

Persepsi Komunikasi Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata Budaya Berbasis Multikultural di Pulau Lombok

Ni Nyoman Harnika, I Wayan Sutama
Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram
Email: nyomanharnika@gmail.com

Abstract

Keywords :
Cultural Tourism;
Stakeholder
Perception;
Multiculturalism;
Tourism
Communication;
Cultural
Commodification;
Lombok

The development of multicultural-based cultural tourism on Lombok Island presents the threat of cultural commodification and marginalization of local communities. This study aims to analyze stakeholder perceptions of the development of multicultural cultural tourism in Lombok, covering four dimensions, namely cultural heritage preservation, economic impact, socio-cultural impact, and market demand. With a qualitative case study approach, this study involved 48 informants consisting of the community, government, academics, media, cultural experts, and tourists in three destinations, namely Lingsar Temple, Medana Tomb, and Batu Dendeng Tomb. Data collection was carried out through participant observation, in-depth interviews, and documentation. The results of the study show that all stakeholders have a positive perception, recognizing multiculturalism as a fundamental asset that strengthens social cohesion and cultural identity. The economic impact is felt significantly but still seasonal through the trade sector, parking services, and tour guides. From a socio-cultural perspective, the tradition of worship and joint pilgrimage functions as a medium of intercultural communication that strengthens tolerance and harmony. Participationally communicated cultural commodification can bridge the revitalization of traditions and the strengthening of local community agency in negotiating authenticity. This study recommends strengthening community participation, developing adaptive marketing communication models, and destination policies that respect cultural diversity for sustainable and inclusive tourism in Indonesia.

Abstrak

Kata Kunci :
Pariwisata
Budaya; Persepsi
Stakeholder;
Multikulturalisme;
Komunikasi
Pariwisata;
Komodifikasi
Budaya; Lombok

Pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural di Pulau Lombok menghadirkan ancaman komodifikasi budaya dan marginalisasi masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pemangku kepentingan terhadap pengembangan pariwisata budaya multikultural di Lombok, mencakup empat dimensi yaitu pelestarian warisan budaya, dampak ekonomi, dampak sosial budaya, dan permintaan pasar. Dengan pendekatan studi kasus kualitatif, penelitian ini melibatkan 48 informan yang terdiri dari masyarakat, pemerintah, akademisi, media, budayawan, dan wisatawan di tiga destinasi, yaitu Pura Lingsar, Makam Medana, dan Makam Batu Dendeng. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan seluruh pemangku kepentingan memiliki persepsi positif, mengakui multikulturalisme sebagai aset fundamental yang memperkuat kohesi sosial dan identitas budaya. Dampak ekonomi dirasakan signifikan namun masih bersifat musiman melalui sektor perdagangan, jasa parkir, dan pemanduan wisata. Dari sisi sosial budaya, tradisi persembahyangan dan ziarah bersama berfungsi sebagai medium komunikasi antarbudaya yang memperkuat toleransi dan kerukunan. komodifikasi budaya yang dikomunikasikan secara partisipatif dapat menjembatani revitalisasi tradisi dan penguatan agensi masyarakat lokal dalam menegosiasikan otentisitas. Penelitian ini merekomendasikan penguatan partisipasi masyarakat, pengembangan model komunikasi pemasaran adaptif, serta kebijakan destinasi yang menghormati keragaman budaya demi pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif di Indonesia.

PENDAHULUAN

Pariwisata budaya telah menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi negara berkembang terutama yang memiliki kekayaan warisan budaya dan keragaman etnis (Husain et al., 2024). Indonesia, dengan lebih dari 1.300 kelompok etnis dan beragam tradisi budaya, menempatkan pariwisata budaya sebagai pilar utama dalam upaya diversifikasi ekonomi dan pelestarian warisan nasional (Choirunnisa & Karmilah, 2022). Namun, pengembangan pariwisata budaya melibatkan kompleksitas interaksi antara berbagai pemangku kepentingan (stakeholders) yang memiliki kepentingan, persepsi, dan harapan yang beragam.

