

HARMONY GAZE FRAMEWORK DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA LATIMOJONG: HARMONISASI TOURIST GAZE DAN LOCAL PEOPLE GAZE

Taukhid Pramadika^{1*}, Elly Malihah², Rini Andari³

^{1,2,3}*Universitas Pendidikan Indonesia Bandung*

Email: tpramadika@gmail.com

Abstract

This study explores the relationship and interaction between the tourist gaze and local people gaze in the development of Latimojong Tourism Village, Enrekang Regency. With its natural beauty and rich cultural heritage, the village holds significant potential as a community-based tourism destination. However, the primary challenge lies in ensuring harmony between tourist expectations and the needs of the local community. This research adopts a qualitative approach through in-depth interviews, field observations, and literature analysis. The findings reveal that the tourist gaze, which reflects tourists' perceptions of cultural authenticity and unique experiences, often conflicts with the local community's perspectives, which prioritize environmental preservation, cultural traditions, and community welfare. To address this issue, the Harmony Gaze Framework was developed, encompassing perspective dialogue, collaborative tourism activities, shared value mapping, and participatory evaluation. This concept aims to establish an inclusive, sustainable, and community-based tourism management model. The implementation of this framework is expected to optimize the tourist appeal of Latimojong Village without compromising its local identity while simultaneously providing economic and social benefits for the community. Thus, Latimojong Tourism Village can serve as a model for community-based tourism development that is adaptive to contemporary changes and advancements.

Keywords: *Community-based Tourism; Latimojong Tourism Village; Sustainable; Perspective; Harmonization.*

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan dan interaksi antara *tourist gaze* dan *local people gaze* dalam pengembangan desa wisata Latimojong, Kabupaten Enrekang. Dengan keindahan alam dan kekayaan budayanya, desa ini memiliki potensi yang cukup besar sebagai destinasi wisata berbasis komunitas. Namun, tantangan utama adalah memastikan harmonisasi antara ekspektasi wisatawan dan kebutuhan masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisa literatur. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *tourist gaze*, yang mencerminkan pandangan wisatawan terhadap keaslian budaya dan pengalaman unik seringkali bertentangan dengan persepsi masyarakat lokal yang lebih mengutamakan pelestarian lingkungan, tradisi budaya adat, dan kesejahteraan dalam komunitas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka akan dikembangkan sebuah konsep *Harmony Gaze Framework* yang mencakup dialog perspektif, kolaborasi kegiatan wisata, pemetaan nilai bersama, dan evaluasi partisipatif. Konsep ini bertujuan untuk menciptakan pengelolaan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis komunitas. Penerapan konsep ini diharapkan mampu mengoptimalkan daya tarik wisata di desa wisata Latimojong tanpa mengorbankan identitas lokal, sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat baik dalam segi ekonomi maupun sosial. Dengan demikian, desa wisata Latimojong dapat menjadi model pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang adaptif terhadap perkembangan dan perubahan zaman.

Kata Kunci: Pariwisata Berbasis Komunitas; Desa Wisata Latimojong; Keberlanjutan; Perspektif; Harmonisasi.

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengembangan desa wisata telah menjadi salah satu fokus utama dalam agenda pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di Indonesia. Desa wisata dengan pendekatan pariwisata berbasis masyarakat dipandang sebagai salah satu strategi efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal,

* Corresponding author

Received: January 07, 2025; Revised: October 21, 2025; Accepted: November 02, 2025

melestarikan budaya, serta menjaga kelestarian lingkungan. Desa-desa yang telah terklasifikasi sebagai desa wisata bertujuan untuk memberikan pengalaman yang otentik dan eksotis yang menggabungkan pariwisata dengan pengembangan masyarakat. Desa wisata dapat bervariasi dalam penawaran produk pariwisata yang mereka berikan, seperti warisan budaya dan praktik tradisional hingga lanskap alam dan proyek komunitas lokal yang inovatif.

Desa wisata berkontribusi signifikan terhadap perekonomian dengan menyediakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan. Misalnya, kegiatan pariwisata di Indonesia menyumbang 9% terhadap PDB nasional dan menyediakan lapangan kerja bagi 11 juta orang (Qotrunnada & Karmilah, 2024). Pengembangan desa wisata sering berfokus pada pemberdayaan masyarakat lokal. Program desa wisata telah meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja melalui pelatihan dan fasilitas bisnis, meskipun tantangan seperti kurangnya modal dan pemasaran tetap ada dalam perjalannya (Aini et al., 2023).

Desa wisata saat ini menjadi salah satu alternatif tujuan wisatawan karena beragam tradisi dan kebudayaan tiap desa memiliki daya tarik dan ke khasan tersendiri (Destiana et al., 2022). Dalam desa wisata, peran masyarakat lokal sangatlah penting untuk menentukan arah pengembangan. Oleh karena itu, pengelolaan desa wisata yang berbasis masyarakat dapat membantu menumbuhkan sebuah desa wisata mandiri yang dapat berkembang dan berdaya saing dengan desa-desa wisata lainnya. Mengembangkan ekosistem desa wisata yang mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif dan meningkatkan infrastruktur sangat penting untuk pertumbuhannya (Indratno et al., 2023). Pemasaran digital juga memainkan peran penting dalam mempromosikan desa-desa wisata di Indonesia. Saluran digital seperti media sosial dan situs internet secara efektif meningkatkan kesadaran dan jumlah pengunjung (Oka et al., 2024).

Praktik pengembangan pariwisata yang berkelanjutan pada desa wisata dapat dikatakan memegang peranan penting karena dapat memberikan efek positif dalam jangka panjang. Salah satu dari praktik pengembangan pariwisata berkelanjutan pada desa wisata adalah memberikan sertifikasi desa wisata. Sertifikasi desa wisata berkelanjutan dapat membantu memastikan bahwa pengembangan pariwisata selaras dengan tujuan pelestarian lingkungan dan budaya. Sertifikasi ini memberikan perlindungan hukum dan standarisasi untuk bisnis pariwisata (Wirata Laksmi et al., 2024). Menurut keterangan dalam situs resmi sertidewi.jadesta.kemenparekraf.go.id, Indonesia memiliki 36 desa wisata yang sudah tersertifikasi desa wisata berkelanjutan. Selain sertifikasi desa wisata berkelanjutan, meningkatkan kualitas desa wisata juga dapat dicapai melalui model perilaku masyarakat, dengan fokus pada aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik (Revida et al., 2024).

Salah satu desa yang memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan sebagai desa wisata adalah Desa Latimojong di Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Desa Latimojong terletak 70 KM dari Ibu kota Kabupaten Enrekang dengan luas wilayah +/- 92.82 Km² dengan batas daerah sebagai berikut: Sebelah utara berbatasan dengan Bone-Bone, sebelah selatan berbatasan dengan Potokullin, sebelah timur berbatasan dengan Luwu, dan sebelah barat berbatasan dengan Buntu Mondong (Latimojong.id, 2024). Desa wisata Latimojong merupakan destinasi wisata berkembang yang terletak di wilayah yang dikenal dengan keindahan alam dan warisan budayanya. Desa Latimojong merupakan sebuah desa yang menjadi akses masuk bagi para pendaki yang ingin mendaki gunung Latimojong, *basecamp* para pendaki ini terletak di dusun Karangan. Selain sebagai jalur awal pendakian, desa Latimojong ini juga dikenal dengan produksi kopinya yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

Desa wisata Latimojong saat ini merupakan desa wisata berkembang yang memiliki beberapa atraksi wisata dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Wisata Alam

- Sivin camp
- Trekking gunung Latimojong

- Air terjun Gora
- Air terjun Sarungpa'pak
- Kolam renang alam Likulepong

2. Wisata Budaya

- Musik bambu
- Budaya Mangdodo
- Motor kayu
- Panen kopi Latimojong

3. Wisata Buatan

- Reboisasi sekitar *camping ground*
- Mengolah kopi khas Latimojong
- Mengamati flora endemik *Rhododendron*

Identifikasi Masalah

Desa wisata Latimojong dengan keindahan alam berupa pegunungan, kearifan lokal masyarakat desa, serta kekayaan budaya yang beragam dapat menjadikannya sebuah peluang untuk menjadi destinasi wisata unggulan. Namun, pengembangan desa wisata tidak hanya berfokus pada aspek fisik dan infrastruktur, tetapi juga pemahaman secara mendalam mengenai interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, terutama melalui perspektif "*tourist gaze*" dan "*local people gaze*". Di mana perspektif tersebut secara langsung dapat mempengaruhi arah pengembangan desa wisata di masa mendatang. Apabila *tourist gaze* tidak dibatasi dengan baik, maka akan terjadi pergeseran budaya suatu daerah yang menyebabkan punahnya tradisi turun-temurun yang ada pada desa tersebut. Desa wisata sebaiknya dibangun dari persepsi dan pengalaman orang lokal di desa tersebut. Contohnya, dapat dinarasikan sebagai autentisitas budaya dan eksotisme ruang. Autentisitas budaya merujuk pada keaslian kebudayaan baik material maupun non-material. Sementara eksotisme ruang merujuk kepada bentang alam maupun arsitektur tradisional masyarakat (Fathy, 2023).

