

# Narasi Lokal dan Konseptualisasi Ulang *Local People Gaze* pada Transformasi Kampung Wisata: Kasus Tiga Kampung Wisata di Indonesia

Rusydan Fathy<sup>1\*</sup>, Yoka Pramadi<sup>1</sup>, Tatang Rusata<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received August 31, 2024

Revised October 22, 2024

Accepted November 4, 2024

Available online December 31, 2024

### Kata Kunci:

Tatapan Masyarakat Lokal; Tatapan Fundamental; Tatapan Awal; Tatapan Prospektif; Narasi Lokal

### Keywords:

Local People's Gaze; Fundamental Gaze; Initial Gaze; Prospective Gaze; Local Narrative



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license. Copyright © 2024 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

tatapan lokal dari transformasi tersebut menandakan penegasan gagasan, harapan, dan pengalaman masyarakat lokal serta revitalisasi kampung atau desa dan berkontribusi pada kajian "tatapan/gaze" dalam konteks pariwisata global.

## ABSTRACT

The "gaze" approach has been widely discussed in the context of tourism. However, previous studies often focused on tourists gazing at tourist destinations. This article aims to reveal several forms of local people's gaze in the context of transforming tourist villages. This article focuses on the case of Kayutangan thematic kampong, Dago Pojok creative kampong, and Sarugo cultural village in Indonesia. This article adopted a qualitative method using interviews and focus group discussions with local people and stakeholders in each kampong or village. This article found and re-conceptualized the local people's gaze, namely the fundamental gaze (collective, authentic, and essential), the initial gaze (tourist needs and services), and the prospective gaze (socio-cultural and economic). Regarding the local people gaze category, each kampong or village has a local narrative embodied in their gaze, namely "nostalgia" for Kayutangan thematic kampong, "art and creation in augmented reality" for Dago Pojok creative kampong, and "cultural authenticity and nature beauty" for Sarugo cultural village. The narrative and local gaze diversification of transformation denotes an affirmation of local people's ideas, hopes, and experiences and the revitalization of kampongs or villages. It contributes to the study of "gaze" in the context of global tourism.

## 1. PENDAHULUAN

Pariwisata telah lama dikenal sebagai alat yang ampuh untuk pembangunan dan pertumbuhan ekonomi dengan keunggulan komparatif yang dimiliki (Sinclair, 1998) dengan hasil yang bervariasi (Cárdenas-García et al., 2015). Di banyak negara pemerintahnya berinvestasi di sektor pariwisata sebagai sarana untuk merevitalisasi daerah pedesaan dan merangsang ekonomi lokal (Teshome et al., 2022). Wilayah atau desa yang memiliki potensi memberikan nilai tambah atau potensi kemudian dikembangkan

\*Corresponding author

E-mail addresses: [rusydanfathy@gmail.com](mailto:rusydanfathy@gmail.com)

menjadi destinasi wisata (Fasa et al., 2022). Tujuannya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Antusiasme pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata tampak dengan adanya berbagai program dan inisiatif strategis untuk memajukan sektor pariwisata, mulai dari pembangunan infrastruktur hingga promosi destinasi unggulan. Salah satu upaya untuk pengembangan potensi pariwisata adalah dengan menyusun panduan perihal pembangunan pariwisata, yang mencakup pengembangan destinasi, pemasaran, industri, dan kelembagaan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2021). Tujuan pengembangan destinasi wisata untuk merespons kebutuhan dan preferensi konsumen wisatawan baik dalam dan luar negeri.

Artikel ini sendiri berangkat dari perspektif “*gaze*” untuk memahami lebih jauh interaksi antara turis dan tuan rumah (penduduk lokal) serta apa yang dicari dari keduanya, alih-alih sebatas diskursus komodifikasi. “*Gaze*” merujuk pada pariwisata global dan mobilitas wisatawan menuju destinasi wisata. Urry (2002) mendudukan destinasi wisata sebagai bentuk konsumsi visual wisatawan di mana tempat semakin direstrukturisasi sebagai pusat konsumsi, karena menyediakan barang dan jasa untuk dibandingkan, dievaluasi, dibeli dan digunakan yang menyiratkan eksploitasi, degradasi, dan pelecehan. The tourist gaze merupakan arus yang mengacu pada gejala konfigurasi orang dan tempat ke dalam mode pariwisata dan tatapan wisatawan (Urry, 2008).

Sejalan dengan itu, wisatawan masuk ke dalam mode pencarian memenuhi hasrat konsumsi visual akan destinasi wisata di berbagai daerah. Beberapa studi terdahulu menunjukkan apa yang sebenarnya dicari oleh wisatawan dan bagaimana sebuah lokalitas menjadi menarik di mata wisatawan. Dalam konteks Indonesia, memiliki banyak potensi pariwisata budaya yang didukung program-program Pemerintah. Eksistensi pariwisata di Indonesia tentunya menjadi sorotan tatapan wisatawan baik lokal maupun internasional.

Studi Darma Putra et al. (2021) menunjukkan apa yang dicari oleh turis China dan India dan bagaimana mereka terhubung dengan salah satu destinasi wisata di Bali yakni Taman Garuda Wisnu Kencana (GWK). Melalui konsep tersebut, studi itu menemukan perbedaan *gaze* di antara turis China dan India. *Chinese gaze* nampaknya tidak sejalan dengan konsep umum *affinity tourism* (mendasarkan pada keterikatan atau kesamaan antara turis dengan destinasi) dan lebih dekat dengan konsep *exotic tourism* (mendasarkan pada perbedaan eksotis yang menarik wisatawan)—turis Cina hanya tertarik dengan ukuran patung GWK sementara tidak antusias dengan pertunjukan Tari Kecak sebagai penampilan budaya Darma Putra et al. (2021). Hal itu berbanding terbalik dengan *Indian Gaze* yang menunjukkan keterikatan dan relevansi atas Hinduisme yang ditampilkan GWK Park—kebudayaan Bali direpresentasikan dalam Patung GWK dan terkoneksi ke dalam representasi budaya Hindu yang melekat pada patung GWK (Darma Putra et al., 2021).

Ketertarikan wisatawan atas sesuatu yang eksotis cenderung pada visual atau lanskap destinasi. Fathy (2022) menunjukkan bahwa *tourist gaze* di Kota Malang cenderung mengarah pada kampung atau lingkungan bertema yang mengangkat narasi eksotisme ruang. Eksotisme ruang merujuk pada perubahan lingkungan fisik kampung kumuh menjadi kampung warna-warni dan bersifat estetis dalam pandangan wisatawan. Gejala *tourist gaze* di Kota Malang yang tertuju pada destinasi kampung yang awalnya kumuh kemudian ditata ini juga dapat terlihat pada destinasi-destinasi serupa di dunia. Dalam wujud yang paling ekstrim, tatapan wisatawan ini bahkan tertuju semata-mata pada lingkungan yang benar-benar kumuh (*slum tourism*) (Jose Paul, 2016). Lanskap kumuh dan orang-orang di dalamnya seakan-akan menjadi hal yang estetis dalam *the tourist gaze*. Hal itu bahkan dapat mengarah pada sesuatu yang bersifat eksploitatif dan *voyeuristic* (Jose Paul, 2016).

Diskursus mengenai apa yang dianggap estetis dalam tatapan wisatawan, melekat pada konteks masyarakat kontemporer yang konsumtif. Wisatawan memiliki hasrat untuk konsumsi desain estetis dengan mendatangi berbagai tempat seperti hotel (Weaver, 2009), kafe, taman, perpustakaan, dan lain sebagainya. Hal itu terjadi dalam konteks pariwisata, karena berbagai barang dan jasa termasuk desain estetis di dalamnya telah menjadi komoditas sehari-hari.

Dengan demikian, *the tourist gaze* mengedepankan sudut pandang wisatawan atas lokalitas (tempat dan orang). Mereka mencari hal-hal yang menurutnya bersifat estetis, eksotis, afinitas, dan lain sebagainya yang sesuai dengan selera dan preferensi konsumsi visual mereka. Fenomena itu dinyatakan Urry (2008) sebagai ada *omnivore* yang memproduksi dan memakan tempat di seluruh dunia.

Namun demikian, pada dasarnya argumen Urry mengenai *the tourist gaze* dapat bersifat lebih kompleks. Hal itu merujuk pada interaksi antara turis dengan *host* (penduduk lokal). Secara sederhana, terdapat *local gaze* yang merupakan kebalikan dari *tourist gaze*, yakni bagaimana *host* atau penduduk lokal memandang turis (Gelbman & Collins-Kreiner, 2018; Wassler & Kirillova, 2019; Lin & Fu, 2021). *Local gaze* dapat bermakna sebagai rasa keingintahuan terhadap turis yang mencakup beberapa perbedaan seperti ras, etnis, dan pakaian (Wassler & Kirillova, 2019) atau persepsi dan perilaku penduduk setempat terhadap wisatawan (Lin & Fu, 2021) yang kadangkala menimbulkan situasi tidak nyaman bagi turis (Wassler &

Kirillova, 2019) atau menyiratkan sikap pasif dan resistensi terselubung pada diri penduduk setempat (Lin & Fu, 2021).

Salah satu studi yang menggunakan pendekatan *local gaze* adalah studi Gelbman dan Collins-Kreiner (2018) yang hendak melihat pikiran dan pandangan pengelola wisata terhadap wisatawan. Gelbman dan Collins-Kreiner (2018, p. 7) memberikan lima model dari *the host/tour guide gaze*: (1) *initial gaze* (penampilan luar wisatawan); (2) *deeper gaze* (agama); (3) *overall gaze* (budaya wisatawan, pendidikan, pengetahuan sebelumnya, dan minat terhadap budaya lokal); (4) *distinguish gaze* (kebangsaan); dan (5) *calculating gaze* (potensi manfaat ekonomi dari wisatawan).

