

Pelancongan Budaya di Malaysia: Membina Konsepnya (Cultural Tourism in Malaysia: Configuring its Concept)

MOHAMED ANWAR OMAR DIN
ZULAYTI BIN ZAKARIA

ABSTRAK

Makalah ini berusaha membentuk definisi pelancongan budaya dalam konteks Malaysia. Sumber utama rujukan adalah *Akta Industri Pelancongan 1992* (termasuk versi 1992 asal dan juga versi yang dipinda sejak Januari 2006). Berdasarkan *Akta* tersebut, makalah ini mencadangkan definisi pelancongan budaya harus dilihat daripada dua sudut iaitu, permintaan dan penawaran. Di samping itu, dicadangkan juga cara mengklasifikasikan produk budaya.

Kata Kunci: pelancongan budaya, permintaan, penawaran, kecenderungan dan produk

ABSTRACT

This paper constructs definition of cultural-tourism in Malaysian context. Main source of reference is *Tourism Industry Act, 1992* (both of its 1992 original and amended since January 2006 versions). Based on this *Act*, the paper suggests that cultural-tourism definition should be configured from two point of views, the demand and supply sides. It also suggest method on how to classify the cultural products.

Key Words: cultural-tourism, demand, supply, motivation and products.

Pengenalan

Konsep pelancongan budaya amat sukar dijelaskan, dan sehingga ke hari ini masih belum ada definisi baku mengenainya. Richards (2001: 6), salah seorang sarjana paling penting dalam bidang ini, menyatakan “Given the fact that ‘culture’ as one of the most complicated words in English language, it is not suprising that cultural tourism is extremely difficult to define.” Kesukaran itu timbul kerana timbulnya masalah pada persoalan pokok iaitu bagaimana mendefinisikan pengertian ‘budaya.’ Sudah sering diperkatakan oleh pelbagai pihak bahawa budaya mempunyai pelbagai pengertian. Dalam buku Kroeber & Kluckhohn (1952) disenaraikan kira-kira 156 definisi budaya.

Hughes (1996: 708) yang melakukan penilaian semula terhadap konsep pelancongan budaya itu sendiri juga memberi kenyataan sama, “There is

considerable interest in cultural tourism but terms and coverage are confused. The concept of cultural tourism tends to be applied to trips whenever cultural resources are visited regardless of initial motivation.” Demikian juga menurut Smith (2003: 29) yang membuat semakan secara khusus tentang isu-isu dalam pelancongan budaya, “It is evidently difficult to establish a universally valid definition of cultural tourism. It is relatively easy to fall into the trap of using terms such as ‘heritage tourism,’ ‘art tourism,’ ‘ethnic tourism’ or ‘indigenous tourism’ almost interchangeably.”

Malah, McKercher dan Cros (2002: 5) yang melakukan kajian khusus dalam bidang ini merumuskan “Indeed, it is common to avoid defining cultural tourism, instead stating that “*cultural tourism includes ...*” Menurut mereka lazimnya para penyelidik hanya menyebut “pelancongan budaya adalah mengenai” atau “ia meliputi” (McKercher dan Cros 2002: 5).

Masalah juga timbul kerana pelancongan itu sendiri tidak mempunyai *a theoretical template* atau model secara khusus. Misalnya, Stebbins (1996: 948) menyatakan “Cultural tourism—a field without a theoretical home—is treated as liberal arts hobby within the framework of serious leisure theory.”

Keadaan sama di Malaysia. Sehingga ke hari ini masih belum ada penjelasan yang konkrit tentang definisinya. Apa yang ada hanyalah definisi ‘pelancong,’ ‘industri-industri pelancongan’ dan ‘pengusahaan pelancongan’ dalam *Akta Industri Pelancongan 1992 (Undang-undang Malaysia Akta 482)*.

Walau bagaimanapun, harus ditegaskan bahawa walaupun terdapat kesukaran untuk menjelaskan definisinya namun pelancongan budaya adalah suatu fenomena yang wujud. Ia wujud dengan ciri-ciri tersendiri. Makalah ini berusaha merekonstruksi (atau membina) definisinya berdasarkan kesesuaian dengan konteks Malaysia.

