

RELASI KUASA DALAM MATERI PROMOSI PARIWISATA DAYAK

Aris Setyoko^{1*}, Bayu Arsiadhi Putra², Saferi Yohana³

^{1*} Program Studi Etnomusikologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas
Mulawarman, Samarinda, Indonesia

² Program Studi Etnomusikologi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas
Mulawarman, Samarinda, Indonesia

³ Program Studi Tari, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Mulawarman,
Samarinda, Indonesia

* Pos-el: aris.setyoko@fib.unmul.ac.id

ABSTRAK

Promosi pariwisata seharusnya menjadi sarana untuk menampilkan budaya masyarakat adat secara adil dan menghormati keberadaan mereka sebagai subjek aktif. Namun, praktik promosi pariwisata di Kalimantan Timur masih merepresentasikan masyarakat Dayak sebagai figur tradisional yang terikat pada ritual dan pakaian adat, sementara keberadaan mereka dalam konteks modern sering diabaikan. Penelitian ini bertujuan mengkaji secara kritis representasi budaya Dayak dalam promosi pariwisata Mahakam Ulu serta implikasinya terhadap relasi kuasa kolonial non-pribumi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis wacana kritis terhadap teks, gambar, dan video promosi pariwisata yang diproduksi lembaga non-Dayak, serta dilengkapi dengan wawancara semi-terstruktur bersama komunitas Dayak Bahau. Sebanyak 7 sampel dipilih secara purposif dari media daring dan arsip lembaga promosi berdasarkan relevansinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi pariwisata cenderung membingkai identitas Dayak dalam bentuk eksotisme dan historisasi, yang pada akhirnya memperkuat legitimasi pihak non-Dayak sebagai pemegang otoritas atas narasi kebudayaan. Di sisi lain, masyarakat Dayak mulai membangun representasi tandingan melalui konten yang menampilkan peran, mata pencaharian, dan identitas kontemporer mereka. Kesimpulannya, promosi pariwisata bukanlah ruang yang netral, melainkan arena kuasa yang dapat memperkuat marginalisasi atau sebaliknya membuka peluang perlawanan masyarakat adat.

Kata kunci: promosi pariwisata, Dayak, kolonialisme non-pribumi, representasi, wacana kritis

ABSTRACT

Tourism promotion is expected to provide a fair representation of Indigenous cultures and acknowledge them as active subjects. However, in East Kalimantan, tourism practices still portray the Dayak as traditional figures tied to rituals and costumes, while their contemporary existence is often overlooked. This study

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

critically examines how Dayak culture is represented in Mahakam Ulu tourism promotion and its implications for settler colonial power relations. The research applied critical discourse analysis of texts, images, and videos produced by non-Dayak institutions, complemented by semi-structured interviews with Dayak Bahau communities. A total of 7 samples were selected purposively from online media and promotional agency archives based on their relevance. The findings indicate that tourism promotion tends to frame Dayak identity through exoticism and historicization, which ultimately legitimizes non-Dayak authority over cultural narratives. At the same time, Dayak communities have begun to construct counter-representations that emphasize their diverse roles, livelihoods, and contemporary identities. In conclusion, tourism promotion is not a neutral practice but a site of power that can either reinforce Indigenous marginalization or create opportunities for resistance.

Keywords: *tourism promotion, Dayak, settler colonialism, representation, critical discourse*

A. PENDAHULUAN

Promosi Pariwisata berfungsi menjadikan citra suatu tempat dan identitas budaya masyarakat tertentu menarik perhatian orang banyak. Di sisi lain, konsekuensi dari penggambaran tempat dan identitas terutama yang berkaitan dengan Masyarakat Adat menjadi sangat mengerikan. Di Kalimantan Timur, biro-biro perjalanan swasta dan pemerintah mengambil bagian dalam mempromosikan masyarakat Dayak sebagai subjek promosi pariwisata yang memiliki kecenderungan menginterpretasi Dayak dalam kerangka sejarah. Masyarakat Dayak dalam konten promosi pariwisata seringkali terpaku pada orang-orang yang berada di pinggiran modernitas. Hal ini nampak dalam materi promosi yang kerap kali menyajikan Dayak sebagai pengguna pakaian ‘tradisional’, serta menjalankan upacara atau ritual adat. Apabila konten promosi memuat gambaran tentang suatu wilayah, maka penggambaran alam ‘eksotis’ atau ‘liar’ disesuaikan dengan gambaran Dayak ‘tradisional’ tersebut. Karena itu juga, kehadiran masyarakat Dayak modern selalu dipinggirkan, atau dipandang tidak ‘autentik’ karena ternoda oleh modernitas. Konsekuensi yang ditanggung masyarakat Dayak semakin berat, sebagaimana ditunjukkan dalam beberapa literatur bahwa promosi pariwisata yang terkait dengan gambaran alam ‘liar’ dan masyarakat Dayak ‘tradisional’ dibuat secara diskursif oleh dan untuk masyarakat yang bukan berasal dari suku Dayak (Amoamo & Thompson, 2010). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara kritis representasi budaya masyarakat adat Dayak dalam lanskap promosi pariwisata di wilayah Mahakam Ulu serta dalam lanskap rekreasi regional yang secara sepihak dibingkai oleh persepsi para pendatang dan pecinta alam. Suku asli Dayak Bahau, yang telah mendiami, memanfaatkan, dan berpindah di wilayah ini selama beberapa generasi, kerap terpinggirkan dalam wacana pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana promosi pariwisata dapat

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

menegaskan kembali hubungan masyarakat Dayak dengan budayanya, sekaligus membongkar narasi pendudukan yang dibangun oleh pihak non-Dayak.