Pendekatan *local/host gaze* penting sebagai penyeimbang dalam melihat interaksi antara turis dan penduduk setempat. Lin and Fu (2021), membagi tiga arus penelitian dalam konsep *gaze*: *tourist initiated* (*tourist gaze*, *intra-tourist gaze*), *host initiated* (*local gaze*), dan *tourist-host interaction* (*mutual gaze* dan *reverse gaze*). Namun demikian, Lin dan Fu (2021) tidak terlalu berfokus pada arus penelitian *host initiated* atau *local gaze* melainkan cenderung menyarankan *tourist-host interaction*. Dalam studinya, Lin dan Fu (2021) menawarkan pendekatan baru dalam penelitian *gaze* yakni pendekatan pemain kunci (alih-alih pendekatan subjek-objek), yaitu interaksi antara turis dan host serta interaksi antara turis dengan turis lainnya.

Namun demikian, *local gaze* dalam kajian-kajian terdahulu tersebut berkonotasi *offensive* sebagaimana juga *tourist gaze*. *Local gaze* dipandang sebagai *encounter* atas pandangan eksploitatif dari *tourist gaze*. Selain itu, *local gaze* (termasuk *tourist gaze*) masih ditempatkan sebagai persoalan behavioristik semata tentang cara penduduk setempat atau *host* saling bersikap satu sama lain dalam arena pariwisata. Untuk itulah, artikel ini memiliki kebaruan dengan bertujuan untuk meluruskan definisi-definisi yang telah disampaikan. Artikel ini mencoba menarik pendekatan *local gaze* ke dalam persoalan kolektif penduduk desa dalam membangun konsep dan gagasan transformasi desa sebagai destinasi wisata, alih-alih sebatas mencermati sikap dan penilaian mereka terhadap turis. Dengan kata lain, artikel ini menempatkan *local people gaze* sebagai proses dialektik antar penduduk setempat dan stakeholder terkait dalam memandang turis, sekaligus menatap ke diri dan desa mereka sendiri. Artikel ini berupaya merekonstruksikan *local people gaze* sekaligus memperlihatkan narasi lokal atas transformasi kampung atau desa melalui data empirik di tiga studi kasus, yakni Kampung Tematik Heritage Kayutangan di Kota Malang, Kampung Kreatif Dago Pojok di Kota Bandung, dan Kampung Wisata Budaya Sarugo di Kabupaten Limapuluh Kota.

Kampung Sarugo, Kampung Dago Pojok, dan Kampung Kayutangan memiliki daya tarik tersendiri sebagai objek penelitian dan perbandingan karena ketiganya merepresentasikan bentuk adaptasi komunitas lokal terhadap dinamika urbanisasi, pariwisata, dan revitalisasi budaya. Dalam studi komparatif, karakteristik yang sama menjadi pra syarat untuk membandingkan pola yang berbeda dari kesamaan tersebut. Dalam studi kasus ini, setidaknya dapat dilihat pada dua hal: Pariwisata berbasis komunitas dan transformasi ruang dan identitas. Dalam konteks pariwisata berbasis komunitas, Kampung Sarugo (Sumatera Barat), berfokus pada desa wisata berbasis alam dan budaya Minangkabau, dengan kekuatan pada tradisi agraris dan lanskap otentik. Kampung Dago Pojok (Bandung) fokus mengembangkan seni urban dan budaya kreatif sebagai daya tarik wisata, beradaptasi dengan lingkungan perkotaan. Sementara Kampung Kayutangan (Malang) fokus pada heritage dengan memanfaatkan warisan kolonial dan suasana vintage untuk menarik wisatawan. Berkenaan dengan transformasi ruang dan identitas lokal, Kampung Sarugo berupaya mempertahankan kearifan lokal dan adat Minangkabau dalam konteks modernisasi. Kampung Dago Pojok merespon urbanisasi dengan memperkuat seni dan identitas budaya di tengah tekanan perkembangan kota. Sementara Kampung Kayutangan berusaha menjaga warisan kolonial dan identitas lokal di tengah modernisasi kota Malang.

Ketiga kampung wisata ini tentunya memiliki keunikannya sendiri dibandingkan dengan kampung/desa wisata yang lain. Hal itu setidaknya dalam argumentasi kami merujuk pada beberapa hal. Pertama, isu permasalahan akses dan jaringan internet bagi Kampung Sarugo. Tidak seperti jorong wisata lain di Sumatera Barat, Kampung Sarugo sebagai kampung wisata memiliki jarak yang sangat jauh dari Kota Padang yakni 176 kilometer. Selain itu, persoalan sulitnya jaringan internet melengkapi permasalahan akses tersebut. Tantangan Kampung Sarugo tersebut menjadi menarik untuk dikaji mengingat isu pariwisata yang diambil dalam artikel ini yang mana melekat pada konteks transformasi ruang sosial dan identitas lokal. Konteks tersebut sangat relevan bagi Kampung Sarugo yang berada di Sumatera Barat yang menjunjung tinggi adat Minangkabau dan nilai-nilai Agama Islam. Konteks Sumatera Barat juga menarik jika dilihat dari sisi budaya merantau masyarakatnya—yang sepertinya bertolak belakang dengan prinsip pariwisata berbasis komunitas karena mengandalkan orang lokal untuk membangun desanya. Di samping itu, berbagai pro dan kontra terkait kebijakan Pemerintah seperti pembangunan jalan tol dan UMKM (mini market lokal) juga menjadi menarik dalam konteks pariwisata.

Kedua, pemilihan Kampung Kayutangan di Kota Malang tidak terlepas dari konteks Kota Malang itu sendiri yang memiliki setidaknya 24 Kampung Tematik. Kota Malang merupakan salah satu yang memiliki Kampung Tematik terbanyak bukan hanya di Pulau Jawa, tetapi juga di Indonesia. Berkenaan dengan 24 Kampung Tematik di Kota Malang, Kampung Kayutangan menjadi menarik untuk dikaji mengingat dinamika internal kampung tersebut terkait konsep kampung bersih dan kampung jadul. Sebagaimana akan dipaparkan pada pembahasan, Kampung ini berupaya tampil otentik dan melepaskan dirinya dari narasi dominan kampung bersih atau lingkungan bertema warna-warni sebagaimana mendominasi kampung-kampung tematik lain di Kota Malang.

Terakhir, isu identitas dan pelestarian kesenian dan budaya Sunda sangat menarik dikaji di Kampung Dago Pojok. Itu tidak terlepas dari keberadaannya di Kota Bandung yang mengalami urbanisasi dan modernisasi yang pesat khususnya pada perkembangan gaya hidup anak muda. Sebagai Kampung-Kota, Kampung Kreatif Dago Pojok tentunya memiliki tantangan yang besar dalam melestarikan kesenian dan kebudayaan Sunda terutama kepada generasi muda.

## 2. METODE

Tulisan ini menggunakan paradigma berpikir kritis dalam tradisi ilmu sosial humaniora khususnya sosiologi. Artinya, penelitian ini berupaya mengungkap realitas sebenarnya dari fenomena sosial yang dikaji. Dengan kata lain, tulisan ini berupaya mengeksplorasi gejala atau pola unik, termasuk kemungkinan kontradiksi dan konflik yang mungkin terjadi dibalik euforia dan semangat pembangunan pariwisata di kampung atau desa. Sementara pendekatan penelitian yang dipakai adalah kualitatif, yakni menempatkan fenomena sosial sebagai bentuk dinamika yang fleksibel dan khas. Jenis penelitian dalam tulisan ini adalah studi kasus yang melibatkan tiga lokus berbeda dengan karakteristik dan pola yang berbeda, tetapi masih dalam satu konteks umum yakni transformasi kampung atau desa menjadi destinasi wisata.

Penelitian ini dilakukan dalam rentang waktu yang berbeda di masing-masing studi kasus dengan teknik wawancara mendalam, observasi, dan diskusi kelompok terpumpun sebagai metode pengumpulan datanya. Subjek penelitian ini adalah masyarakat di masing-masing studi kasus, khususnya mereka yang terafiliasi dalam kepengurusan Pokdarwis maupun tokoh atau aktor yang berperan aktif dalam pengembangan pariwisata di masing-masing desa. Wawancara mendalam dilakukan terhadap total 15 informan mencakup tiga lokasi studi kasus. Penelitian ini juga melakukan diskusi kelompok terpumpun sebanyak 3 kegiatan mencakup 3 lokasi studi kasus dengan Pokdarwis dan tokoh atau aktor di masing-masing lokasi studi kasus tersebut. Tema diskusi tersebut berfokus pada pandangan mereka atas desa dan masyarakat serta wisatawan dan pariwisata secara umum. Observasi dilakukan di tiga studi kasus tersebut dengan durasi kurang lebih satu minggu di masing-masing lokasi. Observasi bertujuan untuk triangulasi data dan memberikan pemahaman mendalam bagi peneliti untuk mencermati *local people gaze* di masing-masing lokasi tersebut.

Analisis data menggunakan analisis kualitatif dengan koding tiga tahap, yakni terbuka, aksial, dan selektif untuk menemukan tematisasi-tematisasi yang menjadi sub-sub pembahasan dan menjawab pertanyaan penelitian dalam artikel ini. *Open coding* (koding terbuka) merujuk pada proses memberikan label pada data-data wawancara, diskusi, dan observasi secara bebas dan luas tanpa berpatokan pada konsep atau teori tertentu. Hal ini bermaksud untuk mengungkap makna sebenarnya dari data tersebut. Penyandian aksial dilakukan untuk mengelompokkan label-label yang berdiri sendiri-sendiri tersebut agar terbentuk tema-tema analisis yang mengarah pada indikator konsep atau teori yang dipakai. Terakhir, penyandian selektif merupakan proses menyaring kategori-kategori (dan sub kategori) di tahap sebelumnya untuk menghasilkan tematisasi utama yang merujuk pada jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### **“Gazers” dan “Gazees”: Konseptualisasi Ulang *Local People Gaze***

Keragaman sosial-budaya yang mencakup latar belakang sejarah, lapisan dan diferensiasi masyarakat Indonesia sangat berpengaruh pada keragaman daya tarik destinasi wisata di Indonesia. Lanskap alam yang mencakup pegunungan, ngarai, hutan, sungai, laut, bahkan rawa sekalipun juga memikat tatapan wisatawan yang berkunjung. Bukan hanya itu, gemerlap kota metropolitan dan lanskap perkampungan yang tidak teratur–terkadang (dianggap) kumuh–justru memiliki keunikannya sendiri bagi wisatawan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mencatat wisatawan mancanegara paling banyak mengunjungi Indonesia melalui dua pintu utama yakni Bandara Internasional Ngurah Rai (Bali) yakni 5.248.113 kunjungan dan Bandara Internasional Soekarno Hatta (Jakarta) yakni 1.953.005 kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2024). Kami melihat bahwa Bali menjadi representasi pariwisata budaya dan alam sementara Jakarta menjadi representasi pariwisata lanskap perkotaan. Dengan kata lain, eksotisme Bali dan hiruk-pikuk Jakarta menjadi tatapan utama wisatawan mancanegara. Data lain menunjukkan bahwa daya

tarik wisata di Indonesia meliputi alam (35%), budaya (60%), dan buatan (5%) (Budianta, 2018). Melalui fakta tersebut, dapat dikatakan bahwa tatapan wisatawan mengarah terutama pada potensi budaya dan alam Indonesia sebagai sesuatu yang autentik dan eksotis.