Sementara itu, *tourist gaze* menjelaskan bagaimana wisatawan meemandang dan memahami destinasi wisata berdasarkan harapan, pengalaman, dan konstruksi sosial mereka. Tempat-tempat di dunia kini direproduksi menjadi tempat yang dikunjungi, digunakan, dan dikonsumsi oleh wisatawan (Urry, 2005). Dalam praktiknya, arah pengembangan desa wisata Latimojong sudah mulai mengembangkan wisatanya dengan melihat pada persepsi wisatawan. Hal ini bukan tidak mungkin dapat menjadikan keotentikan budaya di desa tersebut akan menjadi terkikis, karena tidak bisa mengimbangi pengembangan wisata yang terus-menerus mengarah pada apa yang diinginkan oleh wisatawan.

Sementara *tourist gaze* berfokus pada menarik pengunjung dan meningkatkan pengalaman mereka, local *tourist gaze* menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dan memenuhi kebutuhan lokal. Pendekatan seimbang yang mengintegrasikan kedua perspektif dapat mengarah pada pengembangan pariwisata yang lebih berkelanjutan dan inklusif. Misalnya, pada Italia Selatan, jaringan territorial didirikan untuk menghubungkan produksi lokal dengan pariwisata, mendorong pembangunan sosial ekonomi dan meningkatkan partisipasi lokal (Quaranta et al., 2016).

Interaksi antara *tourist gaze* dan *local people gaze* dapat mempengaruhi keberhasilan pengembangan desa wisata. Dengan memahami bagaimana perspektif wisatawan dan masyarakat lokal, pengelola desa wisata dapat merancang strategi yang efektif untuk menciptakan pengalaman wisata yang saling memberikan timbal balik positif.

Terdapat beberapa permasalahan dalam persaingan daya tarik wisata, diantaranya: (1) Masih kalah dengan desa wisata yang berada dekat dengan Kabupaten Enrekang, yaitu Tana Toraja, (2) Akses menuju Kabupaten Enrekang sangat jauh dari kota Makassar, dan (3) Terdapat banyak daya tarik yang

jauh lebih menarik sebelum mencapai desa Latimojong (contoh: Karst Rammang-rammang dan Bantimurung).

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana konsep *tourist gaze* dan *local people gaze* membentuk arah pengembangan desa wisata Latimojong dan memberikan pengembangan desa wisata ke depannya. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta studi literatur. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menemukan wawasan baru mengenai dinamika interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal dalam konteks pengembangan desa wisata. Dengan memahami bagaimana *tourist gaze* dan *local people gaze* saling mempengaruhi, diharapkan pengembangan desa wisata dapat dilakukan secara lebih inklusif, berkelanjutan, dan berbasis pada masyarakat lokal. Strategi pengembangan akan diarahkan pada harmonisasi dari *Tourist Gaze* dan *Local People Gaze*, dimana dalam konsep ini akan mengarahkan pengembangan desa wisata yang lebih inklusif dan tidak berfokus pada satu konsep saja.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata adalah fenomena yang berasal dari zaman kuno, diakui dan dipromosikan oleh para filsuf Yunani kuno sebagai konsep perjalanan berbasis pemulihan/istirahat. Pariwisata telah berkembang melalui berbagai bentuk, termasuk partisipasi dalam festival selama Abad Kegelapan dan pengejaran budaya dan pendidikan aristokrat pada abad ke-16. Pada awal 1970-an, pariwisata mulai memanfaatkan sumber daya alam dan budaya sebagai atraksi, yang mengarah pada munculnya ekowisata sebagai pendekatan perjalanan yang bertanggung jawab ke kawasan alam (Pavlidis et al., 2022). Pariwisata digambarkan sebagai fenomena sosial-ekonomi dengan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk domain ekonomi, geografis, psikologis, dan sosiologis. Hal ini ditandai dengan sifat masif dan dinamis, dengan jutaan orang berpartisipasi dalam perjalanan wisata global (Filipovic et al., 2013).

Pariwisata merupakan industri yang multisektoral yang mencakup berbagai kegiatan, motivasi, dan dampak. Pariwisata adalah pendorong ekonomi utama, menyediakan lapangan kerja dan berkontribusi pada ekonomi nasional dan regional. Hal ini sangat penting dalam ekonomi di mana ia dapat menjadi sumber pendapatan utamanya (Xing & Dangerfield, 2011). Industri ini menghadapi tantangan terkait keberlanjutan, karena pertumbuhan yang tidak terkendali dapat menyebabkan konsekuensi negatif seperti degradasi lingkungan dan gangguan sosial (Xing & Dangerfield, 2011). Pergeseran menuju pariwisata berkelanjutan sangat penting, dengan strategi yang berfokus pada meminimalkan dampak lingkungan sambil memaksimalkan manfaat ekonomi (Guilarte & Quintáns, 2019).

Wisatawan

Wisatawan sebagai konsep mencakup berbagai interpretasi dari berbagai bidang, dari perspektif budaya dan sejarah hingga teknologi dan sains. Wisatawan didefinisikan sebagai individu yang bepergian ke tempat-tempat di luar lingkungan mereka yang biasa untuk bersantai, rekreasi, atau pengembangan pribadi. Definisi ini menyoroti intensionalitas di balik pariwisata (Diaz-Soria, 2017). Wisatawan sering dikontraskan dengan pelancong, di mana wisatawan terekadang dianggap kurang cerdas dan lebih dangkal dalam keterlibatan mereka dengan destinasi tujuan, namun ditentang oleh banyak akademisi yang berpendapat untuk pemahaman yang lebih bernuansa mengenai pariwisata sebagai praktik budaya (Hadfield, 2014). Perbedaan antara turis dan pelancong sering berada dalam sebuah pembahasan, di

mana wisatawan dipandang sebagai pencari kesenangan pasif, sementara pelancong dianggap sebagai pencari petualangan dan pengalaman (Koenker, 1991).

Pengembangan

Pengembangan sering diukur melalui berbagai macam dimensi yang dalamnya terdapat aspek yang beragam, diantaranya mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Pengembangan dalam dimensi ekonomi diukur dengan PDB per kapita (Roemer, 2013). Melalui pendekatan dengan tolok ukur berupa PDB, pendekatan ini menunjukkan ukuran pengembangan dua dimensi dengan menekankan efisiensi pada aspek ekonomi dan keadilan sosial, dan diterapkan untuk menilai pembangunan di seluruh negara (Roemer, 2013).

Selanjutnya merupakan pengembangan manusia, di mana pendekatan tersebut dipengaruhi dari menggeser fokus dari pendapatan ke sesuatu yang dapat dilakukan dan menekankan kemampuan daripada pertumbuhan ekonomi saja (Anand & Ravallion, 1993), indeks pengembangan manusia menggabungkan harapan hidup, pendidikan, dan standar hidup dengan memberikan ukuran pengembangan ke arah yang lebih komprehensif (Fosu, 2007).

Transisi antara fokus ekonomi kepada pendekatan yang lebih holistik memerlukan konsep yang kompleks terhadap sebuah pengembangan, terlebih lagi dengan adanya tantangan globalisasi. Di mana globalisasi memainkan peran penting dalam pengembangan sosial ekonomi, dengan negara-negara yang memanfaatkan integrasi global untuk meningkatkan hasil ekonomi dan sosial (Roy et al., 2021). Pencapaian pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial mengharuskan kebijakan yang ada ditargetkan untuk memanfaatkan globalisasi secara efektif (Roy et al., 2021).

