
SAMSARA LIVING MUSEUM: PROTOTIPE EKONOMI KREATIF PARIWISATA BERBASIS PRESERVASI BUDAYA DI KARANGASEM, BALI

I Made Sugita Darmateja¹, Putu Arya Reksa Anggratya², Ni Putu Sasmika Dewi³

^{1,2,3}Institut Agama Hindu Gde Pudja Mataram

E-mail: ¹Darmateja.IMS@iahn-gdepudja.ac.id, ²reksa.anggratya@iahn-gdepudja.ac.id, ³sasmika.dewi@iahn-gdepudja.ac

Article History:

Received: 18-04-2026

Revised: 06-05-2026

Accepted: 19-05-2026

Keywords:

Samsara Living Museum, Ekonomi kreatif, Preservasi budaya, Destination branding.

Abstract: *Pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali cenderung terpusat di wilayah yang telah maju, sehingga kawasan pinggiran dan rawan bencana sering tertinggal. Samsara Living Museum di Desa Jungutan, Karangasem, hadir sebagai model alternatif yang menempatkan preservasi budaya sebagai dasar pengembangan ekonomi kreatif pariwisata. Penelitian ini menganalisis Samsara sebagai prototipe ekonomi kreatif berbasis preservasi budaya melalui pendekatan kualitatif studi kasus dengan wawancara, observasi, penelusuran media sosial, dan studi dokumen. Hasilnya menunjukkan bahwa Samsara menghidupkan siklus kehidupan manusia Bali melalui praktik adat, ritual, lontar, dan aktivitas harian sebagai inti pengalaman wisata, sekaligus mengolah tradisi menjadi paket pengalaman dan produk lokal yang memberi nilai tambah ekonomi bagi warga tanpa mengorbankan keaslian budaya dan ekologi. Strategi destination branding dengan narasi museum kehidupan dan The Circle of Balinese Life menguatkan posisi Samsara sebagai laboratorium pariwisata regeneratif yang berpotensi direplikasi di wilayah pinggiran lainnya.*

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali selama ini cenderung terkonsentrasi pada wilayah yang telah memiliki infrastruktur, aksesibilitas, dan modal yang relatif kuat, sehingga daerah pinggiran atau wilayah penuh tantangan sering kali tertinggal dalam arus pembangunan. Dalam konteks tersebut, diperlukan model alternatif yang tidak hanya mengejar pertumbuhan kunjungan wisata, tetapi juga menempatkan pelestarian budaya sebagai fondasi utama pengembangan ekonomi kreatif. Pendekatan ini memandang aset budaya bukan semata sebagai objek tontonan, melainkan sebagai sumber nilai dan makna yang dapat menggerakkan inovasi ekonomi tanpa mengorbankan keaslian budaya lokal.

Sebagai salah satu jawaban atas kebutuhan tersebut, Samsara Living Museum di Desa Jungutan, Karangasem, hadir dengan pendekatan yang berbeda. Samsara teridentifikasi sebagai destinasi eduwisata yang menawarkan pengalaman langsung (experiential tourism) dalam merekonstruksi siklus hidup manusia Bali (The Circle of Balinese Life) melalui penalaran naskah lontar kuno dan praktik budaya sehari-hari. Wisatawan diajak terlibat

aktif dalam berbagai aktivitas, mulai dari edukasi ritual tradisi, workshop pembuatan arak, jamu tradisional (loloh), hingga kelas seni vokal Genjek, sehingga tradisi tidak hanya ditampilkan sebagai objek pasif, tetapi dihidupkan kembali sebagai pengalaman yang sarat makna. Lembaga ini tidak dibangun untuk menonjolkan keunggulan destinasi dalam logika pariwisata kompetitif, melainkan untuk menghadirkan ruang yang mampu menangkap dan menghidupkan potensi budaya masyarakat Bali, khususnya yang bersifat intangible seperti adat, tradisi, pengetahuan lokal, dan praktik kehidupan sehari-hari; sebuah konsep yang selaras dengan gagasan living museum yang menempatkan warisan budaya hidup, keterlibatan warga, dan pengalaman autentik pengunjung sebagai inti pengelolaan.

Pada saat yang sama, penguatan budaya lokal semakin relevan dengan pengembangan ekonomi kreatif. Studi mengenai warisan budaya takbenda menunjukkan bahwa intangible cultural heritage tidak hanya penting untuk dilestarikan, tetapi juga dapat menjadi sumber kreativitas sosial dan ekonomi ketika dikelola secara tepat, karena membuka peluang pengembangan produk, layanan, pengalaman, dan jejaring kolaborasi yang bernilai ekonomi tanpa harus melepaskan identitas budaya. Dalam kasus Samsara Living Museum, orientasi ini tampak dalam upaya membangun model pengembangan wilayah pelosok, rawan bencana, dan terbatas modal yang bertumpu pada penguatan tradisi, literasi lontar, serta penciptaan ruang sosial dan ekonomi yang produktif berbasis nilai budaya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis Samsara Living Museum sebagai prototipe ekonomi kreatif pariwisata berbasis preservasi budaya di Karangasem, Bali; secara khusus menelaah landasan konseptual pengelolaan Samsara, desain prototipe ekonomi kreatif berbasis pelestarian budaya, serta relevansinya sebagai strategi penguatan nilai dan promosi ekonomi lokal.