Secara tentatifnya, jika dilihat daripada sudut permintaan, pelancongan budaya dapat didefinisikan sebagai pelancongan yang dicirikan oleh kecenderungan para pelancong untuk tujuan keseronokan, kebudayaan, agama, melawat kawan atau saudara-mara, pengajian atau penyelidikan, dan apa-apa maksud lain yang tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan yang mendapat saaraan daripada tempat dilawati itu. Sebaliknya, jika dilihat daripada sudut penawaran (produk), pelancongan budaya dapat didefinisikan sebagai pelancongan yang dicirikan oleh penawaran restoran/kedai makan, pusat-pusat tarikan pelancong dan institusi budaya, dan pembuatan dan penjualan cenderamata. Kedua-dua sudut pengertian ini akan dijelaskan dalam makalah ini.

Konsep Pelancongan Budaya dalam Dunia Akademik

Konsep pelancongan budaya muncul dalam dunia akademik hanya pada dekad 1980-an (Lord 1999, Hughes 1996, Richards 2003, dan Howe 2005). Lord (1999) menyatakan:

Cultural tourism is not new; since ancient times it has been a motivation for travel, although only among a tiny minority of the general public. The “Grand

Tour” (in 16th century) was once considered an essential part of a “gentleman’s” education. Today, it is a worldwide mass trend that people travel to experience other cultures. But it is only since the early 1980s that cultural tourism has been recognized as distinct from recreational tourism.

Howe (2005: 135) memberi kenyataan sama:

In response to this dilemma a new formula for tourism, which Pichard and others have called cultural tourism, was developed by the World Tourism Organization in the early 1980s. Its main rhetorical flourish was that cultural tourism is mutually beneficial to both tourists and host.

Berdasarkan semakan literatur yang telah dilakukan didapati antara tulisan-tulisan penting mengenai konsep pelancongan budaya dan menjadi rujukan utama dalam pengajian pelancongan pada hari ini ialah oleh Velene Smith (1989), Richards (1996), Pichard (1993), Jafari (1992), McIntoch dan *et.al* (1995) dan McKercher dan Cros (2002).

Velene L. Smith (1989: 4-6) menyatakan konsep pelancongan budaya harus dilihat dari kedua sudut. Pudut pertama, pelancongan budaya adalah kecenderungan para pelawat untuk pergi ke sesebuah destinasi kerana didorong oleh faktor budaya dan aktiviti yang dilakukan mereka di sesebuah destinasi berkaitan dengan budaya (Smith 1977: 4-6). Dorongan tersebut adalah keinginan mengalami (*experiencing*) pengalaman budaya dalam kalangan sesebuah masyarakat tempatan. Kedua, pelancongan budaya adalah himpunan produk yang diklasifikasikan sebagai “budaya” yang ditawarkan di sesebuah destinasi.

Richards (1996: 9) menyatakan “Cultural tourism has been defined as the movement of persons to cultural attractions away from their normal place of residence, with the intention to gather new information and experiences to satisfy their cultural needs.”

Selain itu, Richards (2001: 7) juga menyatakan: “Cultural tourism covers not just the consumption of the cultural products of the past, but also of contemporary culture or the ‘way of life’ of a people or region. Cultural tourism can therefore be seen as covering both ‘heritage tourism’ (related to artifacts of the past) and ‘arts tourism’ (related to contemporary cultural production).”

Pada hari ini, pelbagai pihak merujuk konsep pelancongan budaya berasaskan definisi yang diberikan oleh UNWTO (United Nations World Tourism Organization). Pertubuhan pelancongan sedunia ini menggagaskan dua paras definisi pelancongan budaya, iaitu definisi sempit (*narrow definition*) dan definisi luas (*wide definition*) (Ivanovic 2009: 76-77):

- The *narrow definition* includes: ‘movement of persons for essentially cultural motivations such as study tours, performing arts and cultural tours, travel to festivals and other cultural events, visits to sites and monuments, travel to study nature, and pilgrimages.’

- The *wide definition*: includes ‘all movements of persons because they satisfy the human need for diversity, tending to raise the cultural level of the individual and giving rise knowledge, experience and encounters’

UNWTO mengajukan definisi ini adalah dengan berasaskan definisi yang diberikan oleh Richards (1993). Beliau adalah salah seorang ahli pertubuhan ATLAS. Dapat dirumuskan bahawa definisi sempit adalah mengenai destinasi mana kala definisi luas adalah mengenai pelancong. Definisi sempit lebih menekankan penyediaan di destinasi dan aktiviti budaya yang dilakukan oleh pelancong semasa di destinasi. Definisi luas pula lebih menekankan motivasi atau kecenderungan serta minat pelancong yang merasakan mahu meningkatkan pengetahuan, mengalami (*experiencing*) dan pertemuan (*encounters*).

