

PELANCONGAN WARISAN: SATU TINJAUAN GLOBAL

Norhanim Abdul Razak

PENGENALAN

Dewasa ini, aktiviti perjalanan untuk mengunjungi destinasi berteraskan warisan telah berkembang dengan pesat. Warisan apabila digabungkan dengan aktiviti kesenggangan dan pelancongan boleh dikategorikan sebagai salah satu komponen yang penting dan sedang membangun dengan pesat dalam fenomena pelancongan dunia (Martin & Mason, 1992; Waters, 1994; Herbert, 1995; Alzua et al. 1998). Menurut Richards (2000), WTO telah menyatakan yang pelancongan budaya dan warisan merupakan segmen penting daripada keseluruhan permintaan pelancong dan mewakili sebanyak 37 peratus daripada pelancongan antarabangsa. Di seluruh dunia, destinasi yang memiliki sumber warisan seperti bangunan bersejarah, alam semula jadi, monumen lama, festival kebudayaan, galeri seni, cerita rakyat, legenda, muzium dan tarikan-tarikan lain yang berkaitan telah berkembang menjadi destinasi pelancongan. Destinasi pelancongan warisan yang terkenal seperti bandar Rom, Taj Mahal, Lourdes, Grand Canyon, Stonehenge, Parthenon, Angkor Wat, Bali, Tembok Besar China dan lain-lain telah berjaya menarik pelancong daripada pelbagai pelosok dunia sejak dahulu dan hingga kini.

Salah satu sebab perkembangan pesat pelancongan warisan adalah kerana aspek warisan telah menjadi penting kepada pelancong pada zaman moden. Silberberg (1995) melaporkan keputusan daripada dua tinjauan berkaitan pendapat pelancong yang kerap melancong melalui majalah *Travel and Leisure* yang dijalankan oleh Lou Harris mendapati kepentingan budaya telah meningkat dengan ketara di kalangan pelancong. Kajian pada tahun 1980-an hanya mendapati sebanyak 27 peratus daripada responden yang mementingkan budaya, sejarah dan barang arkeologi berbanding sebanyak 50 peratus pada tahun 1990-an apabila melancong. Sementara itu, kajian

tersebut juga mendapati memahami budaya adalah penting kepada 48% daripada responden pada tahun 1980an berbanding 88 peratus pada tahun 1990-an. Hasil kajian ini telah menunjukkan yang budaya sebagai motivasi untuk melancong telah meningkat. Di samping itu, kajian tersebut juga memperlihatkan para pelancong semakin menghargai aspek-aspek kebudayaan, arkeologi dan sejarah.

Salah satu faktor utama yang dikenal pasti menyumbang kepada peningkatan jumlah pelancong yang berminat mengunjungi destinasi warisan adalah anjakan paradigma yang berlaku di kalangan pelancong. Para pelancong kini tidak hanya mahu menjauhkan diri daripada kesibukan atau aktiviti seharian mereka tetapi juga ingin menambahkan pengetahuan atau pengalaman ketika bercuti. Selain itu, tarikan warisan juga dikatakan bukan lagi tarikan sampingan tetapi telah bertukar menjadi tarikan utama atau menjadi faktor pemangkin untuk melancong. Bagi negara-negara membangun seperti Malaysia, tarikan warisan seperti gaya hidup tradisional, peradaban, kepercayaan, norma hidup, nilai, festival budaya mempunyai potensi yang besar untuk dibangunkan. Perbezaan yang ketara antara negara maju dan membangun adalah masyarakat di negara membangun masih mengamalkan cara hidup tradisional dan ianya mampu menjadi muzium hidup yang merupakan aset penting dalam pembangunan sumber warisan.

KEPENTINGAN PELANCONGAN WARISAN

Secara amnya, terdapat banyak kelebihan yang dapat dinikmati daripada pembangunan pelancongan warisan dan mempunyai pelbagai fungsi (Millar, 1991). Sumber warisan merupakan tarikan pelancongan, fokus untuk identiti masyarakat, sumber pendidikan formal dan tidak formal, sumber untuk mencipta/membangunkan ekonomi setempat dan lain-lain. Hall dan McArthur (1993a) telah mengenal pasti kepentingan warisan berdasarkan empat perspektif utama iaitu ekonomi, sosial, politik dan saintifik. Salah satu impak utama pelancongan warisan ialah pulangan ekonomi dalam bentuk peningkatan pendapatan dan peluang pekerjaan yang dapat dijana.