Penelitian ini berasumsi bahwa kolonialisme non Pribumi terjadi dalam dunia pariwisata. Kolonialisme non Pribumi adalah bentuk khusus dari dominasi kolonial di mana invasi terjadi sebagai ‘sebuah struktur, bukan merupakan sebuah peristiwa’ (Braun, 2002). Dengan kata lain, invasi kolonial non Pribumi bukanlah momen sejarah di mana penaklukan terjadi dari imperialisme terhadap tanah Pribumi, melainkan bentuk penindasan yang dilakukan melalui struktur sosial, politik, dan ekonomi yang dibangun oleh masyarakat penjajah (Butler & Hinch, 2007). Di bawah kolonialisme pemukim, struktur-struktur ini mencakup norma-norma dan praktik-praktik budaya yang dilembagakan melalui hukum-hukum (misalnya, kepemilikan pribadi) dan wacana sosial (misalnya cita-cita dan pembangunan), dan mengedepankan ‘logika eliminasi’ (Carlson, 2016); yang terus-menerus berupaya untuk membubarkan Masyarakat Adat dan hak mereka atas tanah demi memungkinkan kemajuan dan kelanjutan masyarakat penjajah di atas tanah yang telah dirampas dari Masyarakat Adat (Cooke, 2017).

Pariwisata sangat jelas telah menjadi wadah dalam mengumpulkan kekuatan kolonial non Pribumi, menciptakan destinasi rekreasi dan kesenangan yang memaksakan keinginan dan narasi non Pribumi. Beberapa penelitian telah menunjukkan bagaimana pariwisata mendisiplinkan wisatawan untuk memahami dan mengalami keaslian dalam ruang spasial (alam yang ‘tak tersentuh’) dan temporal (sejarah) tertentu, yang kemudian berfungsi mengganggu praktik, makna, dan mobilitas Masyarakat Adat kekinian menjadi tidak pada tempatnya (Coulthard, 2014). Pengembang pariwisata yang cenderung dikendalikan oleh masyarakat Non-Pribumi dan didominasi oleh sistem dan lembaga yang kolonial merupakan akar dari masalah tersebut (Pritchard & Morgan, 2000). Hal ini diamati oleh Amoamo dan Thompson (2010), melalui kecenderungan representasi pariwisata yang mengkotak-kotakkan karakteristik khusus budaya dan komunitas Masyarakat Adat dengan citra yang mengutamakan ‘keberbedaan’ yang ‘eksotik’ dan ‘primitif’.

Namun demikian, banyak penelitian juga menunjukkan bahwa pariwisata memiliki potensi sebagai sarana untuk memungkinkan perlawanan terhadap kolonialisme pemukim (Regan, 2010), narasi dan adaptasi budaya (Zahra Setiani, 2025), pengetahuan dan transmisi nilai, dan pembangunan ekonomi dan sosial. Literatur lain menyebutkan telah berakhirnya narasi pembangunan yang menggambarkan masyarakat adat sebagai ‘tuan rumah’ atau ‘penduduk lokal’ yang pasif, serta dijadikan sebagai sasaran pariwisata.

Promosi pariwisata bukan merupakan hal baik. Sebagai bentuk representasi, promosi pariwisata beroperasi dalam jaringan nilai, makna, hubungan kekuasaan, sejarah, dan ideologi, yang sering kali berfungsi untuk memperkuat struktur dan kepentingan sosial tertentu. Pengamatan ini bergema dalam penelitian-penelitian yang menunjukkan bagaimana citra pariwisata pada hakikatnya menjadikan tempat dan identitas sebagai sesuatu yang menarik perhatian khalayak banyak, serta upaya

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

pengunjung, penduduk, pemangku kepentingan destinasi berinteraksi dalam memproduksi imajinasi destinasi wisata. Hal yang paling sering adalah menjadikan Masyarakat Adat dan budayanya sebagai subjek promosi pariwisata, memosisikan mereka sebagai ‘industri yang berbeda, *par excellence*’. Misalnya, sering kali kita melihat cara hidup masyarakat adat sebagai ‘fosil’, yang tidak direpresentasikan dalam bentuk sebenarnya sebagai praktik budaya yang dinamis, tetapi sebagai artefak yang cocok untuk dimuseumkan, yang memungkinkan pandangan wisatawan terpaku pada romantisisme perbedaan. Promosi pariwisata cenderung mengkodekan Masyarakat Adat sebagai sisa-sisa dari ‘ras yang sekarat’ (Tsao, 2016) yang pakaian, upacara, dan adat istiadat budayanya dapat dilestarikan dan dirayakan melalui pariwisata. Budaya masyarakat adat, lebih sering diposisikan di pinggiran modernitas; di sisi lain, kehadiran dan agensi kontemporer mereka menjadi tidak terlihat (Veracini, 2015).

Carlson (2016) berpendapat bahwa ‘teknologi penindasan yang sedang berlangsung tidak boleh diabaikan’. Ia menantang para akademisi untuk secara konsisten mengungkap wacana-wacana menindas dan wacana yang berfungsi membungkam cara-cara alternatif yang dilakukan Masyarakat Adat. Dalam artikel ini, kami mengonfirmasi tugas ini dengan memeriksa secara kritis promosi pariwisata yang terkait dengan studi kasus di Mahakam Ulu, Kalimantan Timur, untuk mencari jejak kolonialisme non Pribumi dan batasan diskursifnya. Seperti yang kami uraikan di bagian sebelumnya, kolonialisme non Pribumi adalah proyek berkelanjutan yang didasarkan pada penghapusan Masyarakat Adat dari tanah mereka. Meskipun ada kemajuan dalam literatur tentang pariwisata dan Masyarakat Adat (Setyoko et al., 2023), menurut pandangan peneliti, ada kelangkaan dalam penelitian pariwisata yang secara eksplisit mengartikulasikan penolakan terhadap hubungan kekuasaan kolonial non Pribumi. Penelitian kami membantu mengisi kesenjangan tersebut.

