupun konservatif; dampaknya ditentukan oleh tata kelola budaya, distribusi manfaat, dan posisi komunitas lokal dalam proses pengambilan keputusan. Dalam kerangka Konvensi UNESCO 2003, pelestarian warisan budaya takbenda mencakup identifikasi, dokumentasi, perlindungan, promosi, transmisi, dan revitalisasi, dengan partisipasi komunitas sebagai prinsip dasarnya. Karena itu, sebuah tradisi dapat masuk ke ruang wisata tanpa kehilangan martabatnya apabila komunitas tetap memegang otoritas kultural dan memperoleh manfaat moral maupun material secara adil.

Makalah ini juga menunjukkan bahwa komodifikasi menjadi problematik ketika tradisi direduksi menjadi pertunjukan berulang, dilepaskan dari fungsi sosial dan spiritualnya, dan dikendalikan oleh aktor eksternal yang

mengejar keuntungan ekonomi. Risiko ini semakin besar dalam kondisi *overtourism*, ketika tekanan kunjungan berlebihan mengubah fungsi ruang hidup, melemahkan kualitas hidup warga, dan mengikis makna tempat. Karena itu, jalan tengah yang ditawarkan adalah pariwisata budaya berbasis komunitas, yang memandang budaya bukan sekadar komoditas destinasi, melainkan fondasi martabat, identitas, dan keberlanjutan sosial.

Kata kunci

Pariwisata global; komodifikasi tradisi; warisan budaya takbenda; pelestarian budaya; eksploitasi budaya; pariwisata budaya; *overtourism*; komunitas lokal

Pariwisata Global dan Komodifikasi Tradisi: Antara Pelestarian dan Eksploitasi

Pendahuluan

Pariwisata global pada abad ke-21 telah berkembang jauh melampaui pengertian lamanya sebagai kegiatan perjalanan untuk rekreasi semata. Ia kini menjadi salah satu kekuatan yang membentuk ekonomi dunia, menggerakkan mobilitas manusia dalam skala masif, memproduksi citra tentang tempat, dan sekaligus mengubah hubungan masyarakat dengan warisan budaya mereka sendiri. UN Tourism melaporkan bahwa pada 2025 jumlah kedatangan wisatawan internasional mencapai sekitar 1,52 miliar, naik 4% dibanding 2024 dan menandai rekor baru. Dalam perspektif jangka panjang, pertumbuhan ini sangat dramatis: jumlah kedatangan wisatawan internasional tumbuh dari 222 juta pada 1975 menjadi sekitar 1,5 miliar pada 2025. Ini berarti pariwisata bukan lagi sektor tambahan, tetapi salah satu arsitek utama globalisasi kontemporer. ([Untourism](#))

Dalam situasi seperti itu, budaya semakin sering diposisikan sebagai modal destinasi. UN Tourism mendefinisikan *cultural tourism* sebagai jenis aktivitas wisata di mana motivasi utama pengunjung adalah belajar,

menemukan, mengalami, dan mengonsumsi atraksi atau produk budaya, baik yang berwujud maupun tak berwujud, di suatu destinasi. Definisi ini sangat penting, sebab ia menunjukkan bahwa dalam ekonomi pariwisata modern, budaya tidak lagi hanya dipandang sebagai latar, melainkan sebagai pusat daya tarik. Dengan kata lain, yang dijual dalam pariwisata bukan sekadar pemandangan alam dan fasilitas akomodasi, tetapi juga ritual, seni pertunjukan, kuliner, kerajinan, memori kolektif, ruang sakral, dan gaya hidup lokal. ([Untourism](#))

Di sinilah persoalan komodifikasi tradisi muncul. Ketika tradisi masuk ke dalam sirkuit pasar wisata, ia dapat memperoleh visibilitas, nilai ekonomi, dan peluang regenerasi. Namun pada saat yang sama, ia juga berisiko dipisahkan dari konteks sosial-spiritualnya, dipadatkan menjadi atraksi singkat, dan ditata ulang agar sesuai dengan selera pasar. Dengan demikian, hubungan antara pariwisata dan tradisi bersifat ambivalen. Pariwisata dapat menyelamatkan tradisi yang meredup, tetapi juga dapat merusak struktur makna yang membuat tradisi itu hidup. Persoalan utamanya bukan semata-mata apakah tradisi boleh menjadi bagian dari pariwisata, melainkan bagaimana hubungan itu diatur: siapa yang memegang kontrol, siapa yang memperoleh manfaat, siapa yang mendefinisikan makna, dan sejauh mana komunitas pemilik budaya tetap menjadi subjek. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Esai ini berargumen bahwa komodifikasi tradisi dalam pariwisata global tidak dapat dinilai secara hitam-putih. Ia berada di antara dua kutub. Pada satu sisi, pariwisata dapat menjadi sarana pelestarian ketika ia memperkuat transmisi antargenerasi, memperluas penghargaan publik, dan mendistribusikan manfaat ekonomi secara adil kepada komunitas. Pada sisi lain, pariwisata menjadi eksploitasi ketika tradisi direduksi menjadi pertunjukan yang berulang, kehilangan konteks, dikendalikan oleh aktor eksternal, dan dievaluasi terutama berdasarkan nilai jualnya. Oleh karena itu, tema "Pariwisata Global dan Komodifikasi Tradisi: Antara Pelestarian dan Eksploitasi" sesungguhnya adalah tema tentang etika pembangunan,

hak budaya, dan masa depan komunitas lokal di tengah tekanan ekonomi global. ([Untourism](#))