Bagi sesetengah pihak terutamanya penduduk di kawasan pedalaman seperti penduduk asli, pendapatan yang diperoleh

daripada aktiviti pelancongan ini dapat meningkatkan taraf hidup yang berkemungkinan besar akan membolehkan mereka menyekolahkan anak-anak. Selain itu, pendapatan daripada industri ini juga akan membolehkan penduduk tempatan mengekalkan cara hidup tradisional dan membiayai usaha-usaha konservasi. Peluang pekerjaan yang diwujudkan juga mampu mengurangkan jumlah belia yang meninggalkan kampung halaman untuk mencari kerja. Dalam industri warisan, isu utama yang banyak diperdebatkan adalah konflik antara konservasi dan pembangunan terutamanya di tempat-tempat di mana tanah adalah sangat berharga seperti di kawasan bandar. Pulangan ekonomi bukan sahaja dapat menyediakan peluang pekerjaan tetapi juga boleh memberi justifikasi kepada usaha konservasi.

Walaupun terdapat banyak pihak memfokus kepada nilai ekonomi sumber warisan dan budaya, pihak pembuat dasar juga tidak boleh memandang ringan kelebihan daripada aspek sosial yang dapat dibawa kepada masyarakat. Salah satu tanggungjawab sosial yang utama dalam pembangunan pelancongan adalah untuk melibatkan penduduk tempatan dan memastikan mereka dapat menikmati pembangunan pelancongan yang dilakukan. Antara perkembangan positif daripada pembangunan warisan dan budaya ialah masyarakat tempatan mempunyai peluang besar untuk melibatkan diri dalam industri pelancongan. Penglibatan penduduk tempatan dalam pembangunan pelancongan adalah penting kerana mereka merupakan golongan berkepentingan yang utama dalam pembangunan destinasi pelancongan. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh pelancongan jenis yang lain ialah strategi untuk melibatkan penduduk tempatan. Pelancongan warisan dapat memberikan peluang kepada penduduk tempatan untuk melibatkan diri kerana mereka merupakan aset atau tarikan utama bagi industri pelancongan. Gaya hidup, adat, upacara, amalan, kepercayaan, perayaan dan aspek lain kehidupan masyarakat merupakan tarikan penting dalam pelancongan warisan. Selain itu, penduduk tempatan juga mampu memainkan peranan penting seperti melibatkan diri sebagai pemandu pelancong atau menjadi *culture brokers*. Penglibatan dalam industri pelancongan mampu mendatangkan pendapatan kepada penduduk setempat. Sumber pendapatan ini dapat memastikan cara hidup mereka dapat diamalkan dan diwariskan kepada generasi akan datang.

Walau bagaimanapun perlulah diingatkan yang usaha konservasi bukanlah untuk mendapatkan keuntungan semata-mata tetapi untuk memberi peluang kepada penduduk tempatan untuk meneruskan cara hidup yang diwarisi daripada nenek moyang agar tidak dilupakan. Tambahan lagi, sumber warisan adalah penting kerana ia akan dapat memudahkan untuk mendapatkan kembali informasi, pengetahuan yang telah dilupakan dan mewujudkan jati diri dan semangat kekitaan. Usaha ini adalah penting kerana tidak banyak generasi muda sekarang yang menyedari dan berminat dengan aspek sejarah dan cara hidup tradisional. Pembangunan tarikan warisan dan budaya dapat memberi peluang kepada generasi muda untuk mengenali asal-usul nenek moyang mereka dan peristiwa-peristiwa lampau. Selain itu, sumber warisan juga sentiasa mendapat tempat istimewa di hati penduduk tempatan dan masyarakat secara amnya. Ini kerana sumber-sumber ini telah menjadi sebahagian daripada kehidupan mereka. Sebagai contohnya, cubaan untuk merobohkan bangunan lama dan bersejarah selalunya akan mendapat tentangan daripada sesetengah ahli masyarakat. Sementara itu, landskap yang cantik dan tempat yang mempunyai nilai seni yang tinggi atau unik mampu memberikan persekitaran yang berkualiti kepada ahli masyarakat dan tempat awam. Bukan sahaja tempat-tempat begini merupakan tempat yang sesuai untuk didiami tetapi juga menjadikan penduduk setempat berasa bangga apabila banyak pengunjung datang melawat.