B. KAJIAN PUSTAKA

Tujuan penelitian ini adalah memahami bagaimana budaya dan masyarakat Dayak digambarkan dalam pariwisata. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis untuk membantu mengungkapkan dan menggoyahkan kekuasaan masyarakat arus utama yang menyusup ke dalam praktik-praktik pariwisata. Analisis wacana dipraktikkan dan dikonseptualisasikan dengan banyak cara (Zahra Setiani, 2025), sementara analisis wacana dalam penelitian ini dipahami secara luas sebagai salah satu dari banyak pendekatan yang memungkinkan untuk analisis tekstual yang memanfaatkan wawasan dari etnometodologi, post strukturalisme, dan sosiolinguistik.

Posisi epistemologis yang diadopsi dalam penelitian ini mengambil arahan dari Foucault (2019) dan poststrukturalisme di mana penelitian ini berusaha menganalisis cara-cara representasi (bahasa, teks, gambar) diproduksi oleh, dan pada gilirannya menghasilkan dinamika sosial yang dominan dan struktur kekuasaan (misalnya penindasan oleh masyarakat *mainstream* non Pribumi). Pendekatan ini berkenaan dengan bagaimana wacana-wacana tertentu menjadi

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

kokoh sebagai sesuatu yang benar, sementara pada saat yang sama mengeksplorasi bagaimana wacana-wacana yang diperlakukan sebagai yang lain juga dapat menjadi kekuatan serta beroperasi untuk menumbangkan rezim kebenaran yang telah diterima begitu saja.

C. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan materi pariwisata yg diambil dari situs web dan majalah dari berbagai pemangku kepentingan yang memiliki kepentingan untuk mencitrakan destinasi Kabupaten Mahakam Ulu. Proses ini dilakukan sangat hati-hati untuk memasukkan informasi situs web dan majalah yang hanya dikendalikan dan dibuat oleh komunitas, lembaga, dan operator wisata yang bukan dari masyarakat Dayak.

Kompilasi dari berbagai konten web dan majalah kemudian dianalisis menggunakan analisis konten. Carlson (2016) menyebutkan analisis ini berguna untuk menganalisis wacana karena mendorong keakraban peneliti dengan substansi dari teks yang diteliti. Penetapan kode dilakukan dengan membaca baris demi baris teks promosi wisata yang kemudian memberikan tema dari teks tersebut. Selain itu, gambar dan video situs web dianalisis kontennya dengan berfokus pada konten harfiah yang berarti apa adanya, serta konten laten, yang terdiri dari makna dan konteks yang ditafsirkan (Coulthard, 2014). Sepanjang proses ini, kami secara konsisten mengidentifikasi motif apa yang ingin dicapai teks-teks ini, hubungan kekuasaan yang menjadi dasar teks-teks tersebut diproduksi untuk pariwisata di wilayah Mahakam Ulu. Hal ini didasarkan pada Waitt (Grimwood et al., 2015) yang menggunakan analisis wacana kritis untuk membaca teks secara ‘*within*’ dan ‘*beneath*’.

Kami juga melakukan wawancara kepada pemilik-pemilik web dan materi promosi wisata secara mendalam sejumlah tiga sampai lima kali pada tahun 2024, yang difokuskan pada bagaimana mereka mengonstruksi promosi-promosi pada kebudayaan Dayak, dan bagaimana Orang Dayak mengelola pariwisata kebudayaan mereka sendiri. Melalui pendekatan fenomenologis, peneliti dapat menangkap nuansa dan kompleksitas dari pengalaman individu-individu dan komunitas yang terpinggirkan, serta bagaimana Orang Dayak berjuang untuk keadilan dalam konteks sosial yang lebih luas. Wawancara dilakukan di masing-masing kediaman narasumber yang berasal dari etnis Dayak Bahau di Kabupaten Mahakam Ulu.

Semua wawancara dibuat semi-terstruktur dari tahap persiapan/ perencanaan pemilihan informan dan pelaksanaan wawancara yang fleksibel, agar narasumber dapat merumuskan dan mendeskripsikan pengalaman mereka sebebaskan mungkin, tetapi tetap dalam kerangka tertentu dan dengan tujuan mencari pemahaman tentang fenomena khusus. Proses wawancara direkam menggunakan gawai dan kemudian ditranskripsi oleh program transkripsi ‘*Happy Scribe*’. Hasil transkrip yang sudah selesai lalu dikirim kembali ke narasumber dan meminta mereka mengoreksi atau

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

menambahkan. Narasumber juga diberikan beberapa pertanyaan lanjutan jika ada keraguan atau jika ada sesuatu yang perlu dijelaskan lebih lanjut dari transkripsi yang diberikan kepada mereka. Semua narasumber menyetujui transkripsi dengan beberapa tambahan atau koreksi.

Saat menganalisis data wawancara, pendekatan deduktif diterapkan untuk mengungkap tema perlawanan dan agensi yang telah ditentukan sebelumnya sebagaimana telah dikonsepsikan dalam tinjauan pustaka. Dalam analisis, penulis mencari pernyataan yang dapat mendukung dan mungkin mengembangkan tema-tema tersebut. Namun, transkripsi juga dianalisis secara induktif karena Penulis tetap terbuka terhadap tema-tema baru yang dapat melengkapi, menarik dan relevan untuk penelitian ini. Hal tersebut juga untuk menguatkan bahwa tema-tema muncul bukan hanya dari ekspektasi penulis semata, tetapi juga dari data.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