LANDASAN TEORI

Living Museum Dan Pelestarian Budaya Hidup

Konsep living museum berkembang sebagai respons terhadap model museum konvensional yang lebih banyak menekankan koleksi benda, artefak, dan representasi material budaya. Living museum justru menempatkan praktik hidup masyarakat, tradisi, pengetahuan lokal, ekspresi budaya, dan interaksi sosial sebagai bagian utama dari pengalaman dan pelestarian budaya. Dalam model ini, budaya tidak dipahami sebagai warisan yang statis, melainkan sebagai sesuatu yang terus dipraktikkan, dinegosiasikan, dan diwariskan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendekatan tersebut relevan dengan konteks Bali yang memiliki kekayaan budaya takbenda sangat kuat. Intangible cultural heritage berperan penting dalam membentuk identitas, kohesi sosial, dan kreativitas komunitas, sehingga pelestariannya bukan hanya persoalan menjaga masa lalu, tetapi juga menjaga fondasi bagi inovasi masa kini dan masa depan. Dengan demikian, living museum dapat dipahami sebagai ruang preservasi yang sekaligus menjadi ruang pembelajaran, interaksi, dan reproduksi makna budaya.

Ekonomi Kreatif Berbasis Preservasi Budaya

Hubungan antara menjaga budaya (preservasi) dan perkembangan industri kreatif saat ini menjadi perhatian penting bagi pembangunan daerah. Aset budaya tidak lagi hanya dilihat sebagai peninggalan masa lalu, melainkan sudah menjadi penggerak utama bagi ekonomi, kebersamaan masyarakat, dan penataan kota. Ketika masyarakat aktif dalam

kegiatan budaya lokal, mereka bisa memanfaatkan tradisi, seni, dan pengetahuan bersama sebagai modal untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang bermanfaat bagi banyak orang.

Mengembangkan ekonomi kreatif yang bersumber dari tradisi membutuhkan cara yang tepat agar kegiatan masyarakat bisa sejalan dengan pasar modern. Menggunakan budaya sebagai penggerak ekonomi memerlukan kebijakan yang pas, fasilitas yang mendukung, serta keterlibatan masyarakat agar warga lokal berdaya tanpa merusak keaslian budaya itu sendiri. Di sektor pariwisata, kegiatan budaya yang melibatkan masyarakat secara langsung terbukti sangat efektif untuk memajukan industri kreatif setempat. Wisatawan berinteraksi langsung dengan tradisi, kerajinan tangan, dan cerita lokal, hal itu tidak hanya membuat budaya lebih dikenal, tetapi juga melatih warga untuk belajar berwirausaha. Dampak positif ini juga didukung oleh temuan lainnya yang menunjukkan bahwa program budaya berbasis masyarakat bisa mengurangi kesenjangan sosial serta menciptakan lapangan kerja dan penghasilan baru bagi warga.

Namun, keberhasilan ekonomi kreatif ini sangat bergantung pada hubungan baik dan rasa saling percaya di dalam masyarakat. Modal utama dalam ekonomi kreatif adalah jaringan sosial yang kuat dan sikap saling membantu antarwarga. Tanpa keterlibatan masyarakat yang kuat, industri kreatif ditakutkan justru akan merusak keaslian budaya demi mengejar keuntungan semata. Oleh karena itu, menggabungkan pelestarian budaya dan inovasi pasar lewat bantuan teknologi digital akan membantu produk lokal terjual lebih luas sekaligus menjaga jati diri bangsa.

Strategi Tourism Destination Branding Melalui Preservasi Budaya

Strategi tourism destination branding yang berbasis pada preservasi budaya kini menjadi instrumen krusial dalam peta jalan pariwisata global. Aktivitas ini bertumpu pada pariwisata warisan budaya (heritage tourism), sebuah ceruk sektor yang tidak hanya mengeksplorasi situs sejarah tetapi juga merawat nilai budaya nyata maupun takbenda guna menceritakan identitas lokal secara otentik. Pariwisata warisan budaya secara integral mencakup pengelolaan kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang menggambarkan narasi masyarakat masa lalu maupun masa kini. Pertumbuhan pesat pariwisata warisan budaya memberikan kontribusi masif bagi perekonomian sekaligus mengemban tanggung jawab vital dalam memproteksi aset sejarah kawasan.

Dalam mewujudkan strategi pembentukan dan pengelolaan citra destinasi yang berkelanjutan melalui preservasi budaya, upaya komersialisasi produk wisata harus seimbang dengan pelestarian integritas kultural setempat. Penajaman citra destinasi bukan sekadar teknik pemasaran kearah luar, melainkan manifestasi nilai mendalam yang menghubungkan wisatawan dengan ruh sejarah suatu tempat. Efektivitas strategi branding destinasi wisata warisan budaya memerlukan ramuan yang tepat antara penceritaan (storytelling), keaslian (authenticity), serta ikatan emosional antara wisatawan dengan masyarakat indigenous agar pesan sejarah tersampaikan secara kuat dan ramah. Langkah diferensiasi ini mutlak diperlukan di pasar yang kian kompetitif untuk meningkatkan daya pikat destinasi, sekaligus memastikan berjalannya praktik pariwisata yang menghormati nilai-nilai dasar warisan tersebut. Preservasi budaya yang dikemas lewat branding destinasi terbukti menjadi bahan bakar utama yang menghidupkan ekosistem ekonomi kreatif masyarakat. Keharusan mengeksplorasi keunikan adat istiadat, budaya, dan kuliner khas komunitas lokal sebagai aset utama penjenamaan pariwisata. Melalui proses ini, seni tradisi,

kriya, dan narasi lokal direvitalisasi menjadi produk kreatif bernilai ekonomi tinggi tanpa mencabut akar budayanya.