Pulau Lombok merupakan salah satu destinasi prioritas nasional dalam program 10 Bali Baru telah mengalami transformasi pariwisata yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Kurniati & Suryanto, 2023). Data Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, hingga Oktober 2025, kunjungan wisatawan ke Lombok telah mencapai sekitar 2,09 juta kunjungan, mendekati target tahunan sebesar 2,3 juta wisatawan. Angka ini menempatkan Lombok sebagai penyumbang sekitar setengah dari total 2,4 juta wisatawan yang berkunjung ke Nusa Tenggara Barat. Provinsi memproyeksikan 2,5 juta wisatawan domestik dan internasional akan datang ke Lombok dan Pulau Sumbawa pada tahun 2025 (Septiawan, 2022). Pertumbuhan kunjungan wisatawan asing ke NTB terus meningkat setiap tahunnya .

Pertumbuhan ini tidak terlepas dari berbagai investasi infrastruktur termasuk Proyek Mandalika yang menekankan pengembangan ekowisata dengan konservasi ruang hijau dan resor mewah ramah lingkungan (Limarandani et al., 2025; Zitri et al., 2025). Investasi dalam pengembangan resor, termasuk kemitraan dengan merek internasional, menandakan kepercayaan sektor swasta yang kuat terhadap potensi pariwisata Lombok. (Fallon, 2001) menemukan pengembangan pariwisata di Lombok Selatan telah mengakibatkan meningkatnya kecemasan dan konflik di antara para pemangku kepentingan akibat perampasan tanah, kompensasi yang tidak memadai bagi masyarakat lokal yang tergusur oleh ITDC, degradasi budaya dan lingkungan, serta ketidakpastian mengenai masa depan mata pencaharian ekonomi para pemangku kepentingan. Ini mengindikasikan adanya kesenjangan yang mengkhawatirkan antara narasi pembangunan yang diusung pemerintah dan realitas yang dialami masyarakat di tingkat lokal (Wardana et al., 2025). Di samping itu, para pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses pengambilan Keputusan minim kolaborasi, transparansi, dan komunikasi, serta suara-suara lokal yang kurang terwakili (Schellhorn, 2010).

Pariwisata budaya didefinisikan sebagai bentuk pariwisata yang memanfaatkan warisan budaya, baik tangible maupun intangible, sebagai daya tarik utama destinasi (Ruhanen & Whitford, 2019; Smith et al., 2010). Dalam konteks Indonesia, pariwisata budaya menghadapi tantangan ganda: memanfaatkan kekayaan warisan budaya untuk pembangunan ekonomi di satu sisi, dan melestarikan keaslian serta integritas komunitas lokal di sisi lain (Kausar & Nishikawa, 2010). Pariwisata budaya dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi dan pelestarian budaya, namun juga berisiko mengubah tradisi yang hidup menjadi pertunjukan performatif semata untuk konsumsi wisatawan. Peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata budaya telah

menjadi perhatian utama dalam literatur pariwisata kontemporer. Hambatan utama dalam pengelolaan pariwisata budaya adalah kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan dalam merancang, mengelola, dan memasarkan pariwisata budaya (Canavan, 2016; McCamley & Gilmore, 2018). Studi tentang pariwisata warisan budaya takbenda menegaskan bahwa pariwisata warisan budaya takbenda merupakan proses konstruksi sosial oleh para pemangku kepentingan melalui transaksi, koordinasi, alienasi kepentingan, dan pembagian tanggung jawab (Yang et al., 2016).

Di Indonesia, kolaborasi pemangku kepentingan dalam pariwisata budaya semakin mendapat perhatian. Kementerian Pariwisata dan Kementerian Kebudayaan secara resmi bergabung untuk mempromosikan warisan budaya Indonesia sebagai daya tarik wisata utama, baik di dalam maupun luar negeri, melalui nota kesepahaman yang diharapkan membuka peluang baru untuk kolaborasi dalam memanfaatkan budaya sebagai daya tarik wisata utama. Keunikan demografis Pulau Lombok terletak pada keragaman etnis dan agama yang hidup berdampingan secara harmonis. Masyarakat Lombok terdiri dari suku Sasak sebagai kelompok mayoritas, serta komunitas Bali, Tionghoa, dan berbagai etnis lainnya, yang masing-masing membawa tradisi, ritual, dan bentuk seni yang khas (Sutama et al., 2025). Keberagaman ini menjadi identitas budaya dan modal sosial bagi pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural.