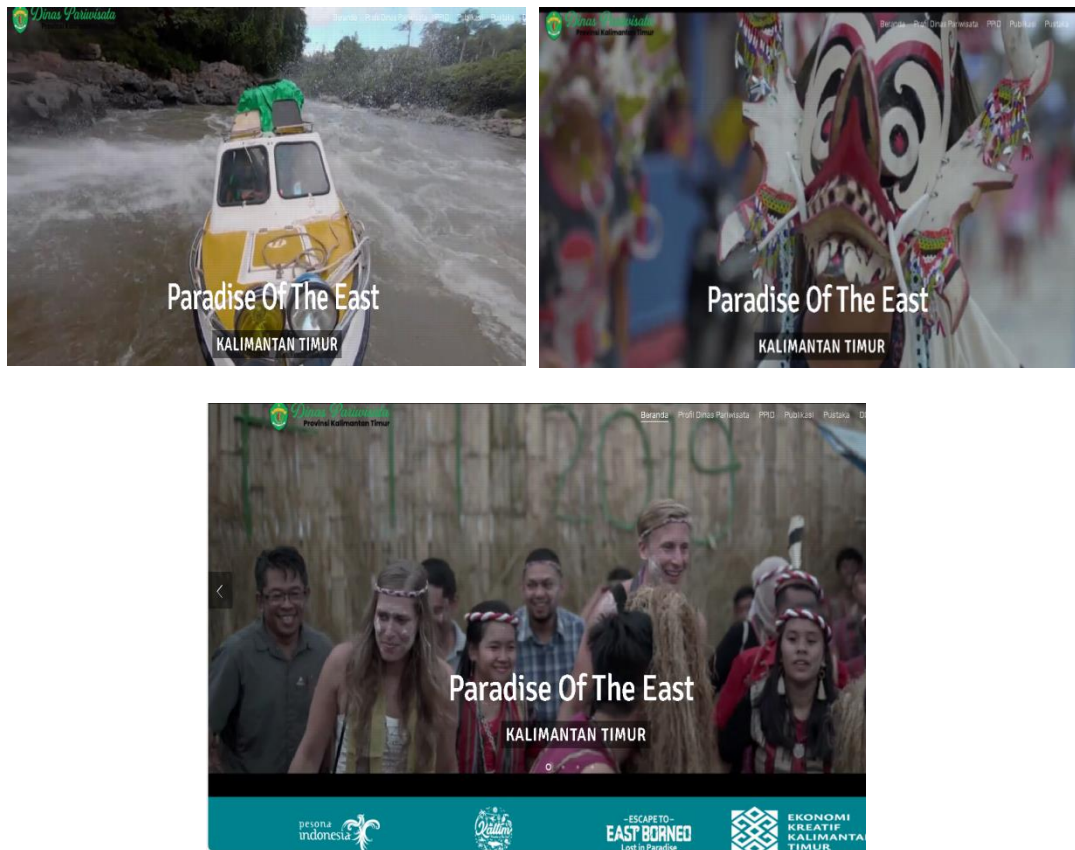
1. Promosi Wisata dan Legitimasi Kekuasaan Masyarakat Bukan Dayak

Berbagai materi promosi wisata mengenai Mahakam Ulu dapat memberikan gambaran tentang wacana dominan yang berlaku. Materi promosi tertambat pada imajinasi tentang alam sebagai latar yang belum tersentuh untuk melayani para wisatawan dan pencari kesenangan. Frasa yang lazim digunakan adalah ‘lingkungan alam yang indah dan murni’, ‘sungai yang masih alami’, ‘destinasi wisata yang menunggu Anda’, yang dipadukan dengan gambar pemandangan hutan lebat dan jalur sungai berkelok-kelok. Apabila materi promosi melibatkan orang, gambar cenderung menampilkan berbagai bentuk rekreasi luar ruangan – berperahu di riam sungai, dan bersantai di dermaga dengan latar belakang hutan – yang menunjukkan bahwa wilayah Mahakam Ulu dimaksudkan untuk dialami dan dinikmati sebagai tempat wisata berbasis alam. Salah satu materi promosi yang dibuat Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur untuk wilayah Batu Majang, Mahakam Ulu bersifat indikatif karena memberitahukan kepada khalayak bahwa wilayah tersebut terdapat ‘flora dan fauna liar’, ‘pohon penangkal racun, dan penangkal guna-guna’. Oleh karena itu, pengunjung dibujuk untuk mengidentifikasi Batu Majang sebagai ‘surga pengobatan’ dan ‘tempat yang menawarkan alam liar yang tidak tertandingi’. Wilayah Mahakam Ulu dengan demikian terbungkus dalam produksi dan representasi ‘alam liar’ dan ‘alam yang luar biasa’. Meski sekilas tidak berbahaya, promosi wisata semacam itu memiliki kekuatan untuk menentukan siapa yang termasuk dan perilaku serta nilai apa yang pantas, dan sebaliknya, siapa dan apa yang dianggap tidak pada tempatnya (Pritchard & Morgan, 2000).

Di Kalimantan Timur, telah ditunjukkan bahwa lanskap alam kebanyakan ditulis secara diskursif oleh dan untuk konsumsi masyarakat bukan dari suku Dayak (Tsao, 2016); (Nasrullah, 2017). Selain itu, ‘alam’ dalam wacana pariwisata yang ada seringkali mewakili alam secara fisik primordial bertentangan dengan peradaban manusia modern yang justru mengancam keberadaan alam. Oleh karena itu, cara hidup masyarakat Dayak ‘tradisional’ dianggap sesuai dengan lanskap

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

alam yang dinarasikan dalam materi promosi wisata. Sementara masyarakat Dayak yang hidup secara modern menjadi terpinggirkan karena dianggap ‘tidak autentik’ atau ‘ternoda’ oleh modernitas.



