

## **PERAN BUDAYA MELAYU DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DESTINASI WISATA SEJARAH DI RIAU**

**Mhd Zahran Zaky Alfaro<sup>1</sup>, T. Rivaldo Putra<sup>2</sup>, Yulia Novita<sup>3</sup>**

Pendidikan Geografi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

E-mail: [zahranzaky52@gmail.com](mailto:zahranzaky52@gmail.com), [rivaldotengkul@gmail.com](mailto:rivaldotengkul@gmail.com), [yulia.novita@uin-suska.ac.id](mailto:yulia.novita@uin-suska.ac.id)

### **Abstrak**

Budaya Melayu merupakan fondasi utama pembentukan identitas sosial, historis, dan kultural masyarakat Provinsi Riau. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peran budaya Melayu dalam membentuk identitas destinasi wisata sejarah di Riau, dengan menitikberatkan pada unsur adat istiadat, arsitektur tradisional, kesenian, bahasa, serta nilai-nilai kemelayuan yang terinternalisasi dalam pengelolaan dan citra destinasi wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur (*library research*) dengan menelaah artikel jurnal, buku ilmiah, prosiding, dan karya akademik lain yang terindeks di Google Scholar. Hasil kajian menunjukkan bahwa budaya Melayu tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik wisata, tetapi juga sebagai instrumen pembentuk makna, diferensiasi destinasi, serta legitimasi historis kawasan wisata sejarah. Namun demikian, pengembangan wisata sejarah berbasis budaya Melayu masih menghadapi tantangan berupa modernisasi, komersialisasi budaya, dan keterbatasan partisipasi masyarakat adat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pariwisata berkelanjutan yang menempatkan budaya Melayu sebagai subjek utama pembangunan destinasi.

Kata kunci: Budaya Melayu, Identitas Destinasi, Wisata Sejarah, Riau, Pariwisata Budaya.

### **Abstrack**

Malay culture is the primary foundation for the social, historical, and cultural identity of the people of Riau Province. This article aims to analyze in depth the role of Malay culture in shaping the identity of historical tourism destinations in Riau, with an emphasis on elements of customs, traditional architecture, arts, language, and Malay values internalized in the management and image of tourist destinations. The research method used is a literature study (*library research*) by reviewing journal articles, scientific books, proceedings, and other academic works indexed in Google Scholar. The results of the study indicate that Malay culture not only functions as a tourist attraction, but also as an instrument for forming meaning, destination differentiation, and historical legitimacy of historical tourism areas. However, the development of historical tourism based on Malay culture still faces challenges such as modernization, cultural commercialization, and limited participation of indigenous communities. Therefore, a sustainable tourism approach is needed that places Malay culture as the primary subject of destination development.

Keywords: Malay culture, destination identity, historical tourism, Riau, cultural tourism.

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata sejarah dan budaya merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan daerah karena mampu mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan pelestarian warisan budaya. Identitas destinasi wisata menjadi elemen penting yang menentukan daya saing suatu wilayah dalam menarik kunjungan wisatawan. Identitas tersebut terbentuk dari kombinasi antara sumber daya alam, warisan sejarah, nilai budaya, serta narasi yang dibangun oleh masyarakat dan pemerintah daerah (Pike, 2008).

Provinsi Riau memiliki keunikan historis dan kultural sebagai salah satu pusat peradaban Melayu di Asia Tenggara. Budaya Melayu Riau berkembang seiring dengan sejarah kerajaan-kerajaan Melayu, seperti Kesultanan Siak Sri Indrapura, yang meninggalkan jejak berupa bangunan bersejarah, sistem adat, serta tradisi lisan yang masih hidup hingga saat ini (Al Azhar, 2015). Dalam konteks pariwisata, kekayaan budaya tersebut menjadi modal utama dalam pembentukan identitas destinasi wisata sejarah.

Pemerintah Provinsi Riau secara resmi mengusung konsep branding daerah "*Riau – The Homeland of Melayu*" sebagai upaya memperkuat citra pariwisata berbasis budaya lokal. Branding ini menegaskan bahwa budaya Melayu bukan sekadar simbol, tetapi merupakan inti dari pengembangan pariwisata daerah (Fajriandhany, 2020). Namun, implementasi konsep tersebut masih menghadapi berbagai kendala, seperti belum optimalnya pengelolaan situs sejarah dan kurangnya integrasi antara kebijakan pariwisata dan pelestarian budaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini membahas bagaimana peran budaya Melayu dalam membentuk identitas destinasi wisata sejarah di Riau serta tantangan dan peluang pengembangannya di masa depan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*library research*). Data dikumpulkan dari berbagai sumber akademik yang terindeks di Google Scholar, seperti artikel jurnal nasional dan internasional, buku ilmiah, prosiding seminar, serta tesis dan disertasi yang relevan dengan topik budaya Melayu, identitas destinasi, dan pariwisata sejarah. Analisis data dilakukan melalui teknik analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan peran budaya Melayu dalam pembentukan identitas destinasi wisata sejarah di Riau.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Unsur Budaya Melayu sebagai Pembentuk Identitas Destinasi**

Budaya Melayu membentuk identitas destinasi wisata sejarah di Riau melalui berbagai unsur, antara lain arsitektur tradisional, situs sejarah, upacara adat, seni pertunjukan, bahasa, dan kuliner. Bangunan peninggalan Kesultanan Siak, misalnya, tidak hanya berfungsi sebagai objek wisata, tetapi juga sebagai simbol kejayaan sejarah Melayu (Wilaela, 2021). Upacara adat dan kesenian tradisional, seperti tari zapin dan musik gambus, menjadi atraksi wisata yang memperkaya pengalaman pengunjung sekaligus memperkuat citra kemelayuan destinasi (Abdullah, 2014). Bahasa Melayu dan sastra lisan, seperti pantun, juga berperan dalam membangun atmosfer budaya yang autentik.