1. Tradisi sebagai warisan hidup

Untuk memahami komodifikasi tradisi, kita harus terlebih dahulu memahami bahwa tradisi bukan benda mati. Konvensi UNESCO 2003 tentang Perlindungan Warisan Budaya Takbenda mendefinisikan warisan budaya takbenda sebagai praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, beserta instrumen, objek, artefak, dan ruang budaya yang diakui oleh komunitas, kelompok, dan dalam beberapa kasus individu sebagai bagian dari warisan budaya mereka. Warisan ini diwariskan dari generasi ke generasi, terus-menerus diciptakan kembali dalam relasinya dengan lingkungan, sejarah, dan kehidupan sosial, serta memberi rasa identitas dan kesinambungan. Definisi ini menegaskan bahwa tradisi adalah warisan hidup, bukan sisa masa lalu yang diam. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Karena tradisi adalah warisan hidup, nilai utamanya tidak hanya terletak pada bentuk luar. Sebuah upacara adat bukan hanya rangkaian gerak, busana, dan musik yang indah; ia juga mengandung relasi dengan alam, memori leluhur, tata moral komunitas, dan cara masyarakat memahami siklus hidup. Demikian pula sebuah kerajinan bukan hanya barang yang selesai diproduksi, tetapi juga pengetahuan tentang bahan, teknik, simbolisme, kesabaran, dan hubungan antargenerasi. Ketika unsur-unsur seperti ini dimasukkan ke dalam industri pariwisata, yang dipertaruhkan bukan hanya kelangsungan bentuk, melainkan juga kelangsungan makna. Karena itu, UNESCO menempatkan "safeguarding" bukan sebagai pengawetan bentuk yang beku, melainkan sebagai upaya menjaga viabilitas warisan melalui identifikasi, dokumentasi, penelitian, perlindungan, promosi, transmisi, dan revitalisasi. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Konsekuensinya sangat penting. Tradisi tidak harus dijaga dengan cara membekukannya di luar sejarah. Justru karena ia hidup, tradisi dapat

berubah, beradaptasi, dan memasuki ruang-ruang baru, termasuk ruang wisata. Yang menjadi masalah bukan perubahan itu sendiri, melainkan perubahan yang memutus tradisi dari subjek sosial yang menciptakannya. UNESCO secara tegas menolak penilaian eksternal yang sewenang-wenang atas nilai suatu warisan dan menekankan bahwa komunitas harus memiliki peran utama dalam melindungi warisan mereka sendiri. Ini berarti bahwa transformasi tradisi dalam konteks pariwisata hanya etis jika berlangsung dengan kepemimpinan komunitas, bukan sekadar atas nama komunitas. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Dari sini tampak bahwa isu komodifikasi tradisi tidak dapat direduksi menjadi pertanyaan “bolehkah budaya dijual.” Dalam praktik sosial, budaya memang selalu terkait dengan ekonomi dalam kadar tertentu. Pengrajin menjual hasil karya, seniman dibayar atas pertunjukan, dan upacara sering membutuhkan pembiayaan. Yang perlu dibedakan adalah apakah ekonomi berfungsi menopang kelangsungan budaya, atau sebaliknya budaya direduksi menjadi bahan baku ekonomi. Perbedaan inilah yang kelak menentukan apakah pariwisata berperan sebagai pelestarian atau eksploitasi. ([Intangible Cultural Heritage](#))

2. Pariwisata global sebagai mesin ekonomi budaya

Pertumbuhan pariwisata global menjadikan budaya semakin penting dalam strategi pembangunan destinasi. Ketika jumlah wisatawan dunia mencapai 1,52 miliar pada 2025, kompetisi antarnegara dan antardaerah untuk menarik pengunjung juga semakin intensif. Dalam kompetisi ini, budaya sering menjadi pembeda utama. Alam dapat ditiru dalam citra digital, hotel dapat dibangun hampir di mana saja, dan infrastruktur dapat diseragamkan, tetapi tradisi lokal, memori historis, dan ekspresi kebudayaan menawarkan aura keunikan yang sulit direplikasi. Itulah sebabnya banyak kota, desa, dan negara menempatkan seni tradisional, festival, kerajinan, makanan khas, dan ritual lokal sebagai inti narasi pariwisata mereka. ([Untourism](#))

UN Tourism menekankan bahwa pariwisata berkelanjutan harus memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan, sekaligus menghormati keaslian sosial-budaya komunitas tuan rumah, melestarikan warisan budaya yang hidup maupun yang terbangun, dan berkontribusi pada pemahaman antarbudaya. Rumusan ini penting karena menunjukkan bahwa bahkan dari sudut pandang kelembagaan internasional, pariwisata tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab sosial-budaya. Namun dalam praktik, pertumbuhan kunjungan sering lebih mudah diukur dan dipromosikan daripada kualitas dampak budaya. Akibatnya, ukuran keberhasilan destinasi kerap direduksi menjadi jumlah pengunjung, tingkat hunian, dan belanja wisata, sementara kualitas hubungan antara wisata dan kehidupan budaya lokal justru kurang diperhatikan. ([Untourism](#))

Logika pasar pariwisata juga cenderung mencari apa yang mudah dikenali dan mudah dijual. Tradisi yang kompleks sering disederhanakan menjadi simbol visual yang cepat dipahami pengunjung: tarian tertentu mewakili "budaya daerah," pakaian tertentu mewakili "identitas etnik," atau satu festival dianggap mewakili keseluruhan kosmologi komunitas. Dalam proses ini, unsur budaya yang paling fotogenik, paling spektakuler, atau paling eksotik biasanya memperoleh prioritas. Yang kurang visual, lebih subtil, atau lebih berorientasi pada pengetahuan internal komunitas sering tersisih. Maka, ekonomi pariwisata cenderung menciptakan seleksi budaya: bukan semua unsur tradisi yang tampil, melainkan hanya yang paling mudah ditransformasikan menjadi pengalaman konsumsi. ([Untourism](#))

Hal ini tidak berarti bahwa seluruh pemanfaatan budaya untuk pariwisata harus dipandang negatif. Dalam banyak kasus, justru karena budaya memiliki nilai ekonomi, pemerintah dan masyarakat terdorong untuk mendokumentasikan, mengajarkan kembali, dan menghidupkan unsur-unsur warisan yang sebelumnya meredup. Tetapi kita harus berhati-hati: insentif ekonomi bisa menopang pelestarian, tetapi juga bisa menggeser orientasi makna. Begitu sebuah tradisi dinilai terutama berdasarkan daya

tarik wisatanya, ia mulai terpapar pada tekanan pasar: harus lebih singkat, lebih menarik, lebih rutin, lebih dapat diiklankan, dan lebih mudah dikonsumsi. Di titik inilah pelestarian dapat berubah menjadi pertunjukan. ([Intangible Cultural Heritage](#))