Keterangan-keterangan di atas menunjukkan perkara pokok dalam pelancongan budaya ialah *budaya*. Sebagaimana dinyatakan oleh Velene Smith (1989) di atas, walaupun ia membawa pengertian yang luas namun perkara pokok dalam pelancongan budaya adalah *budaya*, baik daripada segi permintaan mahupun penawaran.

Berdasarkan kenyataan-kenyataan di atas juga, secara praktiknya, pelancongan budaya dikonseptualisasikan dari dua sudut. Pertama, sebagai pelancongan yang berkait rapat dengan aspek-aspek warisan, tradisional dan legasi lama dan juga cara hidup masyarakat masa kini yang ditawarkan sebagai produk dalam pasaran pelancongan. Aspek-aspek berkenaan boleh dibahagikan kepada tiga bentuk: 1) yang diadakan khusus untuk tujuan ditawarkan kepada pelancong, 2) yang sudah sedia wujud sejak zaman lampau, dan 3) kehidupan harian masyarakat tempatan masa kini yang turut dijadikan objek pelancong (*tourist objects*).

Kedua, ia juga dilihat sebagai kecenderungan, penglibatan, aktiviti yang dilakukan dan pengalaman yang diperoleh oleh pelancong di sesebuah destinasi yang menawarkan produk budaya itu. Dari sudut ini, McKercher dan Cros (2002: 5) menjelaskan: “Cultural tourism is defined by participation in any one of an almost limitless array of activities or experiences. By inference, if someone visits one of these attractions, that person must be a cultural tourist; thus the activity must be a cultural tourism activity.”

Definisi Pelancongan Budaya dalam Konteks Malaysia

Seperti telah dijelaskan, di mana-mana negara sekali pun, terdapat banyak definisi pelancongan budaya. Ini kerana sesuatu definisi mengenainya diadakan oleh sesuatu pihak untuk disesuaikan dengan keadaan dan keperluan tertentu. Keperluan-keperluan itu bergantung pada sudut pandangan, perspektif, perkara

(subject-matter), isu dan sebagainya yang ingin diperkata atau dikaji.

Setelah selama 20 tahun melakukan penyelidikan dalam bidang pelancongan di Malaysia, kami merumuskan bahawa sumber rujukan paling utama untuk mendefinisikan pelancongan budaya di Malaysia ialah *Akta Industri Pelancongan 1992 (Undang-undang Malaysia Akta 482)* **yang asal**. Harus diingatkan bahawa sejak 1 Januari 2006, *Akta* tersebut telah dipinda (disebut *Akta Industri Pelancongan 1992 yang dipinda sejak 1 Januari 2006*).

Definisi pelancongan budaya di Malaysia boleh dicungkil dari Artikel 2 (1) dalam *Akta Industri Pelancongan 1992 yang asal*, dan sukar dilakukan jika merujuk *Akta* yang telah dipinda (sejak tahun 2006) itu. Terdapat dua kenyataan dalam Artikel dalam *Akta yang asal* itu yang perlu diberi perhatian, iaitu takrifan “pelancong” dan takrifan “industri-industri pelancongan.” Artikel tersebut mentakrifkan “pelancong” dengan kenyataan berikut:

Mana-mana orang, sama ada dia adalah seorang warganegara Malaysia atau selainnya, yang melawat mana-mana tempat di dalam Malaysia untuk apa-apa maksud yang berikut, iaitu

- (a) keseronokan, rekreasi atau percutian,
- (b) kebudayaan,
- (c) agama, melawat kawan atau saudara-mara,
- (d) sukan,
- (e) mesyuarat, persidangan, seminar atau konvensyen,
- (f) pengajian atau penyelidikan, dan
- (g) apa-apa maksud lain yang tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan yang mendapat saraan daripada tempat dilawati itu.