### **Peran Pemerintah dan Branding Pariwisata**

Pemerintah daerah berperan penting dalam mengintegrasikan budaya Melayu ke dalam kebijakan pariwisata. Branding "*Riau The Homeland of Melayu*" merupakan contoh strategi yang menempatkan budaya sebagai identitas utama destinasi (Fajriandhany, 2020). Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa implementasi branding tersebut masih bersifat simbolik dan belum sepenuhnya diikuti dengan pengelolaan destinasi yang berkelanjutan (Suhara & Lestari, 2023). Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, masyarakat adat, dan pelaku pariwisata.

### **Tantangan dan Peluang Pengembangan**

Pengembangan wisata sejarah berbasis budaya Melayu menghadapi tantangan berupa komersialisasi budaya, degradasi nilai adat, serta minimnya partisipasi generasi muda. Modernisasi dan globalisasi berpotensi menggeser makna budaya menjadi sekadar tontonan (Rahmah, 2024). Di sisi lain, peluang pengembangan terbuka lebar melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan yang menekankan pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Keterlibatan Lembaga Adat Melayu dan komunitas lokal menjadi kunci keberhasilan pengelolaan destinasi.

## **KESIMPULAN**

Budaya Melayu terbukti memiliki peran yang sangat fundamental dalam pembentukan identitas destinasi wisata sejarah di Provinsi Riau. Budaya Melayu tidak hanya hadir sebagai unsur pelengkap atau simbolik dalam aktivitas pariwisata, tetapi menjadi inti (*core identity*) yang membentuk karakter, makna, dan diferensiasi destinasi wisata sejarah di tengah persaingan pariwisata regional maupun nasional. Nilai-nilai kemelayuan yang tercermin

dalam adat istiadat, sistem nilai sosial, bahasa, kesenian, arsitektur tradisional, serta peninggalan sejarah kerajaan Melayu berfungsi sebagai medium utama dalam membangun narasi sejarah dan pengalaman wisata yang autentik.

Integrasi budaya Melayu dalam pengelolaan destinasi wisata sejarah memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan citra daerah Riau sebagai pusat peradaban Melayu. Melalui pendekatan ini, wisata sejarah tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berperan sebagai sarana edukasi sejarah, transmisi nilai budaya, dan pelestarian identitas lokal. Branding daerah “Riau – The Homeland of Melayu” menunjukkan upaya strategis pemerintah dalam menjadikan budaya Melayu sebagai identitas utama pariwisata, meskipun dalam praktiknya masih memerlukan konsistensi kebijakan dan pengelolaan yang lebih terintegrasi.

Namun demikian, pengembangan wisata sejarah berbasis budaya Melayu di Riau masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural. Modernisasi, globalisasi, dan komersialisasi pariwisata berpotensi mereduksi makna budaya Melayu menjadi sekadar komoditas ekonomi, sehingga mengancam nilai sakral dan filosofis yang terkandung di dalamnya. Selain itu, keterlibatan masyarakat adat dan generasi muda dalam pengelolaan dan pelestarian destinasi wisata sejarah masih belum optimal, sehingga keberlanjutan budaya sebagai identitas destinasi berisiko melemah.

Oleh karena itu, pengembangan destinasi wisata sejarah di Riau perlu diarahkan pada model pariwisata budaya yang berkelanjutan dan partisipatif. Budaya Melayu harus diposisikan sebagai subjek utama pembangunan pariwisata, bukan sekadar objek tontonan. Keterlibatan aktif masyarakat adat, lembaga adat Melayu, akademisi, serta pemerintah daerah menjadi kunci dalam menjaga keseimbangan antara pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi pariwisata. Dengan pengelolaan yang tepat, budaya Melayu tidak hanya mampu memperkuat identitas destinasi wisata sejarah di Riau, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian warisan budaya dan penguatan jati diri masyarakat Melayu di masa depan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, T. (2014). *Islam dan masyarakat Melayu*. Jakarta: LP3ES.
- Al Azhar. (2015). Malayness in Riau: The study and revitalization of identity. *Journal of Malay Studies*.
- Fajriandhany, A. (2020). Branding Riau: The Homeland of Melayu. *Jurnal Tornare*, 2(1).
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a

- transitory marketing trick? *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5).
- Pike, S. (2008). *Destination marketing: An integrated marketing communication approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*.
- Suhara, A. I., & Lestari, R. (2023). Pengembangan wisata warisan budaya Melayu di Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Pariwisata Budaya*.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. London: Pearson.
- Wilaela, W. (2021). Pemanfaatan peninggalan sejarah sebagai daya tarik wisata di Provinsi Riau. *Jurnal Sejarah dan Budaya*.