

# Peran Ekosistem Kebudayaan Sebagai *Branding* Pariwisata Budaya di Kawasan Cagar Budaya Nasional Trowulan

Lauhil Fatihah<sup>1</sup>, Purnawan Basundoro<sup>2</sup>  
Universitas Airlangga, [fatihahlauhil@gmail.com](mailto:fatihahlauhil@gmail.com)<sup>1</sup>  
Universitas Airlangga, [pbasundoro@fib.unair.ac.id](mailto:pbasundoro@fib.unair.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Pariwisata di KCBN Trowulan merupakan upaya pemanfaatan warisan budaya yang menggabungkan pelestarian tinggalan arkeologis dengan pengembangan wisata berbasis sejarah dan kebudayaan Majapahit. Meskipun memiliki potensi budaya yang besar, pembentukan *branding* pariwisata budaya di kawasan ini masih belum optimal karena peran ekosistem kebudayaan belum teridentifikasi secara komprehensif sebagai dasar pembentukan identitas destinasi. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana unsur biotik dan abiotik dalam masyarakat turt berkontribusi dalam memperkuat *branding* KCBN Trowulan sebagai destinasi budaya. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan mengenai bagaimana ekosistem kebudayaan membentuk *branding* pariwisata budaya di kawasan ini. Penelitian ini menggunakan data primer dari observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku budaya, komunitas lokal, serta instansi pemerintah. Data sekunder diperoleh melalui dokumen resmi, regulasi, dan publikasi ilmiah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk melihat keterkaitan antara ekosistem kebudayaan dan *branding* pariwisata. Validitas data diperkuat dengan triangulasi sumber dan metode, sementara hasil disajikan secara naratif dan tematik sebelum dirumuskan kesimpulannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekosistem kebudayaan memiliki peran signifikan dalam membentuk *branding* pariwisata budaya yang autentik melalui penguatan narasi Majapahit, pelestarian objek pemajuan kebudayaan, dan pemanfaatan cagar budaya sebagai daya tarik utama. Penelitian ini terbatas pada kajian di KCBN Trowulan dengan pendekatan kualitatif sehingga belum dapat digeneralisasikan. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan dan menggunakan metode campuran.

**Kata Kunci:** pariwisata budaya, ekosistem kebudayaan, *branding*, KCBN Trowulan

## ABSTRACT

*Tourism in KCBN Trowulan is an effort to utilize cultural heritage that combines the preservation of archaeological remains with the development of tourism based on the history and culture of Majapahit. Despite its great cultural potential, the formation of cultural tourism branding in this region is still not optimal because the role of the cultural ecosystem has not been comprehensively identified as the basis for forming the identity of the destination. This gap indicates the need for a deeper understanding of how biotic and abiotic elements in turtle communities contribute to strengthening the branding of KCBN Trowulan as a cultural destination. Based on these conditions, this study formulates questions about how the cultural ecosystem shapes cultural tourism branding in this region. This study uses primary data from field observations and interviews with cultural actors, local communities, and government agencies. Secondary data was obtained through official documents, regulations, and scientific publications. Data collection was carried out through observation, interviews, and documentation studies. Data analysis in this study was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing to see the relationship between the cultural ecosystem and tourism branding. The validity of the data was strengthened by triangulating sources and methods, while the results were presented narratively and thematically before conclusions were formulated. The results of the study show that the cultural ecosystem plays a significant role in shaping authentic cultural tourism branding through the strengthening of the Majapahit narrative, the preservation of cultural advancement objects, and the utilization of cultural heritage Sites as the main attractions. This study is limited to a qualitative*

*approach at KCBN Trowulan and therefore cannot be generalized. Further research should expand the scope and use a mixed-method approach.*

**Keywords:** *cultural tourism, cultural ecosystem, branding, KCBN Trowulan*

*Naskah diterima: 11 Juli 2025, direvisi: 10 Maret 2026, diterbitkan: 12 Maret 2026*

*DOI: <https://doi.org/10.37253/altasia.v8i1.10983>*

## **PENDAHULUAN**

Trowulan telah ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya Nasional berdasarkan SK Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 260/M/2013, sehingga wilayah ini memperoleh perlindungan hukum sebagai area pelestarian warisan budaya (Fatimah & Riyanto, 2025a). Potensi pariwisata menjadi tiga, yakni potensi alam, budaya, dan manusia (Kiswanto, et al., dalam Anendra, et al., 2021), sehingga dalam hal ini KCBN Trowulan memiliki kekuatan utama pada potensi budaya. Kawasan tersebut kini dimanfaatkan luas sebagai destinasi wisata yang menonjolkan nilai-nilai budaya, dengan beragam situs cagar budaya yang menjadi daya tarik penting bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Sutikno et al., 2024).