Sinergi antara identitas budaya dan industri kreatif ini memperkuat posisi tawar kawasan di tingkat global sekaligus memperkaya pengalaman para pelancong. Ketika elemen budaya diintegrasikan secara terencana ke dalam promosi wilayah, reputasi destinasi akan meningkat dan memicu efek domino bagi pelaku usaha kreatif lokal. Seperti salah satu kajian pariwisata di Korea Selatan, integrasi komponen warisan budaya secara strategis ke dalam bauran pemasaran memiliki dampak luar biasa dalam membentuk citra merek destinasi serta memperkaya pengalaman spiritual dan kultural para wisatawan.

Pada akhirnya, tantangan terbesar dari implementasi strategi ini terletak pada manajemen keseimbangan agar komersialisasi tidak merusak keaslian budaya asli lokal. Pentingnya menavigasi benturan antara kepentingan komersial industri pariwisata dengan keharusan absolut menjaga integritas serta otentisitas budaya. Untuk mengantisipasi distorsi nilai tersebut, keterlibatan aktif komunitas lokal dan penerapan pariwisata bertanggung jawab menjadi pilar penyangga utama. Melalui integrasi yang apik antara preservasi budaya, inovasi teknologi, dan pengelolaan branding yang kuat, pariwisata tidak sekadar mendongkrak ekonomi kreatif tetapi juga menjamin lestarnya peradaban lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam Samsara Living Museum sebagai prototipe ekonomi kreatif pariwisata berbasis preservasi budaya di Karangasem, Bali. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menelaah secara komprehensif konteks sosial, praktik pengelolaan, strategi komunikasi, dan relasi kelembagaan yang membentuk Samsara sebagai ruang pelestarian budaya hidup sekaligus pengembangan ekonomi kreatif. Sumber data primer diperoleh dari tiga informan kunci, yaitu pendiri, pengelola, dan pemandu wisata yang juga merupakan warga lokal Desa Jungutan, yang dipilih secara purposive karena posisi strategis, pengetahuan relevan, dan keterlibatan langsung mereka dalam pengelolaan destinasi dan dinamika sosial-budaya di sekitarnya.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi langsung di lokasi, penelusuran media sosial resmi Samsara Living Museum, serta studi dokumen. Wawancara digunakan untuk menggali perspektif, strategi, dan pengalaman para informan terkait upaya preservasi budaya dan pengembangan ekonomi kreatif; observasi untuk memahami kondisi fisik, aktivitas, dan pola interaksi; penelusuran media sosial untuk melihat strategi komunikasi, representasi identitas destinasi, dan pola keterlibatan publik; sementara studi dokumen memperkuat temuan melalui arsip dan publikasi pendukung. Validitas data dijaga melalui triangulasi antara wawancara, observasi, media sosial, dan dokumen, sedangkan analisis dilakukan secara tematik melalui reduksi data, kategorisasi, penyajian, dan penarikan kesimpulan dengan fokus pada tema-tema preservasi budaya, ekonomi kreatif berbasis tradisi, keberlanjutan, dan destination branding yang dijalankan Samsara Living Museum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini menyajikan temuan penelitian mengenai Samsara Living Museum sebagai prototipe pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis komunitas lokal di Desa Jungutan, Karangasem, Bali. Analisis disusun dengan mengintegrasikan data dari wawancara mendalam dengan pendiri, pengelola, dan pemandu wisata, hasil observasi langsung di lokasi, serta penelusuran terhadap jejak digital Samsara melalui media sosial dan pemberitaan daring serta dokumen terkait. Temuan-temuan tersebut kemudian dibaca secara kritis menggunakan kerangka teori living museum, community-based tourism, ekonomi kreatif berbasis preservasi budaya, dan tourism destination branding yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya. Melalui pendekatan ini, pembahasan tidak hanya menggambarkan praktik-praktik yang berlangsung di Samsara, tetapi juga menelaah bagaimana praktik tersebut merepresentasikan, menegosiasikan, sekaligus menguji konsep-konsep teoretis tentang pelestarian budaya hidup, pemberdayaan komunitas, prototipe ekonomi kreatif, dan strategi penguatan citra destinasi.