Banyak ahli akademik yang berpendapat warisan merupakan satu topik yang sangat berkait rapat dengan aspek politik. Ini berlaku kerana terdapat pihak yang menggunakan warisan sebagai simbol atau sumber politik. Hall dan McArthur (1993a) berpendapat yang definisi warisan sendiri merujuk kepada sesuatu yang berunsur politik. Menurut mereka terdapat pihak yang mampu mempengaruhi khazanah untuk konservasi, warisan diceritakan dan dalam menangani isu pemilikan serta pengurusan sumber warisan. Selain itu, kepentingan warisan dari sudut saintifik pula dapat dilihat usaha kerajaanewartakan banyak kawasan sebagai taman negara, taman negeri dan kawasan hutam simpan dalam memastikan tumbuhan yang mempunyai nilai dan berguna untuk perubatan dan penyelidikan dapat dikawal. Sementara itu, usaha ini juga dapat memelihara habitat dan spesis yang terancam dan

sukar ditemui. Usaha memelihara alam semula jadi ini juga membolehkan banyak penyelidikan dapat dilakukan untuk tujuan pendidikan dan ini mampu memperkaya lagi pelancong yang melawat kawasan ini.

DEFINISI WARISAN

Perkataan warisan atau dalam bahasa Inggerisnya *heritage* ialah satu terma yang banyak dikaitkan dengan perkataan *inheritance* (Parks Canada tidak bertarikh:7; dipetik daripada Prentice, 1993:5). Perkataan *inheritance* ini boleh diterjemahkan sebagai pewarisan, mewarisi atau pusaka (Kamus Inggeris Melayu Dewan, 1997). Maksud warisan boleh dijelaskan sebagai sesuatu yang berharga atau bernilai yang dibawa daripada satu generasi ke generasi seterusnya (Parks Canada tidak bertarikh; dipetik daripada Prentice, 1993:5). Nuryanti (1996), dalam konteks yang lebih luas pula menerangkan yang terma warisan merujuk kepada sesuatu yang diturunkan daripada satu generasi ke generasi seterusnya. Din (2000) juga menggunakan pendekatan yang sama dalam menghuraikan maksud warisan. Menurut beliau, warisan secara umumnya ialah segala khazanah yang dibawa daripada generasi lama ke generasi yang baru. Namun salah satu isu utama yang perlu diketengahkan dalam membincangkan definisi warisan adalah bukan semua aspek masa silam diwarisi. Terdapat banyak pihak yang berpendapat dimaksudkan dengan warisan hanyalah merangkumi khazanah yang ingin disimpan masyarakat sahaja (Fladmark, 1998; Graham *et al.*, 2000; Hall & McArthur, 1998; Turnbridge & Ashworth, 1996; dipetik daripada Timothy & Boyd, 2003). Ini bermakna pelbagai khazanah warisan yang kita dapat lihat hari ini hanyalah sebahagian daripada aspek kehidupan pada masa lalu. Prentice (1993), berpendapat yang terma warisan bukan sahaja merujuk kepada landskap, sejarah alam semula jadi, bangunan, artifak, budaya tradisi dan lain-lain yang diturunkan daripada satu generasi ke generasi akan datang secara literal atau metafora, tetapi juga benda-benda yang ditonjolkan untuk promosi produk pelancongan. Secara amnya, definisi warisan ialah sesuatu yang subjektif dan luas maksudnya. Ia boleh merujuk kepada sesuatu yang diwarisi daripada generasi lepas dan tiada garisan atau had masa yang dapat menentukan sama ada sesuatu

khazanah itu layak dikategorikan sebagai warisan atau tidak. Secara amnya, pelancongan warisan ialah satu bentuk pelancongan untuk melihat segala khazanah yang kita warisi daripada generasi yang terdahulu seperti kebudayaan, sejarah, alam semula jadi, kesenian, artifak dan lain-lain.

ASAL-USUL PELANCONGAN WARISAN

Banyak pakar berpendapat yang trend pelancongan warisan yang popular kini bukanlah merupakan fenomena baru. Buku-buku teks pelancongan telah menyebut minat manusia untuk mengunjungi tempat-tempat tarikan warisan telah bermula sejak dari zaman empayar Rom ataupun sebelum itu lagi. Konsep warisan wujud dalam tahun 1970-an di Eropah dan mula berkembang pada tahun 1980-an (Prentice, 1993). Beliau menambah yang trend perjalanan ini semakin berkembang pesat dari masa ke masa dan meliputi banyak aspek lain dan ianya semakin kerap digunakan untuk aktiviti komersial. Walaupun terma warisan hanya mula wujud pada sekitar 1970-an, tetapi konsep yang hampir serupa telah pun dikesan wujud pada era *Grand Tour*. *Grand Tour* merujuk kepada era dalam sejarah pelancongan di Eropah, apabila pemuda-pemuda daripada golongan bangsawan di Eropah melancong bagi jangka masa yang panjang ke benua Eropah untuk menimba ilmu, mempelajari kesenian dan budaya. *Grand Tour* ini bermula pada pertengahan kurun ke-16, kemudian meningkat popular pada kurun ke-17 dan berlanjutan hingga ke-19 kurun. Golongan pelancong *Grand Tour* berminat untuk melancong ke bandar-bandar yang merupakan pusat tamadun dan perkembangan budaya di Eropah. Antara bandar yang menjadi tumpuan pelancong *Grand Tour* ialah Paris, Rome, Turin, Venice, Florence dan Naples. *Grand Tour* merupakan era yang penting dalam sejarah pelancongan di Eropah kerana ia menandakan bermulanya era baru di mana motivasi untuk melancong pada ketika itu adalah untuk meluaskan pengetahuan dan pendidikan.