Pariwisata budaya merupakan kegiatan wisata yang berfokus pada pengalaman sejarah, budaya, dan tradisi suatu tempat melalui berbagai bentuk seperti situs sejarah, desa budaya, museum, situs arkeologi, hingga kuliner dan seni tradisional. Beragam jenis pariwisata budaya tersebut menunjukkan luasnya warisan budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata sekaligus berperan penting dalam pelestarian budaya dan kearifan lokal suatu daerah (Noviyanti, 2025). Konsep ini menjadi payung bagi dua jenis aktivitas wisata, yaitu wisata berbasis peninggalan budaya dan wisata berbasis budaya yang masih hidup (Ardiwidjaja, 2020). Pariwisata budaya tidak hanya memberikan pengalaman simbolik dan estetis bagi wisatawan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pembangunan ekonomi. Melalui kegiatan ini, tercipta berbagai peluang kerja, peningkatan pendapatan masyarakat setempat, dan pengembangan sektor ekonomi yang lebih beragam. Dalam konteks tersebut, pariwisata

budaya menjadi ruang interaksi antara nilai-nilai budaya dan kepentingan ekonomi, sehingga dapat membentuk hubungan saling menguntungkan antara upaya pelestarian budaya dan pertumbuhan ekonomi (Rizki & Ftriani, 2025).

Pariwisata berperan sebagai sarana yang mendukung pelestarian budaya sekaligus mendorong kreativitas serta perkembangan ekonomi masyarakat lokal. Dalam hal ini, pengembangan kebudayaan menjadi penting untuk menjaga dan melestarikan nilai-nilai sejarah yang ada. Hal tersebut berkaitan dengan KCBN Trowulan sebagai kawasan bersejarah yang merepresentasikan kejayaan Kerajaan Majapahit pada masa lampau. Partisipasi masyarakat dalam pariwisata juga memperkuat identitas budaya dan meningkatkan kebanggaan terhadap warisan lokal (Hidajat, 2025), sehingga dengan kekayaan sejarah dan budaya yang dimiliki, KCBN Trowulan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi unggulan pariwisata budaya.

Strategi *branding* destinasi merupakan elemen penting dalam persaingan pariwisata karena tidak hanya berfungsi sebagai promosi, tetapi juga membentuk identitas khas yang membedakan suatu tempat dari destinasi lain (Ramadan, 2025). *Branding* pariwisata tidak sekadar menciptakan logo atau slogan, melainkan proses menyusun identitas yang autentik dan mampu terhubung dengan wisatawan maupun masyarakat lokal (Kurniawati, 2025), sehingga *branding* destinasi merupakan langkah strategis untuk membangun citra unik yang menonjolkan karakter suatu daerah, baik dari aspek alam, budaya, maupun daya tarik lainnya (Prianka, 2025).

Pendekatan ekosistem kebudayaan relevan untuk pengembangan pariwisata budaya karena memandang budaya sebagai sistem hidup yang terus berkembang. Konsep ini tidak hanya mendukung pelestarian, tetapi juga membangun narasi *branding* yang utuh dan berakar pada nilai lokal, sehingga dengan menerapkan ekosistem kebudayaan dalam strategi *branding*, KCBN Trowulan berpotensi menjadi destinasi budaya yang bukan hanya menarik secara visual, tetapi juga menawarkan pengalaman yang lebih variatif dan bermakna bagi wisatawan.

Terdapat sejumlah penelitian sebelumnya yang mengkaji mengenai peran kebudayaan sebagai *branding* pariwisata di KCBN Trowulan yang memberikan gambaran awal mengenai dinamika pariwisata budaya di kawasan tersebut, yaitu (Abdulloh & Indrojarwo, 2020) menunjukkan bahwa rancangan *branding* Trowulan telah mencerminkan nilai budaya, serta sesuai dengan segmentasi audiens, sehingga memiliki potensi besar sebagai destinasi unggulan dengan dukungan media digital. Sementara itu, (Laila et al., 2022) menjelaskan bahwa bahwa kualitas layanan wisata di Kawasan Cagar Budaya Nasional Trowulan masih belum memenuhi kepuasan pengunjung, sehingga diperlukan adanya upaya peningkatan daya tarik wisata serta perbaikan fasilitas, pelayanan, dan infrastruktur pendukung agar kualitas pengalaman wisatawan dapat meningkat. (Basundoro et al., 2024) menegaskan bahwa perlu adanya sinergi antara cagar budaya dan objek pemajuan kebudayaan demi pariwisata berkelanjutan melalui penguatan ekosistem kebudayaan. (Nurlaela et al., 2024) membahas mengenai bagaimana pengembangan sektor pariwisata di Kecamatan Trowulan belum berjalan secara maksimal, terutama akibat keterbatasan penunjuk arah serta belum terintegrasinya antar destinasi wisata. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan jalur wisata budaya yang terpadu guna memudahkan mobilitas wisatawan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. (Yunus & Yuwita, 2024) menjelaskan bahwa