Seterusnya, Artikel tersebut mentakrifkan “industri-industri pelancongan” dengan kenyataan berikut:

“Industri-industri pelancongan” ertinya: —

- (a) syarikat pengendalian pelancong;
- (b) pemandu pelancong;
- (c) institusi latihan pelancongan;
- (d) pengangkutan pelancongan;
- (e) penginapan pelancong;
- (f) restoran/kedai makan;
- (g) pengusahaan pusat-pusat tarikan pelancong dan institusi budaya;
- (h) pembuatan dan penjualan cenderamata;
- (i) pusat membeli-belah; dan
- (j) pusat-pusat konvensyen dan acara.

Walau bagaimanapun, kenyataan “industri-industri pelancongan” itu telah dipindahkan dalam *Akta Industri Pelancongan 1992* yang dipinda sejak 1 Januari 2006. Dalam *Akta* yang dipinda itu perkataan “industri-industri pelancongan” telah diganti dengan perkataan “pengusahaan pelancongan.” *Akta* tersebut menyatakan:

“Pengusahaan pelancongan” ertinya:—

- (a) mana-mana perniagaan pengendalian pelancongan;
- (b) mana-mana perniagaan agensi pengembaraan;
- (c) (Dipotong oleh Akta A1153);
- (d) (Dipotong oleh Akta A1153);
- (e) mana-mana perniagaan yang menyediakan institusi latihan pelancongan.

Jelas bahawa kenyataan *Akta Industri Pelancongan 1992* yang dipinda sejak 1 Januari 2006 itu tidak dapat membantu untuk menjelaskan definisi pelancongan budaya di Malaysia kerana ia terlalu umum. Ia tidak menyatakan perkara-perkara dalam “pengusahaan pelancongan.”

Oleh itu, definisi pelancongan budaya dalam konteks Malaysia harus kembali merujuk *Akta Industri Pelancongan 1992* **yang asal**. Ini kerana takrifan “pelancong” dan “industri-industri pelancongan” dalam *Akta Industri Pelancongan 1992* **yang asal** itu secara tidak langsung telah menjelaskan definisi pelancongan budaya dalam konteks negara ini. Takrifan kedua-dua perkara ini dapat diadoptasi dengan definisi pelancongan budaya yang diajukan oleh Velene L Smith (1989) dan Richards (1993 & 1996). Seperti telah dijelaskan, Velene L Smith (1989: 4-6) dan Richards (1993 & 1996) menyatakan definisi pelancongan budaya harus dilihat dari kedua sudut, iaitu permintaan dan penawaran.

Dihujahkan bahawa takrifan “pelancong” dalam *Akta Industri Pelancongan 1992* **yang asal** itu adalah perkara-perkara yang membentuk definisi pelancongan budaya daripada sudut permintaan. Mana kala takrifan “industri-industri pelancongan” dalam *Akta* **yang asal** itu pula adalah mengenai perkara-perkara yang membentuk definisi pelancongan budaya daripada sudut penawaran.

Dalam *Akta Industri Pelancongan 1992* **yang asal** itu dinyatakan “pelancong” adalah pelawat sementara ke Malaysia untuk tujuan-tujuan “keseronokan, kebudayaan, agama, melawat kawan atau saudara-mara, pengajian atau penyelidikan, dan apa-apa maksud lain yang tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan yang mendapat saraan daripada tempat dilawati itu.” Sebenarnya, kenyataan tentang tujuan-tujuan tersebut dengan sendirinya menjelaskan aspek permintaan kerana ia berkait dengan kecenderungan manusia pelawat yang ingin melawat (yang disebut pelancong) Malaysia. Sehubungan itu, **daripada sudut permintaan, pelancongan budaya di Malaysia dapat didefinisikan sebagai pelancongan yang dicirikan oleh kecenderungan pelawat bagi tujuan “keseronokan, kebudayaan, agama, melawat kawan atau saudara-mara, pengajian atau penyelidikan, dan apa-apa maksud lain yang tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan yang mendapat saraan daripada tempat dilawati itu.”**

Seterusnya, dalam *Akta Industri Pelancongan 1992* **yang asal** itu dinyatakan “industri-industri pelancongan” meliputi keusahawanan “restoran/kedai makan,” “pengusahaan pusat-pusat tarikan pelancong dan institusi budaya” dan “pembuatan dan penjualan cenderamata.” Penyebutan ‘keusahawanan’ dan perkara-perkara ini adalah produk yang ditawarkan di Malaysia. Dengan perkataan lain, takrifan “industri-industri pelancongan” itu adalah berkait secara langsung

dengan penawaran. Sehubungan itu, **daripada sudut penawaran, pelancongan budaya di Malaysia dapat didefinisikan sebagai pelancongan yang dicirikan oleh penawaran restoran/kedai makan, pusat-pusat tarikan pelancong dan institusi budaya, dan pembuatan dan penjualan cenderamata.**