Dalam sebuah pengembangan terdapat pandangan yang lebih luas, di mana pengembangan tidak semata-mata hanya meningkatkan kondisi ekonomi sebuah wilayah ataupun individu saja, tetapi juga meningkatkan kondisi lingkungan hidup. Pengembangan yang berkelanjutan membutuhkan keseimbangan pertumbuhan ekonomi dengan perlindungan lingkungan, karena kebutuhan masyarakat berkembang dari tahap dasar ke tahap yang lebih maju. Pada negara maju, fokus pada pendidikan dan tata kelola untuk meningkatkan hasil lingkungan. Sementara pada negara-negara berkembang memprioritaskan kebutuhan dasar seperti kesehatan dan sanitasi (Ulman et al., 2020).

Pengelolaan

Pengelolaan melibatkan koordinasi dan mengarahkan sumberdaya untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif. Hal ini melibatkan penetapan tujuan dan menentukan tindakan terbaik untuk mencapainya. Perencanaan dalam pengelolaan adalah langkah penting dalam memastikan bahwa sumber daya dapat dialokasikan secara efisien dan bahwa organisasi siap untuk tantangan masas depan (Agrawal, 2011) (Singh, 2014). Fungsi mengorganisasi dalam pengelolaan melibatkan pengaturan sumber daya dan tugas untuk mengimplementasikan rencana. Hal ini termasuk menciptakan struktur untuk organisasi yang memfasilitasi koordinasi dan komunikasi antara departemen yang berbeda (Singh, 2014). Dalam sebuah pengelolaan, memastikan bahwa organisasi memiliki orang yang tepat dalam peran yang tepat sangat penting. Ini melibatkan perekruit, pelatihan, dan pengembangan karyawan untuk memenuhi kebutuhan (Agrawal, 2011). Dalam pengelolaan terdapat fungsi pengendalian, di mana fungsi ini melibatkan pemantauan kinerja dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk memastikan bahwa organisasi tetap di jalur untuk memenuhi tujuannya (Agrawal, 2011) (ÖZTÜRK, 2020).

Pengelolaan dipandang sebagai proses berkelanjutan yang melibatkan, merancang, dan memelihara lingkungan di mana individu dapat bekerja sama secara efisien untuk mencapai tujuan (Bibuljica, 2014), hal ini ditandai dengan koordinasi kegiatan dan sumber daya, termasuk sumber daya manusia, keuangan, material, dan intelektual (ÖZTÜRK, 2020).

Peran pengelolaan dalam organisasi sangat penting dalam berbagai jenis organisasi, termasuk bisnis, lembaga pendidikan, dan organisasi nirlaba. Ini adalah aspek vital kehidupan ekonomi dan diperlukan dimanapun upaya kelompok untuk memuaskan keinginan melalui kegiatan yang produktif (Abisheva & Pertiwi, 2020). Peran pengelolaan melampaui pengaturan bisnis tradisional dan telah menjadi elemen yang meresap dalam masyarakat modern, mempengaruhi bidang-bidang seperti administrasi publik, perawatan kesehatan, dan pendidikan (Djelic, 2017).

Pengelolaan melibatkan pelaksanaan kekuasaan dan otoritas untuk memandu perlaku diri sendiri dan orang lain. Hal ini tentang mengatur perilaku untuk mencapai tugas dan tujuan spesifik. Aspek pengelolaan ini menyoroti pentingnya kepemimpinan dan kontrol dalam mengarahkan kegiatan organisasi (Clegg, 2009).

Pemasaran

Pemasaran tidak terbatas pada transaksi bisnis, tetapi merupakan kegiatan sosial yang meresap. Ini berlaku untuk organisasi non-bisnis dan melibatkan pertukaran ide dan nilai, bukan hanya barang dan jasa (Kotler & Levy, 1969). Konsep pemasaran telah diperluas untuk memasukkan intervensi dalam hukum dan kebijakan publik, menyoroti perannya dalam perubahan dan pengaruh masyarakat (Woodside, 2020).

Definisi pemasaran modern menekankan hubungan pelanggan jangka panjang sebagai landasan. Pendekatan ini sangat relevan dalam pemasaran layanan dan industri, di mana menjaga hubungan pelanggan sangat penting (Gronroos, 1989), definisi terbaru American Marketing Association mencakup nilai untuk pelanggan dan hubungan pelanggan, yang mencerminkan pergeseran menuju perspektif yang lebih relasional dan berorientasi pada layanan (Gronroos, 1989).

Pemasaran dipandang sebagai fungsi organisasi yang melibatkan proses untuk menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan nilai. Definisi ini menggaris bawahi peran strategis pemasaran dalam mencapai tujuan organisasi (Darroch, 2009). Ini juga digambarkan sebagai fungsi koordinatif dan integratif dalam pembuatan kebijakan, menyoroti pentingnya dalam menyelaraskan kegiatan bisnis dengan tujuan organisasi yang lebih luas (Johnston, 1978).

Secara historis, pemasaran didefinisikan secara sempit sebagai kegiatan bisnis, tetapi telah berkembang untuk memasukkan masalah sosial dan lingkungan. Evolusi ini mencerminkan sifat budaya konsumen yang berubah dan kebutuhan akan praktik berkelanjutan (Polsa, 2016). Konsep pemasaran telah diperluas untuk mencakup aktivitas apapun yang merangsang respons yang dapat diamati atau tidak, menunjukkan penerapannya yang luas di berbagai lingkup (Woodside, 2020).

Pemasaran pada dasarnya berkaitan dengan pertukaran barang, jasa, dan ide. Perspektif ekonomi ini menekankan sifat strategis dan terarah tujuan dari kegiatan pemasaran. Definisi pemasaran sebagai proses ekonomi memungkinkan penerapannya di berbagai disiplin ilmu, mempertahankan relevansinya dalam konteks yang beragam (Kurzbard & Soldow, 1987).

Sementara perspektif tradisional pemasaran berfokus pada kegiatan bisnis dan transaksi konsumen, perspektif kontemporer menyoroti peran sosial yang lebih luas dan pentingnya hubungan pelanggan.

Aktivitas Wisata

Aktivitas wisata memberikan peran yang penting dalam pengembangan ekonomi global didorong oleh globalisasi, kemajuan teknologi dan permintaan wisatawan yang beragam. Pertumbuhan sektor pariwisata ini dipengaruhi oleh kondisi global, stabilitas politik, dan kemajuan teknologi di mana pertumbuhan ini dapat mempengaruhi arus wisata dan kepopuleran sebuah destinasi (Lemos Baptista, 2023).

Industri pariwisata saat ini semakin memanfaatkan kemajuan teknologi yang inovatif untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan efisiensi operasional. Dengan teknologi digital seperti *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar wisata. Inovasi dalam layanan transportasi, sistem pemesanan, dan pemrosesan visa sangat penting untuk meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan (Chuieva et al., 2021).

Aktivitas wisata yang beragam dapat meningkatkan frekuensi kunjungan pada suatu wilayah yang tentunya dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi wilayah tersebut. Pariwisata secara signifikan berdampak pada ekonomi lokal dan global dengan menghasilkan lapangan kerja, mendorong pembangunan regional, dan berkontribusi terhadap PDB (Ciangă & Sorocovschi, 2017).

Wisata rekreasi merupakan bagian dari ekonomi dalam usaha berbasis jasa dengan menggabungkan berbagai macam kegiatan dan layanan untuk menciptakan produk wisata yang komprehensif. Hal ini dipandang sebagai kompleksitas antar sektor yang melibatkan beragam kegiatan ekonomi (Yavorska et al., 2018). Pertumbuhan sektor ini didukung oleh pengembangan infrastruktur dan layanan yang melayani bentuk rekreasi yang terorganisir dan tidak (Yavorska et al., 2018).

Perspektif

Perspektif dalam pariwisata merupakan pendekatan kritis dan konseptual. Hal ini menekankan perlunya memperluas ruang linkup penelitian di luar pandangan yang berpusat pada manusia untuk memasukkan wisatawan non-manusia, ruang non-fisik, dan waktu yang bukan pada saat ini. Perspektif yang diperluas ini bertujuan untuk melibatkan berbagai disiplin penelitian dan mengatasi sifat pariwisata yang berkembang, terutama dalam konteks yang kontras, melihat dari pentingnya beragam sudut pandang dalam penelitian pariwisata (Gajdošík et al., 2021).