Selain itu, agensi pengembaraan juga menyumbang kepada pembangunan tarikan budaya dan warisan. Sebagai contohnya, Thomas Cook telah membangunkan pakej pelancongan ke Mesir dan Timur Tengah sejak dari tahun 1860-an lagi (Richards, Goedhart & Herrijgers, 2001). Sejak daripada itu, tempat-tempat tarikan

berteraskan warisan telah berkembang dan menjadi pilihan ramai pelancong. Namun perkembangan pesat pelancongan massa sejak tahun 1960-an telah menyebabkan pasaran pelancongan warisan kurang mendapat perhatian. Menurut Thorburn (1986), penurunan populariti trend pelancongan warisan disebabkan ataupun dikaitkan dengan populariti trend pelancongan untuk mengunjungi destinasi-destinasi pakej *sun, sand and sea* ataupun pelancongan pantai (dipetik daripada Richards, 2001).

WARISAN, BUDAYA DAN ETNIK

Banyak pihak yang berpendapat terma warisan, budaya dan etnik tidak digunakan secara konsisten dalam literatur pelancongan. Ada yang berpendapat pelancongan warisan merupakan subset bagi pelancongan budaya atau sebaliknya. Terdapat juga yang menggunakan kedua-dua terma ini sebagai terma yang boleh ditukar ganti. World Tourism Organization melihat pelancongan kesenian dan warisan sebagai subset kepada pelancongan budaya (World Tourism Organization, 1985; dipetik daripada Zeppel & Hall: 1992). Din (2001) mengklasifikasi warisan kepada tiga kategori yang luas, iaitu warisan alam semulajadi, warisan budaya jalanan dan warisan budaya tontonan. Jika kita berpandukan kategori yang dibangunkan ini adalah jelas yang budaya itu sebahagian daripada komponen warisan. Walau bagaimanapun, kedua-dua perspektif mempunyai justifikasi yang tersendiri dan ianya banyak bergantung kepada definisi budaya dan warisan yang diguna pakai.

Salah satu terma yang popular dalam perbincangan warisan ialah pelancongan etnik. Secara amnya pelancongan etnik merujuk kepada hubungan terus antara manusia yang berlainan etnik, iaitu dalam konteks pelancongan merupakan antara pelancong dan hos (masyarakat etnik) yang dikunjungi. Sweet menjelaskan yang pelancongan etnik menyediakan ruang untuk pelancong bertemu dengan masyarakat tempat, penduduk peribumi atau etnik yang berbeza daripada mereka, dan mempromosikan idea yang muzium dan pusat kebudayaan atau kampung budaya tidak mampu menggantikan hubungan terus atau bersemuka dengan hos (1990:6-7). Terdapat beberapa tokoh akademik yang cuba membezakan pelancongan etnik dengan pelancongan budaya. Wood (1984)

menyatakan yang terdapat perbezaan antara kedua-duanya. Menurut beliau, pelancongan etnik melibatkan pertemuan secara terus atau bersemuka dengan kebudayaan yang berbeza, sementara pelancongan budaya pula melibatkan pendedahan kepada budaya yang berbeza secara tidak langsung dan bukan sebagai motif utama aktiviti perjalanan.