Meskipun begitu, kami berpendapat—sebagaimana argumen Urry (2008) dalam *Consuming Place*—bahwa tempat atau destinasi wisata tersebut sering hanya diperlakukan sebagai wahana berfoto yang memuaskan hasrat wisatawan untuk *up to date* akan pengalaman visual yang memukau. Mengabadikan pengalaman visual tersebut ke dalam arsip digital—media sosial, mungkin lebih krusial ketimbang mencermati kearifan lokal dalam konteks wisata budaya sekalipun. Tatapan wisatawan mungkin hanya tertuju pada orang, ritual, rumah tradisional, arsitektur peninggalan kolonial dan Majapahit, alih-alih menyimak cerita dan rasionalisasi dibalik lanskap tersebut. Kebijakan atau program pengembangan pariwisata pun mungkin terjebak pada strategi menyiapkan tempat-tempat seperti yang hendak dilihat wisatawan, alih-alih mengelaborasi konsep atau gagasan yang dibangun aktor lokal.

Konsep dan gagasan aktor lokal dan cara mereka menyampaikan dan menampilkan destinasinya kepada pengunjung kurang mendapat perhatian dalam ranah praktis. Dalam debat teoritis, elaborasi *local people gaze* akhirnya menjadi lebih sedikit dibandingkan dengan kajian-kajian *tourist gaze*. Studi Fathy (2022) mengenai transformasi 24 Kampung Tematik di Kota Malang menunjukkan bagaimana variasi dan keragaman narasi transformasi dari warga kampung sering terjebak pada sesuatu yang ingin dilihat oleh wisatawan, alih-alih konsisten dalam gagasan dan potensi kampung. Euforia Kampung Warna-Warni Jodipan Kota Malang yang mengambil pola sama atas lingkungan warna-warni di seluruh dunia mendominasi narasi transformasi kampung tematik di Malang. Padahal, beberapa kampung memiliki potensi budaya yang sebenarnya kurang relevan dalam narasi tersebut.

Kampung Heritage Kayutangan merupakan salah satu kampung tematik yang mencoba konsisten dalam membangun narasi Kampung Jadul (Fathy, 2022), alih-alih terjebak pada narasi kampung indah dan bersih. Namun demikian, Kampung Heritage Kayutangan juga terjebak dalam narasi tersebut pada beberapa situasi tertentu, terutama—sebagaimana studi Khakim et al. (2019) yang menyebut bahwa pengelola cenderung menjadikan kampungnya sebagai galeri barang-barang antik—alih-alih mengangkat gagasan Kampung Jadul atau narasi *'nostalgia and romanticism for the past'* sebagaimana penjelasan (Fathy, 2022). Dalam studi yang lain, yakni Krisnanda (2017) bahkan menyebut bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Heritage Kayutangan tidak mengetahui adanya beberapa situs wisata religi yang ada di kampung tersebut. Ketidaktahuan tersebut tentu dapat disebabkan oleh pengelola yang mungkin tidak mengkomunikasikan hal tersebut, atau hanya berfokus menyampaikan lokasi-lokasi berfoto yang unik semata. Berdasarkan temuan kami melalui wawancara, pada awalnya memang terdapat situs makam kramat sehingga kampung ini berpotensi sebagai destinasi wisata religi. Namun demikian, sebagaimana perkembangannya, konsep pengembangan Kampung ini menuju ke arah *heritage*.

*Kebetulan di sini ada semacam sesepuh di sini yang dulu babat alas. Itu dijadikan awalnya destinasi wisata religi, seiring berjalannya waktu ada beberapa tokoh dari pengusaha dari divisi kelembagaan dinas pariwisata juga dari dosen semacam jenengan ini riset di sini menemukan konsep heritage itu sendiri karena di sini banyak rumah-rumah peninggalan Belanda karena wilayahnya berdekatan dengan perkantoran di tengah kota para pejabat dahulu membangun rumah yang dekat perkantorannya. (Wawancara dengan informan, Agustus 2022).*



**Gambar 1.** Kampung Heritage Kayutangan dengan Daya Tarik Warisan Arsitektur Jaman Belanda

Kampung Dago Pojok pada dasarnya berhasil memberdayakan masyarakat khususnya seniman-seniman lokal di Kamung tersebut serta melestarikan kebudayaan dan kesenian khas sunda. Kampung Dago Pojok dengan berbagai potensi daya tarik budayanya telah mengikuti festival Kampun Kreatif di Jawa Barat sejak tahun 2016. Lebih penting dari itu, kesenian dan kebudayaan di Kampung ini telah melekat dan terinternalisasi ke dalam diri masyarakatnya. Hal itu dibuktikan dengan banyaknya ragam sanggar budaya yang aktif berkegiatan. Berkenaan dengan itu, informan menjelaskan:

*Itu tuh tahun 2016. Karena tahun 2011 sampai tahun 2015, kita tuh berkegiatannya tiap tahun sekali itu. Festival kampung kreatif baru serentak. Tahun 2016 ke sini, kita udah bentuk UMKM-nya, udah berbentuk dalam sanggar masing-masing di situ. Jadi berkegiatannya udah sesuai komunitas masing-masing di situ, kayak wayang, kayak jaipongan, ada agenda masing-masing. (Wawancara dengan Informan, Agustus 2021).*



**Gambar 2.** Kampung Kreatif Dago Pojok dengan Daya Tarik Kesenian dan Budaya Sunda

Sama halnya Kampung Kreatif Dago Pojok, Kampung Budaya Sarugo pada dasarnya juga mengandalkan potensi sosial-budaya sebagai daya tarik bagi wisatawan. Namun, narasi transformasi yang dibangun oleh Kampung Sarugo menunjukkan *'cultural authenticity and nature beauty'*. Keindahan alam tersebut merujuk pada lanskap geografis berupa persawahan, bukit, dan sungai serta lanskap arsitektur tradisional seperti Rumah Gadang (Rumah Adat Minangkabau) beserta elemen-elemen arsitektur pendukung lainnya seperti tempat penyimpanan padi (rangkiang). Kampung ini juga mengangkat potensi wisata lain yakni agrowisata jeruk dan wisata sejarah dengan terdapatnya situs-situs masa sebelum kemerdekaan. Kampung Sarugo mengedepankan identifikasi kebutuhan wisatawan yang berlandaskan pada kebutuhan akan 'ketenangan' dan 'kedamaian' yang jauh dari kehidupan perkotaan (Salam, 2022). Selain itu, pengembangan Kampung ini juga berlandaskan pada rasa keingintahuan wisatawan terhadap kebudayaan Minangkabau (Salam, 2022).

Meskipun demikian, narasi *cultural authenticity and nature beauty* yang tercermin dalam transformasi Kampung Sarugo dapat terjebak pada apa yang disebut Fathy (2022) sebagai 'eksotisme lanskap' semata. Eksotisme lanskap merujuk pada lanskap destinasi wisata yang dianggap istimewa karena berbeda secara visual. Pada saat bersamaan, destinasi wisata yang menonjolkan kebudayaan dan alam sebagai daya tarik utama juga rentan akan komodifikasi. Komodifikasi budaya, meskipun tak terhindarkan, tentu membawa beberapa dampak buruk bagi kebudayaan tersebut. Meskipun rentan mengalami komodifikasi budaya yang membawa dampak negatif, Kampung Sarugo tetap optimis bahwa daya tarik budaya dalam pariwisata akan memberikan manfaat timbal balik kepada wisatawan dan masyarakat pemilik kebudayaan itu sendiri. Dengan kata lain, tahap awal dari destinasi wisata budaya adalah bagaimana penduduk lokal dapat memahami kebudayaannya sendiri sehingga dapat memberikan pengetahuan tersebut kepada wisatawan. Dengan begitu, manfaat ekonomi dan sosial-budaya akan mengikuti seiring dengan perkembangan desa wisata tersebut. Terkait itu, informan mengungkapkan:

*Masyarakat juga harus bisa memberikan pembelajaran budaya yang menarik karena wisatawan yang datang tidak hanya datang dan menikmati alamnya saja tapi mereka juga mencari suatu nilai kebudayaan yang terdapat disana... tujuan orang berwisata itu selain melihat pemandangan yang indah juga ingin mendapatkan sesuatu yang berbeda dan mempelajari kebudayaan yang ada di daerah tersebut, misalnya kita ingin ke Sumatera Barat nih pelajaran apa yang bisa kita tawarkan... di situ lah masyarakat dan Pokdarwis (harus berperan). (Wawancara dengan Informan, 28 Mei 2023).*



**Gambar 3.** Kampung Wisata Sarugo dengan Daya Tarik Keindahan Alam dan Keaslian Budaya Minangkabau (Sumber: Pokdarwis Kampung Sarugo)

Keunikan ketiga studi kasus di atas menjadi menarik dalam pencerminan atau pendefinisian ulang konsep *local people gaze*. Artikel ini mencoba merestrukturisasi dan memaknai ulang konsep *local people gaze* sebagai upaya teoritik memahami gagasan transformasi dan advokasi yang hendak disampaikan warga atau pengelola lokal kepada wisatawan. *Local people gaze* dalam artikel ini bermakna sebagai tatapan orang lokal–bukan terhadap wisatawan semata–melainkan atas kampung atau desanya sendiri. *Local people gaze* dimaknai sebagai upaya warga atau pengelola lokal membangun gagasan atau konsep destinasi pariwisata di kampung atau desanya, alih-alih melanggengkan orang dan situs sebagai objek komodifikasi tatapan wisatawan semata. *Local people gaze* ketiga studi kasus ini merefleksikan narasi transformasi yang berbeda dan unik satu sama lain dengan berdasarkan pada keunikan dan kebutuhan kampung atau desa mereka masing-masing.