Perspektif sejarah dalam pariwisata sering melibatkan evaluasi evolusi praktik pariwisata dan dampak sosial-ekonominya dari waktu ke waktu. Misalnya, peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata di negara berkembang telah menjadi fokus yang signifikan, menyoroti pentingnya pariwisata untuk pendapatan valuta asing, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan regional. (Jenkins, 2020). Perspektif perkembangan juga mempertimbangkan skenario dan tantangan masa depan, seperti pergeseran dari pariwisata massal ke pariwisata pintar, yang melibatkan pengintegrasian elemen non-manusia dan ruang non-fisik ke dalam penelitian pariwisata (Gajdošík et al., 2021).

Perspektif etika dalam pariwisata menekankan perlunya perhatian yang lebih besar terhadap keadilan dan kesejahteraan. Perspektif ini membutuhkan praktik pariwisata yang bertanggung jawab yang mempertimbangkan kesejahteraan semua pemangku kepentingan, termasuk penduduk, bisnis, dan wisatawan (Jamal, 2020). Perspektif sosial, seperti yang dibahas dalam konteks pariwisata sosial berfokus pada pengurangan ketidaksetaraan dan mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan yang menguntungkan industri dan masyarakat pada umumnya (McCabe, 2019).

Perspektif teknologi menyoroti peran transformatif teknologi informasi dalam pariwisata, terutama melalui pengembangan teks terkait pariwisata *online*. Integrasi *Artificial Intelligence* dan antarmuka yang muncul diharapkan dapat mendominasi komunikasi pariwisata di masa depan, memerlukan alat konseptual dan metodologi baru untuk memahami segala perubahan (Xiang et al., 2020).

Perspektif sosial-budaya mengevaluasi interaksi antara pariwisata dan lingkungan budaya, mempertimbangkan bagaimana pariwisata mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tren sosial dan praktik budaya (Smith, 1989), perspektif ini juga membahas tantangan pengelolaan destinasi, menekankan perlunya pendekatan terpadu dan holistik yang mempertimbangkan perencanaan kota, ketidaksetaraan ekonomi, dan kesejahteraan wisatawan dan komunitas penduduk (Fyall & Garrod, 2019).

Sementara perspektif ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pariwisata, penting untuk menyadari bahwa perspektif-perspektif tersebut belum sepenuhnya lengkap. Bidang

pariwisata terus berkembang, dan perspektif baru dapat muncul ketika nilai-nilai masyarakat, kemajuan teknologi, dan kondisi lingkungan berubah.

Community-Based Tourism (CBT)

Pariwisata berbasis komunitas adalah bentuk pariwisata yang maju, berkelanjutan dan kolaboratif yang ditujukan untuk pengembangan komunitas masyarakat lokal sebagai tuan rumah. Hal ini menekankan keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata, memastikan bahwa manfaat pariwisata didistribusikan secara merata di antara anggota masyarakat (Buhalis, 2024).

Partisipasi masyarakat merupakan faktor utama dalam CBT, dengan melibatkan penduduk setempat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan kegiatan pariwisata. Pendekatan partisipatif ini memastikan bahwa pengembangan pariwisata selaras dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat (Nurwahyuliningsih et al., 2024). Pemberdayaan melalui CBT memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan kendali atas sumber daya pariwisata yang mengarah pada peningkatan tata kelola lokal dan peningkatan kemandirian. Pemberdayaan ini sangat penting untuk pembangunan berkelanjutan dan pengentasan kemiskinan (Habiba & Lina, 2023).

CBT berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan lokal, dan diversifikasi kegiatan ekonomi. Hal ini membantu dalam mempertahankan manfaat keuangan dalam masyarakat, sehingga meningkatkan standar hidup (Habiba & Lina, 2023). Secara sosial, CBT meningkatkan pemahaman budaya dan memperkuat identitas lokal. Ini memberikan peluang untuk pertukaran budaya dan pendidikan, menumbuhkan rasa kebanggaan dan kepemilikan diantara anggota komunitas (Sutama et al., 2024).

CBT mempromosikan keberlanjutan lingkungan dengan mendorong praktik pariwisata yang bertanggung jawab dan upaya konservasi. Ini membantu dalam melestarikan sumber daya alam dan meminimalkan dampak buruk pariwisata terhadap lingkungan (Das & Barman, 2024). Secara budaya, CBT mendukung pelestarian tradisi dan warisan lokal. Ini melibatkan masyarakat dalam memelihara situs dan praktik budaya yang dapat menjadi daya tarik signifikan bagi wisatawan (Prasetyo et al, 2024).

Terlepas dari manfaatnya, CBT menghadapi tantangan seperti partisipasi masyarakat yang terbatas, ketidakseimbangan kekuasaan dan dukungan yang tidak memadai dari pemangku kepentingan eksternal. Tantangan ini dapat menghambat implementasi efektif inisiatif CBT (Buhalis, 2024). Keberhasilan CBT bergantung pada penanganan tantangan ini melalui strategi seperti meningkatkan kesadaran masyarakat, memperkuat kemitraan, dan mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam pengembangan pariwisata (Nugraha & Ramdani, 2024).

Desa Wisata

Konsep desa wisata umumnya mengacu pada daerah pedesaan atau semi-pedesaan yang telah dikembangkan atau dicap untuk menarik wisatawan dengan memanfaatkan budaya lokal, sejarah, atau sumber daya alam. Desa-desa wisata sering berfungsi sebagai situs wisata budaya yang merupakan pendorong pariwisata yang signifikan di daerah pedesaan. Bentuk pariwisata ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup penduduk setempat, tetapi juga membantu dalam melestarikan dan mempromosikan budaya dan tradisi lokal (Bachleitner & Zins, 1999). Pariwisata diadopsikan sebagai strategi pembangunan alternatif, terutama pada daerah di mana pertanian tradisional tidak lagi layak. Hal ini melibatkan komodifikasi sumber daya budaya lokal untuk menarik wisatawan (Kneafsey, 2000).

Identitas desa wisata sering dibentuk oleh hubungan sejarah dan sosial yang mempengaruhi bagaimana pengetahuan dan budaya lokal dinilai. Hal ini dapat menyebabkan berbagai interpretasi dalam sebuah komunitas (Kneafsey, 2000). Interaksi antara pariwisata dan identitas etnis lokal dapat mengarah

pada pengembangan “budaya etnis pariwisata”, di mana pariwisata menjadi bagian integral dari pembangunan identitas etnis lokal (Wood, 1998).

Beberapa desa wisata dirancang dengan mempertimbangkan keberlanjutan seperti sebuah desa wisata yang berada di Mesir, di mana mereka menggunakan sistem energi terbarukan secara “hybrid” untuk meminimalisir dampak lingkungan (Diab et al., 2015).

Terdapat tren *re-branding* pedesaan kecil sebagai “desa” untuk menciptakan citra yang menarik bagi wisatawan. Hal ini melibatkan kampanye pemasaran dan transformasi fisik untuk meningkatkan daya tarik desa (Frost & Laing, 2014). Konsep “Desa Global” terkadang diterapkan pada desa-desa wisata, di mana pengaruh global diintegrasikan ke dalam pengaturan lokal untuk menarik wisatawan yang lebih luas. Ini dapat melibatkan penggunaan bahasa global dan simbol budaya (Shuang, 2012).

Sementara desa wisata menawarkan banyak manfaat seperti revitalisasi ekonomi dan pelestarian budaya, mereka juga mendapat tantangan, termasuk potensi perpindahan identitas, keaslian, ketentikan, dan risiko komodifikasi budaya lokal ke titik dimana sebuah desa kehilangan makna aslinya. Keberhasilan desa wisata sendiri bergantung pada sosial dan sejarah yang unik dari daerah tersebut yang dapat memberikan berbagai penerimaan dan integrasi pariwisata dalam sebuah komunitas (Kneafsey, 2000) (Frost & Laing, 2014).

Tourist Gaze

Perkembangan desa wisata dapat didekati dari dua perspektif utama: *tourist gaze* yang berfokus pada harapan dan pengalaman wisatawan, dan *local people gaze* yang menekankan kebutuhan dan perspektif masyarakat setempat (Urry, 2005).

Tourist gaze sering menekankan aspek budaya dan warisan suatu tujuan. Misalnya, makanan tradisional disajikan dalam suasana nostalgia untuk memuaskan imajinasi pengunjung asal perkotaan, berkontribusi pada keberlanjutan desa sebagai tujuan pariwisata (Guan et al., 2019). Demikian pula pada proses warisan yang meningkatkan nilai wisata dan mendukung pembangunan lokal (García-Delgado et al., 2020).

Konfigurasi spasial desa wisata secara signifikan mempengaruhi perilaku wisatawan. Dimana desain ruang publik mempengaruhi bagaimana wisatawan berinteraksi dengan lingkungan, dengan elemen tradisional dan fasilitas lanskap yang menarik berbagai macam perilaku wisatawan (Gao et al., 2023). Hal ini menyoroti pentingnya mempertimbangkan preferensi wisatawan dalam perencanaan tata ruang.

Pariwisata juga dapat menjadi pendorong ekonomi yang signifikan, seperti yang terlihat di beberapa desa wisata, di mana diharapkan dapat meningkatkan ekonomi lokal (Morais et al., 2019). Namun, fokus pada kebutuhan wisatawan terkadang dapat menutupi prioritas lokal daerah tersebut.

Local People Gaze

Keterlibatan masyarakat lokal sangat penting untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan. Strategi partisipatif yang melibatkan pemangku kepentingan lokal dikembangkan untuk mengatasi masalah perubahan global dan memastikan pembangunan regional yang berkelanjutan (Loibl & Walz, 2010). Demikian pula kolaborasi dengan masyarakat lokal, hal ini sangat penting untuk keberlanjutan budaya, meskipun kesenjangan kekuasaan dapat menghambat kolaborasi yang efektif (Li et al., 2021).

Desain ruang sosial di desa-desa wisata dapat meningkatkan interaksi lokal. Tata letak spasial jalan mempengaruhi preferensi interaksi sosial di antara penduduk desa, menunjukkan bahwa kebutuhan lokal harus dipertimbangkan dalam perencanaan spasial (Ding et al., 2022).

Memahami persepsi lokal tentang kegiatan pariwisata sangat penting untuk perencanaan pariwisata yang berkelanjutan. Persepsi masyarakat setempat sangat bervariasi berdasarkan lokalisasi,

dalam hal ini menunjukkan perlunya pendekatan yang disesuaikan untuk mengatasi kepentingan yang saling bertentangan antara koservasi dan kesejahteraan lokal (Morais et al., 2019).

C. METODE PENELITIAN

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan fokus pada wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi literatur. Pendekatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi arah pengembangan desa wisata Latimojong dan memahami hubungan pengembangan desa wisata berdasarkan *tourist gaze* dan *local people gaze*. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali narasi, pengalaman, dan persepsi mendalam dari para informan terkait, serta memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang melingkupi subje penelitian.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di desa wisata Latimojong, yang merupakan sebuah desa wisata yang terletak di Kabupaten Enrekang, Provinsi Sulawesi Selatan. Terletak di sekitar kaki gunung Latimojong, desa wisata ini memiliki potensi pada alam dan budayanya. Desa wisata Latimojong berbatasan dengan desa Bone-Bone di Utara, desa Potokullin di Selatan, desa Luwu di Timur, dan desa Buntu Mondong di Barat.

Subjek pada penelitian ini adalah pengurus kelompok sadar wisata desa Latimojong, Kepala desa Latimojong, masyarakat desa Latimojong, dan wisatawan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dikumpulkan melalui tiga metode yaitu, wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi literatur.

1. Wawancara mendalam digunakan untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai pengalaman serta persepsi subjek penelitian. Wawancara dilakukan secara langsung, dan daring. Subjek penelitian mencakup:
 - Kelompok sadar wisata yang terlibat langsung dalam pengelolaan Desa Wisata Latimojong. Mereka dapat memberikan wawasan mengenai kekuatan, kelemahan, tantangan, peluang, dan strategi yang diterapkan dalam mengelola desa wisata.
 - Kepala desa sebagai pemimpin lokal memiliki pandangan strategis tentang pengembangan pariwisata dan dampaknya terhadap masyarakat.
 - Masyarakat lokal yang tinggal di desa Latimojong memberikan wawasan tentang bagaimana kehadiran wisatawan mempengaruhi tradisi mereka.
 - Wisatawan yang melakukan aktivitas wisata di Desa Latimojong memberikan perspektif dalam pengembangan pariwisata di desa tersebut.
2. Observasi lapangan dilakukan secara periodik, dimana observasi dilakukan sebanyak empat kali pada tanggal yang berbeda. Hari pertama pada tanggal 04 Juni 2024, hari kedua pada tanggal 05 Juni 2024, hari ketiga pada tanggal 06 Juni, dan hari keempat pada tanggal 08 November 2024.
3. Studi literatur dilakukan untuk mengkaji teori-teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini. Literatur yang dikaji meliputi konsep *tourist gaze*, *local people gaze* serta pariwisata berbasis komunitas,

Analisis Data

Data yang diperoleh dari berbagai sumber akan dianalisis dan diolah menggunakan pendekatan:

1. SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*)

SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisa dan menguji kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan sehingga menghasilkan ide-ide untuk membangun teori/konsep yang diperlukan (Helms & Nixon, 2010). Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal antara lain kekuatan dan kelemahan, dengan faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Di mana faktor internal adalah *Local People Gaze*, dan faktor eksternal adalah *Tourist Gaze*.

2. Analisa Wordcloud dengan software Nvivo

Analisa ini menggunakan software Nvivo untuk menganalisis data kualitatif berupa wawancara dan studi dokumen secara mendalam di mana semuawawancara dan dokumen yang ada akan dianalisa dan ditranskrip untuk memastikan keakuratan data. Wordcloud analisis merupakan analisa visual yang dilakukan untuk mengidentifikasi kata-kata kunci yang sering muncul dalam data. Wordcloud memberikan gambaran mengenai tema dominan dan pola-pola yang relevan. Proses pengkodean dilakukan untuk mengelompokkan data berdasarkan temayang relevan, dimana hal ini akan membantu dalam mengidentifikasi hubungan antara konsep-konsep utama.

3. Studi Literatur

Analisa dilakukan dengan penelusuran artikel dengan rentang waktu dari tahun 2019 sampai dengan 2024. Jurnal yang dianalisa diperoleh melalui database *Google Scholar*, dengan kata kunci "Desa Wisata", "Latimojong", "Destinasi Wisata", "Gunung Latimojong", dan "Desa Latimojong".

D. HASIL DAN ANALISIS

Hasil Penelitian

Berdasarkan dari tahapan *visioning* pada lokasi desa wisata Latimojong maka didapatkan hasil mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang selanjutnya akan diolah dan disajikan dalam matriks SWOT dan Wordcloud beserta hasil pembahasan dan strategi arah pengembangan.

1. SWOT Analysis

Analisa SWOT digunakan dengan tujuan untuk mengidentifikasi bermacam-macam faktor dalam merumuskan strategi (Irhandayaningsih, 2019). Analisis ini berdasarkan pada usaha dari pengelola dan pemangku kepentingan lainnya untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun juga dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman pada saat yang bersamaan. Dari beberapa data yang telah dikumpulkan dan dianalisa, maka dapat diidentifikasi pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Identifikasi SWOT

| Strengths | Weaknesses | Opportunities | Threats |
|---|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Penghormatan terhadap kearifan lokal▪ Keterlibatan aktif dalam pengelolaan wisata▪ Pemahaman yang mendalam mengenai lingkungan dan budaya lokal | <ul style="list-style-type: none">▪ Kurangnya kemampuan berbahasa asing▪ Minimnya pelatihan professional▪ Pandangan masyarakat | <ul style="list-style-type: none">▪ Ketertarikan wisatawan terhadap budaya otentik dan alam pegunungan▪ Masuknya konsep pariwisata | <ul style="list-style-type: none">▪ Ekspektasi tinggi wisatawan terhadap layanan dan fasilitas▪ Konversi lahan▪ Pengaruh budaya asing terhadap tradisi masyarakat yang |

| | | | |
|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Hospitality</i> yang kuat ▪ Kemampuan menginterpretasikan budaya lokal | <ul style="list-style-type: none"> ▪ lokal yang kurang begitu menerima perubahan ▪ Keterbatasan modal dan sumber daya manusia ▪ Rendahnya kesadaran dalam pengelolaan lingkungan | <ul style="list-style-type: none"> ▪ berbasis keberlanjutan ▪ Kemajuan teknologi digital untuk promosi ▪ Kerja sama dengan agen wisata ▪ Peningkatan tren eduwisata | <ul style="list-style-type: none"> ▪ dapat menyebabkan komodifikasi budaya ▪ Kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata ▪ Daya tarik desa wisata serupa |
|--|---|---|--|

2. Wordcloud

2.1. Wordcloud Literatur

Gambar 1. Wordcloud Literatur



2.2. Wordcloud Wawancara

Gambar 2. Wordcloud Wawancara



Pembahasan

Pembahasan Strategi Analisis SWOT

Tabel 2. Strategi SWOT

| | <i>Opportunities</i> | <i>Threats</i> |
|-------------------|--|--|
| <i>Strengths</i> | <ul style="list-style-type: none">Mengembangkan program eduwisata berbasis kearifan lokal seperti seni, tarian, atau makanan tradisionalMemanfaatkan media digital sebagai media promosi budaya lokal dengan membuat konten promosi menarik mengenai kehidupan masyarakat lokalMelibatkan masyarakat lokal dalam wisata berkelanjutan dengan menjaga lingkungan dan mendidik wisatawan melalui konsep ekowisataMengkombinasikan kebudayaan lokal dengan tren wisata pendidikan untuk menarik wisatawan yang menginginkan pengalaman otentikMembangun kerjasama strategis bersama agen wisata global untuk menjangkau wisatawan internasional yang mencari pengalaman budaya. | <ul style="list-style-type: none">Mengedepankan nilai otentik budaya untuk bersaing dengan desa wisata sekitarnya.Meningkatkan kesadaran wisatawan dan masyarakat lokal mengenai dampak lingkungan agar lebih bertanggung jawab.Menerapkan festival lokal dan acara budaya yang memperkuat identitas budaya lokal untuk menjaga tradisi di tengah pengaruh budaya asing.Menciptakan pengalaman wisata dimana wisatawan dapat belajar mengenai pentingnya melestarikan tradisi budaya lokal.Membatasi pembangunan yang sifatnya merusak fungsi lahan yang seharusnya. |
| <i>Weaknesses</i> | <ul style="list-style-type: none">Menggunakan program pelatihan pariwisata profesional dari pemerintah atau organisasi non-pemerintah untuk | <ul style="list-style-type: none">Mengadakan program kesadaran lingkungan untuk mengedukasi masyarakat lokal mengenai |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>meningkatkan keterampilan masyarakat lokal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membuat konten digital multilingual untuk menjangkau wisatawan mancanegara, hal ini dilakukan untuk menutup keterbatasan interaksi dengan wisatawan asing. ▪ Menggunakan peluang tren wisata berkelanjutan untuk mengatasi kesadaran akan lingkungan yang masih cukup rendah. | <p>pentingnya menjaga lingkungan sebagai bagian dari kegiatan pariwisata.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Meningkatkan kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam manajemen wisata. ▪ Terapkan aturan yang dapat meminimalisir dampak budaya asing sehingga budaya lokal terlindungi dari dampak buruk globalisasi. ▪ Fokus kepada pembangunan infrastruktur pariwisata yang berkelanjutan untuk menekan dampak degradasi lingkungan. ▪ Mengadakan pelatihan rutin untuk memastikan masyarakat lokal mampu bersaing dalam industri pariwisata. |
|--|--|--|

Pendekatan ini dapat menghubungkan antara *local people gaze* dan *tourist gaze* dalam arah pengembangan pariwisata. Strategi yang dihasilkan berorientasi pada keberlanjutan, promosi budaya otentik, dan peningkatan kapasitas masyarakat lokal dalam keterlibatannya pada pengembangan dan pengelolaan desa wisata. Gabungan antara dua perspektif berbeda ini memungkinkan pengembangan yang lebih inklusif, memperhatikan keseimbangan antara pelestarian budaya masyarakat lokal dan pemenuhan kebutuhan wisatawan.

Pembahasan Analisis Wordcloud

Wordcloud Literatur

- **Kata kunci dominan**

Kata dominan yang muncul dalam Nvivo adalah seperti pembangunan, masyarakat, wisata, pertanian, dan lahan. Hal ini mencerminkan fokus utama pada studi literatur adalah terhadap hubungan antara ekonomi lokal dengan sektor wisata pada wilayah Latimojong. Kata pertanian dan kopi arabika menunjukkan adanya pembahasan yang menjurus pada potensi pertanian kopi sebagai daya tarik wisata berbasis agrikultur.

- **Fokus pembahasan dalam literasi**

Jurnal dan artikel yang telah ditelaah menyoroti pentingnya pengembangan dan pendapatan, dimana hal ini menunjukkan adanya perhatian terhadap manfaat ekonomi yang didapatkan oleh masyarakat lokal melalui pengelolaan lahan yang berkelanjutan. Kata seperti teknologi dan digital menunjukkan adanya pembahasan mengenai inovasi dalam pengelolaan dan pemasaran pada desa wisata tersebut.

- **Kesimpulan**

Pada hasil olah data melalui wordcloud dengan sumber literatur, maka dapat disimpulkan bahwa kajian literatur memberikan landasan bahwa pengembangan wisata di Latimojong sangat erat kaitannya dengan peran pertanian lokal, terutama kopi arabika.

- Terdapat penekanan pada program-program pemerintah dan kolaborasi masyarakat dalam meningkatkan dampak sosial-ekonomi.

Wordcloud Wawancara

- **Kata kunci dominan**

Kata dominan yang muncul dalam Nvivo adalah seperti masyarakat, wisatawan, wisata lokal, pariowisata, program, dan pengembangan. Hal ini menunjukkan pandangan responden terhadap peran wisata dalam memajukan komunitas lokal.

Lingkungan, budaya, dan tradisi dapat diasumsikan bahwa terdapat keprihatinan terhadap kelangsungan sosial-budaya dan lingkungan yang menunjukkan adanya degradasi.

- **Fokus pembahasan dalam wawancara**

Dalam hasil wawancara ditekankan mengenai pentingnya dukungan pemerintah, pelatihan, dan pengelolaan untuk memaksimalkan manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal.

Kata yang muncul seperti kebersihan dan kontribusi menunjukkan adanya perhatian khusus pada pengelolaan lingkungan secara fisik dan juga sosial.

- **Kesimpulan**

Responden mengidentifikasi pentingnya kolaborasi antara pemangku kepentingan seperti pemerintah, masyarakat, dan wisatawan untuk mencapai keberhasilan pengembangan desa wisata. Ada kesadaran akan tantangan berupa keterbatasan fasilitas, akses atau konflik kepentingan yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

E. PENDEKATAN BARU: *HARMONY GAZE FRAMEWORK*

Deskripsi Konsep

Harmony Gaze Framework adalah pendekatan pengembangan pariwisata berbasis komunitas yang bertujuan untuk mengharmonisasikan antara *tourist gaze* dan *local people gaze*. Konsep ini berfokus pada pengelolaan dan pengembangan pariwisata dengan melihat ekspektasi wisatawan dan masyarakat lokal. Dengan memadukan keduanya, konsep ini menciptakan hubungan simbiosis mutualisme yang mendukung keberlanjutan ekonomi, sosial, dan juga budaya pada desa wisata.

Tujuan dari konsep ini adalah (1) Mengintegrasikan kebutuhan dan ekspektasi antara wisatawan dan masyarakat lokal, (2) Memastikan masyarakat lokal memiliki kendali atas pengelolaan desa wisata, (3) Menghindari komodifikasi budaya lokal dan menjaga keasliannya, (4) Memberikan pengalaman wisata yang unik dan otentik berbasis pada perspektif masyarakat lokal, dan (5) Menjadikan pariwisata sebagai fasilitator dalam keberlanjutan lingkungan dan ekonomi.

Poin Dalam Konsep

Dalam konsep ini terdapat empat poin yang saling berhubungan satu sama lain, diantaranya: (1) *Perspective Dialogue*, (2) *Collaborative Tourism Activities*, (3) *Value Mapping*, dan (4) *Participatory Evaluation*.