3. Komodifikasi tradisi: proses dan mekanismenya

Komodifikasi tradisi dapat dipahami sebagai proses ketika unsur budaya yang semula hidup dalam relasi sosial dan simbolik tertentu dipindahkan ke dalam logika pasar sebagai barang, atraksi, pengalaman, atau citra yang dapat diperjualbelikan. Dalam konteks pariwisata, komodifikasi biasanya berlangsung melalui tiga mekanisme. Pertama, dekontekstualisasi: tradisi dipisahkan dari ruang, waktu, dan fungsi asalnya. Kedua, penyederhanaan: makna yang berlapis dipadatkan menjadi bentuk yang cepat dikonsumsi. Ketiga, standarisasi: tradisi disajikan berulang-ulang dalam format yang seragam agar sesuai dengan paket wisata dan ekspektasi pengunjung. UNESCO secara eksplisit memasukkan dekontekstualisasi, komodifikasi, dan misrepresentasi sebagai ancaman yang harus diidentifikasi oleh komunitas sendiri. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Dekontekstualisasi dapat terlihat, misalnya, ketika ritual yang semula terkait dengan kalender agraris atau keagamaan dipindahkan waktunya agar cocok dengan musim wisata. Pertunjukan yang semula bersifat komunal dapat dipindahkan ke panggung hotel atau taman hiburan. Kerajinan yang semula dibuat dalam siklus sosial tertentu dapat diproduksi massal untuk memenuhi permintaan oleh-oleh. Di sini bentuk tradisi mungkin masih tampak, tetapi relasi maknanya dengan komunitas mulai berubah. Ia tidak lagi terutama hidup karena kebutuhan internal masyarakat, melainkan karena jadwal pasar. Ini bukan masalah kecil, sebab tradisi yang hidup dari logika eksternal perlahan dapat kehilangan daya internalnya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Penyederhanaan terjadi ketika unsur budaya yang kompleks diubah menjadi simbol tunggal yang mudah dijual. Wisatawan sering tidak datang dengan waktu, pengetahuan, atau bahasa yang cukup untuk memahami

keseluruhan konteks tradisi. Industri pariwisata lalu merespons dengan membuat paket makna yang lebih sederhana: "tarian penyambutan," "desa otentik," "ritual suci," "kerajinan leluhur," dan seterusnya. Label semacam ini memang memudahkan promosi, tetapi juga dapat mengaburkan kenyataan bahwa tradisi selalu penuh nuansa, konflik, perubahan, dan keragaman internal. Apa yang laku di pasar sering justru adalah citra budaya yang paling teratur dan paling mudah dicerna, bukan budaya sebagaimana dialami oleh komunitas. ([Untourism](#))

Standarisasi adalah tahap ketika budaya tidak hanya dijual, tetapi diatur agar bisa direproduksi terus-menerus. Festival dibuat menurut kalender tahunan yang stabil, pertunjukan diringkas menjadi durasi tertentu, tur kerajinan dibuat dengan jalur yang sama, dan pengalaman budaya dirancang seperti modul. Dari sudut bisnis, ini masuk akal karena memudahkan pemasaran dan operasi. Namun dari sudut budaya, standarisasi bisa melemahkan sifat organik tradisi. Tradisi yang semula terbuka pada improvisasi, variasi lokal, atau dinamika sosial dapat tergeser menjadi format baku yang aman untuk konsumsi wisata. Ketika hal ini terjadi, tradisi mulai kehilangan spontanitas dan kedalaman peristiwa. Ia menjadi "acara" yang bisa diprediksi. ([Untourism](#))

Yang paling problematis, komodifikasi sering disertai pergeseran kontrol. Aktor yang menentukan bentuk pertunjukan, narasi promosi, harga, atau ritme akses budaya bukan lagi komunitas, melainkan operator tur, biro pemasaran, investor, atau bahkan platform digital. UNESCO menegaskan bahwa komunitas, kelompok, dan individu yang menciptakan warisan harus memiliki peran utama dalam safeguarding, dan semua interaksi harus didasarkan pada kolaborasi transparan dan persetujuan bebas, didahulukan, berkelanjutan, dan diinformasikan. Ketika prinsip ini diabaikan, tradisi berubah dari warisan komunitas menjadi bahan baku industri pengalaman. ([Intangible Cultural Heritage](#))

4. Ketika pariwisata justru membantu pelestarian

Meskipun risiko tersebut nyata, pariwisata tidak selalu berarti eksploitasi. Dalam banyak konteks, pariwisata justru membantu memperluas pengakuan terhadap warisan budaya dan menciptakan insentif untuk menjaganya. Konvensi UNESCO 2003 menegaskan bahwa safeguarding mencakup promosi, penguatan, transmisi, dan revitalisasi. Aktivitas-aktivitas ini sering memerlukan sumber daya, perhatian publik, dan kebanggaan kolektif—tiga hal yang dalam keadaan tertentu dapat didorong oleh pariwisata budaya. Ketika masyarakat melihat bahwa tradisi mereka dihargai dan dapat mendatangkan manfaat, muncul alasan tambahan untuk mewariskannya kepada generasi muda. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Contoh Indonesia sangat menarik. UNESCO mencatat bahwa batik Indonesia bukan sekadar kain bermotif, tetapi teknik, simbolisme, dan budaya yang menembus kehidupan orang Indonesia dari awal hingga akhir hidup: bayi digendong dengan kain batik tertentu, dan orang meninggal dibungkus dengan batik funerary. Fakta ini menunjukkan kedalaman makna batik sebagai warisan hidup. Ketika batik memperoleh pengakuan internasional dan menjadi ikon budaya Indonesia di ruang global, visibilitasnya meningkat tajam. Dalam konteks tertentu, pariwisata, pameran, dan industri kreatif membantu memperluas pasar batik sekaligus menjaga keberlanjutan praktiknya. Di sini ekonomi dapat menjadi sekutu budaya, bukan musuhnya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Hal serupa terlihat pada wayang. UNESCO mendeskripsikan wayang sebagai bentuk penceritaan kuno dengan boneka yang rumit dan gaya musikal yang kompleks, yang berkembang selama sepuluh abad di keraton Jawa dan Bali maupun di pedesaan, lalu menyebar ke daerah-daerah lain dengan ragam gaya lokal. Wayang menunjukkan bahwa tradisi besar hidup justru karena ia punya kemampuan beradaptasi, berpindah ruang, dan membangun bentuk baru tanpa kehilangan inti. Bila pariwisata memperkenalkan wayang kepada audiens yang lebih luas, mendukung pendanaan pertunjukan, dan memperkuat kebanggaan generasi muda,