Aplikasi Definisi Pelancongan Budaya

Penjelasan yang diberikan mungkin dapat membantu para pengkaji, perancang dan penggubal dasar pembangunan memperoleh gambaran tentang definisi pelancongan budaya di Malaysia. Harus diulangi bahawa pelancongan mempunyai beberapa wajah (facets). Oleh itu, ia tidak boleh dijelaskan dengan hanya satu definisi.

Dapatlah ditegaskan bahawa selari dengan definisi-definisi dalam dunia akademik, definisi pelancongan budaya di Malaysia haruslah dilihat dari dua sudut, iaitu permintaan dan penawaran. Oleh itu, harus diulangi bahawa daripada satu sudut, pelancongan budaya di Malaysia dapat didefinisikan sebagai **pelancongan yang dicirikan oleh kecenderungan pelawat bagi tujuan “keseronokan, kebudayaan, agama, melawat kawan atau saudara-mara, pengajian atau penyelidikan, dan apa-apa maksud lain yang tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan yang mendapat saaraan daripada tempat dilawati itu.”**

Daripada sudut yang lain, pelancongan budaya di Malaysia dapat didefinisikan sebagai **pelancongan yang dicirikan oleh penawaran restoran/kedai makan, pusat-pusat tarikan pelancong dan institusi budaya, dan pembuatan dan penjualan cenderamata.**

Seperti telah dijelaskan, definisi daripada dua sudut ini adalah selaras dengan definisi pelancongan budaya yang digagaskan oleh Velene L Smith (1989: 4-6) dan Richards (1993 & 1996) seperti telah dijelaskan di atas. Ia juga selaras dengan definisi pelancongan budaya yang digagaskan oleh ATLAS.

Seperti telah dinyatakan, satu lagi isu persoalan yang menyukarkan pembentukan definisi pelancongan budaya ialah kerana istilah *budaya* membawa pengertian yang luas. Itu sebabnya para pengkaji sering menyatakan “cultural tourism as a name means many things to many people.” Menurut M.K. Smith (2003: 29), “It will be argued that cultural tourism is indeed broad in its remit, but that there is perhaps a need for differentiation within the cultural tourism sector. Hence, such forms of tourism would all become subsets of cultural tourism or niche components within a diverse sector.”

Sehubungan itu, dalam konteks Malaysia, aspek-aspek penawaran dalam pelancongan budaya membawa pengertian lebih luas daripada perkara-perkara yang disenaraikan dalam definisi yang diberikan. Ini kerana pada prinsipnya aspek-aspek tersebut adalah mengenai produk budaya. Sebagaimana berlaku di negara-negara lain, dalam konteks Malaysia aspek-aspek budaya bergantung pada bagaimana sesuatu pihak mengklasifikasi perkara-perkara sebagai produk budaya. Menurut *Akta Warisan Kebangsaan 2005*, aspek-aspek budaya adalah terbahagi kepada dua bentuk, iaitu budaya ketara (tangible) dan budaya

tak-ketara (intangible). Sebaliknya, dalam dunia akademik, perkara-perkara tersebut dianggap terdiri daripada aspek-aspek ‘budaya ekspresif,’ ‘amalan kehidupan seharian’ dan ‘kegiatan bersenggang.’

Selain itu, perkara-perkara tersebut dapat diklasifikasikan dalam tiga bentuk iaitu “budaya-dipentaskan,” “peninggalan lama,” dan “budaya-dibelakang tabir.” Cara klasifikasi inilah yang agak mudah dan berkesan.