Samsara Living Museum Sebagai Ruang Pelestarian Intangible Heritage

Konsep living museum di Samsara Living Museum terwujud melalui serangkaian praktik adat, ritual, pengetahuan lontar, dan aktivitas harian masyarakat yang dijalankan sebagaimana adanya, bukan dikonstruksi sebagai tontonan lepas dari konteks sosialnya. Dalam wawancara, pendiri menegaskan bahwa diferensiasi utama Samsara bukan pada klaim keunggulan dibanding museum lain, tetapi pada keberpihakan untuk menangkap kekayaan aset budaya takbenda yaitu adat, tradisi, pengetahuan lokal, seni, dan pola hidup masyarakat Bali yang selama ini kurang terakomodasi dalam model museum konvensional yang lebih menonjolkan benda-benda koleksi material. Kehidupan masyarakat Bali sehari-hari disebut sebagai sesuatu yang sudah sangat bernilai namun sering tidak disadari karena terus-menerus dipraktikkan, sehingga diperlukan ruang yang nyaman untuk bereksresi dan memupuk kembali kekayaan intangible tersebut; ruang inilah yang ingin diwujudkan oleh Samsara sebagai “museum kehidupan”, yang secara operasional dijalankan melalui pengemasan pengalaman berfokus pada siklus hidup manusia Bali dari masa kandungan, kelahiran, masa kanak-kanak, dewasa, hingga kematian yang ditampilkan melalui kombinasi visual, benda adat, dan penjelasan lisan, serta aktivitas seperti menumbuk padi, meracik jamu, membaca lontar, menyiapkan banten, dan berpartisipasi dalam kesenian vokal genjek.



Gambar 1. Kegiatan Wawancara Bersama Pengelola Samsara Living Museum

Dari perspektif pemandu wisata yang merupakan warga lokal Desa Jungutan, Samsara dipahami bukan hanya sebagai tempat kerja, tetapi sebagai ruang belajar dan berbagi pengetahuan tentang kehidupan Bali kepada orang luar sekaligus generasi muda desa. Visualisasi siklus hidup manusia Bali dalam bentuk narasi, gambar, dan praktik

langsung dinilai memudahkan anak-anak dan remaja baik dari desa maupun dari luar memahami kembali rangkaian upacara Manusa Yadnya secara utuh, mulai dari kehamilan, kelahiran, transisi menuju dewasa, hingga prosesi kematian dan penyucian roh yang sebelumnya hanya mereka kenal secara terpisah dari pengalaman keluarga. Mereka juga menekankan pentingnya konservasi tanaman upakara yang mencakup puluhan hingga ratusan jenis tanaman untuk berbagai ritual, karena membantu menjaga pengetahuan ekologis yang menyatu dengan sistem upacara sekaligus menyediakan sumber daya bagi masyarakat; dengan demikian, bagi pemandu lokal, Samsara menjadi ruang untuk merawat memori kolektif dan pengetahuan ritual sebagai inti identitas budaya, sekaligus memberi mereka peran aktif sebagai penyambung pengetahuan tersebut kepada pengunjung.

Hasil observasi lapangan memperkuat gambaran Samsara sebagai living museum yang menempatkan praktik hidup sebagai pusat pengalaman, terlihat dari ritus sederhana saat memasuki area (pencucian tangan dengan air kendi, pengasapan dengan kemenyan, pemakaian kain dan udeng), aktivitas ibu-ibu menumbuk padi dengan lesung yang benar-benar terkait sejarah agraris desa, bale pembacaan lontar, dapur tradisional berbahan bakar kayu, dan area konservasi tanaman upakara yang menunjukkan bahwa yang dipelihara adalah relasi hidup antara manusia, pengetahuan, dan lingkungan. Penelusuran media sosial resmi Samsara menunjukkan konsistensi dengan praktik di lapangan: konten lebih banyak menampilkan potongan narasi lontar, penjelasan makna upacara dan simbol ritual, dokumentasi warga yang terlibat dalam kegiatan budaya, serta kolaborasi pelestarian lontar dengan berbagai institusi, ketimbang promosi paket wisata secara hard selling; beberapa unggahan menyoroti pameran lontar, penjelasan filosofi Tri Hita Karana, dan dokumentasi delegasi internasional yang diajak ikut praktik ritual dan kesenian.

Berbagai produk olahan lokal dan kerajinan yang berakar pada tradisi juga dimasukkan ke dalam ekosistem ekonomi kreatif Samsara Living Museum. Kekuatan desa seperti pembuatan arak tradisional diangkat melalui workshop dan penjualan arak yang dikemas lebih bertanggung jawab, bahkan pernah menjadi official merchandise dalam perhelatan G20 di Bali, sementara produk komunitas lain seperti madu, gula, dan aneka olahan dikemas di bawah payung Samsara agar warga tidak berhenti sebagai pemasok bahan mentah, tetapi ikut menikmati nilai tambah pada tahap branding dan pemasaran. Pemandu wisata merasakan bahwa setelah kunjungan, wisatawan tidak hanya membeli produk di area museum, tetapi juga mendatangi warung dan kebun, mencicipi kuliner rumahan atau membeli hasil kebun dan kerajinan kecil, sehingga alur ekonomi menyebar ke masyarakat seperti petani, perajin, seniman, pemilik homestay, dan pelaku UMKM lainnya, dan menjadikan Samsara Living Museum sebagai simpul yang menghubungkan tradisi, kreativitas, dan sirkulasi ekonomi desa.