TARIKAN WARISAN

Terdapat pelbagai tarikan yang dapat dikategorikan sebagai tarikan pelancongan warisan. Menurut Johnson dan Thomas (1995) dalam Millar (1999), dalam beberapa dekad ini, warisan telah digunakan untuk menerangkan pelbagai khazanah yang dapat dikaitkan dengan warisan tidak kira berapa lemah pun kaitannya dengan masa silam. Antara komponen umum warisan pelancongan ialah alam semula jadi, kebudayaan dan elemen buatan manusia. Namun terdapat pihak yang memecahkan komponen warisan kepada tipologi yang lebih terperinci lagi seperti Prentice (1994), yang mengklasifikasikan tarikan warisan kepada 22 kategori. Dalam konteks alam semula jadi, warisan ialah meliputi aspek persekitaran seperti landskap, taman, gunung-ganang, pulau-pulau, flora dan fauna, haiwan, batu-batan dan aspek fizikal lain. Sementara itu, menurut Tamara dan Laszlo (1998) budaya merangkumi perkara seperti tingkah laku dan artifak, kepercayaan dan sistem nilai, tanggapan, contohnya cara melihat, berfikir dan menilai dunia ini, diri sendiri dan orang lain. Din (2000), pula membahagikan budaya kepada aspek budaya tontonan dan budaya jalanan. Beliau menerangkan yang budaya tontonan ialah ciri-ciri kebudayaan yang ketinggalan zaman dan hanya diabadikan dalam bentuk model, pameran dan pementasan. Warisan budaya jalanan pula meliputi ciri-ciri alam hidup yang boleh diperhatikan sebagai amalan semasa masyarakat setempat termasuk pekerjaan, makanan, upacara sosial dan keagamaan. Kedua-dua tarikan warisan budaya ini adalah penting dalam industri pelancongan. Negara-negara maju terutamanya di Eropah lebih terkenal dengan muzium dan aspek lain budaya tontonan, namun negara-negara membangun lebih popular dengan tarikan budaya jalanan seperti upacara keagamaan dan festival budaya. Di Malaysia, antara budaya jalanan yang boleh dilihat adalah seperti pasar malam. Komponen buatan manusia seperti bangunan bersejarah, monumen lama, tempat ibadat, tugu, istana

dan lain-lain terutamanya yang mempunyai nilai seni bina yang unik merupakan tarikan yang penting dalam industri pelancongan.

PASARAN PELANCONGAN WARISAN

Pasaran pelancongan warisan secara amnya mempunyai tiga kategori pelanggan, iaitu pelawat semasa ke tempat tarikan, pelancong yang mempunyai potensi untuk melawat kawasan tersebut dan penduduk sekitar (Berry & Shephard, 2001). Bagi pelancong domestik, mereka selalunya berminat dengan tarikan warisan kerana ianya mempunyai kaitan dengan sejarah dan budaya mereka. Pasaran bagi pelancongan warisan adalah beraneka dan pelbagai, namun menurut Prentice (1993) pasaran warisan boleh dikategorikan kepada lima kumpulan utama, iaitu:

- (i) Pelawat berpendidikan;
- (ii) Profesional;
- (iii) Keluarga atau berkumpulan;
- (iv) Kanak-kanak sekolah; dan
- (v) Pencari nostalgia.

Sementara itu, perkembangan pelancongan warisan dan kesenian banyak dikaitkan dengan peningkatan kesedaran tentang warisan, masyarakat yang semakin mewah dan berpendidikan, masa senggang yang lebih panjang, dan peningkatan mobiliti dan aksesibiliti kepada kesenian (Eastaugh & Weiss, 1989; Heinich, 1988). Walaupun dikatakan tidak ada dua produk pelancongan yang serupa dan dua pelancong budaya sama (McKercher & du Cros, 2002), namun terdapat ciri-ciri yang dikongsi bersama di kalangan pelancong budaya. Kajian yang dilakukan terhadap penduduk Amerika Syarikat yang melancong ke Eropah menyatakan secara dasarnya pelancong budaya adalah terdiri daripada golongan yang berusia, berpendidikan tinggi, dan lebih kaya (Richards, 1996c, DKS 1999, Kerstetter, Confer & Bricker, 1998; Formica & Uysal, 1998; Craine, 1999; Prentice, Witt & Hamer, 1998; Kemmerling, 1999; McKercher & du Cros, 2002). Silberberg (1999), pula menyarankan walaupun terdapat perbezaan antara jenis produk pelancongan, profil pelancong budaya di Amerika Syarikat dan Kanada secara amnya menunjukkan corak yang hampir

sama, iaitu:

- (i) Berpendapat lebih tinggi dan membelanjakan banyak wang ketika bercuti;
- (ii) Meluangkan masa lebih banyak ketika bercuti;
- (iii) Lebih suka tinggal di hotel atau motel;
- (iv) Gemar membeli-belah;
- (v) Lebih berpendidikan daripada masyarakat secara amnya;
- (vi) Lebih ramai wanita daripada lelaki; dan
- (vii) Terdiri daripada golongan yang agak berusia.