Dalam upaya memahami dan mengurai *local people gaze* tersebut, kami membaginya ke dalam beberapa bagian. Pertama yakni *fundamental gaze* yang mencakup: tatapan kolektif yang mencerminkan semangat kebersamaan dan musyawarah seluruh warga tentang makna, harapan, dan visi kampung; tatapan autentik yang mendasarkan pengetahuan dan kesadaran warga terhadap potensi asli yang ada di kampung, dan; tatapan esensial yang merujuk pada rasionalisasi perlunya mengembangkan potensi-potensi kampung. *Fundamental gaze* berupaya mengedepankan kepentingan kampung dan orang-orang di dalamnya dengan potensi yang sesuai. Kedua yakni *initial gaze* yang mencakup: tatapan terhadap wisatawan yang melampaui penampilan luar atau impresi atas citra wisatawan. Tatapan ini tertuju pada latar belakang atau profil wisatawan yang berujung pada identifikasi kebutuhan wisatawan di kampung mereka. *Initial gaze* menjadi panduan warga dalam memosisikan dirinya sebagai *host* yang senantiasa beradaptasi dan memperlakukan wisatawan dengan baik. Ketiga yakni *prospective gaze* yang mencakup: tatapan sosial-budaya yang mendasarkan pada manfaat sosial-budaya yang diperoleh dari kegiatan pariwisata di kampung, dan; tatapan ekonomi yang mendasarkan pada peningkatan pendapatan dan perekonomian yang diperoleh dari kegiatan pariwisata di kampung. *Prospektif gaze* merefleksikan semangat dan hakikat pembangunan sosial, alih-alih pertumbuhan ekonomi dan material semata.

### **Local People Gaze dalam Transformasi Desa/Kampung Wisata**

#### *The fundamental gaze (collective, authentic and essential)*

Dalam pengembangan pariwisata Kota Malang, Pemerintah Kota dan warga berupaya mengedepankan keunikan kampung-kampung kota sebagai daya tarik. Hal itu menjadi masuk akal mengingat Kota Malang berada dalam wilayah Malang Raya yang juga mencakup Kota Batu dan Kabupaten Malang yang memiliki keindahan alam dan budaya sebagai daya tarik wisata. Setidaknya terdapat 22 kampung tematik yang tersebar di 57 kelurahan dan 5 kecamatan di Kota Malang. Salah satu dari 22 Kampung Tematik tersebut adalah Kampung Heritage Kayutangan. Kampung ini, sebagaimana namanya mengusung konsep edukasi dan romantisme warisan sejarah, benda-benda, dan arsitektur Kota Malang tempo dulu. Berdasarkan hasil wawancara, dahulu wilayah ini berdiri rumah-rumah peninggalan Belanda karena berada di jantung Kota Malang dan berdekatan dengan perkantoran dan pertokoan. Lanskap tempo dulu beserta cerita dan sejarah dibalikinya menjadi dasar bagi aktor lokal dan stakeholder terkait untuk mengusung konsep heritage dalam pengembangan wisata di Kampung ini.

Salah satu aktor kelompok sadar wisata (Pokdarwis) menyebutkan bahwa proses perumusan gagasan atau konsep pembangunan kampung mereka, melibatkan berbagai pihak seperti Pemerintah Kota dan akademisi. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri terjadinya negosiasi yang alot dan kebingungan internal (khususnya warga) dalam mengangkat gagasan dan konsep heritage. Salah satu aktor pokdarwis menerangkan bahwa gagasan heritage melekat pada upaya mempertahankan yang 'lawas' sehingga kesan

'jadul' pada kampung mereka menonjol. Menurut pengakuannya, beberapa warga perlu mendapat pemahaman bahwa gagasan tersebut berbeda dengan gagasan Kampung Bersih sebagaimana terimplementasi pada Kampung Warna-Warni.

*Bahkan memang mas kita membangun seperti ini kayanya kampung bersih, (padahal) kampung kita bukan kampung bersih, tapi kampung jadul, lha kebersihan harus, tapi kan dalam artian nomor dua dari konsep. Iya kan. Sehingga bisa membedakan dari kampung 1, kampung 2, kampung 3, kita nggak bisa meniru seperti kampung warna-warni untuk sesuatu yang diciptakan. (Wawancara dengan informan, Agustus 2022).*

Meskipun begitu, Kampung Heritage Kayutangan mampu mengatasi problem internal tersebut dengan berpegang pada semangat kolektif yang menuntun pada kesepakatan atas konsep 'Kampung Jadul'. Kondisi lawas atas arsitektur, makanan dan minuman, maupun musik klasik (Jawa tempo dulu) menjadi daya tarik utama yang autentik yang ditawarkan kampung ini kepada wisatawan. Para aktor lokal menatap segala sesuatu yang lawas tersebut sebagai sarana nostalgia sekaligus edukasi bagi generasi penerus terhadap sesuatu di era yang lampau. Dengan kata lain, nostalgia dan edukasi menjadi hal yang esensial dalam tatapan warga Kayutangan.

Lain halnya dengan Kampung Kreatif Dago Pojok yang dimulai dari inisiatif seniman lokal dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk penduduk desa, komunitas seni, dan Pemerintah Kota Bandung. Kolaborasi ini menunjukkan semangat komunal yang kuat, dengan seluruh masyarakat secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan seni dan budaya yang menjadi daya tarik utama kampung ini. Dago Pojok telah berhasil menarik perhatian wisatawan lokal dan mancanegara melalui berbagai kegiatan, termasuk mural, pertunjukan seni, dan festival budaya.

*Karena memang, di sini itu tidak bisa bergerak sendiri lah. Harus bisa melibatkan yang lain juga. Karena kan yang dipercaya untuk masalah anggaran atau apa kan disarpbud, eh atau Disbudpar ya. (termasuk) peran dari pemkot ya alhamdulillah selain kunjungan ke sini, dia, beliau membikin program bahwa pemikiran kampung kreatif ini wajib ditularkan ke seluruh Indonesia. Ada bantuan perusahaan cat juga di situ. (Wawancara dengan informan, Agustus 2021).*

Promosi seni dan budaya yang dilakukan oleh masyarakat mencerminkan keaslian Kampung Dago Pojok. Kegiatan mural, yang menutupi dinding-dinding kampung dengan berbagai karya seni, serta pertunjukan budaya seperti angklung, tarian tradisional, dan wayang golek, menyoroti identitas dan warisan budaya lokal. Keunikan ini menjadi daya tarik utama, tidak hanya memberikan para tamu hiburan tetapi juga pengalaman budaya yang kaya. Pendidikan dan pemberdayaan masyarakat melalui seni dan budaya merupakan komponen penting dalam pengembangan Kampung Dago Pojok. Kegiatan seni tidak hanya ditujukan untuk menarik wisatawan, tetapi juga untuk mendidik anak-anak muda dan generasi muda di kota ini. Masyarakat dipersilakan untuk belajar dan menikmati budaya lokal melalui berbagai kursus dan pelatihan, sambil mengembangkan kemampuan kreatif yang dapat bermanfaat bagi ekonomi lokal.

Sedangkan pengembangan pariwisata di Desa Sarugo berawal dari inisiatif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UMSB) yang melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang melihat keunikan lanskap arsitektur rumah adat Minangkabau (Rumah Gadang) sebagai daya tarik. Kampung Wisata Saribu Gonjong (Sarugo) terletak di Desa atau Jorong Sungai Dadok, Kenagarian Koto Tinggi, Kecamatan Gunuang Omeh, Kabupaten Limapuluh Kota, Sumatera Barat. Sarugo atau seribu gonjong adalah gambaran autentik dari kehidupan khas masyarakat Minangkabau yang ingin ditampilkan. Rumah Gadang sebagai rumah adat merupakan perwujudan budaya Minangkabau. Gonjong sendiri merupakan bagian atap rumah gadang yang berbentuk lancip runcing (gonjong) (Marthala, 2013). Di Desa Wisata Sarugo terdapat lebih dari 30 rumah adat yang usianya ratusan tahun.

Fondasi dalam pengembangan desa wisata Sarugo adalah autentisitas budaya dan tradisi yang unik. Dari hasil wawancara dengan tetua adat atau 'Datuk' mereka menerima pembangunan pariwisata dengan syarat tidak mengubah adat istiadat. Bagi masyarakat Sungai Dadok autentisitas karya arsitektur gonjong memiliki makna dan tujuan yang tidak dapat dipisahkan dengan falsafah masyarakat Sungai Dadok itu sendiri. Rumah Gadang dengan atap gonjong merepresentasikan unsur-unsur budaya Minangkabau dan agama Islam. Terkait itu, Kampung Sarugo memiliki potensi di mana penataan letak-letak rumah tradisional tersebut berbaris rapih menghadap kiblat dan balai adat di desa tersebut. Artinya, lanskap arsitektur Rumah Gadang tersebut tidak hanya autentik, tetapi juga melekat pada budaya dan agama.

*Kampung sarugo itu memang sesuai dengan yang viral di media sosial yang menjadi objek itu adalah rumah adat Kebetulan di daerah sini rumah adatnya itu teratur rumah gonjongnya, tidak ada di sumatera barat seperti ini, memang di setiap nagari ada rumah adatnya tapi tidak ada yang rapi dan berjejer seperti ini (menghadap kiblat dan balai adat). (Wawancara dengan informan, 28 Mei 2023).*

Hal itu, sebagaimana Liu & Cheung (2016) menyebut *sense of place* berupa perasaan keterkaitan, identitas, atau afiliasi yang dimiliki individu atau kelompok terhadap suatu lokasi menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan untuk terlibat dalam kegiatan pengembangan pariwisata (Liu & Cheung, 2016). Dari temuan di Desa Wisata Sarugo, terdapat dinamika internal dan eksternal terutama persoalan perbedaan penafsiran, pandangan, dan pemaknaan yang dimiliki oleh berbagai pihak terkait konsep desa wisata. Meskipun demikian, masyarakat Jorong Sungai Dadok dengan struktur sosial serta norma-norma yang melekat di dalamnya menyepakati sebuah konsep destinasi pariwisata yang bermuara pada revitalisasi budaya Minangkabau di tengah pembangunan nasional. Adat dan tradisi Minangkabau serta kehidupan keseharian masyarakat Jorong Sungai Dadok merupakan pandangan fundamental sekaligus esensial yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

#### *The initial gaze (tourist needs and services)*

Warga dan pengelola Kampung Heritage Kayutangan memahami tren destinasi wisata bukan lagi sebatas pada hiburan, melainkan juga edukasi. Mereka mengidentifikasi bahwa wisatawan juga menginginkan edukasi atas cerita dan sejarah dibalik arsitektur tempo dulu, termasuk benda-benda 'jadul' yang menyertainya. Selain itu, warga dan pengelola juga memahami kebutuhan lain wisatawan yang berkunjung mengikuti tren wisata dan profil wisatawan tertentu, seperti menyediakan pojok-pojok selfie dengan mengandalkan arsitektur 'jadul' bagi generasi milenial dan gen-z, mengadakan event fotografi bagi komunitas terkait, serta menyediakan informan yang sesuai bagi para peneliti. Selain itu, mereka tidak lupa mengembangkan UMKM warga yang juga berupaya membawa nostalgia dan romantisme tempo dulu melalui berbagai jenis 'jajanan kampung' dan buah tangan.

*Karena wisata itu kan bukan hanya sesuatu yang bisa dijadikan sebagai hiburan tapi edukasinya sehingga wisatawan sekarang itu banyak bicara wisata edukasi sehingga destinasi yang ada di sini rumah-rumah yang menjadi ikon menjadi daya jual untuk kita angkat kita jual histori di situ ada histori pembangunannya, model rumahnya, cerita dan storynya dan lain sebagainya. Terlebih lagi dengan adanya medsos sekarang ini kan sangat membantu apalagi kaum milenial sekarang ini kan targetnya selfi sehingga di sini adakan event hunting foto, di situlah mulai kedengaran posting-posting dari beberapa temen-temen fotografer butuh tempat butuh wadah itu mulai berjalan. (Wawancara dengan informan, Agustus 2022).*

Salah satu pengelola meyakini bahwa warga seyogianya menempatkan dirinya sebagai tuan rumah yang menyambut dan melayani wisatawan sebagai tamu dengan baik. Artinya, sebagaimana dijelaskan olehnya bahwa warga harus memiliki kapasitas teknis dan fundamental dalam memandu wisatawan memenuhi hasrat keingintahuan wisatawan yang berkunjung. Kapasitas teknis merujuk pada kemampuan komunikasi dan bahasa yang baik termasuk kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris. Kapasitas fundamental merujuk pada pengetahuan warga tentang kampungnya. Pokdarwis juga menekankan pentingnya warga untuk beradaptasi dengan aktivitas pariwisata yang melebur ke dalam aktivitas keseharian kampung. Hal itu dimaksudkan untuk responsif atas kebutuhan wisatawan. Sikap responsif, terbuka, dan adaptif warga, menjadi landasan mereka dalam memandang perlunya menciptakan situasi aman, nyaman, dan terkendali bagi wisatawan.

Sedangkan warga dan pengelola Kampung Kreatif Dago Pojok menyadari bahwa tren atraksi wisata untuk saat ini tidak hanya mencakup hiburan tetapi juga pendidikan. Mereka memahami bahwa wisatawan tertarik dengan cerita dan nilai-nilai budaya yang melatarbelakangi seni dan mural yang mereka buat. Oleh karena itu, mereka sering menawarkan tur yang menjelaskan proses pembuatan mural, sejarah seni lokal, dan relevansi budaya dari karya-karya tersebut.

*Bukan sekadar menjual karya wayangnya tapi justru mereka lebih tertarik terhadap sejarah dan perjalanannya itu sendiri, ceritanya itu sendiri, historisnya gitu. Kalau menjual wayang mah gampang kan banyak yang main juga sebenarnya. Cuma historisnya ini, karena kita lebih ke edukasi sih. (Wawancara dengan informan, Agustus 2021).*

Pengelola Kampung Dago Pojok, seperti halnya Kampung Heritage Kayutangan, ingin membantu UMKM lokal untuk berkembang. Kerajinan tangan, makanan unik, dan cinderamata adalah beberapa produk yang menarik wisatawan. Mereka menambahkan cita rasa lokal dan keunikan pada setiap produk yang mereka berikan. Mereka juga menekankan perlunya warga memiliki kemampuan teknis untuk menghadapi wisatawan, seperti kefasihan berbahasa Inggris dan kemampuan komunikasi yang efektif. Selain itu mereka menekankan perlunya memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang desa dan warisan artistiknya. Hal ini memungkinkan penduduk untuk memberikan pengalaman yang bermakna dan mendidik bagi para wisatawan.

Warga Kampung Dago Pojok didorong untuk menyesuaikan diri dengan kegiatan pariwisata yang merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Kegiatan seni dan budaya mereka yang khas diubah menjadi atraksi wisata, memungkinkan mereka untuk terus menjalani kehidupan sehari-hari sambil berkontribusi pada pertumbuhan pariwisata. Sedangkan pengelola Kampung Dago Pojok menyadari bahwa wisatawan tertarik dengan kegiatan sosial ekonomi sehari-hari yang dapat memberikan kesempatan pendidikan. Oleh karena itu, mereka mengadakan lokakarya seni, pertunjukan budaya, dan acara komunitas lainnya yang menarik minat wisatawan.

Berkaca dari Kampung Dago Pojok di Bandung, kita bisa melihat bagaimana operator desa wisata dapat mengenali dan memenuhi harapan wisatawan kontemporer yang mencari pengalaman lebih dari sekadar hiburan. Dago Pojok telah berhasil mengembangkan destinasi yang memikat, asli, dan signifikan dengan memberikan penekanan kuat pada pendidikan, keunikan daerah, dan integrasi kegiatan pariwisata dengan kehidupan sehari-hari.

Lain halnya di Kampung Sarugo, ketika pariwisata mulai dikenalkan di sana, masyarakat setempat mulai mengenal akan diversifikasi kegiatan ekonomi di luar bertani dan berkebun. Mereka beralih ke dalam peran-peran yang mendukung inisiatif pariwisata misalnya dengan menjadikan kebun jeruk yang mereka kelola memiliki nilai tambah sebagai daya tarik wisata. Selain itu, pencapaian signifikan dari Kampung Wisata Sarugo dalam mengembangkan pariwisata dengan secara langsung mendapatkan pengakuan melalui berbagai kompetisi tingkat nasional mendorong warga mengubah rumah adat mereka menjadi *homestay* yang iconic. Dalam diskusi dengan warga setempat, mereka meyakini bahwa warga seyogianya menempatkan dirinya sebagai tuan rumah yang menyambut dan melayani wisatawan sebagai tamu dengan baik. Mereka menyediakan rumah sebagai tempat menginap. Sementara yang lain menyiapkan makanan tradisional sebagai suguhan kuliner bagi para tamu dan wisatawan. Selain itu, '*lapau*' atau warung yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai tempat untuk transaksi lokal, bertransformasi menjadi tempat untuk melayani wisatawan agar mereka dapat menikmati secangkir kopi maupun "teh talua" dan berinteraksi dengan penduduk setempat dan mendengarkan kisah-kisah mereka.

Melalui Pokdarwis, mayoritas warga memahami bahwa kecenderungan destinasi wisata bukan hanya bersifat hiburan, tetapi juga edukasi yang dapat tersampaikan dalam aktivitas sosial-ekonomi keseharian seperti bergotong-royong, bermusyawarah, bertani dan berladang. Dalam pemahaman pengelola wisata bahwa arsitektur rumah gadang memang merupakan daya tarik utama bagi wisatawan yang berkunjung ke Kampung Sarugo, tetapi untuk menambah lama tinggal (*length of stay*) wisatawan perlu disuguhkan atraksi-atraksi lain sesuai karakter Kampung Wisata Sarugo. Berbagai atraksi budaya, edukasi agrowisata, sampai memberi makan ikan di sungai menjadi bagian dari penyediaan kebutuhan untuk wisatawan. Warga dan pengelola juga memahami kebutuhan lain wisatawan yang berkunjung dengan menyediakan titik swafoto yang ada di bukit yang memungkinkan pemandangan Kampung Sarugo dengan latar atap-atap gonjong yang tertata rapi menghadap kiblat dan Balai Adat.

*Wisatawan yang masuk dari road trip itu mereka suka dengan Sumatera Barat mengharapkan pertunjukan budaya... (tetapi terkadanh) mereka beralih ke pemandangan alam dan kulinernya sehingga itu lah yang membuat mereka kembali ke Sumatera Barat ini. Yang bisa menarik mereka itu kembali ke suatu wisata itu bisa dilihat dari keunikan dan juga perilaku masyarakat yang ada di desa itu yang membuat mereka terkesan dan penasaran untuk proses selanjutnya, dan juga ciri khas suatu daerah dan juga memberikan experience juga hal yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung kembali. (Wawancara dengan informan, 28 Mei 2023).*

### *The prospective gaze (socio-cultural and economic)*

Kapital telah sejak lama dilihat dari sejauh mana ia dapat dikonversi ke dalam bentuk kapital lainnya (Bourdieu, 1986). Dalam ilmu sosial, terdapat bentuk kapital alternatif (baca: modal sosial) yang melihat bahwa relasi sosial yang berlandaskan norma timbal baik dan kepercayaan dapat menjadi sebuah modal (Fukuyama, 1995). Kapital jenis ini—yang bersifat sosial—memberikan manfaat yang bersifat secara sosial. Namun demikian, kapital sosial tidak menutup dirinya dikonversi menjadi kapital ekonomi. Kerangka berpikir kapital sosial ini kemudian menjadi landasan *prospective gaze*, yakni tatapan warga tentang bukan hanya keuntungan ekonomi (*economic gain*) melainkan juga manfaat sosial (*social benefit*) yang mungkin diraih ketika desa atau kampungnya bertransformasi.

Bagi pengelola Kampung *Heritage* Kayutangan, transformasi menjadi destinasi wisata memberikan dampak secara ekonomi bagi warganya seperti 'menambah penghasilan' karena terbukanya alternatif mata pencaharian. Informan di Kampung *Heritage* Kayutangan menuturkan bahwa dengan adanya aktivitas pariwisata di Kampung mereka warga setidaknya dapat meraup keuntungan dari hasil berjualan makanan atau minuman maupun peralatan ibadah dan cinderamata. Lebih jauh, pengelola meyakini bahwa terdapat manfaat secara sosial yang berkorelasi dengan peningkatan kohesi sosial dan kebersamaan warga. Informan meyakini bahwa manfaat ini jauh lebih penting dari sekedar nominal atau ekonomi. Dengan

transformasi Kampung Heritage Kayutangan, pengelola berharap warga 'belajar menyatu' dan menyelaraskan tujuan bersama, alih-alih hanya mengejar keuntungan finansial semata.

Pengelola melihat bahwa dengan transformasi yang terjadi membuat warga mengedepankan identitas mereka sebagai warga Kampung *Heritage* Kayutangan alih-alih identitas sebagai warga RT maupun RW tertentu. Pokdarwis sebagai pengelola senantiasa menyadari dan menekankan pentingnya warga membangun kampungnya sendiri. Pokdarwis melihat bahwa setiap warga dapat berkontribusi bagi pembangunan kampung mereka dalam konteks pariwisata serta mendapatkan manfaat bagi mereka yang terlibat aktif. Pokdarwis mencontohkan, bahwa dengan 'modal cerita' (tentang Kampung), warga dapat memiliki pekerjaan sebagai *tour guide* serta memperoleh penghasilan tambahan. Dengan menjadi *tour guide*, tentunya bukan hanya tambahan penghasilan yang diperoleh, melainkan jejaring sosial serta kapasitas dan pengetahuan tentang industri pariwisata.

*Bahwa tujuan dari pembangunan desa wisata ini untuk kesejahteraan masyarakat itu juga dan menjadi lahan perekonomian bagi masyarakat itu sendiri... Makanya untuk membangun desa wisata itu dengan by design apalagi merencanakan suatu desa wisata itu ya baik tapi kita harus mendesain apa siapa dan bagaimana desa wisata tersebut, ketika road mapnya sudah di bikin segmennya sudah jelas dan baru bicara memasarkan terus nanti bekerja sama dengan rantai nilai yang dimiliki desa wisata tersebut. (Wawancara dengan Informan, 28 Mei 2023).*

Transformasi Dago Pojok menjadi destinasi wisata kreatif telah memberikan pengaruh ekonomi bagi masyarakat sekitar. Kegiatan pariwisata memungkinkan penduduk untuk menambah penghasilan mereka dengan berbagai cara, seperti halnya menjual produk buatan tangan, makanan, minuman, atau tur dan pelatihan seni. Hal ini menciptakan peluang untuk mata pencaharian alternatif yang sebelumnya tidak tersedia. Modal sosial di Dago pojok juga merupakan elemen yang penting. Pengembangan pariwisata di desa ini dibangun di atas interaksi sosial yang kuat, kepercayaan, dan prinsip-prinsip timbal balik. Partisipasi masyarakat dalam kegiatan seni dan budaya, serta kolaborasi antara warga dan pengelola, mendorong kohesivitas dan solidaritas sosial. Pengelola dan seniman lokal berkolaborasi untuk menciptakan karya seni yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga meningkatkan identitas budaya lokal.

Pengelola Dago Pojok menekankan pentingnya membangun identitas kolektif sebagai warga kampung yang kreatif. Dengan adanya pariwisata, warga didorong untuk berkontribusi dalam membangun dan mempromosikan kampung mereka. Identitas ini bukan hanya sebagai warga RT atau RW, tetapi sebagai bagian dari komunitas kreatif yang unik. Hal ini meningkatkan kebanggaan dan rasa memiliki di antara warga. Selain manfaat ekonomi, transformasi Dago Pojok juga memberikan manfaat sosial. Kegiatan pariwisata mendorong interaksi dan jaringan sosial yang lebih besar, baik di antara warga maupun dengan wisatawan. Kegiatan seni dan budaya yang melibatkan warga dari berbagai usia menciptakan ruang untuk dialog antar generasi dan memperkuat ikatan komunitas.

Warga Dago Pojok juga mendapatkan manfaat dari pengembangan kapasitas dan pengetahuan. Pelatihan dan lokakarya yang diadakan di desa membantu warga memahami industri pariwisata, meningkatkan keterampilan komunikasi, dan bahkan belajar bahasa asing. Hal ini tidak hanya membantu dalam memenuhi kebutuhan wisatawan tetapi juga meningkatkan keterampilan yang berguna untuk kehidupan sehari-hari dan pekerjaan lainnya.

*Setelah Covid, direncanakan dari Malaysia mau workshop. Ternyata cancel Covid, dampaknya semua. Tapi kita terus berkarya, eksistensi bertahan, rezekinya ada dari komunitas kita. Nah kayak ini kan pesenan-pesanan dari komunitas. Ya alhamdulillah kita mah selalu ada pesenan. Semua negara, hampir 80 negara ke sini. Belum tentu ya kalau nggak ada budaya, mungkin saya ke sana mengeluarkan dana berapa. Itu mah yang ngatur Yang Maha Kuasa, karena mungkin dedikasinya terhadap budayanya juga. Dianter-anter kan gitu, sama orang Afrika Selatan ngobrol, nikmat lah kayak gini kita ketawa-tawa, sambil workshop gitu. Saya rasakan punya kenikmatan lebih dari kerja dulu, itu mah bisa. Kalau kerja kan untuk kita pribadi, tapi kalau untuk seni kita bisa melibatkan yang lain. Itu bahagiannya A', walaupun sederhana gini. (Wawancara dengan Informan, Agustus 2021).*

Dago Pojok menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan promosi budaya dengan risiko komodifikasi, sama halnya dengan yang dihadapi oleh Kampung Sarugo. Meskipun seni dan budaya merupakan daya tarik utama, pengelola berusaha untuk menjaga agar kegiatan-kegiatan ini tetap otentik. Hal ini termasuk memastikan bahwa seni dan budaya yang dipamerkan benar-benar mencerminkan kehidupan dan nilai-nilai warga. Kehadiran komunitas seni dan pemangku kepentingan terkait sangat penting untuk mendukung transformasi Dago Pojok. Mereka tidak hanya membantu dalam pengembangan dan promosi, tetapi juga pendidikan dan pelatihan masyarakat. Regulasi yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan dari pemerintah dan organisasi lain diperlukan untuk memastikan bahwa pariwisata berkembang dengan cara yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi semua pihak.

Pembangunan ekonomi pariwisata berpotensi menyebabkan perubahan dalam praktik tata ruang. Seiring dengan berkembangnya daerah tersebut. Praktik-praktik tradisional yang berkaitan dengan pertanian (seperti sawah) dan perkebunan mungkin telah berkurang kepentingannya, dan memberi jalan bagi inovasi dan kegiatan-kegiatan baru yang berkaitan dengan praktik pariwisata. Dalam diskusi untuk kasus Kampung Wisata Sarugo, berkembang mengenai apa yang didapatkan masyarakat dengan adanya transformasi menuju desa wisata. Dengan kata lain, dampak sosial-budaya bagi transformasi Kampung menjadi destinasi wisata salah satunya adalah promosi kebudayaan setempat itu sendiri karena secara otomatis tertangkap oleh pandangan wisatawan.

Kemudian dampak lain juga terjadi adaptasi atau penyesuaian budaya. Namun, dampak sosial-budaya tersebut perlu berhati-hati agar tidak terjebak pada komodifikasi budaya. Hal itu mungkin sedikit disinggung oleh informan yang menjelaskan mengenai kondisi “Kebudayaan by Order”, yakni kondisi dimana kebudayaan tersimplikasi menjadi atraksi budaya yang disengaja karena dalam satu sisi memang harus ditampilkan kepada wisatawan tetapi di sisi lain kebudayaan tersebut tidak melekat kepada masyarakatnya sendiri. Hal itu juga dicontohkan informan misalnya terlihat pada falsafah “Adat Basandi Sarak, Sarak Basandi Kitabullah” yang dalam beberapa situasi hanya menjadi identitas simbolis tanpa kesakralan dan yang tidak terinternalisasi.

*Makanya tadi saya bilang disini itu kita punya ABS SBK yang tujuannya sangat baik yang sangat bermanfaat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, contohnya dalam persoalan bagi-bagi hasil dan dalam persoalan-persoalan sederhana tapi sampai sekarang belum terselesaikan. (Wawancara dengan Informan, 28 Mei 2023).*

Dalam dimensi sosial-budaya dan ekonomi sebagaimana pemaparan informan dalam pengembangan Kampung Wisata Sarugo, pada awalnya terdapat gesekan-gesekan lintas generasi secara internal antara golongan muda dan tetua adat. Namun demikian, gesekan tersebut tidak melulu mengarah pada konflik yang mengendap (laten) tetapi justru dapat membuka negosiasi-negosiasi ruang bagi budaya dan pariwisata. Artinya dengan kata lain, dampak ekonomi sebagai bagian transformasi kampung menjadi destinasi wisata salah satunya adalah peningkatan penghasilan dan alternatif mata pencaharian bagi masyarakat. Pada dasarnya berdasarkan keterangan informan, transformasi Jorong Sungai Dadok menjadi destinasi Kampung Wisata Sarugo tentu memberikan dampak yang positif. Akan tetapi kendala salah satunya menurut informan adalah bahwa kegiatan bisnis pariwisata menjadi bisnis yang beresiko bagi masyarakat yang tergolong miskin. Untuk itulah keberadaan komunitas-komunitas dan stakeholder yang terkait berperan sangat penting untuk mengedukasi dan memberikan pelatihan yang relevan serta merumuskan regulasi yang tepat.

### **Narasi Lokal Transformasi Kampung**

*Nostalgia for the past* di Kampung Tematik Kayutangan Kota Malang

Berdasarkan analisis data, narasi lokal yang dibangun oleh Kampung Tematik Heritage Kayutangan dapat disebut sebagai ‘Nostalgia for the Past’ atau nostalgia bagi masa lalu. Narasi lokal yang dibangun tersebut tentu berlandaskan pada sejarah dan karakteristik Kampung tersebut. Nostalgia tentu merujuk pada kerinduan akan sesuatu yang sangat jauh atau telah tiada. Nostalgia identik dengan kenangan manis. Bangunan atau arsitektur serta benda-benda tempo dulu, termasuk makanan dan minuman tradisional menjadi sesuatu yang dirindukan oleh Pokdarwis di era ini. Hal itu menjadi pondasi bagi gagasan dan konsep Kampung Heritage yang hendak diimplementasikan Pokdarwis setempat dalam momentum pengembangan wisata kampung tematik oleh Pemerintah Kota Malang.

Berdasarkan wawancara dengan ketua Pokdarwis Kampung Tematik Heritage Kayutangan kala itu, terdapat beberapa kata kunci yang relevan dalam narasi lokal yang coba diimplementasikan, yaitu ‘memperlawas’, ‘kampung jadul’, dan ‘melestarikan ingatan’. Narasi yang hendak dibawa tersebut tentu sangat berbeda dengan wacana dominan penataan kampung yakni ‘kampung bersih’ yang mewujud pada kampung warna-warni misalnya. Bagi informan, konsep tersebut sama sekali berbeda dengan konsep ‘kampung jadul’. Kampung jadul menekankan pada melestarikan dan menghadirkan yang lawas ke era saat ini dengan tujuan memberikan ingatan dan kenangan akan era lampau. Sementara itu, kampung bersih dan atau warna-warni bertujuan untuk mempercantik kampung dengan membangun sesuatu yang baru.

*Terus melestarikan, wes mari yang lainnya gimana, ayo kita ciptakan, sehingga terkesan heritage, bukan seperti yang baru, properti-properti itu lawas, kampung kita kan bukan kampung bersih, tapi kampung jadul. (Wawancara dengan informan, Agustus 2022).*

Dalam proses membangun gagasan dan konsep Heritage tersebut, tentunya terdapat dinamika internal yang dialami oleh Pokdarwis dan warga. Sesekali, upaya Pokdarwis untuk menyuguhkan sesuatu yang autentik melalui memperlawas, justru dipandang hal yang ‘kumuh’ karena bertentangan dengan pemahaman warga mengenai penataan kampung tematik.

*Nah ini ketika saya berbuat ini, dianggap kumuh pak, ya barang-barang jadul mana ada yang bersih pak, seperti jenengan tau sendiri kalo ini saya konsep plitur baru, nilai jadulnya ilang pak jadi saya kuatkan di eranya. Motor ini, sebetulnya kalo saya cat itu kesannya ilang jadi kan, ini harus jadi sebuah ingatan. (Wawancara dengan informan, Agustus 2022).*

Lebih jauh, Ketua Pokdarwis Kampung Heritage menjelaskan terkait dinamika dalam membangun gagasan 'kampung jadul':

*Bahasa tuduhan dan cemoohan dari warga yang nggak sejalan, sepaham istilahnya sudah menjadi hal biasa, tapi yo awal-awalnya nggak mau, protes ya wajar, tapi sekarang sudah mulai proses, protes sudah mulai berkurang. Karena sudah mulai merasakan... Ini bukan kampung bersih, ini kampung jadul, beda konsepnya, mereka ngambil konsep bersih. Ya nggak kesini, ke perumahan ya akeh... apakah kita memakai konsep bersih-bersihan, berarti masuk post-industrialis, kafe-kafe sekarang post industrialis, kalo kita ngambil era kolonial, berarti harus properti yang konsep kolonial itu yo opo? (Wawancara dengan informan, Agustus 2022).*

Di Kota Malang sendiri, memang terdapat 24 Kampung Tematik yang setidaknya 5 diantaranya masuk dalam kategori wisata instagramable (Fathy, 2022). Kampung tersebut adalah Kampung Warna-Warni, Kampung Biru Arema, Kampung Putih, Kampung Tridi, dan Kampung Kelir. Beberapa kampung lain, yang sebenarnya berupaya membangun narasi yang beragam justru juga identik dengan narasi *instagramable*, seperti Kampung Keramat, Kampung Topeng, Kampung Lampion, dan Kampung Wayang.

Narasi dan arah penataan permukiman kumuh menjadi destinasi wisata cenderung mendekatkan dirinya pada transformasi estetik sebuah tempat. Faktor itu yang kemudian menyebabkan banyak kampung tematik di Kota Malang tidak menonjol dan bahkan sepi pengunjung. Narasi tersebut, sebagaimana disebut oleh Fathy (2022) sebagai 'eksotisme lanskap', memang sangat relevan bagi kampung-kampung tertentu seperti Kampung Warna-Warni dan Kampung Biru Arema, tetapi mungkin keliru bagi kampung-kampung yang lain. Latar belakang inilah yang kemudian coba diluruskan oleh Ketua Pokdarwis Kampung Heritage Kayutangan yang berupaya memberi pemahaman bahwa gagasan dan konsep heritage yang hendak diangkat berbeda dengan ide penataan beberapa kampung tematik di Kota Malang. Meskipun demikian, Pokdarwis juga memahami tren wisatawan dalam memburu swafoto sehingga perlu mentransformasi kampung mereka menjadi lokasi-lokasi foto yang *instagramable*.

#### *Art, creation, and augmented reality* di Kampung Kreatif Dago Pojok Kota Bandung

Pada periode 2009-2011, festival kecil-kecilan sudah mulai diadakan di Kampung Kreatif Dago Pojok, disahkan oleh wakil walikota Bandung pada waktu itu. Kampung Kreatif Dago Pojok juga telah bekerja sama dengan dinas pariwisata dan dinas pendidikan terkait berbagai acara. Terdapat berbagai kegiatan seperti Pusat Kegiatan Belajar Mengajar, rumah kreatif belajar, pelajaran melukis gratis, serta kolaborasi dengan dosen relawan dari ITB. Sebelum pandemi COVID-19, festival tahunan besar rutin diadakan, namun sejak pandemi kegiatan tersebut dihentikan untuk mematuhi protokol kesehatan. Namun, sanggar-sanggar tetap aktif dan siap memulai kembali kegiatan ketika situasi memungkinkan.

Pilar utama yang menjadi landasan Kampung Kreatif Dago Pojok dalam membangun narasi lokal adalah kreativitas dan seni. Pengelola dan warga kampung ini memanfaatkan seni untuk mengubahnya dari lokasi yang kurang dikenal menjadi tujuan wisata kreatif. Dengan menggunakan beragam mural, instalasi seni, dan acara seni, mereka membangun karakter yang berbeda dan menarik yang menghargai dan memajukan budaya lokal.

*"Kalau menurut saya sih kampung kota itu setau saya itu malah yang menarik menurut saya kalau misalnya melihat kampung di kota itu kita lihat ada yang menarik di dalamnya lebih menarik dibandingkan bangunan-bangunan biasa yang ada di sini dan menurut saya memang harus diurus sih dan itu juga sebagai identitas dan karakter kan sebenarnya di masyarakat Bandung." (Wawancara dengan informan, Agustus 2021).*

Terdapat sekitar 17 sanggar yang aktif di Kampung Dago Pojok, termasuk sanggar wayang, tari jaipong, pencak silat, dan musik bambu. Seniman di kampung ini menggunakan kesenian sebagai mata pencaharian utama. Misalnya, pembuat wayang tidak hanya menjadi dalang tetapi juga menjual wayangnya, dan sanggar tari menerima tawaran pentas dari luar. Kampung ini juga sering dikunjungi seniman internasional dan telah mendapatkan pengakuan dari UNESCO.

Kreativitas dan seni menjadi pusat perhatian di sana. Untuk merangkul keunikan lokal dan menciptakan daya tarik khas yang membedakan komunitas bertema dari yang lain, penduduk dan pengelola bekerja sama dengan para seniman. Mereka meningkatkan kohesivitas sosial dan identitas komunitas sambil menarik wisatawan melalui mural, instalasi seni, dan acara seni. Selain itu produk seni yang dihasilkan juga berinovasi dengan bantuan teknologi dan kolaborasi. Salah satu pelaku seni di Dago Pojok mengungkapkan bahwa komunitasnya pernah berkolaborasi dengan Institut Teknologi Bandung

(ITB) untuk mengembangkan proyek yang mengintegrasikan augmented reality (AR) dengan seni lokal. Dalam proyek ini, lukisan-lukisan yang ada di kampung Dago Pojok dapat dilihat dalam bentuk 3D melalui aplikasi ponsel.

#### *Cultural authenticity and nature beauty* di Kampung Budaya Sarugo Kabupaten Limapuluh Kota

Jauh sebelum ditetapkan sebagai desa wisata, masyarakat Desa/Jorong Sungai Dadok memiliki tradisi berkesenian yang sudah dikenal masyarakat sekitar, yaitu kesenian randai, seni ukir, anyaman, tari, dan silat. Namun kemudian, berdasarkan wawancara dengan pelaku seni di Kampung Budaya Sarugo keunikan lokal berupa rumah tradisional menciptakan daya tarik khas yang membedakan dengan destinasi wisata lain di Sumatera Barat. *"Memang di setiap Nagari ada rumah adat, tapi tidak ada yang tertata rapi dan berjejer seperti ini, itu yang membedakan dengan nagari lain"* (Wawancara dengan Informan, 28 Mei 2023). Selain kampung adat yang menjadi daya tarik di Desa Wisata Sarugo terdapat daya tarik sejarah, yaitu Rumah Tan Malaka. Bahkan pada awalnya aspek sejarah itu menjadi daya tarik utama:

*"Awalnya saya bertemu dengan Tim KKN Universitas Muhammadiyah di Kecamatan Gunung Ameh untuk mensurvei Rumah Tan Malaka. Selain itu juga saya menawarkan ada destinasi wisata Museum PDRI. Awalnya mereka ragu, tetapi setelah melihat tempat itu, dan juga deretan rumah adat mereka bilang inilah hamparan surga di bumi. Hingga dari sanalah muncul nama sarugo"* (Wawancara dengan informan, 28 Mei 2023)

Pada awalnya pengelolaan desa Wisata Sarugo meniru apa yang telah dilakukan di Puncak Lawang, Nagari Lawang. Setelah ada kesepakatan dengan pihak akademisi yang akan melakukan pendampingan dalam pembentukan desa wisata, masalah selanjutnya adalah meyakinkan warga terutama ninik mamak sebagai tokoh adat desa tersebut tahun 2019. Dalam proses pendampingan ditempatkan beberapa mahasiswa yang melakukan KKN. Kekhawatiran para tokoh adat ketika desanya dijadikan tempat wisata, karena pengetahuan mereka dari citra bagaimana pengembangan pariwisata yang terjadi di Pulau Bali. Masyarakat di Desa Sarugo memiliki kekhawatiran bahwa pariwisata akan mengubah atau mengancam otentitas tradisi dan nilai-nilai budaya yang selama ini dipegang teguh. Kedatangan wisatawan lokal atau asing di kampung mereka dianggap dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat.

*"Melalui proses pendampingan dari akademisi, kami menjelaskan kepada warga bahwa pariwisata bukan tentang wisatawan asing yang datang dengan mengenakan pakaian yang bertentangan dengan adat warga, tetapi justru pariwisata dapat melestarikan adat dan tradisi yang ada di desa"* (Wawancara dengan informan, 28 Mei 2023).

Proses sosialisasi berjalan lebih kurang satu bulan, sebelum selanjutnya menghadap Bupati untuk minta diresmikan sebagai kampung wisata tanggal 31 Agustus 2019. Autentisitas Rumah Gadang di Desa Wisata Sarugo selain sebagai daya tarik bagi wisatawan, warga lokal memandang bahwa dasar utama pemeliharaan rumah tradisional juga sebagai bentuk penghargaan pada generasi sebelum mereka. Meski demikian, terkait otentisitas Desa Wisata Sarugo ada kemiripan dengan Solok Selatan yang pada awal peresmian menjadi persoalan.

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

*"Local people gaze"* merupakan konsep dan pendekatan yang penting dalam mengurai transformasi kampung/desa menjadi destinasi wisata. Namun demikian, konsep dan pendekatan tersebut sebagaimana telah didiskusikan pada bagian sebelumnya, sering hanya merujuk pada cara pandang dan persepsi masyarakat lokal terhadap citra wisatawan atau pariwisata. Namun demikian, artikel ini telah menajamkan fokusnya untuk meredefinisi terminologi tersebut, sebagai cara pandang masyarakat lokal dalam membangun gagasan atau konsep transformasi kampung yang relevan bagi karakteristik kampung mereka sendiri dan destinasi wisata. Dengan kata lain, *local people gaze* tidak lagi tersimplikasi dalam dikotomi pandangan (positif-negatif) orang lokal terhadap wisatawan atau wisata, melainkan jauh lebih kompleks dan bersifat mendasar, autentik, serta prospektif. Ketiga Kampung sebagai studi kasus artikel ini, sebagaimana telah disebutkan telah mengalami transformasi dan dinamika dengan karakteristiknya masing-masing, sehingga memunculkan narasi lokal yang berbeda-beda pula atas transformasi tersebut: autentisitas budaya dan keindahan alam (Kampung Sarugo); nostalgia bagi masa lalu (Kampung Kayutangan) dan; seni, kreatifitas, dan *augmented reality* (Kampung Dago Pojok). *Local people gaze* dengan demikian terefleksikan sebagai narasi lokal yang signifikan untuk mengangkat aspirasi, mengembangkan potensi asli, dan menjamin keuntungan bagi orang lokal. *Local people gaze* seperti ini, pada akhirnya dapat menjadi panduan pengembangan pariwisata yang relevan dan berkelanjutan di kampung/desa, alih-alih hanya memunculkan euforia penghargaan yang simbolis dan temporer dalam kategori-kategori yang kurang substansial.... Sementara itu, secara teoritik—sebagaimana tesis argumen yang telah dipaparkan—mengedepankan identifikasi pola *local people gaze*. Hal itu memperkaya analisis kajian *gaze* dalam studi

pariwisata secara khusus dan teori sosiologi secara umum. *Local people gaze* dapat menjadi kerangka berpikir alternatif dari arus utama studi-studi *gaze* yang mengedepankan sudut pandang wisatawan atas destinasi wisata. Operasionalisasi konsep pendekatan *local people gaze* dalam artikel ini memberikan elaborasi lebih dalam dan subjektif atas pandangan masyarakat local pemiliki desa wisata. Oleh sebab itu, kajian atau riset selanjutnya dapat terus mengelaborasi pendekatan *local people gaze* yang diperkuat dengan konsep-konsep pembangunan sosial secara umum maupun pendekatan *community-based tourism* dalam konteks isu pariwisata. Kajian atau riset dengan dua pendekatan tersebut mungkin memberikan implikasi praktis yang lebih konkret terhadap kebijakan pengembangan pariwisata di Indonesia yang sepertinya masihi cenderung *top-down* dan belum berkelanjutan.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Adiati, G. (2016). Developing Tourism Village from Arts and The Citizens' Activities (Case of Dago Pojok, Bandung, Indonesia). *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 2(1), 794–808. <https://doi.org/10.20319/pijss.2016.s21.794808>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2023* (Direktorat Statistik Keuangan Teknologi Informasi dan Pariwisata, Ed.; Vol. 15, Issue 15). Badan Pusat Statistik.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 15–29). Greenwood Press.
- Budianta, M. (2018). Pendahuluan. In M. Budianta & D. Hapsarani (Eds.), *Meniti Arus Lokal-Global: Jejaring Budaya Kampung*. InferniaPublishing.
- Cárdenas-García, P. J., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2015). Does Tourism Growth Influence Economic Development? *Journal of Travel Research*, 54(2), 206–221. <https://doi.org/10.1177/0047287513514297>
- Darma Putra, I. N., Verheijen, B., Ardika, I. W., & Yanthy, P. S. (2021). Affinity tourism and exotic tourism in Bali. The Chinese and Indian tourist gaze in the Garuda Wisnu Kencana Park. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 427–443. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1797063>
- Fasa, A. W. H., Berliandado, M., & Prasetyo, A. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berkelanjutan di Indonesia: Pendekatan Analisis PESTEL. *Kajian*, 1(27), 71–87.
- Fathy, R. (2022). *Menegosiasikan produksi ruang: Kampung tematik, pariwisata, dan smart city*. Universitas Indonesia.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Gelbman, A., & Collins-Kreiner, N. (2018). Cultural and behavioral differences: tour guides gazing at tourists. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 16(2), 155–172. <https://doi.org/10.1080/14766825.2016.1240686>
- Jose Paul, N. I. (2016). Critical Analysis of Slum Tourism: A Retrospective on Bangalore. *Atna - Journal of Tourism Studies*, 11(2), 95–113. <https://doi.org/10.12727/ajts.16.6>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2021, March 23). *Panduan Potensi Pembangunan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Panduan-Potensi-Pembangunan-Sektor-Pariwisata-dan-Ekonomi-Kreatif>
- Khakim, Moch. N. L., Putri, M. U. U., Suktianto, W., & Budi, N. A. (2019). Urgensi pengelolaan pariwisata Kampung Heritage Kajoetangan Malang. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.17977/um022v4i12019p015>
- Krisnanda, R. (2017). Program Direct Marketing Dwi-Bahasa Guna Meningkatkan Minat Wisata Religi Makam Mbah Honggo, Kampung Kayutangan, Kota Malang. *PESONA*, 02(01), 1–10.
- Lin, B., & Fu, X. (2021). Gaze and tourist-host relationship – state of the art. In *Tourism Review* (Vol. 76, Issue 1, pp. 138–149). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2019-0459>
- Liu, S., & Cheung, L. T. O. (2016). Sense of place and tourism business development. *Tourism Geographies*, 18(2), 174–193. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1149513>
- Okezone Travl. Kampung Kreatif Dago Pojok, Wisata Edukasi Sarat Seni di Bandung. <https://travel.okezone.com/read/2020/09/25/408/2283693/kampung-kreatif-dago-pojok-wisata-edukasi-sarat-seni-di-bandung>.
- Salam, N. E. (2022). Destination branding Kampung Wisata Sarugo oleh Kelompok Sadar Wisata di Kabupaten Lima Puluh Kota. *JOM FISIP*, 9 (2), 1-14.
- Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: a survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1–51. <https://doi.org/10.1080/00220389808422535>
- Teshome, E., Dereje, M., & Asfaw, Y. (2022). Potentials, challenges and economic contributions of tourism resources in the South Achefer district, Ethiopia. *Cogent Social Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2041290>
- Urry, J. (2002). *Consuming Places*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203202920>

- Urry, J. (2008). Globalising the Tourist Gaze. In B. S. Sutheeshna, S. Mishra, & B. B. Parida (Eds.), *Tourism Development Revisited: Concepts, Issues and Paradigms* (pp. 150–160). SAGE Publications India Pvt Ltd. <https://doi.org/10.4135/9788132100058.n10>
- Wassler, P., & Kirillova, K. (2019). Hell is other people? An existential-phenomenological analysis of the local gaze in tourism. *Tourism Management*, 71, 116–126. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.005>
- Weaver, A. (2009). Tourism and aesthetic design: Enchantment, style, and commerce. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(3), 179–189. <https://doi.org/10.1080/14766820903259493>
- Wisesa, A. K., Gunadi, I. M. A., & Mbulu, Y. P. (2018). Creativity Based Tourism in Kampung Kreatif Dago Pojok Bandung. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, VI(1), 15–24.