Gambar 2. Kegiatan Wawancara dan Penjelasan Tentang Konsep The Circle of Balinese Life Bersama Pemandu Wisata



Gambar 3. Mengunjungi Area Produksi Arak & Gula Di Samsara Living Museum

Tradisi di Samsara Living Museum tidak diubah menjadi atraksi lepas konteks demi mengejar nilai ekonomi; sebaliknya, nilai ekonomi dilekatkan pada upaya menjaga keaslian praktik dan pengetahuan lokal. Pendiri menolak istilah atraksi pariwisata yang bersifat pseudo dan menegaskan bahwa aktivitas di Samsara Living Museum adalah kegiatan sehari-hari masyarakat yang dihadirkan apa adanya, sementara tugas pengelola adalah menata ruang dan narasi agar pengalaman dapat dipahami dan diapresiasi tanpa mengorbankan makna sosial dan spiritualnya. Pemandu lokal mengemukakan bahwa ketika pembacaan lontar, pembuatan arak, pembuatan sarana upacara, dan kesenian yang mulai jarang dipentaskan diberi ruang layak dan menghasilkan imbalan ekonomi yang pantas, generasi muda menjadi lebih tertarik untuk belajar dan terlibat karena tradisi tidak lagi dipandang sebagai aktivitas yang menghabiskan waktu tanpa balasan. Selain itu, observasi lapangan menunjukkan bahwa bentuk-bentuk ekonomi kreatif tetap dijalankan dalam kerangka nilai melalui bangunan tradisional, dapur kayu bakar, konservasi tanaman upakara, dan tata ruang upacara yang dipertahankan sebagai sistem hidup, sementara jejak digital Samsara Living Museum dengan konten yang menonjolkan siklus hidup Bali, pengetahuan lontar, konservasi tanaman upakara, serta kolaborasi seni dan pertanian berkelanjutan dan sangat minim hard selling, memperlihatkan bahwa ekonomi kreatif berjalan sebagai perpanjangan praktik budaya dan relasi ekologis yang sudah ada, selaras dengan konsep ekonomi kreatif berbasis preservasi budaya yang menguatkan keberlanjutan budaya, kemandirian komunitas, dan integritas lingkungan lokal.

Keberlanjutan Preservasi budaya Sebagai Dasar Praktik Ekonomi Kreatif Di Samsara Living Museum

Keberlanjutan di Samsara Living Museum tidak diposisikan sebagai label tambahan, tetapi menjadi dasar cara berpikir sekaligus pijakan praktik ekonomi kreatif yang dijalankan.

Dari wawancara, pendiri menegaskan bahwa tujuan utama Samsara Living Museum adalah preservasi dan konservasi budaya, sementara dimensi ekonomi termasuk pariwisata dan ekonomi kreatif yang dikawinkan agar gerakan pelestarian dapat bertahan dalam jangka panjang; keramaian atau jumlah pengunjung tidak dijadikan indikator utama keberhasilan karena orientasi pada crowd akan mendorong lahirnya wahana wisata massal, bukan model seperti Samsara Living Museum. Dengan demikian, keberlanjutan dimaknai sebagai kemampuan komunitas untuk terus menjalankan pelestarian budaya hidup seraya memenuhi kebutuhan ekonomi, tanpa harus memilih salah satu dan mengorbankan yang lain, dan prinsip ini tampak konkret dalam pengelolaan ruang fisik dan ekologis: arsitektur tradisional (tembok tanah, atap ilalang), penggunaan material lokal yang meminimalkan mobilitas dan limbah, serta komitmen pengurangan sampah (menghindari plastik dan menggantinya dengan bahan terdegradasi), sehingga aktivitas eduwisata, workshop, dan kolaborasi hospitality dibangun di atas lanskap yang ramah lingkungan.

Keberlanjutan sosial juga menjadi pertimbangan utama dalam praktik ekonomi kreatif Samsara Living Museum. Pembatasan kapasitas kunjungan khususnya untuk wisatawan individu dan kebijakan menutup kunjungan FIT (Free Independent Traveler) ketika ada grup besar merupakan usaha untuk menunjukkan kesediaan “mengorbankan” potensi pendapatan jangka pendek demi menjaga kualitas pengalaman, ketenangan desa, dan integritas relasi sosial antara tamu dan komunitas; pendiri menegaskan bahwa segmen minat khusus akan kecewa dan memberi ulasan negatif jika dihadapkan pada suasana yang terlalu ramai, yang bukan saja merusak reputasi jangka panjang, tetapi juga menggagalkan tujuan edukatif dan reflektif yang ingin dihadirkan. Strategi manajemen kunjungan ini sekaligus menjadi strategi keberlanjutan pasar, karena Samsara Living Museum memilih segmen kecil yang loyal dan apresiatif dan datang untuk belajar dan menghargai nilai, bukan konsumsi cepat