Selain itu, profil yang dapat dikenal pasti berdasarkan kajian soal selidik ATLAS yang dijalankan di beberapa tempat tarikan budaya oleh *European Association* untuk *Association for Tourism and Leisure Education* ialah:

- (i) Kebanyakan terdiri daripada mereka yang berpendidikan tinggi;
- (ii) 50 peratus mereka daripada sudah bekerja, namun terdapat peratusan pelajar yang tinggi;
- (iii) Lebih 40 peratus adalah mereka berusia kurang daripada 30 tahun;
- (iv) Pengunjung adalah terdiri daripada yang mencari pembangunan diri, peluang untuk belajar dan mahu mengenali budaya baru;
- (v) Terdiri daripada mereka yang mencari sesuatu yang berbeza dan digabungkan dengan mereka yang mencari nostalgia; dan
- (vi) Mereka yang mencari keaslian.
- (vii) 60 peratus pelawat ialah pelancong (58 peratus pelancong domestik); 40 peratus ialah penduduk tempatan.

Kebanyakan pelancong pada zaman moden memilih untuk mengunjungi tempat-tempat tarikan warisan dan budaya disebabkan mereka mahukan pengalaman pelancongan yang lebih bernilai dan dapat memberikan kepuasan. Walaupun profil pelancong yang berminat dengan tarikan budaya dan warisan menunjukkan ciri-ciri yang hampir sama, namun bukan semua pelawat mempunyai tahap

motivasi yang sama apabila mengunjungi tarikan-tarikan ini. Menurut Lord tidak banyak pihak penyelidik yang mengkaji dan mengambil kira aspek tahap motivasi di kalangan pelawat yang mengunjungi tempat tarikan ini. Model yang dibangunkan oleh Lord telah mengklasifikasi empat tahap motivasi apabila mengunjungi tempat tarikan budaya dan warisan iaitu; mereka yang mempunyai motivasi yang tinggi untuk melihat budaya; budaya hanyalah sebahagian daripada tujuan lawatan; budaya hanyalah merupakan aktiviti sampingan dan tidak berniat untuk melihat budaya tetapi secara tidak sengaja melawat tempat tarikan budaya. Sementara itu, peratusan mereka yang melancong untuk tujuan budaya semata-mata adalah sangat kecil, diikuti oleh mereka yang sebahagian daripada tujuan melancong adalah untuk budaya, budaya merupakan tujuan sampingan untuk melancong dan akhir sekali ialah mereka yang pada asalnya tidak merancang untuk melawat tempat tarikan budaya.

Selain itu, Lord juga mencadangkan beberapa strategi dalam memasarkan produk budaya. Antara tiga bentuk pendekatan yang diusulkan adalah menggabungkan pelbagai produk budaya yang hampir sama, menggabungkan pelbagai produk budaya yang berlainan jenis dan akhir sekali menggabungkan produk budaya dengan pelbagai produk lain. Terdapat pelbagai kelebihan dan kekurangan bagi tiga strategi yang dicadangkan oleh Lord. Kemungkinan pihak pemarkar boleh menyediakan pelbagai jenis pakej atau membuat kajian pasaran terlebih dahulu untuk mengenal pasti jenis pelawat dengan lebih mendalam.

IMEJ PELANCONGAN BUDAYA DAN WARISAN

Imej budaya dan warisan banyak digunakan dalam promosi pelancongan dewasa ini. Destinasi yang mempunyai tarikan yang menarik sahaja tidak mencukupi untuk menarik jumlah pelancong yang optimum. Imej warisan dan budaya pelancongan yang menarik merupakan aspek penting dalam menarik pelancong dan membezakan satu destinasi dengan destinasi yang lain. Pihak pemarkar destinasi pelancongan dan agensi pengembaraan banyak menggunakan imej budaya dan warisan sebagai strategi pemasaran. Antara ikon seperti gaya hidup tradisional, makanan, pakaian, monumen lama, landskap dan lain-lain adalah imej yang selalu digunakan dalam pelbagai bentuk

bahan promosi. Antara strategi yang yang dapat dikenal pasti dalam tahun-tahun kebelakangan ini, terdapat brosur promosi yang spesifik untuk mempromosikan tarikan dan destinasi budaya dan warisan. Sebagai contohnya, di Britain terdapat brosur promosi yang spesifik digunakan oleh *British Tourist Authority* dalam memasarkan bandar-bandar bersejarah di sana seperti London, Glasgow, Leeds, Machester, Bristol dan Cardiff. Bandar-bandar ini dikategorikan di bawah tema ibu kota budaya di dunia. Tujuan utama adalah untuk memastikan bakal pelawat sedar dan tahu akan kewujudan tempat-tempat tarikan budaya dan warisan dan aktiviti yang terdapat di bandar-bandar ini.

IMEJ BUDAYA DAN WARISAN DI MALAYSIA

Malaysia merupakan sebuah negara yang tidak ketinggalan menggunakan tema budaya dalam mempromosikan negara sebagai destinasi pelancongan berdasarkan slogan yang dipilih, iaitu "*Malaysia is Truly Asia*". Ini menunjukkan kerajaan mengiktiraf budaya sebagai produk utama dalam menarik pelancong datang ke Malaysia. Slogan ini menunjukkan Malaysia merupakan sebuah negara yang mempunyai masyarakat multietnik. Secara kasarnya, slogan ini cuba menggambarkan kebanyakan etnik yang terdapat di Asia wujud di Malaysia. Ia juga cuba memberi gambaran kepada bakal pelancong apabila melawat Malaysia, mereka bagaikan telah melawat Asia secara keseluruhan. Berdasarkan analisis yang dibuat terhadap brosur-brosur promosi pelancongan di Malaysia, didapati imej seperti kepelbagaian etnik dan cara hidup mereka, penari tradisional, pakaian tradisional, kraf tangan, pahlwan berpakaian tradisional, kehidupan di desa dan masyarakat asli banyak ditonjolkan. Selain itu, ikon-ikon warisan alam semula jadi seperti pohon kelapa, pantai yang eksotik, sungai, gunung-ganang, hutan dan landskap yang menarik banyak digunakan sebagai latar belakang. Komponen warisan buatan manusia pula banyak menonjolkan bangunan dan kota-kota kolonial sebagai sebahagian warisan sejarah di Malaysia.

Walaupun Malaysia dewasa ini banyak mempromosikan aspek budaya dan warisan sebagai tarikan utama, namun imej Malaysia sebagai sebuah destinasi budaya dan warisan dikatakan ketinggalan jika dibandingkan dengan negara-negara jiran seperti Thailand dan

Indonesia. Ini kerana imej kedua-dua negara jiran ini sebagai destinasi budaya dan warisan yang lebih menonjol dan sudah lama dipromosikan. Sebagai contoh, Bali sebagai sebuah destinasi budaya sudah terkenal di seluruh dunia kerana tarikan budaya hidup (*living culture*) yang begitu eksotik dan unik. Pelbagai adat dan upacara yang masih diamalkan menjadi tarikan pelancongan utama. Thailand juga mempunyai imej budaya dan warisan yang kukuh dan tersendiri dengan ikon kuil dan rumah ibadat, penari tradisional yang eksotik, makanan dan urutan tradisional.

Walau bagaimanapun, promosi ikon-ikon budaya dan warisan di Malaysia dewasa ini merupakan satu permulaan yang baik. Masih terdapat banyak aspek budaya dan warisan yang belum dibangunkan dan ditonjolkan kepada pelancong. Terdapat negeri di Malaysia yang mempunyai imej warisan dan budaya yang agak kukuh dan unik seperti Sarawak dengan imej masyarakat peribumi dan alam semula jadi; Kelantan dengan imej budaya hidup yang menggambarkan kehidupan seharian yang unik seperti ikon pasar, kraf tangan dan peniaga wanita; Pulau Pinang yang popular dengan pelbagai makanan dan bandar pelabuhan lama; dan Melaka dengan kota tinggalan kolonial.

KESIMPULAN

Warisan ialah satu konsep subjektif dan sukar dihuraikan. Konsep warisan juga telah berkembang dari masa ke masa. Pada permulaannya aspek kebudayaan dan komponen buatan manusia dikategorikan sebagai warisan, kemudiannya sumber alam semula jadi juga diklasifikasikan sebagai warisan. Dapat disimpulkan yang konsep warisan ada kaitannya dengan nilai yang diletakkan oleh manusia itu sendiri. Apabila banyak sumber alam semula jadi dikesan mula pupus dan musnah manusia mula merasakan kepentingannya dan mula menghargainya. Kini, terdapat pelbagai khazanah yang dikategorikan sebagai warisan dan ianya merangkumi segala yang diwarisi daripada generasi lampau.