Gambar 1. Materi promosi wisata yang mengeksotiskan alam Mahakam Ulu dan kebudayaan masyarakat Dayak dengan menggunakan istilah “*Paradise of the East*”

Selain mengonstruksi wilayah Mahakam Ulu sebagai lanskap alam yang masih asli untuk pengunjung, konten promosi pariwisata juga mengandung strategi memperkuat legitimasi bahwa “pendudukan atas tanah dan kebudayaan Dayak” menjadi hal yang normal. Strategi yang pertama adalah menggambarkan suatu masa yang sederhana, hidup dengan nilai-nilai tradisional dan menjaga harmonisasi dengan alam. Narasi yang dibangun oleh orang yang bukan Dayak tersebut membicarakan tentang keterikatan mereka dengan tanah Mahakam Ulu, kehadiran generasi demi generasi, dan pengelolaan lanskap. Representasi tekstual dan visual dalam wacana promosi tersebut menunjukkan manfaat yang telah diperoleh oleh komunitas bukan Dayak dari wilayah Mahakam Ulu, dan bagaimana pengunjung ke wilayah ini nantinya dapat mengambil bagian dengan menyaksikan gaya hidup sederhana yang hampir tidak berubah dari waktu ke waktu. Promosi oleh Bimo,

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
 Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

K.A, misalnya, membagikan video hitam putih masyarakat Kutai di pedalaman Kalimantan Timur (sekarang Mahakam Ulu) pada tahun 1933. Promosi ini menggambarkan aktivitas pertanian keseharian masyarakat Kutai di pinggir sungai - gaya hidup sederhana dan autentik yang selalu ingin ditemui dan dialami wisatawan. Hal tersebut sangat kontras dengan promosi wisata yang disampaikan oleh Lakeq Bahau, penduduk Dayak Mahakam Ulu yang menyajikan aktivitas masyarakat Dayak dalam konteks pertanian, ekonomi, dan masyarakat Dayak dalam konteks yang sedang berkembang. Saat ini Banyak situs web membahas tentang ‘tradisi pertanian Dayak’, namun mengakuinya sebagai sejarah masyarakat bukan Dayak, dan tidak ada yang membahas hubungan pertanian kekinian yang dikelola oleh suku Dayak.

Asosiasi Penduduk Jawa Mahakam Ulu (JAMU) adalah ‘sekelompok keluarga yang diberikan hak atas tanah oleh pemerintah Indonesia untuk mengelola tanah yang dahulu hutan sejak pertengahan abad ke dua puluh’. Dalam hal ini, narasi yang dibuat di situs JAMU tersebut berupaya menempatkan komunitas mereka dengan kuat sebagai penduduk yang sah dengan menggunakan strategi diskursif yang sama - memvalidasi keberadaan penduduk bukan Dayak lewat narasi historis. Hal ini dapat dibuktikan dari cara JAMU menarasikan tentang awal kedatangan mereka untuk tinggal di Mahakam Ulu, yang dengan tegas menetapkan tanggal kedatangan, serta mengingatkan pembaca bahwa mereka kini adalah ‘generasi ketiga’ yang ‘nenek moyangnya diundang pada pertengahan abad kedua puluh oleh pemerintah Indonesia untuk mendirikan pemukiman di tanah yang masih hutan’. Melalui penggambaran ‘hak’ mereka atas tanah, dan secara khusus merujuk pada keterlibatan pemerintah dalam prosesnya, JAMU menghindari perselisihan yang terkait dengan penguasaan mereka atas tanah dan melegitimasi cara mereka berada di tanah Mahakam Ulu. JAMU selanjutnya menjustifikasi bahwa pendudukan mereka melalui meminimalisasi jejak kerusakan ekologis. Kalimat seperti ‘awalnya ada belasan rumah yang terlindung hutan rimba’, dan ‘rumah-rumah kayu ditempati keluarga-keluarga kecil sederhana yang rendah hati dan suka berbaur’ menggambarkan dampak yang tidak terlihat dari kedatangan komunitas Jawa di hutan Mahakam Ulu. Jika merujuk pada penelitian (Grimwood et al., 2015), meminimalkan jejak kerusakan ekologi di ruang yang dianggap ‘asli’ berfungsi untuk mengedepankan kegiatan yang ‘bertanggung jawab’ di lanskap tersebut, pada saat yang sama meminggirkan kegiatan mata pencaharian masyarakat Dayak kontemporer.

Materi promosi selanjutnya yang semakin melegitimasi penguasaan atas kebudayaan Dayak adalah mengkodekan pengetahuan suku Dayak sebagai ‘mitos’ atau ‘legenda.’ Misal, festival *hudoq* yang dilaksanakan menjelang masa tanam padi yang telah digambarkan dalam promosi wisata :

“Hudoq berarti menjelma. Hudoq sangat penting bagi suku Dayak Bahau, sehingga mitos pun tercipta. Menurut salah satu suku Dayak, hudoq adalah meminta perlindungan dari para arwah leluhur mereka yang menjelma

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
 Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

kedalam topeng yang dibawakan penari, agar padi terjaga dari hama dan hasil padi yang melimpah..”

Penggunaan kata ‘mitos’ untuk menggambarkan kisah *hudoq* merusak sistem kepercayaan orang Dayak. Penggunaan bahasa ini berfungsi sebagai penolakan terhadap pemahaman Dayak atas dunia mereka yang lama-kelamaan dapat menghilangkan keberadaan Dayak dan kepercayaannya. Pada saat yang sama narasi tersebut berfungsi untuk melegitimasi pendekatan modern dalam mengolah pertanian seperti yang diadopsi oleh kebanyakan masyarakat bukan Dayak. Melalui penetapan pemahaman orang Dayak tentang pertanian dan pendekatan pengelolaan lahan mereka sebagai ‘Yang Lain’, pada akhirnya bertentangan dengan praktik pertanian yang ‘dinormalisasi’ dan ‘modern’. Proses penetapan ini dapat dikatakan sebagai upaya menginfantilisasi kepercayaan masyarakat Dayak dan hubungan mereka dengan tanah yakni memperlakukan pandangan dan praktik spiritual mereka seolah-olah tidak rasional, primitif, atau membutuhkan bimbingan dari pihak luar. Hollinshead (1998) mengeluarkan kritik serupa tentang cara-cara budaya arus utama berusaha memitologisasikan dan menyeragamkan kepercayaan dan praktik Pribumi di Amerika Serikat. Salazar (2013) juga berpendapat bahwa Masyarakat Adat dan tradisi mereka digambarkan secara stereotip dengan sekumpulan ‘imajinasi yang dimitologisasi dan dierotisasi’, yakni representasi yang menempatkan mereka sebagai sosok eksotis, misterius, dan penuh daya tarik romantik bagi pandangan luar, tetapi terlepas dari realitas kehidupan mereka yang sebenarnya.

Terkait dengan masyarakat Dayak, imajinasi yang seringkali diromantisasi oleh ‘orang luar’ adalah penggambaran Masyarakat Dayak sebagai nomaden, tidak terkekang dan ‘lebih rendah’ dari konsep-konsep ‘modern’ seperti memiliki properti dan terikat pada satu tempat. Konstruksi wacana tentang hubungan Dayak dengan ‘ladang berpindah’ sebagai ‘inferior’ pada akhirnya mendelegitimasi klaim Masyarakat Dayak sebagai penghuni asli dan tetap. Hal itu terjadi dalam penggambaran tentang asal-usul Masyarakat Dayak di situs web KaltimKece yang ditulis:

Selama sebagian besar sejarah Dayak, pemukiman manusia bukanlah elemen yang sangat penting. Kelompok keluarga Dayak yang tersebar datang untuk memancing, berburu, dan berladang. Populasi mereka tidak pernah banyak. Hal tersebut tidak terjadi ketika industri perkayuan masuk sekitar tahun 1920-an dan mengubah dataran tinggi Mahakam Ulu yang terjal.

Wacana di atas menyiratkan bahwa lahan di Mahakam Ulu benar-benar baru ‘dihuni’ setelah munculnya industri penebangan (*logging*) dan penetapan berbagai jenis hutan oleh pemerintah. Bahasa ini lebih jauh menegaskan gagasan kapitalis tentang kepemilikan dan properti, bahwa menjadi pemilik/penghuni berarti tinggal di satu tempat. Asumsi berbasis kepentingan ini tentu saja tidak selalu sesuai

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
 Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

dengan pemahaman orang Dayak tentang pengelolaan lahan. Di banyak tempat masyarakat Dayak masih menerapkan ‘ladang berpindah’ sebagai teknologi pertanian mereka.

Strategi lain dalam melegitimasi kekuasaan masyarakat *mainstream* bukan Dayak yang diidentifikasi dalam materi promosi wisata adalah cara perpindahan penduduk Dayak yang disebabkan dari konflik antar suku. Dinas Pariwisata Kalimantan Timur yang ditempati oleh orang-orang bukan berasal dari suku Dayak mengakui Masyarakat Dayak sebagai penduduk asli Mahakam Ulu, namun perpindahan mereka ke bagian hilir Sungai Mahakam dicirikan sebagai akibat dari konflik di antara kelompok-kelompok sub suku Dayak:

Pada tahun 1885, serangan besar-besaran oleh Suku Iban Batang Lupar di hulu Sungai Mahakam menghancurkan wilayah pemukiman Dayak Bahau dan suku Aoheng di Kayan Mekan [Mahakam Ulu], ‘mungkin dengan persetujuan Charles Brooke’ (Black 1985:287). Suku Iban yang kuat, yang dibantu oleh Inggris telah mengalahkan kesultanan Kutai, Kesultanan Banjar dan Belanda.

Pernyataan ini secara gamblang mengecilkan peran Bangsa Eropa dalam menggoyahkan komunitas-komunitas Dayak dan peran mereka dalam memicu konflik di antara penduduk asli di wilayah tersebut. Lebih halus lagi, pernyataan ini juga berupaya menyelaraskan pihak Eropa tertentu, Kesultanan Kutai dan Banjar sebagai korban. Lebih jauh, upaya menjaga jarak dari keterlibatan secara historis, sementara disatu sisi menegaskan keinginan untuk menyejahterakan Masyarakat Dayak, dapat menjadi strategi dalam upaya memvalidasi dan menjadikan penguasaan atas Dayak dan tanahnya menjadi samar.

Bagian ini telah mengungkap tentang promosi pariwisata berbasis web dan majalah terkait lokasi wisata di Mahakam Ulu yang mengesahkan kekuasaan Masyarakat bukan Dayak. Secara khusus, bagian ini menunjukkan bagaimana promosi wisata yang dibuat oleh biro perjalanan, lembaga, dan institusi pemerintah yang didominasi oleh masyarakat bukan Dayak menghasilkan ‘kebenaran’ tertentu tentang identitas, budaya, bahkan tanah yang didiami sejak beberapa generasi oleh masyarakat Dayak, di sisi lain, wacana mereka berfungsi untuk mengaburkan, dan mengesensialkan budaya masyarakat Dayak.

2. Menegaskan Hubungan Masyarakat Adat dan Budaya

Bagian ini mengubah fokus pada bagaimana kolonialisme masyarakat non Dayak dapat dibatalkan melalui promosi dibuat dan dilakukan oleh Masyarakat Dayak sendiri. Seperti yang telah kami singgung sebelumnya, beberapa studi terkini menggambarkan Masyarakat Adat memanfaatkan kekuatan sosial-budaya, ekonomi, dan politik dari pariwisata untuk mengganggu dan menantang representasi Masyarakat Adat yang berlaku dalam pariwisata secara umum (Butler & Hinch, 2007), (Holmes et al., 2016) dan promosi pariwisata secara khusus (Amoamo & Thompson, 2010); (Seiver & Matthews, 2016). Di bagian ini, kami

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

mengungkap cara-cara pemangku kepentingan Masyarakat Dayak sendiri di wilayah Mahakam Ulu yang menjadi basis tinggal orang-orang Dayak Bahau.