Dimensi keberlanjutan lain tampak dalam cara Samsara Living Museum mengelola branding, promosi, dan jejaring kerja sama. Pendiri secara terang menyebut bahwa mereka tidak menjual sebagai strategi penjualan: konten di media sosial bukan hard selling, melainkan pengetahuan lontar, nilai-nilai filosofis, dan dokumentasi kolaborasi yang relevan dengan keberlanjutan budaya dan lingkungan, sehingga pendapatan dan eksposur lebih banyak muncul dari word of mouth positif, ulasan organik, dan liputan media, bukan kampanye komersial besar-besaran. Dengan mengedepankan nilai dan kredibilitas, Samsara Living Museum membangun ekosistem ekonomi kreatif yang bertumpu pada kepercayaan dan kesesuaian nilai dengan mitra; misalnya hotel-hotel berbintang yang juga menonjolkan sustainability dan memesan kebutuhan operasional seperti bumbu dan bunga dari Samsara Living Museum sehingga mitra bukan hanya pelanggan, tetapi juga promotor yang menghadirkan kunjungan berkualitas dengan misi mendukung keberlanjutan. Dalam visi jangka panjang, pendiri berharap Samsara Living Museum menjadi prototipe yang menunjukkan bahwa model berbasis genuinitas, penghormatan terhadap seniman, dan pelestarian tradisi dapat hidup di wilayah pelosok tanpa investor besar, sekaligus menginspirasi lebih banyak desa mengembangkan ekonomi kreatif tanpa menjual murah budaya dan lingkungan; dalam kerangka ini, keberlanjutan tidak hanya memastikan Samsara Living Museum bertahan, tetapi juga mendorong meluasnya gerakan pelestarian dan ekonomi kreatif berakar lokal yang menjaga masa depan budaya Bali.

Strategi Destination Branding Samsara Living Museum Di Daerah Kawasan Rawan Bencana

Strategi destination branding Samsara Living Museum dibangun dengan menonjolkan narasi Museum Kehidupan dan The Circle of Balinese Life sebagai identitas utama destinasi di kawasan pelosok yang juga rawan bencana. Pendiri menegaskan bahwa Samsara Living Museum tidak diposisikan hanya sebagai objek wisata, melainkan prototipe pariwisata regeneratif berbasis budaya yang menjadikan siklus hidup manusia Bali dan praktik keseharian masyarakat sebagai inti cerita. Narasi ini kemudian dikapitalisasi sebagai brand essence yang konsisten muncul di berbagai kanal komunikasi, sehingga Samsara Living Museum dikenal sebagai tempat belajar kehidupan Bali dari lahir sampai matiarak, bukan sekadar spot foto pedesaan.

Secara taktis, pengelola mengandalkan kombinasi storytelling dan authenticity dengan menjadikan Instagram sebagai kanal utama untuk membangun citra dan kedekatan emosional dengan audiens. Platform ini dipilih karena dinilai cukup matang dari sisi keamanan, legitimasi publik, serta keseimbangan konten hiburan–edukasi, dan dirasakan nyaman untuk berbagi gagasan serta nilai, bukan sekadar berjualan. Konten yang dibagikan berfokus pada pengetahuan lontar, refleksi nilai, cuplikan ritual, dan dokumentasi aktivitas warga, sehingga feed Samsara Living Museum menyerupai jurnal hidup budaya Bali; alur cerita diatur agar pengikut “masuk” ke narasi siklus kehidupan mulai dari kelahiran, transisi dewasa, hingga kematian dan penyucian roh dengan penjelasan konteks sosial-religius, sementara pemandu wisata yang juga warga Jungutan kerap tampil sebagai narator yang menjelaskan makna upacara, praktik harian, atau konservasi tanaman upakara. Pendekatan ini sejalan dengan konsep tourism destination branding berbasis warisan budaya, di mana cerita yang kuat, autentik, dan disampaikan langsung oleh pelaku budaya mampu menciptakan emotional bonding yang lebih dalam antara destinasi dan wisatawan.



Gambar 4. Instagram Samsara Living Museum & Beberapa Unggahan Terkait Realita Kehidupan Masyarakat Bali

Diferensiasi destinasi menjadi pilar penting lainnya, terutama karena lokasi Samsara Living Museum yang jauh dari pusat keramaian dan berada di kawasan rawan bencana serta terbatas modal. Pendiri secara eksplisit memposisikan Samsara Living Museum sebagai bukti bahwa destinasi di wilayah semacam itu tetap dapat berkembang dengan mengandalkan kekuatan budaya dan komunitas, bukan infrastruktur dan hiburan buatan; posisi ini diperkuat oleh pengakuan eksternal, seperti apresiasi Wakil Menteri Pariwisata

pada Tahun pariwisata yang menyebut Samsara Living Museum sebagai prototipe pengembangan pariwisata regeneratif berbasis budaya dan solusi distribusi pariwisata berkelanjutan yang lebih inklusif di Karangasem. Secara praktis, pengelola memilih segmen pasar minat khusus yang menghargai keheningan, kedalaman pengetahuan, dan keberlanjutan tercermin dari pembatasan jumlah pengunjung, penutupan kunjungan FIT saat ada grup besar, dan minimnya promosi agresif serta memanfaatkan kerja sama dengan mitra bernilai serupa (hotel, resor, institusi budaya) sebagai strategi co branding yang menguatkan citra tanpa mengorbankan otentisitas. Di saat yang sama, pendiri menyadari risiko komersialisasi berlebihan dan menolak tekanan untuk menambah atraksi sekadar demi instagramable, sehingga keputusan komunikasi, pemilihan mitra, dan pengelolaan kapasitas secara konsisten diarahkan untuk menjaga keseimbangan antara visibilitas publik dan integritas budaya dan ekologi; dalam kerangka teori destination branding berbasis warisan budaya, Samsara Living Museum menjadi contoh bagaimana storytelling, authenticity, emotional bonding, dan diferensiasi dapat tumbuh dari lokasi yang secara fisik tidak ideal, selama narasi dijaga dan batas antara promosi dan komodifikasi dinavigasi dengan hati-hati.