Pelancongan warisan dan budaya merupakan satu fenomena terkini dalam industri pelancongan. Jumlah pelancong yang memilih untuk melawat tarikan-tarikan warisan dan budaya juga semakin bertambah terutamanya dengan anjakan paradigma yang menyebabkan para

pelancong dewasa ini mementingkan aspek pendidikan dan kepuasan apabila melancong dan bukan sekadar untuk bersantai. Terdapat pelbagai cadangan dan strategi dalam membentuk imej, ikon dan strategi pemasaran dalam menarik lebih ramai pelancong untuk mengunjungi tarikan warisan dan budaya. Walaupun pelancongan warisan yang semakin berkembang kini ialah sesuatu yang positif terutamanya apabila dilihat daripada sudut ekonomi, namun jika tidak diuruskan dan dikawal dengan rapi ianya bakal mendatangkan pelbagai kesan negatif. Terdapat sumber-sumber warisan yang tidak dapat diganti apabila ianya sudah rosak atau hilang. Jadi aspek pengurusan adalah sangat penting bagi memastikan sumber-sumber ini dapat dipelihara dengan baik untuk generasi akan datang. Kejayaan dalam aspek pelancongan warisan bukanlah hanya diukur berdasarkan keuntungan dan jumlah pelancong yang datang tetapi juga aspek pengurusan lestari.

RUJUKAN

- Alzua, A., O Leary, J.T., & Morrison, A.M. (1998) Cultural and Heritage Tourism: Identifying niches for international travelers, *The Journal of Tourism Studies*, 9(2).
- Berry, B., & Shephard, G. (2001). Cultural heritage sites and their visitors: Too many for too few, in Richards, G. (Eds.) *Cultural attractions and european tourism*. New York: CABI Publishing.
- Boniface, P., & Fowler, P.J. (1997). *Heritage and tourism in the global village*. Routledge: London.
- Cohen, E. (1993). The study of touristic images of native people: Mitigating the stereotype of a stereotype. In Pearce, G. and Butler, R. W. (Eds.), *Tourism research*, Routledge, London.
- Din, K.H. (1997). Tourism and cultural development in Malaysia: Issues for a new agenda. In Yamashita, Din and Eades (Eds.), *Tourism and cultural development in Asia and Oceania*. Ampang Press, Bangi.

- Din, K.H. (2000). Pengurusan warisan: Hidangan lama perencah baru. *Seminar Warisan Budaya dan Pelancongan: Ke Arah Pengurusan Lestari*. Langkawi, 1-2 Nov.
- Hall, C.M., & McArthur, S. (1993a). Heritage Management: An introductory framework. In C.M. Hall and McArthur (Eds.), *Heritage management in New Zealand and Australia: Visitor management, interpretation and marketing*. Oxford University Press, Auckland, 1-17.
- Hall, C.M., & McArthur, S. (1993c). Towards sustainable heritage management? In C.M Hall and S. McArthur (Eds.), *Heritage management in New Zealand and Australia: The human dimension*. Melbourne: Oxford University Press.
- Hall, C.M., & McArthur, S. (Eds.). (1996). *Heritage management in New Zealand and Australia: The Human dimension*. Melbourne: Oxford University Press.
- Healy, R.G. (1994). Tourist merchandize as a means of generating local benefits from ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(3), 137-151.
- Kamus Inggeris Melayu Dewan. (1997). *Edisi Ringkas*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Lord, G. D. (1999). The Power of Cultural Tourism, Wisconsin Heritage Tourism Conference, Lac du Flambeau, Wisconsin, Sept 17, 1999. Retrieved from [at:http://www.lord.ca/thepower.htm](http://www.lord.ca/thepower.htm)
- Richards, G. (1996). European cultural tourism: Patterns and prospects. In Dodd, D. and van Hemel, A-M. (Eds.), *Planning European cultural tourism*. Boekman Foundation, Amsterdam, pp.16-32.

- Richards, G. (2001). The development of culture tourism in Europe. In Richards, G. (Eds.), *Culture attractions and European tourism*. CABI Publishing, New York.
- Ritchie, J. R., & Zins, M. (1978). Culture as a determinant of the attractiveness of a tourist region. *Annals of Tourism Research*, 5, 252-267.
- Tamara, R., & Laszlo, P. (1998). Folklore art as cultural attraction in Hungarian Tourism. *ATLAS International Conference*, Crete 22-24, October.
- Timothy, D.J., & Boyd, S.W. (2003). *Heritage tourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Wood, R. E. (1984). Ethnic tourism, the state, and cultural change in Southeast Asia. *Annals of Tourism Research*, 11(3), pp. 353-74.
- Zeppel, H., & Hall, C.M. (1991). Selling art and history: cultural heritage and tourism. *Journal of Tourism Studies*, 1(3), 29-45.4.
- Zeppel, H., & Hall, C. (1992). Arts and heritage tourism. In Weiler, B. and Hall, C. (Eds.), *Special interest tourism*. Belhaven, Lonson, pp.47-68.