1. Perspective Dialogue

Membuka diskusi/dialog bersama antara masyarakat lokal dan wisatawan sebelum dan selama kegiatan wisata. Contoh implementasi: (1) Diadakan sesi “Meet the Locals” dimana wisatawan belajar tentang adat, tradisi dan cerita lokala langsung dari masyarakat adat; (2) *Workshop* untuk wisatawan sebelum kunjungan untuk membahas mengenai tata krama dan nilai budaya desa wisata yang akan dikunjungi.

2. Collaborative Tourism Activities

Wisatawan dan masyarakat lokal bersama-sama menciptakan kegiatan wisata berbasis pada komunitas. Contoh implementasi: (1) Wisatawan terlibat dalam proses tradisi

masyarakat lokal seperti bertani dan berkebun; (2) Program *trekking* bersama penduduk lokal dengan menyampaikan cerita sejarah desa yang disampaikan oleh pemandu lokal.

3. Value Mapping

Mengidentifikasi dan memadukan nilai-nilai lokal dan ekspektasi wisatawan dalam pengembangan desa wisata. Contoh implementasi: (1) Diskusi antara masyarakat lokal dan pelaku wisata untuk menentukan atraksi wisata mana yang dapat diekspos dan yang perlu dilindungi, (2) Menyusun panduan etika wisatawan berdasarkan pada budaya dan masyarakat lokal.

4. Participatory Evaluation

Melibatkan masyarakat lokal dan wisatawan dalam evaluasi kegiatan wisata secara berkala. Contoh implementasi: (1) Mengadakan forum evaluasi bulanan yang melibatkan perwakilan dari masyarakat, pemangku kepentingan, dan wisatawan untuk bersama-sama memberikan masukan terhadap pengelolaan wisata.

F. SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa arah pengembangan dengan menggabungkan konsep antara *Tourist Gaze* dan *Local People Gaze* memegang peranan penting dalam pengembangan desa wisata Latimojong. *Tourist Gaze* yang mencerminkan ekspektasi dari wisatawan terhadap pengalaman wisata yang otentik dan unik, sementara *Local People Gaze* mencerminkan tanggapan dan persepsi masyarakat lokal terhadap kehadiran wisatawan dan pengaruhnya terhadap kehidupan sehari-hari mereka.

Penelitian ini menemukan bahwa desa wisata Latimojong berada pada arah pengembangan yang mengarah pada *Tourist Gaze*, namun ada pula konsep *Local People Gaze* di dalamnya. Harmoni antara kedua perspektif tersebut dapat dicapai melalui komunikasi yang efektif, pemberdayaan masyarakat lokal, dan perencanaan wisata yang berkelanjutan. Dengan memahami dan mengintegrasikan pandangan-pandangan ini, maka desa wisata Latimojong dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang tidak hanya menawarkan pengalaman bermakna bagi wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan keberlangsungan budaya mereka tanpa mengorbankan identitas tradisi lokal mereka dan memaksakan pengembangan yang tidak pada tempatnya.

Strategi pengembangan desa wisata dengan konsep *Harmony Gaze Framework* yang berkolaborasi aktif antara wisatawan dan masyarakat lokal diharapkan dapat menjaga keseimbangan daya tarik dan kelestarian budaya serta lingkungan. Dengan demikian, desa wisata Latimojong dapat menjadi contoh model pariwisata berkelanjutan dan inklusif di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI/REFERENCES

- Abisheva, M. A., & Pertiwi, F. D. (2020). *Features of Modern Management*.
<https://doi.org/10.31643/2020.030>
- Agrawal, D. C. (2011). *Management : Implementation of Policies and strategies in the planning process*.
- Aini, Z., Fitri, K., Mansyur, Z., & Mulhimmah, B. R. (2023). Development of a Tourism Village Efforts to Empower the Community's Economy from an Islamic Economic Perspective: A Case Study of West Lombok's Kebon Ayu. In *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* (Vol. 1, Issue 1). Online.
- Anand, S., & Ravallion, M. (1993). Human Development in Poor Countries: On the Role of Private Incomes and Public Services. In *Journal of Economic Perspectives* (Vol. 7).
- Bachleitner, R., & Zins, A. H. (1999). *Cultural Tourism in Rural Communities: The Residents' Perspective*.

- Bibuljica, H. (2014). The Management as a Function on Tourism Development in Kosova. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. <https://doi.org/10.5901/ajis.2014.v3n2p165>
- Buhalis, D. (2024). *specialising in the area of tourism and hospitality marketing in the School of Hospitality and Tourism Management. Routledge Handbook of Trends and Issues in Tourism Sustainability, Planning and Development, Management, and Technology.*
- Chuieva, I., Nikolayeva, L., & Kosareva, N. (2021). ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ. *Економіка Та Суспільство*, 30. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-19>
- Ciangă, N., & Sorocovschi, V. (2017). *THE IMPACT OF TOURISM ACTIVITIES. A POINT OF VIEW* (Vol. 20).
- Clegg, S. (2009). *Managing power in organizations: the hidden history of its constitution.*
- Darroch, J. (2009). Drucker on marketing: An interview with Peter Drucker. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 37(1), 8–11. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0111-3>
- Das, B., & Barman, D. (2024). Community-Based Tourism Approach for Sustainable Development: A Study of the Lepcha Community, Kalimpong District, India. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies*, 21(2), 405–419. <https://doi.org/10.56261/jars.v21.264845>
- Destiana, N. Y., Malihah, E., & Andari, R. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Baros Kabupaten Bandung. *Syntax Idea*, 4(2). <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v4i2.1764>
- Diab, F., Lan, H., Zhang, L., & Ali, S. (2015). An environmentally-friendly tourist village in Egypt based on a hybrid renewable energy system-Part two: A net zero energy tourist village. *Energies*, 8(7), 6945–6961. <https://doi.org/10.3390/en8076945>
- Diaz-Soria, I. (2017). Being a tourist as a chosen experience in a proximity destination. *Tourism Geographies*, 19(1), 96–117. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1214976>
- Ding, J., Gao, Z., & Ma, S. (2022). Understanding Social Spaces in Tourist Villages through Space Syntax Analysis: Cases of Villages in Huizhou, China. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912376>
- Djelic, M.-L. (2017). *Research agenda for management and organization studies*. Edward Elgar Publishing.
- Filipovic, V., Jovanovic, D., & Cicvaric-Kostic, S. (2013). Attracting Tourists to a Shopping Centre. *Management - Journal for Theory and Practice of Management*, 18(66), 15–18. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2012.0037>
- Fosu, A. K. (2007). Poverty and development. In *Bulletin of the World Health Organization* (Vol. 85, Issue 10, p. 734). <https://doi.org/10.2471/BLT.07.045955>
- Frost, W., & Laing, J. (2014). Fictional media and imagining escape to rural villages. *Tourism Geographies*, 16(2), 207–220. <https://doi.org/10.1080/14616688.2013.823458>
- Fyall, A., & Garrod, B. (2019). *Destination Management: A Perspective Article.*
- Gajdošk, T., Maráková, V., & Kučerová, J. (2021). From mass tourists to smart tourists: a perspective article. *Tourism Review*, 76(1), 47–50. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0285>
- Gao, X., Li, Z., & Sun, X. (2023). Relevance between Tourist Behavior and the Spatial Environment in Huizhou Traditional Villages—A Case Study of Pingshan Village, Yi County, China. *Sustainability (Switzerland)*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15065016>
- García-Delgado, F. J., Martínez-Puche, A., & Lois-González, R. C. (2020). Heritage, tourism and local development in peripheral rural spaces: Mértola (Baixo Alentejo, Portugal). *Sustainability (Switzerland)*, 12(21), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su12219157>

- Gronroos, C. (1989). Defining Marketing: A Market-Oriented Approach. *European Journal of Marketing*, 23(1), 52–60. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000000541>
- Guan, J., Gao, J., & Zhang, C. (2019). Food heritagization and sustainable rural tourism destination: The case of China's Yuanjia Village. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10). <https://doi.org/10.3390/su11102858>
- Guilarte, Y. P., & Quintáns, D. B. (2019). Using big data to measure tourist sustainability: Myth or reality? In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 20). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su11205641>
- Habiba, Most., & Lina, F. Y. (2023). Community-Based Tourism (CBT): A Community Development Tool. *European Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.7176/ejbm/15-17-01>
- Hadfield, A. (2014). Traveller or Tourist? The Sensible Observations of Roland Barthes and George Sandys. In *Nordic Journal of English Studies* (Vol. 13, Issue 4).
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now?: A review of academic research from the last decade. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251. <https://doi.org/10.1108/17554251011064837>
- Indratno, I., Chamid, C., Judiantono, T., Syam, H., Al Zyanasya, S., Maharani, V. S., Yuniar, N., & Zulfikar, M. D. (2023). Building a Tourism Village Ecosystem in Rawabogo Tourism Village Development. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14240>
- Irhandayaningsih, A. (2019). Strategi Pengembangan Desa Gemawang Sebagai Desa Wisata Eko Budaya. *ANUVA*, 3(3), 283–290.
- Jamal, T. (2020). Tourism ethics: a perspective article. In *Tourism Review* (Vol. 75, Issue 1, pp. 221–224). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0184>
- Jenkins, C. L. (2020). The role of government in the tourism sector in developing countries: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 203–206. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2019-0142>
- Johnston, W. J. (1978). *Marketing The Social Psychology of Conflict, Power, and Influence*.
- Kneafsey, M. (2000). Tourism, place identities and social relations in the European rural periphery. *European Urban and Regional Studies*, 7(1), 35–50. <https://doi.org/10.1177/096977640000700103>
- Koenker, D. P. (1991). *Travel to Work, Travel to Play: On Russian Tourism, Travel and Leisure*.
- Kotler, P., & Levy, S. J. (1969). Broadening the Concept of Marketing. In *Journal of Marketing* (Vol. 33).
- Kurzbard, G., & Soldow, G. F. (1987). Towards a Parametric Definition of Marketing. *European Journal of Marketing*, 21(1), 37–47. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004677>
- Lemos Baptista, J. (2023). A globalização e o turismo. *E-Letras Com Vida: Revista de Estudos Globais, Humanidades, Ciências e Artes*, 10, 105–116. https://doi.org/10.53943/elcv.0123_105-116
- Li, X., Kim, J. S., & Lee, T. J. (2021). Collaboration for community-based cultural sustainability in island tourism development: A case in korea. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137306>
- Loibl, W., & Walz, A. (2010). *Research, part of a Special Feature on Landscape Scenarios and Multifunctionality-Making Land Use Assessment Operational Generic Regional Development Strategies from Local Stakeholders' Scenarios-an Alpine Village Experience*.
- McCabe, S. (2019). *What are the prospects for "Tourism for all"? Considering Social Tourism*.

- Morais, J., Castanho, R. A., Loures, L., Pinto-Gomes, C., & Santos, P. (2019). Villagers' perceptions of tourism activities in Iona National Park: Locality as a key factor in planning for sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16). <https://doi.org/10.3390/su11164448>
- Nugraha, R. N., & Ramdani, A. (2024). Community-Based Tourism in the Development of Curug Leuwi Hejo, Bogor. In *West Science Interdisciplinary Studies* (Vol. 02, Issue 05).
- Nurwahyuliningsih, E., Prihatini, L., Pusnita, I., Itisham, M. H., & Fanagung, A. (2024). Pendekatan Community Based Tourism (CBT) Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 463–474. <https://doi.org/10.37478/abdiка.v4i3.4596>
- Okta, I. M. D., Darmayanti, P. W., Winia, I. N., & Pugra, I. W. (2024). THE IMPLEMENTATION DIGITAL MARKETING IN PROMOTING JATILUWIH TOURIST VILLAGE. *Jurnal Kepariwisataan*, 23(1), 48–60. <https://doi.org/10.52352/jpar.v23i1.1182>
- ÖZTÜRK, A. T. (2020). Stratejik Yönetimde Denetim Sürecinin Çarpan (Çoğaltan) Etkisinin İncelenmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 174–183. <https://doi.org/10.21733/ibad.637847>
- Pavlidis, G., Solomou, A., Stamouli, S., Papavassiliou, V., Kritsis, K., Kiourt, C., Sevetlidis, V., Karetso, G., Trigas, P., Kougioumoutzis, K., Goula, K., Proutsos, N., Pistikos, G., Theodoridis, Y., Galanopoulos, E., Paraskevas, N., Foskolou, U., & Papadopoulos, M. (2022). Sustainable Ecotourism through Cutting-Edge Technologies. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/su14020800>
- Polsa, P. (2016). Marketing thought follows the circle of consumption. In *Australasian Marketing Journal* (Vol. 24, Issue 3, pp. 252–253). Elsevier Australia. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2016.08.009>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2024). Community Based Tourism (CBT) sebagai Model Pengembangan Desa Wisata Adat Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1), 92. <https://doi.org/10.31315/jik.v22i1.9285>
- Qotrunnada, R., & Karmilah, M. (2024). *Pengaruh desa wisata terhadap perubahan penggunaan lahan, ekonomi, sosial budaya masyarakat di sekitar desa wisata*.
- Quaranta, G., Citro, E., & Salvia, R. (2016). Economic and social sustainable synergies to promote innovations in rural tourism and local development. *Sustainability (Switzerland)*, 8(7). <https://doi.org/10.3390/su8070668>
- Revida, E., Kusmanto, H., Nasution, M. A., & Purba, S. (2024). Enhancing Tourist Village Quality Through Community Behavior Models. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(6), 2187–2192. <https://doi.org/10.18280/ijsdp.190618>
- Roemer, J. E. (2013). *Economic Development As Opportunity Equalization*. <http://econ.worldbank.org>.
- Roy, A., Basu, A., & Dong, X. (2021). Achieving socioeconomic development fuelled by globalization: An analysis of 146 countries. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13094913>
- Shuang, G. (2012). Commodification of place, consumption of identity: The sociolinguistic construction of a “global village” in rural China 1. In *Journal of Sociolinguistics* (Vol. 16).
- Singh, K. (2014). Fundamentals of Management. In *International Journal of Research (IJR)* (Vol. 1, Issue 11).
- Smith, V. L. (1989). Tourism in socio-cultural environment: A perspective. In *Tourism Recreation Research* (Vol. 14, Issue 1, pp. 1–3). <https://doi.org/10.1080/02508281.1989.11014537>

- Sutama, I. K. G., Dewi, N. D. U., & Rahayu, L. R. (2024). Community Based Tourism sebagai Salah Satu Konsep Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Studi Perhotelan Dan Pariwisata*, 2(1), 47–55. <https://doi.org/10.35912/jspp.v2i1.2042>
- Ulman, S. R., Mihai, C., & Cautisanu, C. (2020). Peculiarities of the relation between human and environmental wellbeing in different stages of national development. *Sustainability (Switzerland)*, 12(19). <https://doi.org/10.3390/su12198106>
- Urry, John. (2005). *The tourist gaze*. Sage Publications.
- Wirata Laksmi, G., Panjaitan, H., Jayadi Pandiangan, H., & Napitupulu, D. R. W. (2024). ANALYSIS OF THE ROLE OF SUSTAINABLE TOURISM VILLAGE CERTIFICATION IN EFFORTS TO PROTECT TOURISM VILLAGE MANAGEMENT REVIEWED FROM LAW NO 10 OF 2009 ON TOURISM (CASE STUDY : PENGLIPURAN VILLAGE, BALI). *Jurnal Kepariwisataan*, 23(1), 93–105. <https://doi.org/10.52352/jpar.v23i1.1261>
- Wood, R. E. (1998). Touristic ethnicity: A brief itinerary. *Ethnic and Racial Studies*, 21(2), 218–241. <https://doi.org/10.1080/014198798329991>
- Woodside, A. G. (2020). Interventions as experiments: Connecting the dots in forecasting and overcoming pandemics, global warming, corruption, civil rights violations, misogyny, income inequality, and guns. *Journal of Business Research*, 117, 212–218. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.027>
- Xiang, Z., Shin, S., & Li, N. (2020). Online tourism-related text: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 324–328. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0246>
- Xing, Y., & Dangerfield, B. (2011). Modelling the sustainability of mass tourism in island tourist economies. *Journal of the Operational Research Society*, 62(9), 1742–1752. <https://doi.org/10.1057/jors.2010.77>
- Yavorska, V. V., Hevko, I. V., Sych, V. A., & Kolomiyets, K. V. (2018). The main components of the formation of recreational and tourism activity. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 27(1), 148–155. <https://doi.org/10.15421/111840>