Menurut Kadir Haji Din (1997), secara keseluruhannya produk budaya dalam pelancongan boleh diklasifikasikan dalam dua bentuk iaitu *stage-culture* (*Budaya-dipentaskan*) dan *street-culture* (*Budaya-dibelakang tabir*). Walau bagaimanapun, berdasarkan item-item seperti disenaraikan dalam Jadual 1, kajian ini mendapati terdapat satu lagi bentuk produk dengan kelas (atau kelompok) tersendiri iaitu ‘warisan peninggalan lama.’ Oleh itu, secara keseluruhannya aspek-aspek budaya dalam pelancongan Malaysia boleh diklasifikasikan kepada tiga bentuk utama seperti berikut (Anwar Din 2008):

- 1) *Budaya-dipentaskan* (stage-culture) iaitu budaya yang diadakan khusus untuk ditawarkan kepada pelancong
- 2) *Warisan Peninggalan lama* (heritage) iaitu budaya yang sedia wujud sejak zaman lampau
- 3) *Budaya-di belakang tabir* (street-culture) iaitu kehidupan biasa seharian masyarakat tempatan yang turut dijadikan objek daya tarikan pelancong (tourist objects)

Harus ditekankan bahawa penyebutan *budaya-dipentaskan* (stage-culture) di sini bukanlah istilah yang lazim difahami kerana ia tidaklah bermaksud hanya mengenai seni persembahan di atas pentas. Sebaliknya, ia adalah istilah teknikal yang bermaksud sebarang bentuk budaya baik dalam bentuk ketara (*tangible*) mahupun tak-ketara (*intangible*) yang diadakan secara sedar dan secara khusus untuk ditawarkan kepada pelancong (Anwar Din 2008). Dengan itu, *budaya-dipentaskan* adalah termasuk juga kraf, homestay, taman budaya dan seumpamanya. *Warisan Peninggalan lama* bermaksud perkara-perkara baik dalam bentuk ketara mahupun tak-ketara yang sudah berada dalam masyarakat hasil daripada warisan generasi lampau. Ini termasuk senjata lama, monumen (budaya ketara) dan pantun serta tarian asyik (budaya tak-ketara). *Budaya-di belakang tabir* bermaksud kehidupan seharian biasa masyarakat tempatan seperti masyarakat majmuk, pasar malam dan kehidupan desa yang bukannya bertujuan untuk ditawarkan dalam pasaran pelancongan tetapi telah turut dijadikan produk pelancongan. Contoh-contoh pengelasan adalah seperti Jadual 1.

Jadual 1:
Pengekalan budaya dalam pelancongan Malaysia

Pengelasan Budaya	Contoh Aspek-aspek budaya mengikut kelasnya
<i>Budaya-dipentaskan</i>	Kraf Taman budaya Taman Mini Kraf Pusat budaya Pementasan persembahan seni-budaya Pesta/Acara/Karnival Homestay Produk-hiliran desa Rumah Terbuka Malaysia Kumpulan persembahan dari luar negara Objek baru yang diberi inovasi
<i>Warisan Peninggalan Lama</i>	Senjata warisan Monumen Seni bina peninggalan zaman lampau Muzium Kubur Sejarah Seni persembahan (mak yong, wayang kulit , kuda kepang) Permainan rakyat Pantun Tarian (asyik, zapin, tarinai dan sebagainya)
<i>Budaya-di belakang tabir</i>	Masyarakat majmuk <i>Chinatown</i> <i>Little India</i> Bandar raya Pasar malam Perayaan rasmi negara dan negeri Restoran Kehidupan desa Komuniti suku-kaum Perayaan agama Pesta suku-kaum Lawatan (pilgrimage) ke tempat suci Makanan Bangunan pascamoden

Satu lagi aspek penting mengenai produk budaya Melayu ialah aspek-aspek yang dikategorikan sebagai produk budaya Melayu adalah terdiri daripada aspek-aspek warisan yang berakar dari Alam Melayu dan Nusantara yang berteraskan Islam. Sehubungan itu, produk budaya Melayu mengambil kira persoalan nilai. Sebagaimana diperhatikan oleh Berno (1999: 658) “For example using sexy images of young bikini clad girls to promote a destination to the family market of Malaysia will not help as it is considered inappropriate in their culture.”

Kesimpulan

Walaupun fenomena atau kegiatannya telah wujud sejak sekian lama namun konsep pelancongan budaya adalah baru. Konsepnya hanya muncul dalam dunia akademik pada tahun-tahun 1980-an. Makalah ini mencadangkan definisi pelancongan budaya dalam konteks Malaysia boleh dicungkil daripada *Akta Industri Pelancongan 1992 (Undang-undang Malaysia Akta 482)* **yang asal**. Berdasarkan *Akta* tersebut, dicadangkan definisi pelancongan budaya dalam konteks Malaysia dapat didefinisikan dari dua sudut. Pertama, jika dilihat daripada sudut permintaan, pelancongan budaya dapat didefinisikan sebagai pelancongan yang dicirikan oleh kecenderungan para pelancong untuk tujuan keseronokan, kebudayaan, agama, melawat kawan atau saudara-mara, pengajian atau penyelidikan, dan apa-apa maksud lain yang tidak berhubungan dengan suatu pekerjaan yang mendapat saaraan daripada tempat dilawati itu. Kedua, jika dilihat daripada sudut penawaran (produk), pelancongan budaya dapat didefinisikan sebagai pelancongan yang dicirikan oleh penawaran restoran/kedai makan, pusat-pusat tarikan pelancong dan institusi budaya, dan pembuatan dan penjualan cenderamata. Kedua-dua sudut pengertian ini akan dijelaskan dalam makalah ini. Makalah ini juga mencadangkan bahawa salah satu cara untuk memudahkan penyelidikan dalam pelancongan ialah mengklasifikasikan aspek-aspek budaya dalam tiga kelompok, iaitu *budaya-dipentaskan*, *warisan peninggalan lama* (heritage) dan *budaya-di belakang tabir*.

Rujukan

- Anwar Din. 2008. Pelancongan-budaya di Malaysia: Konsep dan Senario. Dlm. Yahaya Ibrahim, Sulong Mohamad, Habibah Ahmad (penyelenggara). *Pelancongan Malaysia Isu Pembangunan, Budaya, Komuniti, dan Persempatan*. Sintuk: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Berno, T. 1999. When a guest is a guest: Cook Islanders view tourism. Dlm. *Annals of Tourism Research*, 26(3).
- Howe, L. 2005. *The Changing World of Bali: Religion, Society and Tourism*. Oxon: Routledge.
- Hughes. H. L. 1996. *Redefining Cultural Tourism*. Dlm. *Annals of Tourism Research*. Volume 23, Issue 3, July.

- Ivanovic, Milena. 2009. *Cultural Tourism. Cape Town*. South Afrika: Juta and Company Ltd.
- Jafari, J. 1992. *Cultural Tourism and Regional Development*. Dlm. *Annals of Tourism Research* 19. hal. 576-577.
- Kadir Haji Din. 1997. Tourism and cultural development in Malaysia: Issues for a new agenda. Dlm. S. Yamashita, K.H. Din & J.S. Eades (eds.). *Tourism and Cultural Development in Asia and Oceania*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Kroeber, A.L., & Kluckhohn, C. 1952. *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers 47.
- Lord, Gail Dexter. 1999. *The Power of Cultural Tourism*. Keynote Presentation. Strategic Directions for Ontario Cultural Tourism Product.
- Malaysia. 1992. *Akta Industri Pelancongan, 1992* (Undang-undang Malaysia Akta 482). Kuala Lumpur: Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia.
- Malaysia. 2008 (Pindaan sejak 1 Januari 2006). *Akta Industri Pelancongan, 1992* (Undang-undang Malaysia Akta 482). Kuala Lumpur: Kementerian Pelancongan Malaysia.
- Malaysia. *Akta Warisan Kebangsaan, 2005*. Kuala Lumpur: Kementerian Penerangan, Komunikasi & Kebudayaan.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R.B. 1995. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Ed. ke-7. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- McKercher, B. And H. du Cros. 2002. *The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York, London and Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Pichard, M. 1993. Cultural tourism in Bali: National integration and regional differentiation. Dlm. V.C. King and M.J.G Parnwell (eds.). *Tourism in South East Asia*. London: Routledge.
- Richards, G. 1996. *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CABI.
- Richards, G. 1996. The Scope and Significance of Cultural Tourism. Dlm. G. Richards (ed.). *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: CAB International.
- Richards, G. 2001. *Cultural attractions and European tourism*. Wallingford: CABI.
- Richards, G. 2003. What is Cultural Tourism. Dlm. van Maaren (ed.). *Erfgoed voor Toerisme*. National Contact Monumenten.
- Smith, M.K. 2003. *Issues in cultural tourism studies*. London: Routledge.
- Smith, V. L. (ed.) 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Stebbins, R., 1996. Cultural Tourism as Serious Leisure. Dlm. *Annals of Tourism Research*, 23: 948-950.