maka pariwisata berfungsi sebagai bagian dari safeguarding. Yang penting adalah memastikan bahwa perluasan audiens tidak mengorbankan kedalaman isi dan posisi dalam serta komunitas seni sebagai pemilik otoritas kultural. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Dalam skenario terbaik, pariwisata budaya menciptakan lingkaran positif. Pengunjung datang bukan hanya untuk melihat, tetapi untuk memahami. Komunitas lokal tidak hanya tampil, tetapi juga memperoleh ruang untuk menafsirkan warisannya sendiri. Pendapatan wisata tidak hanya mengalir ke hotel dan perantara, tetapi kembali ke pendidikan budaya, ruang latihan, regenerasi pengrajin, dan pelestarian situs atau lanskap yang menopang tradisi. Model seperti ini sangat mungkin terjadi, tetapi ia memerlukan tata kelola yang sadar nilai dan bukan sekadar sadar pasar. ([Untourism](#))

5. Dari pelestarian ke folklorisasi

Salah satu bahaya paling besar dalam pariwisata budaya adalah *folklorisasi*: kondisi ketika tradisi tetap tampak hidup secara visual, tetapi kehilangan kedalaman fungsinya sebagai pengetahuan, etika, dan pengalaman sosial komunitas. Folklorisasi berbeda dari pelestarian. Dalam pelestarian, tradisi diwariskan, dipahami, dan dipraktikkan sebagai bagian dari kehidupan. Dalam folklorisasi, tradisi lebih banyak dipentaskan untuk dilihat daripada dihidupi. Generasi muda mungkin hafal gerak tari atau kostum, tetapi tidak lagi memahami bahasa simbolik, cerita, atau nilai yang mendasarinya. Tradisi bertahan sebagai dekorasi identitas, bukan sebagai sumber orientasi hidup. Ini adalah bentuk kerusakan yang halus tetapi serius. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Folklorisasi kerap terjadi karena tuntutan pasar wisata membutuhkan budaya yang cepat dikenali dan mudah dikonsumsi. Ritualitas yang panjang harus dipersingkat. Bagian yang dianggap "kurang menarik" dihilangkan. Elemen yang paling visual diperbesar. Narasi dibuat sederhana. Hasilnya mungkin sangat efektif untuk promosi, tetapi justru memisahkan tradisi dari kompleksitas yang membuatnya bermakna. Yang

tersisa adalah citra budaya, bukan budaya sebagai pengalaman hidup. Dalam jangka pendek, ini bisa mendatangkan wisatawan. Dalam jangka panjang, ia dapat melemahkan transmisi pengetahuan yang sesungguhnya. ([Untourism](#))

Dari sudut pendidikan budaya, masalah ini sangat penting. UNESCO menempatkan pendidikan formal dan nonformal, program kesadaran publik, dan pelibatan generasi muda sebagai unsur penting safeguarding. Artinya, keberhasilan pariwisata budaya tidak cukup diukur dari keramaian panggung atau volume unggahan media sosial, tetapi dari apakah komunitas masih mampu mengajarkan makna tradisi kepada generasi penerus. Jika sebuah pertunjukan sangat populer di hadapan turis tetapi generasi mudanya tidak lagi tertarik mempelajari bahasa ritual atau teknik dasar yang sesungguhnya, maka yang sedang terjadi bukan pelestarian, melainkan konsumsi warisan. ([Intangible Cultural Heritage](#))

6. Overtourism dan pengikisan makna tempat

Komodifikasi tradisi menjadi lebih serius ketika bertemu dengan fenomena *overtourism*. UNESCO Courier menjelaskan bahwa *overtourism* biasanya merujuk pada kelebihan pariwisata yang melampaui kemampuan suatu lokalitas untuk mengatasinya. Dampaknya tidak hanya berupa kepadatan fisik, tetapi juga faktor-faktor yang berdampak negatif pada warga, mengurangi esensi tempat, dan berkontribusi pada deteriorasi sosial, budaya, dan lingkungan. Artikel itu juga menekankan bahwa *overtourism* berkembang dari perubahan yang lambat dan didorong oleh pihak-pihak yang ingin memaksimalkan keuntungan ekonomi. Penekanan ini penting karena menunjukkan bahwa masalahnya bersifat struktural, bukan sekadar perilaku wisatawan individual. ([UNESCO Courier](#))

Kasus Venesia menjadi ilustrasi klasik. UNESCO World Heritage Centre menyebut bahwa tekanan pariwisata yang sangat tinggi telah menyebabkan transformasi fungsional parsial di Venesia dan pusat-pusat bersejarah lagunanya. Penggantian rumah warga dengan akomodasi, perubahan fungsi bangunan, dan dominasi aktivitas terkait turisme dinilai

membahayakan identitas serta integritas budaya dan sosial properti warisan tersebut. Ini menunjukkan bahwa ketika pariwisata terlalu besar, yang terkomodifikasi bukan hanya satu ritual atau satu kerajinan, tetapi seluruh kehidupan kota. Kota tidak lagi terutama hidup untuk warganya, melainkan untuk pengunjungnya. ([UNESCO World Heritage Centre](#))