Berlawanan dengan tren kuat dalam materi promosi pariwisata yang mengarah pada historisasi Masyarakat Adat, wacana tandingan yang terungkap dalam analisis kami berkaitan dengan presentasi mata pencaharian Masyarakat Adat kontemporer. Misalnya, situs web yang dibuat oleh Lakeq Bahau menggambarkan pertanian masyarakat Dayak sebagai cara untuk mempertahankan ekonomi lokal yang mandiri. Sebagai bisnis milik masyarakat, pertanian Dayak yang diceritakan Lakeq Bahau digambarkan sebagai ‘proyek yang dirancang untuk menyediakan lapangan kerja bagi anggota masyarakat, dan untuk mendukung perekonomian bagi pemerintah daerah.’ Begitu pula, cara-cara pertanian ini tidak disajikan sebagai untuk konsumsi bagi wisatawan yang ingin merasakan adat-istiadat Dayak atau alam Mahakam Ulu, sebagaimana yang terdapat di banyak konten pariwisata yang dibuat oleh orang-orang bukan Dayak. Festival-festival pertanian yang minim disebutkan oleh masyarakat Dayak sendiri mencerminkan ketidakpedulian mereka terhadap pariwisata ini. Dengan demikian, jika kita serius ingin mengganggu kolonialisme (pemukim) di dalam dan melalui pariwisata, kita harus terbuka terhadap kemungkinan yang sangat nyata bahwa bagi Masyarakat Adat dan kelompok-kelompok terpinggirkan lainnya yang menjadi sasaran kenikmatan wisatawan – pariwisata tidaklah penting.

Di situs web profil Kabupaten Mahakam Ulu yang dibuat oleh komunitas Dayak, kami tidak menemukan gambar Penduduk Dayak dengan ‘pakaian tradisional.’ Sebaliknya, citra situs web menggambarkan pegawai pemerintahan, polisi, atlet, anak-anak bermain sepak bola, dan orang-orang yang berkumpul di komunitas. Gambar-gambar ini menunjukkan berbagai peran, pengalaman, dan mata pencaharian kontemporer dari orang Dayak. Jika ditinjau kaitannya dengan pariwisata, gambar-gambar ini berupaya untuk melawan kecenderungan yang menghistoriskan dan menyingkirkan Masyarakat Adat dari wacana modernitas. Dengan kata lain, penggambaran Masyarakat Adat kontemporer ini menjadi tantangan langsung bagi praktik yang mengesensialkan identitas etnis dan budaya Masyarakat Adat yang dilakukan oleh masyarakat non Pribumi (Battell Lowman & Barker, 2016).

Sehubungan dengan representasi masyarakat Dayak Mahakam Ulu sebagai anggota masyarakat kontemporer yang telah ditunjukkan sebelumnya, situs web promosi juga menyoroti pentingnya mengakui masa lalu dengan mengatakan, ‘Masyarakat Dayak asli Mahakam Ulu bangga dengan sejarah, bahasa, dan budaya Dayak. Teks ini selanjutnya menegaskan identitas komunitas sebagai ‘masyarakat yang peduli dan suka berbagi dikenal dengan keramahtamahan mereka’, yang dijelaskan lewat hubungan historis antar sub suku Dayak dan dengan para pendatang. Sebagaimana disebutkan Kepala Adat Dayak Mahakam Ulu, Belareq Belawing, masyarakat Adat Dayak memiliki hubungan damai satu sama lain sebelum kedatangan bangsa Eropa. Hal ini berarti mematahkan anggapan yang

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

sudah mengakar di kalangan Masyarakat bukan Dayak bahwa Masyarakat Adat Dayak adalah ‘bangsa buas’ yang suka berperang dan membutuhkan pengaruh ‘peradaban’ dari ‘Orang Luar’.

E. PENUTUP

Penelitian ini mengungkap bahwa praktik promosi pariwisata di wilayah Mahakam Ulu bukan sekadar aktivitas ekonomi dan budaya, tetapi juga arena di mana relasi kuasa dan produksi pengetahuan saling berkelindan. Melalui analisis wacana kritis terhadap teks, gambar, dan video promosi yang diproduksi oleh lembaga non-Dayak, ditemukan bahwa representasi masyarakat adat Dayak kerap dibingkai dalam citra yang eksotis, statis, dan terlepas dari konteks sosial-budaya kontemporer mereka. Representasi semacam ini memperkuat narasi kolonial yang menempatkan masyarakat Dayak sebagai “yang lain” (*the Other*), serta mengaburkan posisi mereka sebagai subjek aktif dalam pembangunan wilayahnya sendiri. Sebaliknya, promosi pariwisata yang diinisiasi oleh komunitas Dayak Bahau menampilkan bentuk wacana tandingan yang menegaskan kembali hubungan masyarakat dengan tanah, budaya, dan nilai-nilai spiritual mereka sebagai sumber identitas dan keberlanjutan.