Samsara Living Museum sebagai prototipe Ekonomi kreatif berbasis preservasi budaya

Samsara Living Museum mengembangkan ekonomi kreatif dengan menempatkan tradisi sebagai sumber utama penciptaan produk dan jasa, bukan sekadar latar dekoratif bagi pariwisata. Seluruh “hilir” ekonomi Samsara diawali dari penggalian literasi budaya berbasis naskah lontar dan praktik adat yang kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk pengalaman dan produk yang relevan dengan konteks kekinian. Paket pengalaman yang ditawarkan tidak berdiri di luar ritual dan aktivitas keseharian, melainkan menyertakan keterlibatan langsung pengunjung dalam rangkaian siklus hidup manusia Bali antara lain belajar makna upacara dari lahir hingga meninggal, ikut menyiapkan sarana upacara, menumbuk padi di lesung, meracik jamu tradisional, hingga merasakan suasana kesenian vokal genjek sebagai bagian dari pergaulan sosial, sehingga pengalaman budaya hidup menjadi jasa pariwisata utama yang sekaligus menjadi sumber penghasilan bagi warga sebagai pemandu, fasilitator ritual, juru masak, dan seniman lokal.

KESIMPULAN

Samsara Living Museum di Desa Jungutan, Karangasem, terbukti menjadi prototipe ekonomi kreatif pariwisata berbasis preservasi budaya dengan menjadikan warisan budaya takbenda yaitu adat, ritual, pengetahuan lontar, seni, dan praktik hidup sehari-hari sebagai fondasi utama pengelolaan destinasi. Praktik living museum yang diusung Samsara tidak hanya menjaga keberlanjutan tradisi, tetapi juga mengubahnya menjadi pengalaman edukatif yang bermakna bagi pengunjung, sekaligus ruang belajar bagi generasi muda desa untuk merawat memori kolektif dan identitas budaya mereka.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa desain ekonomi kreatif di Samsara Living Museum berangkat dari tradisi yang dijalankan sebagaimana adanya, kemudian dikemas menjadi paket pengalaman dan produk lokal yang memberi nilai tambah ekonomi langsung kepada rumah tangga warga tanpa mengorbankan keaslian praktik budaya dan hubungan ekologis dengan Desa Jungutan. Orientasi keberlanjutan tampak dalam pilihan arsitektur

tradisional, penggunaan material lokal, pengurangan sampah, pengaturan kapasitas kunjungan, serta seleksi mitra yang berbagi nilai keberlanjutan, sehingga dimensi ekonomi senantiasa dilekatkan pada tujuan pelestarian budaya dan perlindungan lingkungan.

Dari sisi penguatan citra destinasi, Samsara Living Museum mengembangkan strategi destination branding yang bertumpu pada narasi museum kehidupan dan The Circle of Balinese Life melalui storytelling yang autentik, penggunaan media sosial yang edukatif, dan jejaring kerja sama dengan institusi yang sejalan, sehingga mampu membangun ikatan emosional kuat dengan wisatawan sekaligus memperkuat posisi Karangasem sebagai laboratorium pariwisata regeneratif di kawasan pinggiran. Dengan demikian, Samsara Living Museum dapat dipahami sebagai contoh penting bagaimana preservasi budaya, ekonomi kreatif, keberlanjutan, dan penguatan citra destinasi dapat diintegrasikan secara saling menguatkan, serta layak dijadikan rujukan bagi pengembangan model serupa di wilayah lain yang memiliki karakter tantangan dan potensi budaya sejenis.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pendiri, pengelola, dan seluruh pemandu Samsara Living Museum di Desa Jungutan, Karangasem, yang telah membuka ruang dialog, berbagi pengetahuan, serta memfasilitasi proses observasi lapangan dan dokumentasi sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi yang sama disampaikan kepada masyarakat Desa Jungutan yang dengan rendah hati mengizinkan praktik budaya dan kehidupan sehari-hari mereka dipelajari dan didokumentasikan sebagai bagian dari upaya pengembangan ilmu pengetahuan mengenai preservasi budaya dan ekonomi kreatif. Penulis juga berterima kasih kepada berbagai pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan, masukan, dan bantuan selama proses pengumpulan data dan penyusunan artikel ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Jessica Aquino, Rhonda Phillips, and Hee Kyung Sung. "Tourism, Culture, and the Creative Industries: Reviving Distressed Neighborhoods with Arts-Based Community Tourism." *Tourism Culture & Communication*, 2012, 5–18.
- [2] Roberta Capello, Silvia Cerisola, and Giovanni Perucca. "Cultural heritage, creativity, and local development: A scientific research program." *Research for Development*, Springer, 2020, 11–19.
- [3] Francesca Cominelli and Xavier Greffe. "Intangible cultural heritage: Safeguarding for creativity." *City, Culture and Society*, Elsevier, 2012, 245–50.
- [4] Marcus Curcija, Noreen Breakey, and Sally Driml. "Development of a conflict management model as a tool for improved project outcomes in community based tourism." *Tourism Management*, Pergamon, 2019, 341–54.
- [5] Rut Irmawati Gultom, April Marbun, Suminta Simatupang, et al. "Community-Based Tourism Destination Management: A Conceptual Analysis through a Literature Review." 2024, 201–9.
- [6] Isdarmanto Isdarmanto, Dwiyono Rudi Susanto, Dyah Wahyuning Tyas, Sumiyar Mahanani, and Farah Diana Djamil. "ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES THROUGH THE UNIQUENESS OF YOGYA'S HERITAGE, CULTURES, AND CULINARY PRODUCTS AS AN ASSET OF BRANDING TOWARDS TOURISM DEVELOPMENT IN YOGYAKARTA

