



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 *living heritage* yang sekaligus dapat dilestarikan maupun dieksploitasi. Dalam konteks pertumbuhan pariwisata internasional yang mencapai sekitar 1,52 miliar kedatangan wisatawan pada 2025, budaya semakin menempati posisi sentral sebagai daya tarik destinasi, terutama melalui pariwisata budaya yang berfokus pada pengalaman, pembelajaran, dan konsumsi produk maupun ekspresi budaya. ([Untourism](#))

Argumen utama tulisan ini adalah bahwa tradisi tidak boleh dipahami sekadar sebagai objek tontonan atau komoditas ekonomi, melainkan sebagai warisan budaya takbenda yang hidup, diwariskan antargenerasi, dan terus diciptakan kembali oleh komunitas pemiliknya. Dalam kerangka Konvensi UNESCO 2003, pelestarian mencakup identifikasi, dokumentasi, perlindungan, promosi, transmisi, dan revitalisasi, dengan partisipasi aktif komunitas sebagai prinsip dasarnya. Karena itu, masuknya tradisi ke dalam industri pariwisata tidak secara otomatis bersifat destruktif; dampaknya sangat ditentukan oleh struktur tata kelola, distribusi manfaat, dan penghormatan terhadap makna budaya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Makalah ini menunjukkan bahwa pariwisata dapat berfungsi sebagai sarana pelestarian apabila ia membantu meningkatkan visibilitas budaya, memperkuat kebanggaan komunitas, mendorong transmisi antargenerasi, dan mengembalikan manfaat ekonomi secara adil kepada pemilik budaya.

Pengalaman warisan budaya Indonesia seperti batik dan wayang memperlihatkan bahwa pengakuan dan eksposur global dapat membantu menjaga keberlanjutan tradisi, selama komunitas tetap memegang kendali normatif dan simbolik atas warisan tersebut. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Sebaliknya, pariwisata berubah menjadi eksploitasi ketika tradisi didekontekstualisasi, disederhanakan, dipertontonkan secara berulang untuk pasar, dan dikendalikan oleh aktor eksternal yang mengejar keuntungan ekonomi. Prinsip-prinsip etis UNESCO secara eksplisit menegaskan bahwa komunitas harus memegang peran utama dalam perlindungan warisan mereka sendiri, memberikan persetujuan yang bebas dan diinformasikan, serta memperoleh manfaat moral dan material dari penggunaannya. Risiko eksploitasi ini semakin besar dalam situasi *overtourism*, ketika tekanan wisata mengurangi kualitas hidup warga, merusak makna tempat, dan menggeser fungsi sosial-kultural suatu wilayah, sebagaimana telah menjadi perhatian dalam diskusi UNESCO Courier dan situs Warisan Dunia UNESCO mengenai Venesia. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Dengan demikian, dilema antara pelestarian dan eksploitasi tidak ditentukan semata oleh ada atau tidaknya wisata, melainkan oleh pertanyaan yang lebih mendasar: siapa yang mengendalikan narasi budaya, siapa yang menentukan batas-batas komersialisasi, dan siapa yang menikmati nilai ekonomi yang dihasilkan. Makalah ini menyimpulkan bahwa masa depan pariwisata budaya yang adil bergantung pada pergeseran dari model tontonan menuju model kemitraan, yaitu ketika komunitas lokal diperlakukan sebagai subjek, bukan objek, dan ketika pariwisata dibangun di atas prinsip keberlanjutan sosial-budaya, bukan sekadar pertumbuhan jumlah kunjungan. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Kata kunci

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

Pariwisata Global dan Komodifikasi Tradisi: Antara Pelestarian dan Eksploitasi

Pendahuluan

Pariwisata global pada abad ke-21 tidak lagi dapat dipahami sekadar sebagai perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lain untuk berlibur. Ia telah menjadi salah satu kekuatan besar yang membentuk ekonomi, identitas budaya, tata ruang, bahkan cara masyarakat lokal memandang dirinya sendiri. Data UN Tourism menunjukkan bahwa pada 2025 kedatangan wisatawan internasional mencapai sekitar 1,52 miliar, naik 4% dibanding 2024, dan menandai rekor baru pascapandemi. Angka ini memperlihatkan bahwa pariwisata bukan sektor pinggiran, melainkan salah satu mesin penting globalisasi kontemporer. ([Untourism](#))

Namun, pertumbuhan pariwisata tidak pernah sepenuhnya netral. Ketika wisata berkembang, yang diperdagangkan bukan hanya kamar hotel, tiket pesawat, dan paket perjalanan. Yang ikut dipasarkan adalah pemandangan, ritual, kerajinan, bahasa lokal, pakaian adat, kesenian pertunjukan, makanan tradisional, dan bahkan pengalaman hidup masyarakat setempat. Dalam konteks inilah muncul persoalan komodifikasi tradisi: ketika unsur-unsur budaya yang semula hidup dalam konteks sosial, spiritual, komunal, dan historis diubah menjadi produk yang dapat dikemas, dijual, dipromosikan, dan dikonsumsi. UN Tourism sendiri mendefinisikan *cultural tourism* sebagai jenis kegiatan wisata yang motivasi utama pengunjungnya adalah untuk belajar, menemukan, mengalami, dan mengonsumsi atraksi atau produk budaya, baik yang berwujud maupun tak berwujud, di suatu

destinasi. Definisi ini menunjukkan bahwa tradisi kini berada di jantung industri pariwisata budaya global. ([Untourism](#))

Di satu sisi, pariwisata dapat menjadi sarana pelestarian. Ketika warisan budaya memiliki nilai ekonomi, masyarakat dan pemerintah sering terdorong untuk merawat, mendokumentasikan, menghidupkan kembali, dan mewariskannya kepada generasi muda. Banyak tradisi yang semula meredup memperoleh energi baru karena hadirnya wisatawan, dukungan kebijakan, dan pasar kreatif. Di sisi lain, logika pasar dapat menyederhanakan tradisi menjadi tontonan, memisahkannya dari makna aslinya, mengubah ritus menjadi atraksi, dan menempatkan komunitas pemilik budaya hanya sebagai pekerja budaya dalam panggung yang dirancang pihak luar. Di titik itulah pariwisata dapat bergeser dari pelestarian menuju eksploitasi. UNESCO mengingatkan bahwa warisan budaya takbenda harus dihormati sebagai milik komunitas, kelompok, dan individu yang menciptakan, memelihara, dan mewariskannya, bukan sekadar sebagai objek konsumsi eksternal. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Esai ini berargumen bahwa hubungan antara pariwisata global dan tradisi bersifat ambivalen. Pariwisata dapat menjadi alat pelestarian bila dikelola dengan partisipasi komunitas, penghormatan terhadap makna budaya, distribusi manfaat yang adil, dan batas-batas ekologis serta sosial yang jelas. Tetapi pariwisata juga dapat menjadi mesin eksploitasi bila tradisi direduksi menjadi komoditas, keputusan diambil tanpa persetujuan komunitas, keuntungan lebih banyak dinikmati investor dan perantara, dan identitas lokal diubah agar sesuai dengan selera pasar global. Oleh sebab itu, pertanyaan kuncinya bukan apakah tradisi boleh menjadi bagian dari pariwisata, melainkan bagaimana ia diposisikan: sebagai warisan hidup yang dihormati atau sekadar sebagai bahan jualan yang dipoles. ([Untourism](#))

1. Memahami tradisi sebagai warisan hidup

Untuk membahas komodifikasi tradisi, pertama-tama kita perlu memahami apa yang dimaksud dengan tradisi itu sendiri. Dalam kerangka UNESCO, warisan budaya takbenda mencakup praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, serta 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 dan terus diciptakan kembali sebagai respons terhadap lingkungan, sejarah, dan interaksi sosial, sehingga memberi rasa identitas dan kesinambungan. Definisi ini sangat penting, sebab ia menegaskan bahwa tradisi bukan benda mati; tradisi adalah sesuatu yang hidup, berubah, dinegosiasikan, dan dimaknai terus-menerus oleh komunitasnya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Karena tradisi adalah warisan hidup, maka nilai terpentingnya bukan hanya bentuk luarnya, melainkan relasi makna yang dikandungnya. Sebuah tarian tradisional, misalnya, bukan hanya gerak tubuh yang indah; ia bisa memuat sejarah migrasi, struktur sosial, relasi gender, kosmologi, doa, penghormatan pada leluhur, atau etika kolektif. Demikian juga kerajinan tradisional tidak sekadar menghasilkan barang, tetapi juga merekam pengetahuan tentang bahan, alam, simbol, waktu, dan tata kehidupan. Ketika unsur-unsur seperti ini masuk ke industri pariwisata, yang terancam bukan hanya "bentuk" tradisinya, tetapi jalinan makna yang membuat tradisi itu hidup bagi komunitasnya. UNESCO bahkan secara eksplisit menyebut dekontekstualisasi, komodifikasi, dan misrepresentasi sebagai ancaman yang harus diidentifikasi dan dicegah dengan partisipasi aktif komunitas pemilik warisan tersebut. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Di sinilah letak perbedaan penting antara pelestarian dan pembekuan. Pelestarian bukan berarti mengawetkan tradisi dalam bentuk yang beku, seolah-olah ia tidak boleh berubah. UNESCO justru menekankan sifat dinamis dan hidup dari warisan budaya takbenda, dan menyatakan bahwa keotentikan serta eksklusivitas tidak boleh dijadikan hambatan dalam upaya pelestarian. Artinya, tradisi dapat beradaptasi dengan zaman,

termasuk memasuki ruang wisata, selama perubahan itu berlangsung dengan penghormatan pada hak komunitas, makna budaya, dan keberlanjutan jangka panjang. Yang bermasalah bukan perubahan itu sendiri, melainkan perubahan yang dipaksakan oleh pasar dan meminggirkan suara komunitas. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

2. Pariwisata global dan logika pasar budaya

Pariwisata modern bekerja melalui logika pengalaman. Wisatawan masa kini bukan hanya membeli perjalanan, tetapi membeli narasi, keaslian, emosi, dan kesan. Mereka ingin "merasakan budaya lokal", "hidup seperti warga setempat", "menyaksikan ritual otentik", atau "mencicipi tradisi asli". Permintaan semacam ini membuat tradisi menjadi sumber daya ekonomi yang sangat bernilai. Budaya bukan lagi hanya warisan simbolik, tetapi juga modal destinasi. UN Tourism menempatkan budaya secara eksplisit sebagai salah satu daya tarik utama dalam pembangunan destinasi, dan mendorong dialog antara sektor pariwisata dan sektor budaya untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. ([Untourism](#))

Tetapi ketika budaya masuk ke logika pasar, tradisi cenderung dinilai dari keterjualannya. Yang dipilih bukan selalu yang paling penting bagi komunitas, melainkan yang paling mudah dipromosikan, paling fotogenik, paling mudah dicerna wisatawan, atau paling cocok untuk kalender event. Ritus yang semula berlangsung pada waktu sakral tertentu dapat dipindahkan jadwalnya agar cocok dengan musim liburan. Tarian yang semula panjang dan penuh makna dapat dipersingkat agar sesuai dengan jadwal tur. Pakaian adat yang semula dipakai dalam konteks sosial tertentu dapat diproduksi massal sebagai souvenir. Bahasa lokal dapat dipertahankan sebagai ornamen simbolik, tetapi bukan sebagai medium pengetahuan yang sungguh hidup. Dalam kondisi ini, tradisi mengalami seleksi pasar: unsur yang "menjual" diperkuat, unsur yang sulit dijual diabaikan. ([Untourism](#))

Proses tersebut sering tampak halus karena dibungkus narasi pelestarian. Sebuah festival dapat diklaim sebagai upaya menghidupkan kembali

budaya lokal, tetapi pada saat yang sama penyelenggaraannya lebih tunduk pada sponsor, panggung media sosial, dan kebutuhan industri perjalanan daripada pada ritme budaya komunitas. Sebuah desa wisata dapat dipasarkan sebagai penjaga tradisi, tetapi justru dipaksa mengulang citra yang statis demi memenuhi imajinasi wisatawan tentang “desa asli”. Akibatnya, masyarakat lokal tidak lagi tampil sebagai subjek budaya yang bebas mengembangkan tradisinya, melainkan sebagai pemeran yang harus terus-menerus memainkan identitas yang diharapkan pasar. Di sinilah komodifikasi tradisi bekerja paling kuat: ia tidak selalu menghancurkan tradisi secara frontal, tetapi perlahan menggeser pusat maknanya dari komunitas ke konsumen. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

3. Ketika pariwisata justru membantu pelestarian

Walaupun demikian, akan terlalu sederhana bila kita langsung menyimpulkan bahwa setiap keterhubungan antara tradisi dan pariwisata pasti bersifat eksploitatif. Dalam banyak kasus, pariwisata justru menciptakan insentif untuk menjaga warisan budaya yang sebelumnya terancam hilang. Konvensi UNESCO 2003 menegaskan bahwa *safeguarding* mencakup identifikasi, dokumentasi, penelitian, pelestarian, perlindungan, promosi, penguatan, transmisi melalui pendidikan formal dan nonformal, serta revitalisasi berbagai aspek warisan budaya takbenda. Sebagian dari proses ini sering memperoleh energi baru ketika tradisi dipandang memiliki nilai sosial dan ekonomi di ruang publik yang lebih luas, termasuk melalui pariwisata budaya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Contoh Indonesia sangat menarik. UNESCO mencatat bahwa batik Indonesia, yang diinskrripsikan pada 2009 ke dalam Daftar Representatif Warisan Budaya Takbenda Kemanusiaan, bukan sekadar kain bercorak, melainkan suatu rangkaian teknik, simbolisme, dan kebudayaan yang menembus berbagai fase kehidupan masyarakat Indonesia, dari kelahiran hingga kematian, dari kehidupan sehari-hari hingga upacara khusus. Pengakuan global semacam ini telah membantu memperluas kesadaran publik, memperkuat kebanggaan nasional, dan mendorong regenerasi

pengrajin maupun pemakai. Dalam konteks tertentu, pariwisata turut memperbesar pasar dan visibilitas batik sehingga tradisi ini tidak tenggelam di tengah produk tekstil massal global. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Hal serupa dapat dilihat pada wayang. UNESCO menjelaskan bahwa wayang, yang berkembang selama sekitar sepuluh abad di Jawa dan Bali lalu menyebar ke berbagai daerah lain, merupakan bentuk penceritaan yang kaya akan kerumitan musikal, visual, dan naratif. Ketika wayang dipentaskan dalam konteks pariwisata budaya, ada potensi risiko penyederhanaan, tetapi ada pula peluang revitalisasi: lebih banyak orang mengenal wayang, lebih banyak lembaga tertarik mendukung pertunjukan, dan lebih besar kemungkinan generasi muda melihat bahwa warisan ini masih relevan dan bernilai. Dengan syarat pengelolaannya hati-hati, pariwisata dapat membantu memastikan bahwa kesenian semacam ini tetap hadir di ruang publik dan tidak sekadar menjadi arsip museum. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

UN Tourism melalui inisiatif *Best Tourism Villages* juga mendorong model pariwisata pedesaan yang menghargai kehadiran aktivitas tradisional seperti pertanian, kehutanan, peternakan, dan perikanan, serta nilai-nilai komunitas dan warisan lokal. Inisiatif ini penting karena mengirim pesan bahwa desa tidak harus menjadi "miniatur eksotik" untuk dilihat orang luar, melainkan dapat menjadi destinasi yang mengintegrasikan tradisi, lanskap, penghidupan, dan keberlanjutan. Dengan kata lain, pariwisata dapat diarahkan bukan untuk menghapus kehidupan lokal, tetapi untuk memperkuatnya. ([Untourism](#))

Dalam narasi idealnya, pariwisata budaya yang baik akan menciptakan lingkaran kebajikan. Semakin tinggi penghargaan terhadap tradisi, semakin besar insentif untuk merawatnya. Semakin besar manfaat ekonomi yang kembali ke komunitas, semakin kuat pula motivasi untuk mentransmisikan pengetahuan budaya kepada generasi muda. Semakin baik interpretasi budaya yang diberikan kepada pengunjung, semakin besar peluang

munculnya rasa hormat, bukan sekadar konsumsi visual. UN Tourism menekankan bahwa pariwisata berkelanjutan harus menghormati keaslian sosial-budaya komunitas tuan rumah, melestarikan warisan budaya yang hidup maupun yang terbangun, dan berkontribusi pada pemahaman antarbudaya. Di titik ini, pariwisata dapat menjadi sekutu pelestarian.

([Untourism](#))

4. Dari pelestarian ke pertunjukan: mekanisme komodifikasi

Masalah mulai muncul ketika relasi antara budaya dan pariwisata didominasi sepenuhnya oleh logika permintaan pasar. Komodifikasi tradisi biasanya bekerja melalui beberapa mekanisme. Pertama, terjadi penyederhanaan makna. Unsur budaya yang kompleks dipadatkan menjadi simbol yang mudah dijual. Kedua, terjadi pengulangan performatif. Tradisi yang semula memiliki konteks tertentu dipentaskan berulang-ulang untuk konsumsi wisatawan. Ketiga, terjadi pemisahan antara bentuk dan fungsi. Wujud luarnya dipertahankan, tetapi fungsi sosial atau spiritualnya memudar. Keempat, terjadi pergeseran kontrol. Penentuan bentuk, jadwal, harga, dan narasi tradisi makin ditentukan oleh operator wisata, promotor, atau investor, bukan oleh komunitas pemiliknya. Semua ini mendekatkan tradisi pada status komoditas. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

UNESCO memberikan dasar etis yang sangat jelas untuk mencegah proses ini. Prinsip-prinsip etis UNESCO menyatakan bahwa komunitas, kelompok, dan individu harus memegang peran utama dalam menjaga warisan budaya takbenda mereka sendiri; segala interaksi dengan mereka harus didasarkan pada kolaborasi yang transparan, dialog, negosiasi, konsultasi, dan persetujuan bebas, didahulukan, berkelanjutan, dan diinformasikan; serta mereka harus memperoleh manfaat dari perlindungan kepentingan moral maupun material yang timbul dari penggunaan, penelitian, dokumentasi, promosi, atau adaptasi warisan tersebut. Prinsip-prinsip ini menunjukkan bahwa persoalan komodifikasi bukan semata tentang “budaya dijual”, melainkan tentang siapa yang mengendalikan proses,

siapa yang menikmati manfaat, dan siapa yang menanggung biayanya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Komodifikasi juga sering melahirkan paradoks keaslian. Wisatawan datang mencari sesuatu yang dianggap "asli", tetapi justru kehadiran pasar wisata mendorong masyarakat lokal menyesuaikan tradisinya dengan selera pengunjung. Akibatnya, apa yang disajikan sebagai "otentik" sering kali adalah hasil rekayasa baru. Namun, seperti diingatkan UNESCO, warisan budaya takbenda memang bersifat dinamis, sehingga masalahnya bukan pada adanya perubahan, melainkan pada alienasi: ketika perubahan tidak lagi berasal dari kebutuhan, kreativitas, dan kehendak komunitas, melainkan dari tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan citra jualan. Tradisi menjadi hidup untuk pasar, tetapi melemah sebagai pengalaman hidup komunitas. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Dalam situasi ekstrem, tradisi bahkan dapat direduksi menjadi dekorasi bagi industri pariwisata. Penari, pemusik, juru ritual, pengrajin, dan penjaga pengetahuan lokal direkrut sebagai pelengkap pengalaman wisata, tetapi tidak diberi ruang yang layak dalam penentuan arah pengelolaan budaya. Mereka hadir sebagai wajah lokal dari industri yang kontrolnya berada di luar tangan mereka. Ini adalah bentuk eksploitasi yang halus karena sering tetap menampilkan simbol-simbol kebudayaan secara meriah, tetapi secara struktural meminggirkan subjek budaya itu sendiri. Budaya tampak dipuja, tetapi pelakunya tidak sungguh diberdayakan. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

5. Overtourism dan pengikisan makna tempat

Perdebatan tentang komodifikasi tradisi tidak dapat dipisahkan dari fenomena *overtourism*. UNESCO Courier menjelaskan bahwa *overtourism* merujuk pada kelebihan pariwisata yang melampaui kemampuan suatu lokalitas untuk menanganinya, dan bahwa dampaknya bukan hanya fisik, melainkan juga sosial, budaya, dan lingkungan. *Overtourism* memengaruhi warga, mengurangi esensi suatu tempat, serta berkontribusi pada deteriorasi sosial, budaya, dan ekologis. Yang penting, artikel tersebut juga

menekankan bahwa masalah ini berkembang melalui perubahan yang lambat dan sistemik, didorong oleh pihak-pihak yang ingin memaksimalkan keuntungan ekonomi. Dengan kata lain, eksploitasi budaya dalam pariwisata sering kali bukan akibat niat jahat individual, melainkan hasil dari model pertumbuhan yang menempatkan volume dan laba di atas daya dukung tempat dan martabat komunitas. ([UNESCO Courier](#))

Kasus Venesia memberikan ilustrasi yang kuat. UNESCO menyatakan bahwa tekanan pariwisata yang sangat tinggi telah menyebabkan transformasi fungsional parsial pada kota tersebut dan pusat-pusat bersejarah di lagunanya. Penurunan populasi, perubahan fungsi bangunan, dan tergantikannya aktivitas produktif serta layanan tradisional oleh kegiatan lain menunjukkan bahwa pariwisata yang berlebihan dapat mengubah bukan hanya ekonomi suatu tempat, tetapi juga struktur sosialnya. Kota tidak lagi hidup pertama-tama untuk penduduknya, melainkan untuk pengunjungnya. Ketika hal seperti itu terjadi, yang dikomodifikasi bukan hanya tradisi, tetapi seluruh kehidupan kota. ([UNESCO World Heritage Centre](#))

Secara lebih luas, overtourism mengikis makna tempat karena tempat tidak lagi dialami sebagai ruang kehidupan, melainkan sebagai panggung konsumsi. Warga lokal menghadapi kenaikan harga sewa, perubahan pola usaha, kepadatan ruang publik, dan tekanan untuk menyesuaikan lingkungan dengan selera wisatawan. Dalam jangka panjang, tradisi lokal bisa bertahan secara visual, tetapi kehilangan ekologi sosial yang memeliharanya. Upacara mungkin masih digelar, kuliner lokal masih disajikan, kerajinan masih dijual, tetapi lingkungan sosial yang membuat semuanya hidup menjadi rapuh. Itulah sebabnya UNESCO menekankan bahwa perlindungan warisan tidak dapat dipisahkan dari perlindungan komunitas dan ruang hidupnya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

6. Bali sebagai cermin ambivalensi

Dalam konteks Indonesia, Bali adalah contoh penting dari ambivalensi pariwisata budaya. Data BPS Bali menunjukkan bahwa selama Januari–Desember 2025, Bali menerima 6.948.754 kunjungan wisatawan mancanegara langsung, naik 9,72% dibanding 2024. Angka ini menegaskan betapa sentralnya Bali dalam lanskap pariwisata Indonesia dan betapa kuat daya tariknya bagi pasar global. Namun, pertumbuhan seperti ini sekaligus menimbulkan pertanyaan serius tentang tekanan terhadap lingkungan, ruang hidup, dan kebudayaan lokal. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

Bali selama puluhan tahun dipromosikan melalui citra budaya: upacara, pura, tari, musik, kerajinan, lanskap sawah, dan filosofi hidup masyarakatnya. Dalam banyak hal, pariwisata memang ikut membantu menjadikan budaya Bali dikenal luas dan memberi insentif ekonomi bagi banyak keluarga, seniman, dan pelaku usaha lokal. Tetapi justru karena budaya menjadi pusat merek destinasi, ada risiko bahwa budaya dilihat terutama sebagai aset industri. Upacara yang bagi masyarakat memiliki makna religius dan komunal bisa dibaca wisatawan sebagai tontonan visual. Desa yang sesungguhnya adalah ruang hidup bisa berubah menjadi ruang pameran identitas. Pelestarian budaya menjadi semakin rentan dikendalikan oleh kebutuhan citra destinasi, bukan oleh kebutuhan kebudayaan itu sendiri. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

Bila dibaca secara manajerial, Bali memperlihatkan bahwa destinasi budaya yang sangat berhasil justru menghadapi tantangan paling berat: bagaimana menjaga agar keberhasilan ekonomi tidak merusak modal budaya yang menjadi fondasinya. Ketika terlalu banyak ruang dialihkan untuk akomodasi, mobilitas, hiburan, dan properti pariwisata, maka hubungan masyarakat dengan tanah, ritme ritual, dan ruang bersama ikut berubah. Risiko terbesarnya bukan hilangnya simbol budaya secara langsung, melainkan bergesernya pusat gravitasi kehidupan lokal. Budaya tetap tampil di depan, tetapi kehidupan yang menopangnya terdorong ke pinggir. Dalam bahasa yang lebih tajam, yang terancam bukan hanya

kebudayaan Bali, tetapi hak masyarakat Bali untuk menentukan bentuk modernitasnya sendiri. ([Badan Pusat Statistik Provinsi Bali](#))

7. Komunitas lokal: subjek atau objek?

Pertanyaan terpenting dalam perdebatan ini adalah apakah komunitas lokal diperlakukan sebagai subjek atau objek. Konvensi UNESCO 2003 sangat tegas: negara harus mengidentifikasi dan mendefinisikan warisan budaya takbenda dengan partisipasi komunitas, kelompok, dan organisasi relevan; negara juga harus memastikan partisipasi seluas mungkin dari pihak-pihak yang menciptakan, memelihara, dan mentransmisikan warisan tersebut serta melibatkan mereka secara aktif dalam pengelolaannya. Dengan demikian, pelestarian yang sejati menuntut model tata kelola yang berbasis partisipasi, bukan representasi semu. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Bila komunitas lokal hanya diminta "ikut tampil", tetapi tidak ikut menentukan arah, maka mereka sesungguhnya sedang diobjektifikasi. Mereka diberi panggung, tetapi tidak diberi kuasa. Mereka diberi peran, tetapi bukan otoritas. Sebaliknya, bila mereka dilibatkan dalam desain atraksi, pengaturan akses, pembagian pendapatan, penentuan batas-batas kesakralan, dan narasi interpretasi budaya, maka pariwisata memiliki peluang lebih besar menjadi sarana pemberdayaan. Prinsip etis UNESCO bahkan menegaskan bahwa komunitas harus mendapat perlindungan atas kepentingan moral dan material yang lahir dari penggunaan, promosi, atau adaptasi warisan mereka, dan bahwa mereka tidak boleh diasingkan dari warisan itu sendiri. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Dalam praktiknya, peralihan dari objek ke subjek ini sangat menentukan. Bayangkan dua desa wisata dengan tradisi tenun yang sama. Di desa pertama, desain tur, harga, jadwal demonstrasi, bahkan jenis motif yang diproduksi ditentukan oleh operator eksternal; para penenun hanya menjadi pemasok. Di desa kedua, komunitas menetapkan sendiri jenis pengalaman yang boleh diakses wisatawan, mengatur ritme produksi, melindungi motif tertentu yang sakral, melatih generasi muda, dan

mengelola sebagian pendapatan untuk pendidikan budaya. Kedua desa sama-sama “menjual budaya”, tetapi struktur kekuasaannya berbeda secara mendasar. Yang pertama cenderung menuju eksploitasi; yang kedua lebih dekat pada pelestarian yang produktif. Prinsip UNESCO tentang persetujuan, konsultasi, dan manfaat material memberi dasar etik yang kuat untuk membedakan keduanya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

8. Tradisi, generasi muda, dan risiko folklorisasi

Salah satu argumen yang sering digunakan untuk membenarkan komodifikasi adalah bahwa selama tradisi masih dipentaskan, berarti ia masih hidup. Argumen ini tidak selalu benar. Tradisi bisa sering dipentaskan, tetapi justru semakin kosong bagi generasi muda komunitasnya. Anak-anak dan remaja dapat mahir menampilkan ritual atau tarian untuk turis, tetapi tidak lagi memahami kosmologi, etika, cerita, atau bahasa yang menopang praktik itu. Dalam situasi ini terjadi apa yang dapat disebut *folklorisasi*: budaya diubah menjadi penampilan permukaan yang mudah dikonsumsi, sementara kandungan pengetahuan dan nilai yang lebih dalam melemah. UNESCO menegaskan pentingnya pendidikan formal maupun nonformal, program penyadaran, dan transmisi antargenerasi justru untuk menjaga agar warisan budaya tetap viabel, bukan hanya terlihat hidup di panggung. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Pariwisata memang bisa menarik minat generasi muda untuk tetap bertahan di kampung atau mempelajari tradisi keluarga karena ada peluang ekonomi. Tetapi bila orientasi ekonomi terlalu dominan, generasi muda juga dapat melihat tradisi semata-mata sebagai sumber pendapatan, bukan sebagai bagian dari identitas dan tanggung jawab kolektif. Mereka mungkin belajar bentuk luarnya, tetapi tidak merasa memiliki kedalaman maknanya. Karena itu, keberhasilan pelestarian tidak dapat diukur hanya dari ramainya festival atau banyaknya unggahan media sosial, melainkan dari apakah generasi penerus sungguh memperoleh ruang untuk memahami, menafsirkan, dan mengembangkan tradisi itu sebagai milik mereka sendiri. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

9. Etika representasi dan masalah salah tafsir

Komodifikasi tradisi juga menimbulkan persoalan representasi. Ketika tradisi dipasarkan ke audiens global, sering kali ia harus disederhanakan ke dalam narasi singkat: eksotik, mistik, spiritual, ramah, asli, kuno, atau damai. Narasi semacam ini memang efektif untuk pemasaran, tetapi dapat mereduksi kompleksitas budaya dan menciptakan stereotip. Sebuah komunitas lalu tidak dilihat sebagai masyarakat modern yang dinamis, melainkan sebagai pembawa identitas tertentu yang dibekukan untuk konsumsi luar. UNESCO memperingatkan bahaya misrepresentasi dan menegaskan bahwa masyarakat pemilik warisan harus berperan penting dalam menentukan apa yang dianggap ancaman, termasuk dekontekstualisasi, komodifikasi, dan salah penyajian. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Masalah representasi menjadi semakin tajam di era media digital. Foto, video pendek, dan narasi promosi cenderung menonjolkan aspek visual yang paling mencolok, sementara konteks sosial-historisnya hilang. Ritual ditampilkan sebagai pemandangan indah; kerajinan dilihat sebagai latar yang estetik; pakaian adat dipahami sebagai kostum. Karena itu, etika pariwisata budaya hari ini tidak bisa berhenti pada pengelolaan fisik destinasi, tetapi juga harus menyentuh produksi narasi. Siapa yang menulis cerita tentang budaya lokal? Siapa yang memutuskan mana yang layak ditampilkan? Mana yang boleh difoto dan mana yang tidak? Tanpa etika representasi, promosi pariwisata dapat menjadi bentuk kolonisasi simbolik yang halus. ([Untourism](#))

10. Distribusi manfaat: siapa yang menikmati nilai ekonomi?

Tegangan antara pelestarian dan eksploitasi pada akhirnya selalu kembali ke soal distribusi manfaat. Bila tradisi dijadikan sumber daya wisata, siapa yang memperoleh keuntungan terbesar? Apakah komunitas lokal menerima bagian yang adil, atau justru nilai terbesar dinikmati hotel, platform perjalanan, investor properti, operator tur, dan merek global? Prinsip etis UNESCO menyatakan dengan jelas bahwa komunitas yang

menciptakan warisan budaya takbenda harus memperoleh manfaat dari kepentingan material dan moral yang timbul dari penggunaannya. Ini berarti keadilan ekonomi bukan unsur tambahan, melainkan bagian dari pelestarian itu sendiri. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Dalam praktik global, ketimpangan distribusi manfaat sering menjadi inti dari eksploitasi budaya. Desa adat atau komunitas kerajinan dapat menjadi wajah destinasi, tetapi laba utama justru mengalir ke pusat-pusat ekonomi yang jauh dari lokasi budaya tersebut. Masyarakat lokal memperoleh pendapatan harian atau musiman, sementara hak atas merek, distribusi global, dan kapitalisasi nilai budaya berada di tangan pihak lain. Pada titik ini, tradisi berfungsi sebagai bahan baku simbolik bagi industri pengalaman. Ia dipanen, dikemas, dan dipasarkan, tetapi tidak cukup menguatkan kapasitas jangka panjang komunitas pemiliknya. Karena itu, bila kita ingin membedakan pelestarian dari eksploitasi, indikator pentingnya adalah apakah komunitas menjadi semakin berdaya atau justru semakin tergantung. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

11. Pariwisata berkelanjutan sebagai jalan tengah yang sulit

UN Tourism mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan masa kini maupun masa depan, sambil menjawab kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan komunitas tuan rumah. Dalam konteks budaya, ini berarti destinasi tidak boleh hanya mengejar jumlah kunjungan, tetapi harus menjaga keaslian sosial-budaya komunitas tuan rumah dan memastikan manfaat jangka panjang bagi mereka. Secara normatif, ini adalah jalan tengah yang sangat masuk akal. Tetapi dalam praktik, jalan tengah ini sulit karena berbenturan dengan insentif ekonomi jangka pendek, kompetisi antar destinasi, dan tekanan untuk terus menaikkan arus wisatawan. ([Untourism](#))

Karena itu, pariwisata berkelanjutan tidak bisa hanya berhenti pada slogan. Ia memerlukan keberanian menetapkan batas: batas kunjungan, batas komersialisasi, batas fotografi, batas akses pada ruang sakral, batas

pembangunan akomodasi, dan batas penggunaan simbol budaya untuk pemasaran. Ia juga memerlukan kelembagaan: forum partisipasi komunitas, mekanisme pembagian pendapatan, pendidikan interpretasi budaya untuk pemandu dan pengunjung, serta perlindungan hukum atas ekspresi budaya tertentu. Tanpa instrumen konkret semacam ini, istilah “berkelanjutan” mudah berubah menjadi label pemasaran yang justru menutupi praktik eksploitatif. ([Untourism](#))

12. Model yang lebih adil: dari tontonan ke kemitraan

Apa bentuk pariwisata budaya yang lebih adil? Pertama, tradisi harus dipandang sebagai *living heritage*, bukan sekadar aset pariwisata. Artinya, fungsi sosial dan makna internalnya harus diutamakan di atas kebutuhan pasar. Kedua, komunitas pemilik budaya harus memegang posisi menentukan dalam tata kelola. Persetujuan yang bebas, didahulukan, berkelanjutan, dan diinformasikan harus menjadi prinsip dasar, bukan formalitas administratif. Ketiga, manfaat ekonomi harus kembali secara nyata ke komunitas melalui skema pendapatan, pelatihan, penguatan kelembagaan, dan regenerasi budaya. Keempat, interpretasi budaya harus jujur, kontekstual, dan menghormati kompleksitas, bukan sekadar menjual eksotisme. Kelima, ukuran keberhasilan destinasi tidak boleh hanya jumlah wisatawan, tetapi juga kesehatan sosial-budaya komunitas. Semua ini sejalan dengan prinsip-prinsip UNESCO dan UN Tourism. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Dalam model seperti itu, wisatawan tidak datang hanya untuk menonton budaya, tetapi untuk belajar menghormatinya. Operator tidak bertindak hanya sebagai penjual pengalaman, tetapi sebagai mediator yang bertanggung jawab. Pemerintah tidak semata-mata mengejar devisa, tetapi menjaga keseimbangan antara ekonomi, identitas, dan hak komunitas. Sekolah lokal dan lembaga budaya tidak ditempatkan di pinggir, melainkan menjadi pusat regenerasi pengetahuan. Bila semua itu berjalan, pariwisata dapat menghasilkan modernisasi yang tidak memutus akar budaya. Tradisi

bukan dikorbankan demi wisata, melainkan diberi ruang untuk bertahan dan bertransformasi secara bermartabat. ([Untourism](#))

Penutup

Pariwisata global dan komodifikasi tradisi berada dalam hubungan yang penuh ketegangan. Di satu sisi, pertumbuhan pariwisata global yang sangat besar membuka peluang ekonomi, visibilitas budaya, dan revitalisasi warisan lokal. Banyak tradisi memperoleh ruang hidup baru karena dihargai tidak hanya secara simbolik, tetapi juga secara ekonomi. Pengakuan UNESCO terhadap warisan budaya takbenda seperti batik dan wayang memperlihatkan bahwa warisan hidup dapat memasuki ruang global tanpa harus kehilangan martabatnya, asalkan prosesnya berorientasi pada pelestarian, pendidikan, dan partisipasi komunitas. ([Untourism](#))

Di sisi lain, pariwisata juga dapat menjadi mesin yang mengubah tradisi menjadi komoditas. Ketika budaya dikendalikan oleh logika volume, citra, dan laba, maka makna sosial-spiritualnya dapat menyusut, pelakunya terpinggirkan, dan komunitas kehilangan kuasa atas narasi maupun manfaat ekonominya. Overtourism menunjukkan bahwa eksploitasi budaya hampir selalu terkait dengan eksploitasi ruang hidup, pergeseran fungsi tempat, dan merosotnya kualitas hidup warga. Venesia dan banyak destinasi budaya lain memberi pelajaran bahwa keberhasilan pariwisata yang tidak dibatasi dapat merusak justru apa yang membuat tempat itu bernilai. ([UNESCO Courier](#))

Karena itu, dikotomi "pelestarian versus eksploitasi" sebetulnya tidak ditentukan oleh fakta bahwa tradisi masuk ke ranah wisata, melainkan oleh tata kuasa yang mengatur proses tersebut. Bila komunitas lokal menjadi subjek, manfaat didistribusikan secara adil, persetujuan dijunjung, dan makna budaya tetap dihormati, maka pariwisata dapat menjadi sarana pelestarian yang produktif. Tetapi bila tradisi dipentaskan tanpa kendali komunitas, disederhanakan untuk pasar, dan dijadikan alat ekstraksi ekonomi, maka yang terjadi adalah eksploitasi terselubung. Di tengah arus pariwisata global yang terus tumbuh, tugas terbesar kita bukan sekadar

mempromosikan budaya, melainkan memastikan bahwa budaya tetap menjadi rumah makna bagi komunitas yang melahirkannya. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Glosarium

Pariwisata global: sistem perjalanan lintas negara yang telah menjadi salah satu sektor ekonomi dan mobilitas manusia terbesar di dunia; pada 2025 kedatangan wisatawan internasional mencapai sekitar 1,52 miliar. ([Untourism](#))

Pariwisata budaya: jenis kegiatan wisata yang motivasi utamanya adalah untuk 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 terkait yang diakui komunitas sebagai bagian dari warisan mereka, diwariskan antargenerasi, dan terus diciptakan kembali. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Pelestarian (*safeguarding*): langkah-langkah untuk menjamin keberlangsungan warisan budaya takbenda, termasuk identifikasi, dokumentasi, penelitian, perlindungan, promosi, transmisi melalui pendidikan, dan revitalisasi. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Komodifikasi tradisi: proses ketika unsur tradisi diubah menjadi produk, atraksi, atau pengalaman yang dikemas untuk konsumsi pasar wisata, sering kali dengan risiko dekontekstualisasi dan penyederhanaan makna. UNESCO memasukkannya sebagai salah satu ancaman yang perlu dikenali dan dicegah oleh komunitas. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Tradisi sebagai *living heritage*: pandangan bahwa tradisi bukan benda mati atau peninggalan beku, melainkan warisan hidup yang dinamis, berubah, dan tetap memiliki makna bagi komunitas pemiliknya. Prinsip etis

UNESCO menegaskan bahwa sifat dinamis ini harus dihormati. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Persetujuan bebas, didahulukan, berkelanjutan, dan diinformasikan: prinsip etis bahwa setiap interaksi yang menyangkut warisan budaya takbenda harus berlangsung melalui kolaborasi transparan, dialog, konsultasi, dan persetujuan komunitas yang relevan. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Manfaat moral dan material: hak komunitas pemilik budaya untuk memperoleh keuntungan simbolik maupun ekonomi dari penggunaan, penelitian, promosi, dokumentasi, atau adaptasi warisan budaya mereka. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Overtourism: kondisi kelebihan pariwisata yang melampaui kemampuan suatu lokalitas untuk menanganinya, sehingga berdampak negatif pada warga, mengurangi esensi tempat, dan mempercepat deteriorasi sosial, budaya, serta lingkungan. ([UNESCO Courier](#))

Keberlanjutan sosial-budaya: prinsip bahwa pembangunan pariwisata harus menghormati keaslian sosial-budaya komunitas tuan rumah, menjaga warisan hidup, dan memberi manfaat jangka panjang secara adil. ([Untourism](#))

Subjek budaya: posisi komunitas lokal sebagai pemilik, penafsir, dan pengelola utama warisan budayanya sendiri. Konvensi UNESCO menekankan partisipasi seluas mungkin komunitas dalam identifikasi dan pengelolaan warisan. ([UNESCO Intangible Cultural Heritage](#))

Folklorisasi: kecenderungan menjadikan tradisi terutama sebagai penampilan permukaan atau simbol visual untuk pertunjukan publik, sementara kedalaman pengetahuan, nilai, dan konteks hidupnya melemah. Ini merupakan risiko ketika tradisi lebih sering dipentaskan daripada diwariskan secara bermakna. Inference based on UNESCO's emphasis on viability, transmission, and the risks of decontextualization. ([UNESCO 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 contributor overall*. BPS Provinsi Bali.

Cheer, J. M. (2024, August 14). *Travel without leaving a trace*. *The UNESCO Courier*.

UN Tourism. (n.d.). *Ethics, culture and social responsibility*. UN Tourism.

UN Tourism. (n.d.). *Sustainable development*. UN Tourism.

UN Tourism. (n.d.). *Tourism and culture*. UN Tourism.

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

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

UNESCO. (n.d.). *Ethics and intangible cultural heritage*. UNESCO Intangible Cultural Heritage.

UNESCO. (n.d.). *Indonesian batik*. UNESCO Intangible Cultural Heritage.

UNESCO. (n.d.). *Wayang puppet theatre*. UNESCO Intangible Cultural Heritage.

UNESCO World Heritage Centre. (n.d.). *Venice and its Lagoon*. UNESCO World Heritage Centre.

Saya juga bisa lanjutkan dengan **ilustrasi cover satu halaman** untuk topik ini.

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>