Dari sisi teoretis, penelitian ini menegaskan relevansi pendekatan Michel Foucault dalam memahami pariwisata sebagai praktik wacana yang membentuk relasi antara kekuasaan, pengetahuan, dan representasi. Konsep Foucault tentang *power/knowledge* membantu menjelaskan bagaimana institusi dan media promosi berperan dalam menciptakan “kebenaran” tentang masyarakat adat, sekaligus bagaimana wacana tandingan dapat menjadi bentuk resistensi terhadap struktur kekuasaan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan teori Foucault dalam kajian budaya, khususnya dalam konteks representasi masyarakat adat di ranah pariwisata.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*). Diperlukan kebijakan dan praktik komunikasi pariwisata yang lebih partisipatif, inklusif, dan sensitif terhadap dimensi kultural masyarakat adat. Pengakuan terhadap hak masyarakat Dayak untuk menentukan cara mereka direpresentasikan menjadi langkah penting untuk mencegah terjadinya marginalisasi simbolik dan kultural yang berulang dalam praktik pembangunan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan adanya kajian yang lebih luas terhadap bentuk-bentuk resistensi budaya yang muncul di komunitas Dayak lainnya, termasuk eksplorasi terhadap praktik seni, musik, dan ritual sebagai media wacana tandingan terhadap hegemoni representasi pariwisata. Pendekatan interdisipliner antara etnomusikologi, antropologi, dan studi media dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika kuasa dan identitas dalam konteks pariwisata budaya di Kalimantan dan wilayah sejenis.

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
 Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini dapat terselesaikan karena dukungan dari beberapa pihak yang membantu. Terima kasih kami ucapkan kepada Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Mulawarman yang telah memberikan pendanaan dalam kegiatan penelitian ini. Terima kasih juga kami ucapkan kepada pihak-pihak yang telah mendukung seperti para narasumber dan masyarakat Dayak Mahakam Ulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amoamo, M., & Thompson, A. (2010). (Re)Imaging Māori tourism: Representation and cultural hybridity in postcolonial New Zealand. *Tourist Studies*, 10(1), 35–55. <https://doi.org/10.1177/1468797610379680>
- Battell Lowman, E., & Barker, A. (2016). *Settler: Identity and colonialism in 21st century Canada*. Fernwood Publishing.
- Braun, B. (2002). *The intemperate rainforest: Nature, culture, and power on Canada's West Coast*. University of Minnesota Press.
- Butler, R., & Hinch, T. (2007). *Tourism and Indigenous peoples: Issues and implications*. Elsevier.
- Carlson, E. (2016). Anti-colonial methodologies and practices for settler colonial studies. *Settler Colonial Studies*, 7(4), 496–517. <https://doi.org/10.1080/2201473X.2016.1241213>
- Cooke, L. (2017). Carving “turns” and unsettling the ground under our feet (and skis): A reading of Sun Peaks resort as a settler colonial moral terrain. *Tourist Studies*, 17(1), 36–53. <https://doi.org/10.1177/1468797616680851>
- Coulthard, G. (2014). *Red skin, white masks: Rejecting the colonial politics of recognition*. UBC Press.
- Foucault, M. (2019). *Power: The Essential Works of Michel Foucault 1954-1984*. Penguin UK.
- Grimwood, B. S. R., Yudina, O., Muldoon, M., & Qiu, J. (2015). Responsibility in tourism: A discursive analysis. *Annals of Tourism Research*, 50, 22–38. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.008>
- Hollinshead, K. (1998). Tourism, hybridity, and ambiguity: The relevance of Bhabha's “Third Space” cultures. *Journal of Leisure Research*, 30(1), 121–156. <https://doi.org/10.1080/00222216.1998.11949822>
- Holmes, A., Grimwood, B. S. R., King, L., & Nation, L. K. D. F. (2016). Creating an indigenized visitor code of ethics: The development of Denesoline self-determination for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8–9), 1177–1193. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1206110>

Pieter very Setiawan, Yohanes Dwi Pramono Mahardiko
 Relasi Kuasa dalam Materi Promosi Pariwisata Dayak

- Nasrullah. (2017). The Dayak: Close to the eyes, far from the heart. In *Proceedings of the 1st International Conference on Social Sciences Education—Multicultural Transformation in Education, Social Sciences and Wetland Environment (ICSSE 2017)* (pp. 229–233). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icsse-17.2018.53>
- Pritchard, A., & Morgan, N. (2000). Privileging the male gaze: Gendered tourism landscapes. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 884–905. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00113-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00113-9)
- Regan, P. (2010). *Unsettling the settler within: Indian residential schools, truth telling, and reconciliation in Canada*. UBC Press.
- Salazar, N. B. (2013). The (im)mobility of tourism imaginaries. In M. Smith & G. Richards (Eds.), *The Routledge handbook of cultural tourism* (pp. 34–39). Routledge.
- Seiver, B., & Matthews, A. (2016). Beyond whiteness: A comparative analysis of representations of aboriginality in tourism destination images in New South Wales, Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(8–9), 1298–1314. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1182532>
- Setyoko, A., Setyowati, R., Sindy, D., Gunawan, A., Budaya, F. I., & Mulawarman, U. (2023). *Seminar Nasional Bahasa, Sastra, dan Seni “Membumikan Kesadaran Multikultural Masyarakat Melalui Ibu Kota Negara Nusantara (IKN)” DINAMIKA SOSIAL BUDAYA DALAM PERKEMBANGAN KULINER NASI KUNING DI SAMARINDA*. 23–36. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/CALLS/article/view/13137>
- Tsao, T. (2016). Indigenous agency and compliance: Contemporary literature about Dayaks. *PMLA*, 131(3), 686–700. <http://www.jstor.org/stable/26158870>
- Veracini, L. (2015). *The settler colonial present*. Palgrave Macmillan.
- Zahra Setiani, D. (2025). Analisis wacana kritis teun A. Van Dijk dalam iklan Ramayana. *Tulusnya Cinta" CaLLs*, 11, 15–24. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/CALLS/article/view/13314>
- YouTube. (2019, July 3). *Settler colonialism explained* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SUAOOIDQUd4&t=157s>