-
- SPECIAL REGENCY." Pringgitan, 2021, 47–72.
- [7] Loso Judijanto IPOSS Jakarta Corresponding Author and Loso Judijanto. "Inclusive and Sustainable Growth Through Culture-Based and Creative Economy Tourism: A Review." *Multitech Journal of Science and Technology*, 2025, 667–88.
- [8] Dimitrios Kalfas, Stavros Kalogiannidis, Vasilios Ambas, and Fotios Chatzitheodoridis. "Contribution of the Cultural and Creative Industries to Regional Development and Revitalization: A European Perspective." *Urban Science*, Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), 2024.
- [9] Divyajit Kumar and Sampada Kumar Swain. "A SYSTEMATIC REVIEW OF HERITAGE TOURISM BRANDING STRATEGIES: TRENDS, CHALLENGES, AND OPPORTUNITIES." *International Journal of Professional Business Review*, Conselho Nacional de Pesquisa e Pos-Graduacao em Direito - CONPEDI, 2025, e05506.
- [10] Sisi Liang and Qingfang Wang. "Cultural and Creative Industries and Urban (Re)Development in China." *Journal of Planning Literature*, SAGE PublicationsSage CA: Los Angeles, CA, 2020, 54–70.
- [11] Brian Long. "International Cultural Tourism Charter Managing Tourism at Places of Heritage Significance (1999)." *Encyclopedia of Global Archaeology*, Springer, Cham, 2020, 5877–81.
- [12] Sandra Maria Correia Loureiro, Amr Al-Ansi, Hyungseo Bobby Ryu, Antonio Ariza-Montes, and Heesup Han. "Culture, heritage looting, and tourism: A text mining review approach." *Frontiers in Psychology*, Frontiers Media S.A., 2022.
- [13] Sevasti Malisiova and Stella Kostopoulou. "Synergies of Cultural–Creative Industries and Development in Peripheral Areas: Networking, Social Capital, and Place." *Heritage*, Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI), 2024, 4500–4519.
- [14] Malliga MARIMUTHU, Retno DEWANTI, and Wisnu Bawa TARUNAJAYA. "Community-Based Tourism and Creative Economy." *Iccd*, 2021, 48–51.
- [15] Daniel H. Mutibwa. "The (Un)Changing Political Economy of Arts, Cultural and Community Engagement, the Creative Economy and Place-Based Development during Austere Times." *Societies*, MDPI, 2022.
- [16] Maryam Pourzakarya and Somayeh Fadaei Nezhad Bahramjerdi. "Reviewing the role of cultural and creative industries in developing an urban cultural policy platform in Rasht city, Iran." *Journal of Place Management and Development*, Emerald Publishing, 2022, 145–62.
- [17] Sang Putu and Eka Pertama. "Peran Samsara Living Museum Karangasem Dalam Pariwisata Berkelanjutan."
- [18] Cheon Meeyoung Son, Choi S Soon, and Kim K Sok-yong. "Exploring the Impact of Cultural Heritage on Destination Branding and Tourist Experiences: Perspective from South Korea." *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2023, 1–10.
- [19] Nguyen Thi Thuyet. "Factors affecting the development of heritage tourism: research and development of some models." *Revista de Gestão e Secretariado*, South Florida Publishing LLC, 2023, 18924–48.
- [20] Made Mutiara Putri Udayani, Putu Eka Wirawan, and I Gede Krisna Yoga Putra Pratama. "DEVELOPMENT OF LIVING MUSEUM AND STORYNOMIC TOURISM BASED ON TRI HITA KARANA IN KABA-KABA VILLAGE, TABANAN BALI." *Journal of Business on*
-

- Hospitality and Tourism, 2021, 304–11.
- [21] Ruiyu Yin. "Case Study and Applications: Design and Methods (6th ed.)." Theory and Methods of Metallurgical Process Integration, 2016, 179–272.
- [22] "Apurva Kempinski Bali dan Samsara Living Museum Lestarkan Seni Lontar Melalui Pameran - TIMES Indonesia."
- [23] "Arak Bali Official Merchandise G20 dari Sini, nih!"
- [24] "Belajar Ritual Lahir, Hidup, dan Mati Manusia Bali di Samsara Living Museum."
- [25] "Cara Samsara Living Museum Hidupkan Ekonomi Warga, Oleh-oleh sampai Homestay."
- [26] "Learning From Samsara Living Museum Bali: 'So Natural Without Plastic' - GoWest.ID."
- [27] "NUSABALI.com - Museum Samsara Tampilkan Siklus Kehidupan."
- [28] "Usung Pertanian Berkelanjutan, Resor Mewah di Bali Sajikan Tamu dari Hasil Taman Hidroponik."
- [29] "Wamenpar Apresiasi Samsara Living Museum Hadirkan Prototipe Pengembangan Pariwisata Regeneratif di Bali - Bali Satu Berita."

HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN