

Digitalisasi Pariwisata dan Erosi Kearifan Lokal

Ida Bagus Gde Pujaastawa
Universitas Udayana
gde_pujaastawa@unud.ac.id

Ida Ayu Dyana Prawerti
Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa
idaayudyana@gmail.com

Abstrak

Digitalisasi telah menjadi kekuatan transformatif dalam dunia pariwisata. Hal ini tidak hanya mengubah infrastruktur layanan dan pola konsumsi wisatawan, tetapi juga menggoyahkan tatanan nilai budaya komunitas lokal. Artikel ini mengkaji secara kritis bagaimana budaya teknologi wisata yang hadir melalui platform digital, media sosial, dan aplikasi perjalanan telah membentuk ulang relasi antara wisatawan dan masyarakat lokal, serta memicu berbagai bentuk erosi terhadap kearifan lokal yang menjadi fondasi identitas budaya dan keberlanjutan destinasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dinamika tersebut secara mendalam, sekaligus mengkritisi ketimpangan relasi antara kekuatan teknologi global dan pemangku budaya lokal dalam produksi serta sirkulasi narasi pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis wacana kritis dan etnografi digital, studi ini mengeksplorasi bagaimana proses digitalisasi mengonstruksi ulang makna, citra, dan praktik budaya dalam konteks pariwisata. Representasi budaya yang dikurasi secara digital kerap menyingkirkan nilai lokal demi estetika yang sesuai dengan logika pasar. Akibatnya, banyak praktik tradisional mengalami penyederhanaan makna, komodifikasi, atau bahkan kehilangan kesakralannya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi wisata bukanlah entitas yang netral, melainkan sarat dengan implikasi ideologis yang dapat melemahkan otoritas masyarakat lokal atas warisan budayanya. Artikel ini menawarkan kerangka konseptual baru untuk membangun pariwisata digital yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga arif secara budaya. Kontribusi utama dari kajian ini terletak pada pemetaan tingkat kerentanan budaya terhadap penetrasi digital, serta penyusunan rekomendasi kebijakan pariwisata yang lebih inklusif, adil, dan berakar pada nilai-nilai lokal.

Kata Kunci: digitalisasi pariwisata, kearifan lokal, etnografi digital, platform digital, media sosial, wisatawan, masyarakat lokal.

Abstract

Digitalization has emerged as a transformative force in the tourism industry. It not only reshapes service infrastructures and tourist consumption patterns but also disrupts the cultural value systems of local communities. This paper critically examines how the culture of tourism technology, manifested through digital platforms, social media, and travel applications, has reconfigured the relationship between tourists and local populations, while also triggering various forms of erosion of local wisdom, which serves as the foundation of cultural identity and destination sustainability. This research aims to explore these dynamics in depth, examining the asymmetrical relationship between the power of global technology and local cultural actors in the production and circulation of tourism narratives. Using a qualitative approach that combines critical discourse analysis and digital ethnography, this study explores how the process of digitalization reconstructs meaning, imagery, and cultural practices within the context of tourism. Digitally curated representations of culture often marginalize local values in favor of aesthetics aligned with market logic. As a result, many traditional practices

undergo semantic simplification, commodification, or even the loss of their sacredness. The findings of this research reveal that tourism technology is not a neutral entity; rather, it is laden with ideological implications that may undermine the authority of local communities over their cultural heritage. This paper offers a new conceptual framework for developing digital tourism that is not only technologically intelligent but also culturally wise. The primary contribution of this study lies in mapping the levels of cultural vulnerability to digital penetration and formulating tourism policy recommendations that are more inclusive, equitable, and grounded in local values.

Keywords: *tourism digitalization, local wisdom, digital ethnography, digital platforms, social media, tourists, local communities.*

1. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi digital telah merambah hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk sektor pariwisata. Inovasi seperti media sosial, Internet of Things (IoT), augmented reality (AR), dan big data telah merevolusi cara destinasi wisata dipromosikan, dikelola, dan dialami oleh wisatawan. Ibarat pisau bermata dua transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi ekonomi, tetapi juga memengaruhi pola interaksi sosial serta kesadaran budaya. Di satu sisi, digitalisasi menawarkan kemudahan dan aksesibilitas; namun di sisi lain, ia menyimpan potensi risiko terhadap pelestarian identitas dan nilai-nilai lokal (Jiang & Phoong, 2023).

Fenomena tersebut juga teramati dalam konteks pariwisata desa dan budaya lokal, di mana teknologi menjadi alat ganda: di satu sisi memperluas akses dan eksposur, namun di sisi lain dapat mengkomodifikasi dan mendiskualifikasi nilai-nilai kearifan lokal yang sakral. Sebagai contoh, studi di desa wisata menunjukkan bahwa aplikasi digital dan pengelolaan data meningkatkan kunjungan pengunjung, tetapi juga mempersempit kontekstualisasi spiritual dan sosial tradisi lokal jika dikelola hanya untuk *clicks* dan *shares*.

Kasus di Hanoi mempertegas dinamika tersebut sebagaimana Quynh dan Trang (2025) mencatat bahwa transformasi digital, mencakup pengembangan infrastruktur teknologi informasi, penerapan peta budaya berbasis digital, serta promosi wisata secara daring, membawa sejumlah manfaat seperti meningkatnya visibilitas destinasi dan kapasitas manajemen oleh pelaku lokal. Namun di balik kemajuan tersebut, muncul tantangan baru seperti berkurangnya autentisitas dalam hubungan sosial, meningkatnya ketergantungan pada teknologi, serta kesulitan dalam menjaga keseimbangan antara pelestarian tradisi dan tuntutan digitalisasi.

Secara teoritis, hal ini sejalan dengan wacana kritis tentang komodifikasi budaya. Ketika budaya direduksi menjadi produk visual demi mengejar jumlah "likes" atau "views", esensinya berisiko tercabut dari akar maknanya. Budaya yang sejatinya tumbuh dalam konteks

ritual dan komunikasi kolektif, dapat berubah menjadi sekadar objek estetis yang kehilangan kedalaman simbolik dan nilai sosialnya (Shepherd, 2002). Sejalan dengan itu, kajian mengenai Tourism 4.0 menekankan bahwa pengembangan teknologi harus dilakukan secara inklusif. Jika tidak, teknologi justru akan menjadi instrumen dominasi atas nilai-nilai budaya, alih-alih berfungsi sebagai sarana pelestarian atau revitalisasi lokal. Dalam konteks ini, digitalisasi dapat menciptakan jarak antara pelaku budaya dan representasi budayanya sendiri. Representasi tersebut sering kali dikendalikan oleh logika pasar dan algoritma platform digital, bukan oleh komunitas asalnya.

Lebih jauh lagi, meta-analisis literatur menunjukkan bahwa perhatian terhadap aspek sosial dan budaya digital dalam pariwisata kini meluas. Hasil review selama satu dekade (2012–2022) menunjukkan fokus studi tidak lagi semata efisiensi ekonomi, namun juga mencakup kesadaran budaya serta partisipasi masyarakat (Jiang & Phoong, 2023). Beberapa penelitian dari Tiongkok menyoroti tantangan penerapan teknologi canggih dalam sektor budaya dan pariwisata, seperti minimnya konten digital yang mengakar pada nilai lokal, dominasi pendekatan top-down dalam kebijakan, serta terbatasnya talenta digital di kalangan masyarakat tradisional (Ying et al., 2024; Qin, 2019; Yao et al., 2018)

Dengan demikian, urgensi penelitian ini terletak pada upaya untuk memahami bagaimana digitalisasi pariwisata dapat berfungsi tidak semata sebagai sarana promosi destinasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam pelestarian kearifan lokal, tanpa mengikis makna serta nilai-nilai budaya yang melekat di dalamnya. Artikel ini bertujuan untuk menelaah secara kritis dampak transformasi digital terhadap keberlangsungan kearifan lokal, khususnya dalam mengidentifikasi pergeseran makna tradisi, bentuk-bentuk resistensi maupun adaptasi yang dilakukan oleh komunitas lokal, serta mengeksplorasi berbagai mekanisme regulatif dan kebijakan yang berpotensi mendorong terciptanya praktik pariwisata digital yang adil secara kultural.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan wacana akademik sekaligus perumusan kebijakan dalam bidang pariwisata digital. Pertama, dengan memetakan potensi dampak erosif digitalisasi terhadap budaya lokal sebagai implikasi dari penetrasi teknologi dalam kehidupan komunitas. Kedua, dengan menyajikan perspektif kebijakan yang mendorong pembangunan pariwisata digital yang berpihak pada nilai-nilai budaya lokal. Ketiga, dengan menawarkan alternatif model pengelolaan pariwisata yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga arif secara budaya, sehingga mampu menjembatani inovasi dengan pelestarian.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif guna memahami secara mendalam dinamika digitalisasi dalam sektor pariwisata serta pengaruhnya terhadap keberlangsungan kearifan lokal. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap nuansa makna, representasi, dan praktik budaya yang tidak selalu dapat dijelaskan secara numerik, melainkan melalui interpretasi atas narasi dan simbol yang berkembang, khususnya dalam ruang digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur dan etnografi digital. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai sumber ilmiah seperti jurnal akademik, buku, laporan penelitian, dan artikel yang membahas topik-topik terkait digitalisasi, pariwisata, dan budaya lokal. Sumber-sumber ini diperoleh dari beragam basis data akademik, baik nasional maupun internasional, guna memperoleh pemahaman konseptual dan empiris yang komprehensif. Etnografi digital dimanfaatkan untuk mengamati representasi dan praktik budaya dalam ruang daring. Penelusuran dilakukan pada berbagai platform digital seperti media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), situs web pariwisata, blog perjalanan, dan forum daring yang membicarakan atau menampilkan elemen-elemen kearifan lokal. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengamati bentuk-bentuk ekspresi budaya yang muncul, mengalami perubahan, atau mengalami negosiasi makna dalam konteks digital.

Analisis data dilakukan secara bertahap dengan menggabungkan pendekatan analisis tematik dan analisis wacana kritis. Melalui analisis tematik, peneliti mengidentifikasi pola-pola, isu-isu utama, dan kategori-kategori penting yang muncul dari hasil studi literatur dan pengamatan digital. Analisis ini membantu dalam menemukan kecenderungan umum mengenai bagaimana digitalisasi memengaruhi eksistensi dan pemaknaan terhadap kearifan lokal. Sementara itu, analisis wacana kritis digunakan untuk menelaah cara-cara narasi dan representasi tentang budaya lokal dikonstruksi dalam ruang digital. Analisis ini tidak hanya memerhatikan isi pesan yang disampaikan, tetapi juga bagaimana bahasa, simbol, dan visualitas digunakan untuk merepresentasikan kearifan lokal—baik dalam bentuk pelestarian, adaptasi, maupun komodifikasi. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memahami relasi kekuasaan, ideologi, dan kepentingan yang tersirat dalam wacana digital tentang budaya.

Untuk memastikan validitas temuan, dilakukan proses triangulasi data dengan membandingkan hasil analisis dari berbagai jenis sumber dan platform. Selain itu, prinsip-prinsip etika penelitian digital diterapkan secara ketat, antara lain dengan menjaga kerahasiaan identitas pengguna digital, serta memastikan bahwa data yang dianalisis bersifat publik dan terbuka untuk umum.

3. Paradoks Digitalisasi dalam Pariwisata dan Erosi Tradisi Lokal

Digitalisasi telah merevolusi dunia pariwisata dengan membuka akses, promosi, dan eksposur budaya secara luas. Namun, di balik kemudahan ini, muncul paradoks: tradisi lokal yang ditampilkan melalui media digital justru berisiko kehilangan makna aslinya. Nilai-nilai kearifan yang dulu tumbuh dari praktik kolektif dan spiritual kini sering direduksi menjadi konten visual yang disesuaikan dengan logika pasar. Bagian ini mengulas bagaimana teknologi digital membentuk ulang representasi budaya, sekaligus memunculkan ketegangan antara pelestarian dan komodifikasi tradisi.

3.1 Transformasi Budaya dalam Lanskap Digital

Dalam dekade terakhir, perkembangan teknologi digital telah merevolusi aspek budaya di sektor pariwisata. Jiang dan Phoong (2023) melalui tinjauan bibliometrik menyoroti bagaimana digitalisasi telah mendukung kesadaran budaya dan partisipasi masyarakat lokal melalui media digital, termasuk *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR), big data, dan platform virtual, meskipun disadari bahwa terdapat ketidakseimbangan antara dimensi sosial dan ekonomi yang belum sepenuhnya terintegrasi. Hal ini menunjukkan bahwa lanskap budaya tidak hanya direpresentasikan secara digital, tetapi mengalami perubahan substantif dalam persepsi, interaksi, dan nilai.

Bekele dan Raj (2024), melalui bibliometric review di jurnal *Tourism Review* menyebutkan empat klaster utama dalam digitalisasi pariwisata: inovasi digital, ekosistem pariwisata pintar, e-Tourism, dan pengalaman destinasi cerdas. Mereka menegaskan bahwa aplikasi seperti VR/AR dan twin digital berfungsi sebagai mediator pengalaman budaya yang memungkinkan wisatawan “merasakan” nilai-nilai lokal tanpa interaksi fisik langsung. Fenomena ini membawa dua implikasi utama, yaitu:

(1) Desentralisasi dan Demokratisasi Akses Budaya.

Teknologi digital memungkinkan akses lebih luas terhadap konten budaya lokal—dalam format video, audio, virtual tour—yang sebelumnya terbatas pada pengunjung langsung. Ini membuka kesempatan bagi khalayak global untuk memahami dan mengapresiasi budaya lokal tanpa hadir secara fisik. Namun, ini juga berpotensi menghasilkan “flattening effect”: penyederhanaan narasi kompleks menjadi format publik yang mudah dikonsumsi, tanpa konteks mendalam (Jiang & Phoong, 2023);

(2) Komodifikasi Budaya melalui Platform Digital.

AR/VR dan aplikasi smartphone memungkinkan “paket pengalaman budaya” dibuat untuk maksimum engagement. Bekele & Raj (2024) mengemas ini dalam “destination experience” — bagaimana pengalaman budaya dikurasi secara digital agar mudah dinikmati oleh konsumen keuntungan pariwisata. Sayangnya, narasi budaya lokal sering kali dioptimalisasi untuk algoritma engagement—dapat mereduksi makna ritual atau nilai spiritual dalam format hiburan cepat.

Lebih lanjut, teknologi digital memperluas skop ‘cultural brokers’—dari pemandu lokal menjadi penyalut konten digital (influencer, tutorial budaya, vlog), yang memengaruhi cara budaya dipersepsi publik. Transformasi ini menciptakan “cincture mediasi” di mana budaya lokal tidak lagi langsung dikonsumsi, tapi diwakili melalui konten layar. Bekele & Raj (2024) mencatat bahwa e-Tourism memposisikan platform digital sebagai pihak ketiga yang membentuk ekspektasi wisatawan melalui rating, review, dan storytelling digital.

Transformasi budaya dalam lanskap digital membawa perubahan yang mendalam dan kompleks. Aktivitas budaya yang sebelumnya tumbuh dalam konteks ritual dan interaksi kolektif kini semakin bergeser menjadi produk visual yang dikemas untuk konsumsi cepat. Representasi digital memang membuka akses global terhadap keragaman budaya, namun di saat yang sama menghadirkan risiko penyederhanaan makna. Nilai-nilai budaya tak jarang ditentukan oleh logika algoritma dan tuntutan model bisnis platform digital, yang lebih mengutamakan engagement ketimbang substansi. Oleh karena itu, penting untuk memperluas ruang dialog budaya—bukan semata demi mengejar visibilitas, tetapi untuk menjaga kesahihan makna dan integritas budaya di tengah arus digitalisasi.

3.2 Kearifan Lokal sebagai Modal Budaya yang Tergerus

Dalam konteks pembangunan pariwisata berkelanjutan, kearifan lokal kerap diposisikan sebagai salah satu bentuk modal budaya yang memiliki nilai strategis. Nilai-nilai yang terkandung di dalamnya dianggap mampu memberikan landasan identitas dan arah etis bagi praktik kepariwisataan yang berpihak pada komunitas lokal. Namun, dalam praktiknya, arus globalisasi dan komersialisasi digital telah menciptakan tekanan terhadap keberlangsungan nilai-nilai tersebut. Perubahan cara produksi, konsumsi, hingga representasi budaya dalam ruang wisata kian memperlihatkan adanya pergeseran makna dan fungsi dari kearifan lokal itu sendiri.

Studi Citrawati (2020) mengenai produksi kerajinan cenderamata di Desa Sebatu, Gianyar, Bali, menjelaskan bahwa kerajinan berbasis budaya lokal mengalami transformasi

menjadi produk massal untuk konsumsi wisatawan. Proses produksi dan penyajian produk budaya tidak lagi mengedepankan makna simbolik dan nilai spiritual yang melekat, melainkan diarahkan pada selera pasar. Transformasi ini tidak hanya mencerminkan komersialisasi, tetapi juga mereduksi budaya menjadi sekadar visual ekonomi yang dikemas tanpa mengindahkan kedalaman makna kultural yang sebelumnya menyertainya.

Fenomena serupa juga tampak di sejumlah kawasan wisata di Bali. Di Desa Jatiluwih, yang dikenal dengan implementasi nilai-nilai Tri Hita Karana, pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal mengalami pemaknaan ulang akibat dominasi orientasi ekonomi. Sakralitas dan relasi harmoni alam-manusia-Tuhan, yang menjadi inti ajaran tersebut mulai terpinggirkan oleh logika efisiensi dan profitabilitas wisata (Wismayanti, 2020). Di kawasan Canggu, dinamika turistifikasi berkembang sangat pesat, sehingga manajemen ruang desa adat menjadi semakin berorientasi pada pasar. Situasi ini menyebabkan nilai-nilai kearifan lokal mengalami subordinasi dalam kebijakan pembangunan pariwisata yang lebih mengutamakan pertumbuhan ekonomi daripada keberlanjutan budaya (Arimbawa et al., 2022).

Hal serupa juga dapat diamati di kawasan pesisir Nusa Penida. Tradisi Nyepi Segara, yang selama ini dijaga sebagai bagian dari modal sosial komunitas pesisir, mulai tergerus oleh tekanan dari aktivitas wisata pantai yang terus berkembang. Meskipun tradisi tersebut masih berlangsung, intensitas dan makna spiritualnya menghadapi tantangan dari kepentingan komersial yang semakin dominan (Abiyoga et al., 2023).

Transformasi-transformasi tersebut memperlihatkan adanya tarik-menarik antara pelestarian nilai-nilai lokal dan dorongan untuk memenuhi tuntutan ekonomi global. Kearifan lokal yang sebelumnya menjadi fondasi identitas kultural dan dimensi sakralitas komunitas kini terdesak oleh logika nilai tukar dan persepsi pasar terhadap apa yang layak ditampilkan sebagai “budaya”.

Penelitian Windutama et al. (2020) di Desa Kediri, Tabanan, misalnya, menyoroti perubahan signifikan dalam praktik tradisi Okokan. Ritual yang awalnya merupakan ekspresi solidaritas sosial dan spiritual masyarakat kini diproduksi ulang sebagai atraksi wisata. Bentuk penyajiannya mengalami penyesuaian dengan kebutuhan konsumsi wisatawan, seperti penggunaan jadwal pertunjukan tetap, tiket masuk, materi promosi visual, dan pengemasan paket wisata. Kenyataan ini menunjukkan semakin dominannya mekanisme pasar dalam mengatur bentuk dan makna suatu tradisi budaya.

Di luar Bali, studi yang dilakukan oleh Padori, Syafril, dan Pramono (2023) terhadap rumah gadang di Solok Selatan menunjukkan pergeseran fungsi ruang adat tersebut dari tempat

sakral pelaksanaan ritual menjadi *homestay* dan ruang komersial. Transformasi ini memperlihatkan adanya dislokasi makna, di mana nilai-nilai kearifan lokal harus tunduk pada logika ekonomi yang mendominasi sektor pariwisata.

Temuan dari studi-studi tersebut memperjelas beberapa pola utama dalam transformasi budaya yang terjadi di berbagai destinasi wisata berbasis kearifan lokal. Pertama, terjadi perubahan fungsi budaya dari ruang kolektif spiritual menjadi entitas komersial yang mudah diakses dan dikonsumsi oleh wisatawan. Kedua, terdapat kecenderungan reduksi makna simbolik, di mana elemen ritual dan spiritual direpresentasikan ulang sebagai daya tarik visual atau estetis tanpa konteks nilai yang mendalam. Ketiga, proses digitalisasi memperkuat peran algoritma komersial sebagai mediator antara pelaku budaya dan wisatawan. Melalui media sosial, platform pemesanan daring, dan strategi branding digital, terbentuk ekspektasi terhadap paket budaya yang menyenangkan secara visual, meskipun mengabaikan aspek keaslian dan kedalaman makna budaya.

Pada akhirnya, kearifan lokal yang semestinya berfungsi sebagai penyangga nilai dan identitas komunitas menjadi semakin terpinggirkan. Ketika filosofi dan fungsi ritual diabaikan demi penyediaan layanan wisata yang cepat dan praktis, terjadi pergeseran besar dalam persepsi atas budaya lokal itu sendiri. Rumah gadang, misalnya, tak lagi menjadi simbol komunitas adat, melainkan sekadar akomodasi turis. Demikian pula tradisi Okokan, yang semula sarat makna solidaritas, kini hanya tampil sebagai atraksi visual yang dikemas untuk pasar.

Fenomena tersebut mencerminkan bentuk resistensi struktural terhadap nilai-nilai lokal dalam kerangka industri pariwisata. Kearifan lokal masih diakui sebagai komponen penting dalam narasi promosi pariwisata, tetapi posisinya hanya sebagai pelengkap atau “nilai tambah”, bukan sebagai prinsip utama. Representasi budaya kini lebih ditentukan oleh logika pasar digital, yang menekankan pada seberapa besar potensi keterlibatan pengguna (*engagement*) dibandingkan kedalaman substansi budaya itu sendiri.

3.3 Teknologi Wisata dan Mediasi Nilai Nilai Tradisi

Kemunculan berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, dan TripAdvisor telah secara signifikan mengubah cara budaya tradisional direpresentasikan dalam konteks pariwisata. Teknologi tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat bantu promosi, tetapi telah berkembang menjadi perantara utama yang membentuk cara wisatawan memahami dan memaknai budaya lokal. Gretzel dan Jamal (dalam Schumann et al., 2012) menekankan bahwa

teknologi berperan sebagai kekuatan mediatif yang memengaruhi bagaimana nilai budaya dan identitas destinasi disampaikan kepada wisatawan melalui media digital.

Platform-platform digital ini memperkenalkan narasi budaya yang mengandalkan visualisasi dan konsumsi pengalaman. Konten yang dibuat oleh pengguna atau *user-generated content* (UGC), seperti ulasan di TripAdvisor maupun unggahan di Instagram, secara aktif membentuk citra tradisi lokal dan ritual adat melalui tayangan visual serta sistem penilaian publik. Milano et al. (dalam Živković et al., 2014) menjelaskan bahwa media sosial telah menjadi pusat dari tren berbagi pengalaman wisata baik sebelum, selama, maupun setelah perjalanan. Proses ini menciptakan citra destinasi yang dibentuk melalui publikasi konten, interaksi antar pengguna, dan evaluasi kolektif.

Studi yang dilakukan oleh Blanco Moreno et al. (2024) menemukan bahwa keterlibatan pengguna terhadap konten Instagram mengenai destinasi wisata berpengaruh secara signifikan terhadap niat kunjungan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa minat tersebut lebih banyak didorong oleh konsumsi visual yang bersifat superfisial dibandingkan apresiasi terhadap nilai budaya yang lebih mendalam. Fenomena ini sering disebut sebagai *Instagram tourism*, yaitu bentuk perjalanan wisata yang termotivasi oleh eksposur media visual semata, bukan oleh ketertarikan autentik terhadap warisan budaya lokal.

Sementara itu, penelitian sistematis oleh Tandafatu et al. (2024) yang menelaah transformasi digital dalam pengalaman wisata mengidentifikasi bahwa penggunaan aplikasi pemesanan daring, teknologi Internet of Things (IoT), dan realitas virtual (VR) telah meningkatkan aksesibilitas serta memperkaya pengalaman destinasi bagi wisatawan. Teknologi ini memfasilitasi interaksi digital yang lebih intim dan fleksibel. Namun demikian, para peneliti tersebut juga memperingatkan adanya potensi reduksi nilai-nilai budaya apabila teknologi pariwisata tidak dirancang dengan mempertimbangkan konteks lokal dan filosofi budaya secara komprehensif.

Temuan-temuan tersebut mengarah pada beberapa implikasi penting terkait cara teknologi memediasi nilai-nilai tradisi. Pertama, terjadi proses kurasi visual terhadap ekspresi budaya lokal. Konten digital cenderung hanya menampilkan aspek yang bersifat estetis seperti tarian, pakaian adat, atau bentuk arsitektur, tanpa menjelaskan makna filosofis atau spiritual yang terkandung di dalamnya. Kedua, narasi budaya kini lebih banyak dikendalikan oleh mekanisme algoritma platform digital. Sistem ulasan, peringkat, dan logika *engagement* menentukan narasi dominan yang diterima oleh wisatawan, sementara dimensi simbolik dan spiritual dari budaya cenderung terabaikan. Ketiga, terjadi penyederhanaan kompleksitas

budaya melalui digitalisasi konten singkat. Ritual dan festival budaya sering kali direpresentasikan dalam bentuk video pendek tanpa narasi kontekstual, yang berfokus pada daya tarik visual dan bukan pada substansi nilai. Tujuan dari penyebaran konten ini cenderung untuk mendapatkan keterlibatan pengguna yang tinggi, bukan untuk mempertahankan makna lokal secara otentik. Keempat, terdapat pergeseran motivasi kunjungan wisata. Wisatawan lebih banyak terdorong oleh daya tarik visual dari konten digital dibandingkan dengan dorongan untuk memahami dan menghargai nilai-nilai budaya secara mendalam (Blanco Moreno et al., 2024).

Secara keseluruhan, teknologi digital dalam sektor pariwisata telah membentuk representasi budaya yang cenderung dangkal dan bersifat komersial. Platform digital sebagai mediator utama cenderung merepresentasikan budaya lokal berdasarkan logika algoritmik yang berorientasi pada keterlibatan pengguna. Dalam logika ini, budaya menjadi komoditas visual yang cepat dikonsumsi dan dibagikan, namun kehilangan kedalaman makna. Untuk menjaga keberlangsungan nilai-nilai tradisi di tengah dominasi teknologi digital, diperlukan strategi pengelolaan konten budaya yang mampu menyeimbangkan antara daya tarik visual dan pelestarian substansi budaya lokal.

4. Analisis Kritis atas Dampak Digitalisasi terhadap Kearifan Lokal

Transformasi digital dalam sektor pariwisata tidak hanya mengubah cara destinasi dipromosikan dan dikunjungi, tetapi juga memengaruhi cara tradisi lokal dipersepsi, direpresentasikan, dan dipraktikkan. Dalam konteks budaya, digitalisasi tidak sekadar menghadirkan kemudahan akses, melainkan juga menjadi kekuatan mediatif yang mampu mendisrupsi tatanan nilai, memicu komodifikasi simbolik, dan menciptakan ruang-ruang negosiasi makna di tingkat komunitas. Bagian ini menyajikan analisis kritis terhadap bagaimana intervensi teknologi digital berdampak pada kearifan lokal, baik dalam bentuk erosi nilai-nilai sakral, krisis representasi budaya, hingga munculnya respons-respons adaptif dan resistif dari masyarakat lokal. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih utuh atas dinamika sosial budaya yang berlangsung di tengah arus digitalisasi pariwisata.

4.1 Disrupsi Digital terhadap Tradisi Lokal

Perkembangan teknologi digital dalam lanskap pariwisata tidak hanya memperluas akses dan eksposur terhadap kebudayaan lokal, tetapi juga membawa konsekuensi besar terhadap bentuk, fungsi, dan makna dari tradisi-tradisi yang diwariskan secara turun-temurun.

Proses digitalisasi, meskipun kerap dimaknai sebagai instrumen pelestarian dan promosi budaya, pada kenyataannya sering kali menimbulkan disrupsi mendalam terhadap praktik budaya lokal. Disrupsi ini bukan hanya berlangsung di permukaan visual atau bentuk luar tradisi, tetapi juga menyusup hingga ke dalam struktur simbolik dan makna sakral yang terkandung di dalamnya.

Tradisi yang sebelumnya dijalankan dalam ruang-ruang sosial dan spiritual komunitas kini perlahan digeser menuju panggung-panggung digital yang dikendalikan oleh logika pasar wisata. Platform media sosial dan sistem pemasaran digital telah menuntut agar praktik budaya ditampilkan dalam bentuk yang lebih menarik secara visual, ringkas secara durasi, dan mudah dikonsumsi oleh audiens global. Dalam proses ini, nilai-nilai filosofis dan fungsi sosial dari tradisi sering kali direduksi menjadi sekadar citra eksotis yang dapat dijual. Seperti ditunjukkan oleh Ariza-Colpas et al. (2023), teknologi seperti *augmented reality* yang digunakan dalam pelestarian warisan budaya cenderung memvisualisasikan situs atau tradisi sebagai objek estetika yang statis, alih-alih sebagai praktik hidup yang mengandung dinamika sosial dan spiritual. Akibatnya, tradisi yang terdigitalisasi kerap kehilangan konteks dan kedalaman maknanya, menjadi fragmen-fragmen simbolik yang lepas dari akar kulturalnya.

Fenomena ini makin kompleks ketika disrupsi digital tidak hanya berdampak pada cara tradisi ditampilkan, tetapi juga menggeser fungsi sosial dan ekonomi yang selama ini melekat padanya. Dalam studi bibliometrik dan analisis konten yang dilakukan oleh Vu et al. (2025), salah satu tren utama dalam transformasi digital pariwisata adalah munculnya konsep *digital folklore*, yakni bagaimana elemen-elemen budaya lokal ditata ulang untuk menjadi konten promosi wisata di dunia maya. Tradisi tidak lagi semata-mata menjadi ruang kolektif untuk memperkuat identitas atau spiritualitas komunitas, tetapi berubah menjadi “produk budaya” yang diorientasikan pada kebutuhan pasar dan algoritma. Di titik ini, terjadi pergeseran fungsi yang tersamar namun mendasar: dari praksis makna menjadi komoditas tontonan.

Kondisi tersebut semakin diperparah oleh ketimpangan relasi kuasa dalam proses digitalisasi budaya. Komunitas lokal, yang merupakan pemilik otoritatif atas warisan tradisinya, sering kali tidak memiliki akses, kapasitas teknis, maupun kuasa naratif dalam menentukan bagaimana tradisi mereka direpresentasikan di ruang digital. Seperti diungkapkan Sampaio de Almeida et al. (2025) dalam telaah mereka tentang penggunaan *digital twins* dalam pariwisata, mayoritas inisiatif digitalisasi budaya masih lebih menekankan aspek teknis dan estetika dibanding melibatkan komunitas sebagai subjek utama. Narasi budaya lokal pun rawan dikendalikan oleh aktor eksternal seperti pelaku wisata, lembaga promosi, atau bahkan

platform teknologi itu sendiri. Tradisi yang muncul dalam dunia digital akhirnya lebih mencerminkan konstruksi pasar daripada ekspresi budaya yang autentik.

Situasi ini menghadirkan bentuk erosi kultural yang tidak kasatmata, yakni ketika makna-makna terdalam dari suatu praktik budaya perlahan dikikis oleh tuntutan visual, eksposur, dan komodifikasi. Tradisi tidak lenyap secara fisik, tetapi mengalami proses transformasi yang menghilangkan konteks, memperdangkal fungsi, dan memindahkan kendali naratif dari tangan komunitas ke algoritma. Hal ini menjadi persoalan serius ketika pelestarian budaya dibungkus dalam wacana “inovasi digital” namun justru menghasilkan eksklusivitas terhadap pengetahuan lokal.

Disrupsi digital terhadap tradisi lokal, dengan demikian, bukanlah proses yang netral. Ia membawa implikasi epistemologis dan politik yang luas. Di satu sisi, teknologi memberi peluang baru bagi penyebaran budaya dan akses publik terhadap kekayaan tradisi. Namun di sisi lain, ia juga membuka ruang dominasi bagi narasi-narasi global yang cenderung mereduksi kompleksitas budaya menjadi sesuatu yang dapat dikonsumsi secara instan. Komunitas lokal, bila tidak memiliki kedaulatan digital, akan terus berada di posisi subordinat dalam struktur representasi budaya yang dibentuk oleh pasar wisata digital.

Dengan mempertimbangkan berbagai dinamika tersebut, penting untuk menempatkan digitalisasi bukan sebagai solusi tunggal atas pelestarian tradisi, melainkan sebagai medan kontestasi makna dan kuasa. Tantangan ke depan bukan hanya soal bagaimana teknologi digunakan, tetapi juga soal siapa yang menggunakannya, untuk kepentingan siapa, dan dengan narasi seperti apa. Dalam konteks ini, resistensi kultural, strategi adaptasi kritis, serta pelibatan aktif komunitas lokal dalam proses digitalisasi menjadi kunci untuk mencegah tradisi lokal mengalami pengaburan makna yang lebih dalam.

4.2 Komodifikasi Budaya dan Krisis Representasi Simbolik

Digitalisasi dalam sektor pariwisata telah mengubah elemen-elemen tradisi menjadi objek visual yang mudah dikonsumsi, memicu terjadinya proses komodifikasi budaya sekaligus menciptakan krisis representasi simbolik. Dalam konteks ini, nilai-nilai spiritual, fungsi sosial, serta latar historis dari berbagai praktik tradisional kian dikonstruksi ulang menjadi konten promosi, suvenir, atau pertunjukan singkat demi menarik minat wisatawan. Pergeseran paradigma ini menekankan aspek visual dan daya tarik estetika ketimbang substansi dan kedalaman makna budaya yang melekat.

Dalam studi kasus Wayang Beber Sekartaji Museum di Pacitan, Riyanto dan Arista (2023) menunjukkan bagaimana elemen budaya seperti Wayang Beber Pancasila dan media kertas tradisional (kertas dluwang) direkonstruksi menjadi produk komersial sekaligus sarana kampanye identitas budaya. Dalam kerangka ini, komodifikasi berfungsi sebagai media reinterpretasi budaya, khususnya ketika proses tersebut dikendalikan oleh komunitas lokal sebagai aktor utama.

Namun demikian, tidak semua bentuk komodifikasi bersifat pro-kultural. Penelitian oleh Mudana dan Ribek (2017) terhadap seni lukis Wayang Kamasan di Bali mengungkap bahwa transformasi tradisi menjadi produk souvenir sering kali mengaburkan dimensi filosofis dan konteks ritual yang menyertainya. Karya seni yang sebelumnya berakar kuat pada nilai religius kini direduksi menjadi objek estetika belaka, kehilangan kedalaman spiritualnya (Mudana & Ribek, 2017). Fenomena serupa juga tercermin dalam praktik kerajinan anyaman atau di Karangasem, Bali. Ariningsih (2021) mencatat bahwa proses komodifikasi dalam kasus ini telah menggeser fungsi ritual kerajinan menjadi sekadar barang dagangan. Pola produksi yang sebelumnya mengikuti siklus budaya kini tunduk pada logika permintaan pasar, mengabaikan nilai-nilai lokal yang sebelumnya menjadi landasan.

Dalam konteks yang lebih luas, komodifikasi budaya di era globalisasi sering kali memunculkan krisis representasi simbolik, di mana budaya tampil sebagai citra visual yang dipoles demi kepentingan viralitas dan konsumsi. Konsep *tourist gaze* yang dikemukakan oleh Cohen (1988) mengilustrasikan bagaimana representasi budaya dikonstruksi untuk memenuhi ekspektasi turis, bukan merefleksikan realitas kehidupan komunitas lokal. Akibatnya, stereotip visual menjadi norma, dan kekayaan makna yang terkandung dalam tradisi lokal kian terpinggirkan. Gejala serupa juga tampak dalam konteks nasional. Studi Parmadi dan Benardin (2021) di Bengkulu menunjukkan bahwa seni tradisional acapkali distandarisasi menjadi *pseudo-art* sebagai representasi yang kehilangan makna aslinya, hanya demi memenuhi tuntutan estetika industri pariwisata.

Kondisi ini diperburuk oleh logika algoritma media sosial yang cenderung mengedepankan konten visual singkat dan impresif. Ritual yang kompleks dan narasi filosofis dari sebuah tradisi kerap tereliminasi karena tidak sesuai dengan format konsumsi digital yang dominan di platform seperti Instagram atau TikTok. Meskipun demikian, peluang untuk mengelola komodifikasi budaya secara produktif tetap terbuka, terutama apabila komunitas lokal dapat memainkan peran aktif dalam mengendalikan narasi yang dibangun. Riyanto dan Arista (2023) menegaskan pentingnya keterlibatan komunitas sebagai pemilik sah budaya

dalam proses komodifikasi yang inklusif, sehingga nilai-nilai lokal dapat tetap dimasukkan dalam produk komersial sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi komunitas. Gagasan serupa diperkuat oleh Coşkun (2021), yang menekankan bahwa pencarian terhadap keaslian dalam pengalaman wisata dapat mendorong terjadinya komodifikasi budaya. Namun, bila dikelola secara sadar dan reflektif, proses ini tidak hanya membuka peluang ekonomi, tetapi juga menjadi strategi pelestarian identitas budaya yang efektif.

Tantangan utama yang mengemuka adalah bagaimana membedakan antara komodifikasi yang bersifat visual dan instrumental dengan komodifikasi yang reflektif dan partisipatoris. Komodifikasi reflektif melibatkan dialog bermakna antara pencipta budaya, wisatawan, dan komunitas lokal, serta menekankan narasi dan pemahaman mendalam alih-alih sekadar estetika. Tanpa adanya dialog tersebut, tradisi lokal berisiko direduksi menjadi artefak visual tanpa makna, kehilangan harmoni antara bentuk, fungsi, dan identitas yang selama ini menjadi penopang utamanya.

4.3 Adaptasi dan Resistensi dalam Praktik Komunitas Lokal

Pada umumnya komunitas lokal menanggapi disrupsi digital pariwisata dengan dua bentuk respons utama, yaitu adaptasi strategis dan resistensi kultural. Adaptasi terjadi ketika komunitas mengadopsi teknologi digital dengan cara kritis dan kontekstual, sementara resistensi muncul sebagai upaya mempertahankan nilai-nilai tradisional dari penetrasi teknologi yang dianggap mengancam integritas budaya.

Dalam kasus Kampung Adat Kuta (Ciamis, Jawa Barat), Friskawati dan Rianto (2025) menemukan bahwa sebagian warga menolak penggunaan teknologi komunikasi modern karena dianggap bertentangan dengan nilai tradisi. Perbedaan generasi semakin memperuncing dilema ini. Generasi tua cenderung menolak teknologi, sementara generasi muda cenderung mengadopsinya, meskipun hal tersebut bisa melemahkan kohesi budaya.

Dari perspektif adaptasi, studi yang dilakukan oleh Subekti dan Novianti (2023) mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kawasan pariwisata pesisir Indonesia mengungkap bahwa para pelaku usaha lokal secara pragmatis memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram dan Agoda guna memperluas jangkauan pasar mereka. Namun demikian, pemanfaatan teknologi digital ini tidak berlangsung secara otomatis atau spontan. Proses adaptasi tersebut menuntut adanya pelatihan yang berkelanjutan, pendampingan yang intensif, serta ketersediaan infrastruktur digital yang memadai agar transformasi digital benar-benar dapat memberikan manfaat yang optimal. Tanpa adanya dukungan yang menyeluruh

tersebut, rendahnya literasi media serta munculnya resistensi psikologis terhadap perubahan teknologi tetap menjadi hambatan signifikan dalam proses adaptasi.

Model pemberdayaan yang menghubungkan komunitas dengan transformasi digital juga ditemukan di Desa Lemponsari. Astuti et al. (2024) menunjukkan bahwa ketika komunitas diberi pelatihan dan hak partisipasi aktif, transformasi digital bisa mendukung pelestarian budaya dan pariwisata. *Empowerment* yang tinggi berkorelasi positif dengan kesiapan komunitas dalam mempertahankan tradisi melalui mediatisasi digital.

Beberapa komunitas menata ulang tradisi dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana revitalisasi budaya. Coşkun (2021) menyebut bahwa pencarian pengalaman otentik mendorong komunitas untuk mengadopsi komodifikasi budaya dengan sadar, namun tetap menjaga makna simbolik di balik praktik budaya. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi digital tidak selalu berarti kompromi identitas budaya. Adaptasi juga terlihat dalam kasus pengembangan desa wisata pintar di Bali seperti Kenderan Village. Wisudayati et al. (2025) menyoroti bagaimana festival budaya dan kompetensi digital dikombinasikan untuk menciptakan *living culture* sebagai produk wisata. Pendekatan ini memasukkan ide *circular economy* dan teknologi komunitas berbasis Tri Hita Karana yang berpijak pada nilai lokal sekaligus ramah wisata modern.

Meskipun demikian, bentuk adaptasi terhadap teknologi digital tidak selalu diterima secara universal. Penelitian yang dilakukan oleh Cai dan McKenna (2023) mengidentifikasi munculnya tren *digital free tourism*, yakni suatu bentuk resistensi kontemporer terhadap tekanan konektivitas digital dan strategi pemasaran berbasis teknologi. Dalam konteks ini, sebagian wisatawan dari generasi tertentu justru menunjukkan penolakan terhadap pengalaman wisata yang terlalu termediasi oleh teknologi, dan sebaliknya, lebih menghargai bentuk interaksi budaya yang berlangsung secara alami dan otentik. Fenomena ini membuka ruang bagi komunitas lokal yang memilih untuk mempertahankan tradisi mereka tanpa mengadopsi digitalisasi secara menyeluruh.

Respons komunitas terhadap disrupsi digital juga sangat terkait dengan ketimpangan akses dan kapabilitas digital. Wisudayati et al. (2025) mencatat bahwa akses terhadap infrastruktur digital dan literasi menjadi faktor penentu apakah komunitas mampu memanfaatkan digitalisasi untuk memperkuat praktik budaya, atau justru teralienasi oleh proses teknologi yang tidak inklusif.

Dengan demikian, adaptasi digital komunitas lokal tidak bisa dipandang monolitik. Ia merupakan spektrum antara adopsi kritis yang berpijak pada kontrol naratif dan *empowerment*,

serta resistensi yang lahir dari kesadaran akan ancaman terhadap nilai budaya. Keseimbangan di antara keduanya mencerminkan sejauh mana digitalisasi pariwisata bisa dipakai sebagai alat revitalisasi budaya atau sebaliknya sebagai agen erosi kearifan lokal.

4.4 Relasi Kuasa dan Marjinalisasi Narasi Lokal

Digitalisasi dalam sektor pariwisata tidak dapat dipahami semata sebagai persoalan teknologis, melainkan juga sebagai manifestasi dari relasi kuasa dalam produksi pengetahuan dan representasi budaya. Ketika platform digital seperti Tripadvisor, Google Maps, dan Instagram menjadi medium utama dalam diseminasi informasi pariwisata, muncul pertanyaan kritis yang perlu diajukan: narasi siapa yang diberi ruang utama, dan siapa yang tersingkir dari medan representasi tersebut?

Dalam banyak kasus, algoritma yang mengatur sirkulasi konten digital lebih memprioritaskan materi yang menarik secara visual dan memiliki potensi komersial tinggi, dibandingkan narasi-narasi yang merepresentasikan kearifan lokal secara otentik. Pola ini memperkuat dominasi aktor-aktor besar dalam ekosistem pariwisata digital seperti operator tur berskala internasional, *influencer* global, serta korporasi platform digital yang memiliki kapasitas untuk mengemas ulang budaya lokal agar sesuai dengan selera pasar global. Sebagaimana diuraikan oleh Büscher dan Fletcher (2020), ekonomi platform dalam pariwisata telah melahirkan bentuk baru kolonialisme digital, di mana komunitas lokal direduksi menjadi objek eksotis dalam arus informasi yang dikendalikan oleh pihak eksternal.

Dalam konteks Indonesia, temuan Maharani dan Dewantara (2023) mengungkap bahwa narasi budaya Bali yang beredar di media sosial kerap mengalami penyederhanaan dan distorsi makna guna memenuhi ekspektasi wisatawan internasional. Komunitas lokal tidak sepenuhnya memiliki ruang untuk memproduksi narasi tandingan dan sering kehilangan otoritas terhadap representasi budayanya sendiri. Ketimpangan ini diperburuk oleh disparitas literasi digital serta ketimpangan dalam kepemilikan infrastruktur teknologi.

Fenomena serupa juga teridentifikasi di kawasan lain. Penelitian Mulyana dan Nugroho (2022) di situs warisan budaya Borobudur menunjukkan bahwa digitalisasi justru menciptakan keterputusan antara masyarakat lokal dan situs sakral yang selama ini memiliki makna spiritual mendalam. Representasi digital yang dibangun cenderung bersifat universal, netral, dan “ramah wisatawan”, sehingga menyingkirkan dimensi historis dan nilai-nilai spiritual yang penting bagi komunitas setempat.

Ketika narasi lokal direduksi menjadi komoditas visual atau diperlakukan sebagai

sekadar atraksi, terjadi bentuk marginalisasi epistemic, yakni pengabaian terhadap cara komunitas lokal memahami, memaknai, dan menghidupi ruang budaya mereka. Dalam terminologi Escobar (2018), kondisi ini merupakan bentuk *ontological occupation*, di mana pengetahuan lokal disubordinasikan oleh narasi modernisme global yang berbasis teknologi. Kendati demikian, berbagai bentuk resistensi terhadap dominasi narasi global mulai bermunculan. Sejumlah komunitas adat di Kalimantan dan Papua, misalnya, telah memanfaatkan kanal YouTube dan platform podcast untuk mengartikulasikan perspektif lokal terhadap isu pariwisata dan pembangunan. Studi yang dilakukan oleh Simanjuntak dan Prasetyo (2024) menyoroti inisiatif *storytelling digital berbasis komunitas* sebagai strategi *reclaiming* terhadap narasi budaya yang selama ini didominasi oleh aktor eksternal. Dalam kerangka ini, digitalisasi tidak lagi semata-mata menjadi instrumen hegemoni, melainkan bertransformasi menjadi sarana untuk memperluas dan memperkuat artikulasi suara lokal secara adil dan representatif.

Dengan demikian, narasi digital yang bersifat inklusif dan partisipatoris menjadi krusial untuk memastikan bahwa teknologi tidak berperan sebagai alat marginalisasi, melainkan sebagai instrumen pemberdayaan komunitas dalam mendefinisikan dan membentuk masa depan budayanya sendiri. Oleh karena itu, setiap proses transformasi digital dalam ranah pariwisata harus disertai dengan kepekaan kritis terhadap dimensi kuasa dan etika representasi budaya.

5. Simpulan

Digitalisasi pariwisata telah membawa dampak yang kompleks terhadap keberlangsungan kearifan lokal di Indonesia. Di satu sisi, teknologi digital membuka peluang baru untuk promosi budaya, perluasan pasar wisata, serta partisipasi komunitas dalam ekosistem global. Namun di sisi lain, disrupsi digital juga menghadirkan tantangan serius berupa pergeseran nilai, komodifikasi simbol budaya, serta marginalisasi narasi lokal dalam ruang publik digital.

Analisis yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa praktik-praktik tradisi mengalami transformasi bentuk dan fungsi akibat intervensi media digital. Narasi-narasi lokal yang semula sarat makna spiritual dan historis kian terepresentasikan sebagai komoditas visual, yang mudah dikonsumsi tetapi kehilangan kedalaman makna. Komunitas lokal pun tidak sekadar menjadi aktor yang pasif, melainkan juga menunjukkan strategi adaptasi dan bentuk-bentuk resistensi terhadap dominasi narasi global dan logika pasar algoritmik.

Relasi kuasa dalam ekosistem wisata digital terlihat jelas dalam bagaimana algoritma dan platform besar menentukan visibilitas budaya tertentu sambil menyingkirkan narasi yang dianggap "tidak kompatibel" dengan selera pasar. Maka, isu ini bukan semata tentang teknologi, tetapi juga menyangkut pertarungan epistemik antara narasi lokal dan dominasi global.

Dengan demikian, digitalisasi pariwisata bukanlah suatu proses yang netral atau tanpa nilai. Ia harus dipahami sebagai arena kontestasi sosial, kultural, dan politik, di mana keberlangsungan kearifan lokal sangat tergantung pada kemampuan komunitas untuk mempertahankan otoritas naratif dan memperjuangkan ruang representasi yang adil.

5. Daftar Pustaka

- Abiyoga, N. N. A. V. S., Wulandari, N. L. A., & Kawiana, I. G. P. (2023). Nilai kearifan lokal Nyepi Segara sebagai modal sosial pembangunan berkelanjutan daerah pesisir Nusa Penida. *Jurnal Penelitian Agama Hindu*, 6(4). <https://doi.org/10.37329/jpah.v6i4.1604>
- Arimbawa, N. P. V. P., Astuti, P., & Erowati, D. (2022). Desa adat Canggu pada era turistifikasi: Integrasi dan harmonisasi kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal. *Journal of Politic and Government Studies*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/50215>
- Ariningsih, N. P. (2021). Komodifikasi kerajinan anyaman ata sebagai cenderamata. *PARIS: Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 3(1), 29–40. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i1.674>
- Ariza-Colpas, P. P., Orozco-Morales, H., Carreño-Castro, E., García-Peñalvo, F. J., & Duran-Sánchez, A. (2023). A scientometric analysis based on the science tree: Implementation of augmented reality in tourism heritage. *Sustainability*, 15(24), 16847. <https://doi.org/10.3390/su152416847>
- Astuti, D., Kisworo, B., & Shogbesan, Y. O. (2024). The effect of local community empowerment on digital transformation in cultural and tourism preservation. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.21831/jppm.v11i1.72325>
- Blanco-Moreno, S., González-Fernández, A. M., Muñoz-Gallego, P. A., & Casaló, L. V. (2024). Understanding engagement with Instagram posts about tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, Article 100948. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100948>
- Büscher, B., & Fletcher, R. (2020). The conservation revolution: Radical ideas for saving nature beyond the Anthropocene. *Verso*. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198868224.001.0001>
- Cai, W., & McKenna, B. (2023). Power and resistance: Digital-free tourism in a connected world. *Journal of Travel Research*, 62(2), 290–308. <https://doi.org/10.1177/00472875211061208>
- Citrawati, L. P. (2020). Komodifikasi kerajinan cenderamata dalam pariwisata budaya di Desa Sebatu, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar Bali: Sebuah kajian budaya. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2-3), 153–163. <https://doi.org/10.54371/ganaya.v6i12.3072>
- Coşkun, G. (2021). Authentic experience in tourism and commodification. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 95, 95–102. <https://doi.org/10.48119/toleho.867086>
- Escobar, A. (2018). Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds. *Duke University Press*. <https://doi.org/10.1215/9780822371816>
- Friskawati, G. E., & Rianto, P. (2025). Technological resistance and cultural continuity in Indigenous Kampung Adat Kuta. *Asian Journal of Media and Communication*, 8(1), 5–18. <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol8.iss1.art5>
- Jiang, C., & Phoong, S. W. (2023). A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism

- development (2012–2022). *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 665. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02150-7>
- Jiang, C., & Phoong, S. W. (2023). A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism development (2012–2022). *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, Article 665. <https://doi.org/10.1038/s41599-023-02150-7>
- Maharani, D. R., & Dewantara, H. A. (2023). Reproduksi budaya Bali dalam era media sosial: Perspektif representasi dan resistensi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UGM*, 21(2), 157–172. <https://doi.org/10.22146/jikom.75312>
- Mudana, I. W., & Ribek, P. K. (2017). Komodifikasi seni lukis Wayang Kamasan sebagai produk industri kreatif penunjang pariwisata. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 32(1), 58–65. <https://doi.org/10.31091/mudra.v32i1.83>
- Mulyana, A., & Nugroho, A. (2022). Borobudur dalam narasi digital: Dilema antara pelestarian spiritual dan promosi wisata. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 16(1), 34–49. <https://doi.org/10.31219/osf.io/hjvnq>
- Padori, A., Syafril, S., & Pramono, P. (2023). Komodifikasi rumah gadang dalam destinasi Saribu Rumah Gadang. *JiIP – Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10468–10478. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3072>
- Parmadi, B., & Benardin. (2021). Globalization of the tourism industry toward culture of local wisdom in the existence of pseudo traditional art: A case study of the commodification of Bengkulu traditional arts. *Lekesan: Interdisciplinary Journal of Asia Pacific Arts*, 4(2), 102–109. <https://doi.org/10.31091/lekesan.v4i2.1803>
- Qin, B., & Qi, S. (2021). Digital transformation of urban governance in China: The emergence and evolution of smart cities. Digital Law Jou Bekele, H., & Raj, S. (2024). *Digitalization and digital transformation in the tourism industry: A bibliometric review and research agenda*. *Tourism Review*, 80(1). <https://doi.org/10.1108/TR-07-2023-0509>
- Quynh, P. N. H., & Trang, D. T. (2025). *The impact of digital transformation on cultural tourism development in Hanoi*. In D. Nguyen Van et al. (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Emerging Challenges: Sustainable Strategies in the Data-driven Economy (ICECH 2024)* (pp. 583–596). *Advances in Economics, Business and Management Research*, 320. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-694-9_39
- Riyanto, H., & Arista, M. (2023). Cultural commodification in cultural tourism: A case study of Sekartaji Wayang Beber Museum. *Jurnal Javanologi*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.20961/javanologi.v7i1.101295>
- Sampaio de Almeida, D., Corrêa, V. H. R., & dos Santos, E. A. P. (2025). Digital twins in tourism: A systematic literature review. *arXiv preprint arXiv:2502.00002*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2502.00002>
- Schumann, A., Mohr, F., & Buhalis, D. (2012). Technological mediation in tourism experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. dalam Schumann et al. dalam Technological mediation in the future of experiential tourism, Emerald Insight. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2019-0033>
- Shanshan, Z., Wei, X., & Others. (2024). Does digitalization always benefit cultural, sports, and tourism development? *Humanities and Social Sciences Communications*. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03545-w>
- Shepherd, R. (2002). Commodification, culture, and tourism. *Tourist Studies*, 2(3), 183–201. <https://doi.org/10.1177/146879760200200302>
- Simanjuntak, H., & Prasetyo, D. (2024). Community-based digital storytelling as cultural resistance in tourism spaces. *Tourism Geographies*, 26(1), 22–39. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2234545>
- Subekti, P., & Novianti, E. (2023). Digital Communication Transformation in Micro Tourism Enterprises: Adaptation Strategies and Media Literacy Barriers. *Warta ISKI: Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*. <https://doi.org/10.31091/WartaISKI.v1i1.328>
- Tandafatu, F., et al. (2024). Digital transformation in tourism: Exploring the impact of technology on travel experiences. *MULTI*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.62207/w3vsg352>
- Vu, T. T. H., Hoang, H. H., Hoang, T. N. N., & Nguyen, X. L. (2025). Bibliometric and content

- analysis of global trends in digital transformation and rural tourism. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 58(1), 161–175. <https://doi.org/10.30892/gtg.58114-1399>
- Windutama, W., Sunarta, I. N., & Wijaya, N. M. S. (2020). Komodifikasi dalam pengembangan tradisi Okokan sebagai atraksi wisata di Desa Kediri, Tabanan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(2), 452–469. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v06.i02.p10>
- Wismayanti, K. W. D. (2020). Implementasi kebijakan pengembangan dan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berbasis kearifan lokal di Bali (Studi kasus: Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan). *Jurnal Ilmiah Widya Sosiopolitika*, 2(1), 40–45. <https://doi.org/10.24843/JIWSP.2020.v02.i01.p05>
- Wisudayati, T. A., Hidayat, D. C., Suhenda, D., Widiyasmoko, G., Ismeti, & Hendarto, K. A. (2025). The relevance of technology use in challenging tourism villages according to the triple-bottom-line criticism. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(2), 873–890. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.200135>
- Ying, L., Qiu, Z., Hao, S., Li, Y., & Zou, T. (2024). The Development of Digital Tourism in China. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2347013. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2347013>
- Živković, D., Maruna, A., & Bratković, D. (2014). Social media and cultural tourism. *Tourism Review International*, 18(2), 150–162. <https://doi.org/10.3727/154427214X14044078109098>