Situs-situs seperti Kemaliq Lingsar, digunakan bersama oleh umat Hindu dan Islam Watu Telu untuk melakukan persembahyangan, menjadi bukti nyata praktik toleransi yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat Lombok (Sudiartawan & Sutama, 2022). situs-situs multikultural di Lombok menjadi ruang hidup di mana identitas, spiritualitas, dan ekonomi saling terkait. Salah satu isu dalam pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural adalah komodifikasi budaya proses transformasi praktik budaya, ritual, dan artefak menjadi komoditas di pasar wisata (Juniartha, 2020). Di Indonesia, tantangan komodifikasi budaya semakin mendesak seiring dengan meningkatnya arus wisatawan. di Bali, sektor pariwisata berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, serta mengakibatkan degradasi lingkungan, komodifikasi budaya, dan ketegangan sosial. Masyarakat lokal merespons tantangan ini melalui strategi negosiasi budaya dan partisipasi aktif dalam pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat.

Meskipun literatur tentang pariwisata budaya, persepsi stakeholder, dan komodifikasi budaya telah banyak dilakukan, namun sebagian besar berfokus pada aspek ekonomi dan infrastruktur, sementara dimensi sosial-budaya dan persepsi pemangku kepentingan masih kurang

tereskplorasi secara mendalam. Penelitian ini mengisi kesenjangan dengan menganalisis secara komprehensif persepsi para pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural di Pulau Lombok, dengan fokus pada tiga destinasi utama: Pura Lingsar, Makam Medana, dan Makam Batu Dendeng karena Ketiga destinasi merepresentasikan praktik multikulturalisme berintegrasi dalam satu ruang ritual. Penelitian ini mengacu pada kerangka teoritis Teori Pemangku Kepentingan untuk menganalisis peran, kepentingan, dan relasi kuasa antar-kelompok pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata budaya; dan Teori Akomodasi Komunikasi untuk memahami bagaimana para pemangku kepentingan menyesuaikan strategi komunikasi mereka dalam menegosiasikan identitas budaya di tengah tekanan pariwisata.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (case study design). Pemilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada fenomena persepsi pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural merupakan realitas sosial yang kompleks dan kontekstual (Yin, 2018). Desain studi kasus digunakan untuk memahami fenomena kontemporer dalam setting kehidupan nyata, di mana batas antara fenomena dan konteksnya tidak selalu jelas. Penelitian ini dilaksanakan di tiga destinasi wisata budaya yang merepresentasikan praktik multikulturalisme di Pulau Lombok, yaitu Pura Lingsar (Kabupaten Lombok Barat), Makam Medana (Kabupaten Lombok Utara), dan Makam Batu Dendeng (Kabupaten Lombok Tengah). Informan penelitian ditentukan melalui teknik purposive dengan kriteria meliputi: pengetahuan dan pengalaman langsung terkait pengembangan pariwisata, serta keterlibatan aktif dalam pengelolaan, pelestarian, atau pemanfaatan warisan budaya di destinasi tersebut. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga metode utama, yaitu observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Cresswell, 2009). Observasi partisipan dilakukan dengan cara peneliti terlibat secara langsung dalam aktivitas keseharian masyarakat dan pelaksanaan ritual di ketiga destinasi, untuk memahami secara emik praktik multikulturalisme dijalankan dan memengaruhi praktik tersebut. Wawancara mendalam dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Analisis data dilakukan secara induktif dengan mengikuti model analisis interaktif (Miles et al., 2014), yang mencakup tiga alur kegiatan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Heterogenitas Persepsi dan Strategi Komunikasi Pemangku Kepentingan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa para pemangku kepentingan di ketiga destinasi memiliki persepsi yang beragam terhadap pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural, dan keragaman persepsi tersebut dikomunikasikan melalui strategi yang berbeda sesuai dengan posisi dan kepentingan masing-masing kelompok. Temuan ini sejalan dengan Stakeholder Theory yang mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai setiap individu atau kelompok yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh operasional suatu organisasi (Davila, 2024). Masyarakat lokal, yang terdiri dari komunitas Sasak, Hindu Bali, dan Budha, mengkomunikasikan persepsi mereka melalui narasi kekerabatan dan identitas (Trisnawati et al., 2015). Informan Suparlan menjelaskan, masyarakat di Kecamatan Lingsar hidup berdampingan dengan saling toleransi dan menghormati antar pemeluk agama, yang terbukti dalam pelaksanaan Pujawali di Pura Lingsar secara bergotong royong (Sutama, 2021). Narasi ini menekankan bahwa warisan budaya dipandang sebagai sumber daya untuk membina kohesi sosial. Strategi komunikasi yang digunakan bersifat emosional dan kultural, mengutamakan nilai-nilai turun-temurun dan kekerabatan yang telah terjalin sejak zaman leluhur. Pernyataan Nyoman Artana menegaskan bahwa masyarakat memiliki toleransi dan kebersamaan yang tinggi, dan belum pernah terjadi konflik yang dipicu oleh agama.

Pemerintah daerah, yang diwakili oleh Dinas Pariwisata Provinsi NTB dan Kabupaten, mengomunikasikan persepsi mereka melalui narasi potensi ekonomi dan pengembangan strategis. Informan Oka Santosa dari Dinas Pariwisata Lombok Barat menyatakan bahwa kebudayaan di Pura Lingsar beraneka ragam dan harus dipertahankan sebagai warisan budaya serta dijaga kelestariannya, dengan tetap melihat potensinya sebagai daya tarik wisata. Strategi komunikasi pemerintah bersifat top-down dan birokratis, berfokus pada kerangka kerja strategis yang menghargai dan mengintegrasikan identitas budaya yang beragam untuk mendiversifikasi penawaran pariwisata dan memposisikan Lombok sebagai tujuan pariwisata budaya (Sayuti, 2023). Sektor swasta dan operator pariwisata, sebagaimana pernyataan para pengelola dan pokdarwis, cenderung membingkai multikulturalisme sebagai peluang komersial. Mereka berfokus pada daya tarik budaya bagi wisatawan, dengan strategi komunikasi yang bersifat pragmatis dan pasar-sentris. Hal ini terlihat dari pernyataan Imran selaku Pokdarwis Lingsar yang menyatakan pengembangan wisata Pura Lingsar akan bermanfaat bagi desa melalui pemasukan dari karcis masuk.



Sumber : Dokumen Peneliti, 2024

Gambar 1.1 Ritual persembahyangan bersama Umat Islam Watu Telu di Kemaliq Lingsar

Akademisi dan budayawan mengomunikasikan persepsi mereka melalui narasi pelestarian dan kritis. Informan Wahyu Khalid selaku akademisi menekankan bahwa pengembangan pariwisata budaya membuka lapangan kerja namun tidak luput dari ancaman komodifikasi budaya. Sementara itu, budayawan Nyoman Sugita melihat keberagaman budaya sebagai warisan yang harmonis dan harus tetap dilestarikan. Strategi komunikasi kelompok ini bersifat analitis dan reflektif, berupaya menjembatani kepentingan ekonomi dengan nilai-nilai pelestarian. Keragaman persepsi dan strategi komunikasi ini mencerminkan apa yang dalam literatur komunikasi pariwisata disebut sebagai penta-helix communication model, yang melibatkan lima aktor utama: pemerintah, akademisi, masyarakat, media, dan sektor swasta (Lei et al., 2023). Temuan penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural memerlukan upaya kolaboratif untuk menyeimbangkan prioritas ekonomi, budaya, dan sosial. Kolaborasi pemangku kepentingan dalam pariwisata warisan budaya sangat ditentukan oleh visi bersama, kepercayaan mutual, kejelasan peran, alokasi sumber daya, dan komunikasi yang terbuka.

Namun demikian, temuan juga mengungkapkan adanya potensi kesenjangan komunikasi antar kelompok pemangku kepentingan. Meskipun secara normatif semua kelompok menyatakan dukungan terhadap pengembangan pariwisata, cara mereka mengomunikasikan dan memaknai multikulturalisme berbeda secara signifikan. Masyarakat lokal lebih menekankan pada aspek

identitas dan kohesi sosial, pemerintah pada aspek ekonomi dan strategi pembangunan, swasta pada aspek komersialisasi, dan akademisi/budayawan pada aspek pelestarian kritis. Kesenjangan ini, jika tidak dikelola dengan baik, berpotensi menimbulkan konflik kepentingan dan menghambat pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.



Sumber : Dokumen peneliti, 2024

Gambar 5. 1 Pelaksanaan Ritual Perang Topat di Pura Lingsar

Komodifikasi Budaya sebagai Arena Negosiasi Makna dan Komunikasi Pemasaran

Berdasarkan temuan data, komodifikasi budaya sebagai proses transformasi praktik budaya, ritual, dan artefak menjadi komoditas menjadi arena negosiasi makna dan komunikasi pemasaran di antara para pemangku kepentingan. Dalam konteks pariwisata multikultural di Lombok, ritual-ritual seperti Perang Topat di Pura Lingsar dan ziarah makam di Makam Medana serta Makam Batu Dendeng mengalami proses signifikasi yang kompleks. Pada tingkat denotasi, Perang Topat adalah ritual persembahan yang melibatkan masyarakat Hindu dan Islam Watu Telu sebagai bentuk syukur dan permohonan kesuburan. Namun, pada tingkat konotasi, ritual ini telah menjadi atraksi wisata yang dikemas untuk memenuhi ekspektasi pasar—sebuah tontonan budaya yang eksotis dan fotogenik. Pada tingkat mitos, Perang Topat telah menjadi simbol harmoni multikultural Lombok yang dikomunikasikan secara luas melalui berbagai materi promosi pariwisata. Penelitian tentang komodifikasi budaya dalam seni Jaranan di Indonesia, misalnya, menemukan bahwa analisis semiotika Barthes mengungkap berbagai bentuk dan tawaran tarian yang dikonseptualisasikan sebagai upaya mencari keuntungan.



Sumber dokumen Peneliti 2024

Gambar 5. 2 Seorang Wisatawan Melakukan Ziarah di Makam Batu Dendeng

Para pemangku kepentingan juga memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap proses komodifikasi. Masyarakat lokal, sebagaimana diungkapkan oleh informan Suparlan dan Sabudi, melihat komodifikasi sebagai peluang ekonomi yang tidak terpisahkan dari praktik ritual. Mereka menyadari bahwa kehadiran wisatawan meningkatkan pendapatan mereka dari penjualan, menyewakan perlengkapan, dan menjadi pemandu lokal. Mereka juga menekankan bahwa esensi ritual tetap dipertahankan dimana mereka masih melaksanakan persembahyangan secara bersama-sama dengan sarana yang sama, hanya saja kini disaksikan oleh wisatawan. Masyarakat lokal turut menjadi aktor aktif yang melakukan negosiasi untuk mempertahankan inti budaya sambil mengambil keuntungan ekonomi. Pemerintah daerah, sebagaimana pernyataan Ida Santosa dan Lale Nurmala, mengomunikasikan komodifikasi sebagai strategi pembangunan yang sah yang menekankan manfaat ekonomi berupa peningkatan pendapatan masyarakat dan pemasukan daerah meski pemerintah juga menyadari potensi negatif dari komodifikasi. Strategi komunikasi pemerintah dalam konteks ini adalah mengelola persepsi dengan secara aktif mengomunikasikan narasi tentang pelestarian melalui pemanfaatan ekonomi untuk melegitimasi kebijakan pengembangan pariwisata.

Sektor swasta dan operator pariwisata, sebagaimana terlihat dalam pernyataan para pokdarwis, mengomunikasikan komodifikasi sebagai peluang bisnis yang harus dimaksimalkan dengan peningkatan jumlah kunjungan dan pendapatan, dengan strategi komunikasi pemasaran

yang menyoroti keunikan dan eksotisme budaya multikultural Lombok. Akademisi dan budayawan, di sisi lain, mengomunikasikan komodifikasi sebagai ancaman yang perlu diwaspadai dengan menyuarakan kekhawatiran tentang hilangnya keaslian budaya dan potensi konflik yang timbul dari komersialisasi berlebihan. Strategi komunikasi kelompok ini bersifat kritis dan reflektif, berupaya mengingatkan para pemangku kepentingan lainnya tentang risiko jangka panjang dari komodifikasi yang tidak terkendali. Temuan penelitian terkait ambivalensi yang melekat dalam persepsi pemangku kepentingan terhadap komodifikasi menjadi penting ditelusuri. Semua kelompok menyadari bahwa komodifikasi membawa risiko berupa hilangnya keaslian, komersialisasi budaya, dan potensi konflik. Di sisi lain, mereka juga melihat komodifikasi sebagai keniscayaan dalam pengembangan pariwisata dimana tanpa komodifikasi, pariwisata tidak akan berkembang dan memberikan manfaat ekonomi.

SIMPULAN

Para pemangku kepentingan di Pulau Lombok memiliki persepsi yang positif terhadap pengembangan pariwisata budaya berbasis multikultural, yang tercermin dalam empat dimensi utama. Pertama, dalam dimensi pelestarian warisan budaya dan multikulturalisme, seluruh kelompok stakeholder—masyarakat, pemerintah, budayawan, akademisi, dan wisatawan—mengakui nilai intrinsik keragaman budaya sebagai aset fundamental pariwisata. Praktik ritual bersama di Kemaliq Lingsar, ziarah lintas agama di Makam Medana, dan persembahyangan di Makam Batu Dendeng menjadi bukti nyata bahwa multikulturalisme sebagai realitas sosial yang hidup dan terpelihara secara turun-temurun. Kedua, dalam dimensi dampak ekonomi, pariwisata budaya multikultural terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar melalui berbagai lapangan kerja, seperti pedagang makanan, pemandu wisata lokal, juru parkir, dan penyewaan perlengkapan ritual. Namun, dampak ekonomi ini bersifat musiman. Ketiga, dalam dimensi dampak sosial budaya, pariwisata multikultural berperan sebagai fasilitator kohesi sosial dan toleransi antaragama. Masyarakat di ketiga destinasi melaporkan bahwa kerukunan dan kebersamaan tetap terjaga, bahkan meningkat seiring dengan kedatangan wisatawan. Tradisi ziarah dan persembahyangan bersama menjadi medium komunikasi antarbudaya yang memperkuat identitas budaya lokal dan kebanggaan komunitas. penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan kolaborasi multipihak, peningkatan kapasitas pengelolaan destinasi yang inklusif, serta pengembangan strategi komunikasi pemasaran yang tetap menghormati nilai-nilai sakralitas dan identitas multikultural masyarakat Lombok.

DAFTAR PUSTAKA

- Canavan, B. (2016). Tourism stakeholder exclusion and conflict in a small island. *Leisure Studies*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/02614367.2016.1141975>
- Choirunnisa, I. C., & Karmilah, M. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BUDAYA. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(1), 89. <https://doi.org/10.30659/jkr.v2i1.20446>
- Cresswell, J. (2009). Towards a post-critical praxis: Intentional states and recommendations for change in acculturation psychology. *International Journal of Intercultural Relations*, 33(2), 162–172. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2008.12.005>
- Davila, A. (2024). Stakeholder theory. In *A Guide to Key Theories for Human Resource Management Research* (hal. 294–300). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781035308767.ch38>
- Fallon, F. (2001). Conflict, Power and Tourism on Lombok. *Current Issues in Tourism*, 4(6), 481–502. <https://doi.org/10.1080/13683500108667899>
- Husain, M. N., Khoiriyah, Jumintono, Wasan, A., Wiryanto, W., & Ponkratov, V. V. (2024). Investigating The Role of Culture and Tourism in The Economic and Social Development of Developing Countries and Its Impact on Global Growth. *EVOLUTIONARY STUDIES IN IMAGINATIVE CULTURE*, 418–427. <https://doi.org/10.70082/esic/8.1.34>
- Juniartha, M. G. (2020). Praktik Spiritual Sebagai Komoditi Sosial Dalam Era Globalisasi. *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama dan Kebudayaan Hindu*, 11(1). <https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v11i1.346>
- Kausar, D. R., & Nishikawa, Y. (2010). Heritage Tourism in Rural Areas: Challenges for Improving Socio-economic Impacts. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15(2), 195–213. <https://doi.org/10.1080/10941661003629995>
- Kurniati, P. S., & Suryanto, S. (2023). Tourism development policy based on digital economy in Lombok national tourism destination. *Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 10(1), 85–92. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i1.1074>
- Lei, W. S. (Clara), Suntikul, W., & Chen, Z. (2023). Tourism development induced social change. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(1). <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100088>
- Limarandani, N. P., Sulitya, I., & Mutiah, T. (2025). Strategi Komunikasi Branding Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika dalam Membangun Citra Destinasi Investasi Pariwisata dan Infrastruktur. *Warta ISKI*, 8(2), 385–401. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i2.456>
- McCamley, C., & Gilmore, A. (2018). Strategic marketing planning for heritage tourism: a conceptual model and empirical findings from two emerging heritage regions. *Journal of Strategic Marketing*, 26(2), 156–173. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2016.1195859>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3 ed.). Sage Publications, Inc.
- Ruhanen, L., & Whitford, M. (2019). Cultural heritage and Indigenous tourism. *Journal of*

- Heritage Tourism*, 14(3), 179–191. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1581788>
- Sayuti, R. H. (2023). Community Readiness in Implementing Sustainable Tourism on Small Islands: Evidence from Lombok, Indonesia. *Sustainability*, 15(12), 9725. <https://doi.org/10.3390/su15129725>
- Schellhorn, M. (2010). *Development for whom? Social justice and the business of ecotourism*. <https://doi.org/10.1080/09669580903367229>
- Septiawan, W. (2022). *Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat*. 5200.2101.
- Smith, M., Macleod, N., & Robertson, M. (2010). *Key Concepts in Tourist Studies*. <https://doi.org/10.4135/9781446251027>
- Sudiartawan, I. W., & Utama, I. W. (2022). Komunikasi Budaya Dalam Tradisi Ngelowong Masyarakat Sasak Wetu Telu Di Lombok. *Samvada : Jurnal Riset Komunikasi, Media, dan Public Relation*, 1(2), 75–86. <https://doi.org/10.53977/jsv.v1i2.762>
- Sutama, I. W. (2021). Studi Komparatif Makna Dan Fungsi Perang Topat Di Lingsar Lombok Barat-Ntb Dan Di Desa Kapal Badung-Bali. *Prosiding Seminar Nasional, Rekonstruksi nilai-nilai Kearifan Peradaban Hindu Nusantara*.
- Sutama, I. W., Pawito, P., Hastjarjo, S., & Demartoto, A. (2025). Adat tapsila representation of the transformation of communication, information, and education of local wisdom wetu telu in efforts for environmental conservation in North Lombok, Indonesia. *E3S Web of Conferences*, 605, 03018. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202560503018>
- Trisnawati, I. A., Ardika, I. G. L. O., & Kariasa, I. N. (2015). Identifikasi Kesenian Etnis Sasak, Etnis Bali Dan Seni Akulturasi Di Kota Mataram. *Segara Widya*, 3(0).
- Wardana, A. A., Koeswahyono, I., Permadi, I., & Prasetyo, N. D. (2025). Legal Contradictions in Land Acquisition for Community-Based Tourism Villages in Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 238–255. <https://doi.org/10.24922/eot.v12i2.2056>
- Yang, H., Li, C., Zhu, W., & Shi, M. (2016). Applying semantic web and big data techniques to construct a balance model referring to stakeholders of tourism intangible cultural heritage. *International Journal of Computer Applications in Technology*, 54(3), 192. <https://doi.org/10.1504/IJCAT.2016.10000522>
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. In *Sixth Edition* (6 ed.). Sage Publications, Ltd.
- Zitri, I., Kurniawan, C., Joni, M., & Harakan, A. (2025). Sustainable Tourism Development in the Mandalika Special Economic Zone: A Comprehensive Analysis of Social, Economic, and Environmental Impacts. *Journal Public Policy*, 11(4), 489. <https://doi.org/10.35308/jpp.v11i4.11606>