Dari perspektif budaya, overtourism mengikis makna tempat karena mengubah ruang hidup menjadi panggung konsumsi. Tempat-tempat yang semula menjadi ruang relasi sosial dan memori bersama perlahan dipaksa beroperasi sebagai infrastruktur pelayanan. Toko kebutuhan warga berganti menjadi toko souvenir, rumah berubah menjadi penginapan jangka pendek, dan ruang publik dikurasi menurut kebutuhan pengunjung. Akibatnya, identitas lokal dapat bertahan secara visual, tetapi melemah secara sosial. Festival masih diselenggarakan, kerajinan masih dijual, dan makanan tradisional masih disajikan, tetapi komunitas yang selama ini menghidupi semuanya kehilangan ruang hidup dan posisi tawar. Ini adalah bentuk eksploitasi budaya yang terjadi melalui urbanisme dan ekonomi ruang. ([UNESCO World Heritage Centre](#))

7. Bali sebagai cermin ambivalensi

Dalam konteks Indonesia, Bali merupakan contoh yang sangat relevan untuk membaca ambivalensi pariwisata budaya. BPS Provinsi Bali melaporkan bahwa sepanjang Januari–Desember 2025 terdapat 6.948.754 kedatangan wisatawan mancanegara langsung ke Bali, naik 9,72% dibanding 2024, dengan Australia sebagai penyumbang terbesar 23,44% dari total kedatangan. Angka ini menunjukkan bukan saja pentingnya Bali bagi pariwisata Indonesia, tetapi juga skala tekanan yang harus ditanggung pulau itu sebagai destinasi budaya global. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

Bali selama beberapa dekade dipasarkan melalui kebudayaan: pura, ritual, tari, lanskap sawah, kerajinan, musik, dan citra harmoni antara manusia, alam, dan spiritualitas. Dalam arti tertentu, strategi ini berhasil. Budaya Bali dikenal dunia dan banyak komunitas memperoleh manfaat ekonomi dari

kunjungan wisata. Namun keberhasilan ini juga membawa beban berat. Ketika budaya menjadi inti merek destinasi, setiap unsur budaya berisiko dipandang pertama-tama sebagai aset industri. Upacara dapat dilihat sebagai tontonan, desa sebagai latar eksotik, pakaian tradisional sebagai kostum visual, dan ruang sakral sebagai objek fotografi. Dalam konteks seperti ini, tegangan antara pelestarian dan eksploitasi muncul sangat nyata. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

Bali menunjukkan bahwa masalah utama bukan semata jumlah wisatawan, tetapi keseimbangan antara kehidupan budaya dan kebutuhan pasar. Jika tata kelola destinasi terlalu condong pada ekspansi ekonomi, budaya cenderung dipaksa menyesuaikan diri dengan logika pertumbuhan. Sebaliknya, bila komunitas adat, pelaku seni, dan pemerintah daerah memiliki mekanisme perlindungan yang kuat, maka pariwisata dapat diarahkan untuk menopang, bukan menghisap, kehidupan budaya. Bali, dengan demikian, adalah laboratorium penting: ia memperlihatkan peluang besar dari pariwisata budaya, sekaligus memperingatkan bahwa tanpa batas yang jelas, keberhasilan ekonomi dapat berubah menjadi tekanan terhadap fondasi budaya itu sendiri. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

8. Etika: siapa subjek, siapa objek

Di titik ini, pertanyaan etis utama menjadi sangat jelas: apakah komunitas lokal diperlakukan sebagai subjek atau objek? Konvensi UNESCO 2003 mewajibkan negara untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan unsur warisan budaya takbenda dengan partisipasi komunitas, kelompok, dan organisasi yang relevan. Artikel 15 lebih jauh menegaskan bahwa negara harus berupaya memastikan partisipasi seluas mungkin dari komunitas, kelompok, dan individu yang menciptakan, memelihara, dan mentransmisikan warisan, serta melibatkan mereka secara aktif dalam pengelolaannya. Ini adalah dasar etik dan politik yang sangat kuat: budaya tidak boleh dikelola tanpa budaya-bearers-nya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Prinsip etis UNESCO memperjelasnya lagi. Komunitas harus memiliki peran utama dalam safeguarding. Semua interaksi harus didasarkan pada kolaborasi transparan, dialog, negosiasi, konsultasi, dan persetujuan bebas, didahulukan, berkelanjutan, dan diinformasikan. Komunitas yang menciptakan warisan juga harus memperoleh perlindungan atas kepentingan moral dan material yang timbul dari penggunaan, penelitian, dokumentasi, promosi, atau adaptasi warisan tersebut. Selain itu, UNESCO menyatakan bahwa komunitas harus memainkan peran penting dalam menentukan apa yang menjadi ancaman terhadap warisan mereka, termasuk dekontekstualisasi, komodifikasi, dan misrepresentasi.

[\(Intangible Cultural Heritage\)](#)

Implikasinya praktis sekaligus mendalam. Desa adat, kelompok seni, pengrajin, dan pemimpin ritual bukan sekadar “peserta program wisata,” melainkan pemegang otoritas budaya yang semestinya duduk di pusat pengambilan keputusan. Mereka harus terlibat dalam menentukan apa yang boleh dipertontonkan, apa yang harus dibatasi, kapan sebuah ritual dapat diakses, bagaimana foto dan rekaman digunakan, serta bagaimana pendapatan dibagikan. Bila semua keputusan strategis diambil oleh pemerintah, investor, atau operator tur tanpa kepemimpinan komunitas, maka partisipasi yang terjadi hanyalah kosmetik. Dalam kondisi itu, komunitas tampil, tetapi tidak berkuasa. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Perbedaan antara subjek dan objek ini sangat menentukan kualitas pariwisata budaya. Bayangkan dua komunitas kerajinan. Pada komunitas pertama, desain pengalaman wisata, harga produk, promosi visual, dan ritme kunjungan ditetapkan oleh pihak luar; pengrajin hanya menjadi pelaksana. Pada komunitas kedua, para pengrajin menetapkan sendiri bagaimana pengunjung boleh belajar, apa yang boleh dibeli, motif mana yang bersifat umum dan mana yang sakral, serta bagaimana pendapatan digunakan untuk regenerasi. Keduanya mungkin sama-sama menerima wisatawan, tetapi struktur etik dan politiknya sangat berbeda. Yang

pertama cenderung menuju eksploitasi; yang kedua lebih dekat pada pelestarian yang adil. ([Intangible Cultural Heritage](#))

9. Distribusi manfaat dan keadilan ekonomi budaya

Pariwisata budaya tidak pernah netral secara ekonomi. Ketika sebuah tradisi menjadi daya tarik, ia memasuki rantai nilai: operator, agen, platform, hotel, transportasi, penyelenggara acara, perajin, penari, pemandu, dan pemerintah semuanya terlibat. Persoalannya adalah bagaimana nilai itu didistribusikan. UNESCO secara tegas menyatakan bahwa komunitas pencipta warisan harus memperoleh manfaat moral dan material dari penggunaan warisan mereka. Prinsip ini sangat penting, karena banyak model pariwisata budaya selama ini memusatkan keuntungan pada perantara dan pemilik modal, sementara komunitas pemilik budaya hanya memperoleh bagian yang kecil dan tidak stabil. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Ketidakadilan distribusi manfaat sering menjadi inti dari eksploitasi budaya. Sebuah desa atau komunitas bisa menjadi wajah promosi destinasi, tetapi pendapatan terbesar justru dinikmati pihak luar: jaringan hotel, investor properti, perusahaan perjalanan, atau platform pemesanan. Komunitas lokal memperoleh honor tampil, upah menjual kerajinan, atau pendapatan musiman, tetapi tidak memiliki kendali atas merek, data pengunjung, sistem promosi, ataupun arah pertumbuhan destinasi. Dalam kondisi seperti itu, budaya menjadi sumber daya yang diekstraksi, bukan aset yang memperkuat kedaulatan komunitas. Eksploitasi budaya, dengan demikian, sering berakar pada ekonomi politik yang timpang. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Keadilan ekonomi budaya menuntut lebih dari sekadar “memberi peluang usaha.” Ia memerlukan skema yang memastikan komunitas memperoleh bagian yang proporsional, punya kapasitas bernegosiasi, dan dapat menggunakan pendapatan untuk keberlanjutan budaya. Ini bisa berupa koperasi budaya, dana regenerasi, pelatihan manajemen untuk komunitas, perlindungan indikasi geografis atau hak komunal, hingga kewajiban

penggunaan kembali sebagian pendapatan wisata untuk pendidikan budaya lokal. Tanpa perangkat seperti ini, pariwisata budaya mudah jatuh ke pola klasik pembangunan: wajah lokal, keuntungan nonlokal. ([Intangible Cultural Heritage](#))

10. Representasi, stereotip, dan salah tafsir

Komodifikasi tradisi tidak hanya soal uang, tetapi juga soal representasi. Budaya yang dipasarkan sering kali diceritakan melalui bahasa promosi yang menyederhanakan: "asli," "eksotik," "mistis," "suci," "ramah," atau "tak berubah sejak dulu." Narasi semacam ini memang efektif untuk pemasaran, tetapi berisiko membekukan komunitas ke dalam citra yang statis. Masyarakat lokal tidak lagi dilihat sebagai aktor modern yang hidup dalam perubahan, melainkan sebagai penjaga keaslian yang harus terus tampil sesuai harapan pengunjung. UNESCO menegaskan bahwa komunitas perlu berperan besar dalam menentukan apa yang merupakan misrepresentation dan bagaimana mengatasinya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Stereotip budaya dapat melahirkan tekanan yang tidak terlihat. Jika sebuah komunitas dikenal karena satu tarian atau satu jenis pakaian adat, maka masyarakatnya terdorong untuk terus menampilkan identitas itu sebagai wajah dominan, bahkan ketika kehidupan mereka jauh lebih kompleks. Dalam jangka panjang, ini bisa mengurangi ruang bagi perubahan internal dan ekspresi identitas yang lebih beragam. Budaya dipertahankan, tetapi dengan cara yang membatasi komunitas itu sendiri. Maka, eksploitasi budaya tidak selalu datang dalam bentuk pelarangan atau penghapusan; ia juga bisa datang dalam bentuk pemaksaan repetisi citra tertentu. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Di era media sosial, masalah representasi menjadi lebih tajam. Foto dan video pendek cenderung menonjolkan aspek visual yang paling spektakuler, sementara konteks sosial-historisnya menghilang. Ritual menjadi *content*, ruang sakral menjadi latar swafoto, dan kerajinan menjadi elemen estetik. Jika tidak ada etika interpretasi yang kuat, budaya lokal mudah direduksi menjadi stok visual global. Karena itu, tata kelola

pariwisata budaya masa kini harus menyentuh pula produksi narasi: siapa yang menceritakan budaya, dalam bahasa apa, kepada siapa, dan dengan batas-batas apa. ([Intangible Cultural Heritage](#))

11. Dari pertumbuhan ke keberlanjutan

UN Tourism menegaskan bahwa pariwisata berkelanjutan harus memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan sekarang maupun di masa depan. Dalam praktik, ini berarti keberhasilan destinasi tidak boleh diukur hanya dari jumlah kedatangan, tetapi juga dari kesehatan sosial-budaya komunitas tuan rumah. Apakah warga masih dapat hidup layak di wilayahnya? Apakah tradisi masih diwariskan di luar panggung wisata? Apakah manfaat ekonomi dibagikan secara adil? Apakah ruang sakral, memori kolektif, dan lanskap budaya tetap terjaga? Pertanyaan-pertanyaan ini sering lebih menentukan masa depan sebuah destinasi daripada sekadar capaian angka kunjungan. ([Untourism](#))

Namun, transisi dari pertumbuhan ke keberlanjutan bukan hal yang mudah. Industri pariwisata cenderung bekerja dengan target kuantitatif: lebih banyak penerbangan, lebih banyak okupansi, lebih banyak pengunjung, lebih banyak belanja. Pemerintah pun sering tergoda memakai indikator yang sama karena mudah dikomunikasikan secara politik. Akibatnya, keberlanjutan kerap turun menjadi slogan. Padahal bila jumlah wisatawan meningkat tanpa kendali, infrastruktur sosial dan ekologis yang menopang budaya justru bisa rusak. Venesia mengingatkan kita bahwa tanpa pembatasan dan kebijakan yang tegas, daya tarik budaya dapat dihancurkan oleh kesuksesan ekonominya sendiri. ([UNESCO World Heritage Centre](#))

Karena itu, pariwisata budaya yang berkelanjutan menuntut keberanian menetapkan batas. Batas akses ke ruang sakral, batas fotografi, batas frekuensi pertunjukan, batas pembangunan akomodasi, dan batas penggunaan simbol budaya untuk pemasaran. Batas-batas ini bukan hambatan terhadap ekonomi, melainkan syarat agar ekonomi tidak menghancurkan fondasinya sendiri. Tradisi yang dilindungi dengan baik

justru memiliki peluang lebih besar untuk bertahan sebagai sumber daya budaya dan ekonomi jangka panjang. ([Intangible Cultural Heritage](#))

12. Indonesia dan masa depan pariwisata budaya

Bagi Indonesia, persoalan ini sangat relevan karena negeri ini memiliki kekayaan warisan budaya yang sangat besar dan tersebar di banyak komunitas, pulau, bahasa, dan ekosistem. Batik dan wayang hanyalah dua contoh yang telah dikenal luas secara global. Di balik itu masih ada ribuan praktik, ritus, pengetahuan alam, musik, kuliner, bahasa, dan kerajinan yang hidup dalam komunitas lokal. Di satu sisi, pariwisata menawarkan peluang besar untuk memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan pengakuan atas kekayaan budaya itu. Di sisi lain, jika tidak dikelola dengan etika safeguarding yang kuat, pariwisata justru dapat mempercepat distorsi, penyederhanaan, dan eksploitasi. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Indonesia memerlukan model pariwisata budaya yang berbasis komunitas, bukan sekadar berbasis destinasi. Artinya, titik tolak kebijakan bukan hanya "bagaimana menarik wisatawan ke suatu tempat," tetapi "bagaimana memastikan komunitas budaya tetap kuat ketika wisatawan datang." Ini memerlukan inventarisasi budaya yang partisipatif, perlindungan hak komunitas atas warisan mereka, pendidikan budaya bagi generasi muda, tata kelola kunjungan yang sensitif terhadap adat, dan skema ekonomi yang memberi manfaat nyata kepada pemilik warisan. Kerangka UNESCO memberikan landasan normatif yang sangat jelas untuk itu. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Lebih jauh, Indonesia perlu berhati-hati terhadap godaan branding yang terlalu simplistik. Branding destinasi memang penting, tetapi budaya tidak boleh dikurung dalam satu-dua ikon yang kemudian diulang terus-menerus. Kekayaan budaya Indonesia justru terletak pada keragaman, kedalaman lokal, dan kemampuan tradisi untuk hidup berdampingan dengan modernitas. Karena itu, pariwisata budaya Indonesia semestinya bergerak dari model tontonan ke model pembelajaran; dari sekadar promosi visual ke pengalaman interpretatif; dari ekstraksi simbolik ke

kemitraan yang adil. Bila pergeseran ini berhasil dilakukan, pariwisata dapat menjadi sarana penguatan jati diri nasional tanpa mengorbankan hak budaya komunitas. ([Untourism](#))

Penutup

Pariwisata global dan komodifikasi tradisi berada dalam hubungan yang tidak pernah sederhana. Pertumbuhan wisatawan internasional yang sangat besar telah menjadikan budaya sebagai sumber daya ekonomi, identitas, dan diferensiasi destinasi yang amat penting. Dalam konteks ini, tradisi dapat memperoleh visibilitas baru, dukungan ekonomi, dan peluang regenerasi. Contoh warisan seperti batik dan wayang menunjukkan bahwa pengakuan dan sirkulasi yang lebih luas dapat membantu menjaga kehidupan budaya, selama prosesnya tidak mencabut tradisi dari komunitas yang menghidupkannya. ([Untourism](#))

Namun bahaya eksploitasi tetap nyata. Dekontekstualisasi, standarisasi, folklorisasi, salah representasi, distribusi manfaat yang timpang, dan overtourism dapat mengubah tradisi menjadi komoditas yang merugikan justru bagi pemiliknya. Venesia memberi pelajaran bahwa tekanan turisme dapat mengancam identitas dan integritas budaya suatu tempat, sementara pengalaman destinasi-destinasi budaya lain menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi tanpa batas sosial-budaya sering berakhir pada pengikisan makna tempat. Dalam kondisi demikian, pelestarian tidak bisa diserahkan pada logika pasar semata. ([UNESCO Courier](#))

Karena itu, garis pembeda antara pelestarian dan eksploitasi terletak pada tata kuasa. Bila komunitas memiliki peran utama, memberi persetujuan yang bebas dan diinformasikan, ikut menentukan batas-batas akses, dan memperoleh manfaat moral serta material yang adil, maka pariwisata dapat menjadi sarana pelestarian yang produktif. Tetapi bila keputusan diambil dari luar, manfaat terkonsentrasi pada perantara, dan tradisi dinilai terutama dari nilai jualnya, maka yang terjadi adalah eksploitasi dalam bahasa yang lebih halus. Prinsip-prinsip etis UNESCO sudah sangat jelas

dalam hal ini: komunitas tidak boleh diasingkan dari warisan mereka sendiri. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Pada akhirnya, pertanyaan terpenting bukan apakah budaya boleh menjadi bagian dari pariwisata, melainkan apakah pariwisata mau tunduk pada martabat budaya. Bila jawabannya ya, maka pariwisata dapat menjadi jembatan antara pelestarian dan kesejahteraan. Bila tidak, maka ia hanya akan menjadi mesin ekstraksi simbolik yang memperkaya citra destinasi sambil mengikis kehidupan budaya yang sesungguhnya. Tugas akademik, kebijakan, dan masyarakat sipil adalah memastikan bahwa dalam pertemuan antara wisata dan tradisi, yang tetap menang bukan pasar semata, melainkan manusia, memori, dan komunitas yang memberi makna pada kebudayaan itu sendiri. ([Untourism](#))

Glosarium

Pariwisata global

Aktivitas perjalanan lintas negara yang telah menjadi sistem ekonomi dan mobilitas manusia berskala besar. Pada 2025, kedatangan wisatawan internasional mencapai sekitar 1,52 miliar, menandai pemulihan dan pertumbuhan kuat pariwisata dunia. ([Untourism](#))

Pariwisata budaya

Jenis aktivitas wisata di mana motivasi utama pengunjung adalah belajar, menemukan, mengalami, dan mengonsumsi atraksi atau produk budaya, baik yang berwujud maupun tak berwujud, di suatu destinasi. ([Untourism](#))

Warisan budaya takbenda

Praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, serta objek dan ruang budaya yang diakui komunitas sebagai bagian dari warisan mereka, diwariskan antargenerasi, dan terus diciptakan kembali dalam relasi dengan lingkungan, sejarah, dan kehidupan sosial. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Pelestarian (*safeguarding*)

Langkah-langkah untuk menjamin keberlangsungan warisan budaya takbenda, termasuk identifikasi, dokumentasi, penelitian, perlindungan, promosi, penguatan, transmisi melalui pendidikan formal dan nonformal, serta revitalisasi. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Komodifikasi tradisi

Proses ketika unsur tradisi dipindahkan ke logika pasar sebagai barang, atraksi, atau pengalaman yang dapat dijual. Dalam kerangka etika UNESCO, komodifikasi disebut bersama dekontekstualisasi dan misrepresentasi sebagai ancaman yang perlu diidentifikasi dan dicegah. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Dekontekstualisasi

Pelepasan suatu praktik budaya dari konteks sosial, ritual, historis, atau ekologis asalnya sehingga ia tampil hanya sebagai bentuk luar atau pertunjukan. UNESCO mengaitkannya dengan risiko etis dalam safeguarding warisan budaya takbenda. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Misrepresentasi

Penyajian budaya secara tidak tepat, menyederhanakan, atau menyesatkan, sehingga publik menerima citra yang keliru tentang makna atau fungsi sebuah tradisi. UNESCO menempatkannya sebagai salah satu ancaman terhadap warisan budaya takbenda. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Persetujuan bebas, didahulukan, berkelanjutan, dan diinformasikan

Prinsip etis bahwa interaksi dengan komunitas pemilik warisan harus berlangsung melalui konsultasi, dialog, negosiasi, dan persetujuan yang jelas, bukan melalui pengambilan keputusan sepihak. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Pariwisata berkelanjutan

Pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini maupun masa depan, sambil menjawab kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan komunitas tuan rumah. Dalam

konteks budaya, ini mencakup penghormatan terhadap keaslian sosial-budaya komunitas dan pelestarian warisan hidup. ([Untourism](#))

Overtourism

Kondisi ketika tekanan wisata melampaui kapasitas suatu lokalitas untuk menanganinya, sehingga menimbulkan dampak negatif bagi warga, budaya, dan lingkungan. UNESCO Courier menggambarkannya sebagai proses yang mengurangi esensi suatu tempat dan mempercepat deteriorasi sosial-budaya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Transformasi fungsional destinasi

Perubahan fungsi ruang hidup, bangunan, dan layanan lokal akibat dominasi aktivitas wisata. Kasus Venesia menunjukkan bagaimana tekanan pariwisata tinggi dapat menggeser fungsi kota bersejarah dan mengancam identitas sosial-budayanya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Pariwisata berbasis komunitas

Pendekatan pariwisata yang menempatkan komunitas lokal sebagai subjek utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan distribusi manfaat, sejalan dengan prinsip UNESCO tentang partisipasi aktif komunitas dalam safeguarding warisan budaya. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Folklorisasi

Istilah analitis untuk menggambarkan keadaan ketika tradisi dipertahankan terutama sebagai pertunjukan permukaan bagi publik, sementara fungsi sosial, pengetahuan, dan makna mendalamnya melemah. Ini merupakan inferensi dari penekanan UNESCO pada viabilitas, transmisi, dan bahaya dekontekstualisasi. ([Intangible Cultural Heritage](#))

Daftar Pustaka (APA 7)

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2026, February 2). *Bali's foreign arrivals Jan–Dec 2025 rise, with Australia remaining the largest source of foreign visitors*. BPS Provinsi Bali. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2026, February 2). *Tourism overview of Bali Province, December 2025*. BPS Provinsi Bali. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

UNESCO. (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO. ([Intangible Cultural Heritage](#))

UNESCO. (2024). *Basic texts of the 2003 Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO. ([Intangible Cultural Heritage](#))

UNESCO. (n.d.). *Ethics and Intangible Cultural Heritage*. UNESCO Intangible Cultural Heritage. ([Intangible Cultural Heritage](#))

UNESCO. (n.d.). *Brief history of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. UNESCO Intangible Cultural Heritage. ([Intangible Cultural Heritage](#))

UNESCO World Heritage Centre. (n.d.). *Venice and its Lagoon*. UNESCO World Heritage Centre. ([Intangible Cultural Heritage](#))

UN Tourism. (n.d.). *Glossary of tourism terms*. UN Tourism. ([Untourism](#))

UN Tourism. (n.d.). *Sustainable development*. UN Tourism. ([Untourism](#))

UN Tourism. (n.d.). *Ethics, culture and social responsibility*. UN Tourism. ([Untourism](#))

UN Tourism. (n.d.). *Global Code of Ethics for Tourism*. UN Tourism. ([Untourism](#))

UN Tourism. (2026, January 20). *International tourist arrivals up 4% in 2025 reflecting strong travel demand around the world*. UN Tourism. ([Untourism](#))

*Rudy C Tarumingkeng: Pariwisata Global dan Komodifikasi Tradisi:
Antara Pelestarian dan Eksploitasi*

Copilot for this article - Chatgpt 5.2 Thinking. Access date: 19 March 2026.
Prompting on Writer's account ([Rudy C Tarumingkeng](#))

<https://chatgpt.com/c/69bb5e17-2b38-83a1-96d3-7ac671796909>