implementasi revitalisasi komunikasi pembangunan berkelanjutan berperan penting dalam pengembangan pariwisata dan *branding Cultural Heritage Trail* di Desa Trowulan. Keberhasilannya dipengaruhi oleh koordinasi komunikasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku pariwisata dalam upaya pelestarian budaya serta pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Penelitian-penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada pelestarian budaya, perancangan strategi *branding*, serta bentuk kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam membangun citra pariwisata budaya Trowulan, namun masih belum ada kajian yang secara menyeluruh menelaah bagaimana ekosistem kebudayaan berperan dalam membentuk dan memperkuat *branding* destinasi pariwisata budaya di KCBN Trowulan. Padahal, pendekatan ekosistem kebudayaan berpotensi memberikan perspektif yang lebih integratif antara pelestarian warisan budaya dan strategi promosi pariwisata, sehingga penelitian ini diperlukan untuk mengisi *gap* tersebut sekaligus menawarkan kerangka baru bagi pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan dan berakar pada nilai-nilai lokal.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami bagaimana ekosistem kebudayaan berkontribusi dalam pembentukan *branding* pariwisata budaya di KCBN Trowulan. Permasalahan yang dikaji mencakup karakteristik ekosistem kebudayaan yang berkembang di Trowulan, peran unsur-unsur budaya tersebut dalam membangun identitas destinasi, serta tantangan dan peluang dalam mengintegrasikan ekosistem kebudayaan ke dalam strategi *branding* pariwisata. Kajian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam ekosistem kebudayaan, termasuk aktor serta nilai-nilai lokal yang menjadi fondasinya, sekaligus menelaah sejauh mana unsur-unsur tersebut berkontribusi dalam memperkuat *branding* pariwisata budaya, Penelitian ini juga bermaksud merumuskan strategi yang relevan dengan karakteristik kawasan, sehingga

melalui analisis tersebut. Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika ekosistem kebudayaan di KCBN Trowulan, mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi proses pembentukan *branding* berbasis budaya, serta menghasilkan rekomendasi untuk mendukung pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan dan berakar pada pelestarian warisan budaya lokal.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### ***Branding***

Merek memiliki peran penting dalam pemasaran dan berbeda dengan produk. Produk dapat dengan mudah ditiru, sedangkan merek memiliki keunikan yang berkaitan dengan persepsi konsumen (Neissya et al., 2022). *Branding* dipahami sebagai proses strategis untuk membangun loyalitas konsumen, memenangkan persaingan pasar, dan memperkuat posisi organisasi dalam menjangkau audiens yang lebih luas (Daga, 2024). Menurut (Jones, 2022), *branding* merupakan upaya menciptakan kesan yang konsisten dan kuat pada pelanggan terkait kualitas, posisi pasar, maupun identitas perusahaan (Wibowo & Ayuningtyas, 2025). (Miller, 2020) menegaskan bahwa *branding* berpengaruh langsung terhadap bagaimana konsumen merasakan, memaknai, dan menilai sebuah merek. Dalam sektor pariwisata, *branding* tidak hanya berkaitan dengan nama atau elemen visual destinasi, tetapi juga mencakup pembentukan pengalaman, penyampaian nilai-nilai, serta pembangunan citra yang mampu meninggalkan kesan emosional pada wisatawan. Tujuan utama *branding* pariwisata adalah menghasilkan identitas khas yang membedakan suatu destinasi dari tempat lainnya, sehingga mudah dikenali, dipercaya, dan menarik bagi pengunjung, sehingga strategi *branding* harus mampu menonjolkan keunikan budaya, kekayaan sejarah, daya tarik alam, dan karakter lokal yang menjadi ciri pembeda destinasi.

### **Ekosistem Kebudayaan**

Ekosistem adalah kesatuan lingkungan yang tersusun dari unsur biotik dan abiotik yang saling berhubungan serta memengaruhi satu sama lain. Ekosistem merupakan sistem ekologis tempat organisme hidup dan lingkungannya berinteraksi sebagai satu kesatuan. Interaksi ini menciptakan keseimbangan dinamis yang penting bagi kelangsungan kehidupan (Fadillah et al., 2025). Ekosistem berfungsi menjaga keterkaitan antarkomponen lingkungan, di mana ketika hubungan ini diabaikan, keutuhan ekosistem dapat terganggu (Salim, 2000). Interaksi antara komponen biotik dan abiotik membentuk struktur dan fungsi ekosistem (Sirajuddin, 2025).

Ekosistem kebudayaan merupakan sistem ekologis yang memuat relasi saling bergantung antara budaya berwujud (cagar budaya) dan budaya tak berwujud (objek pemajuan kebudayaan) dalam suatu wilayah. Pada KCBN Trowulan, ekosistem kebudayaan ini tersusun atas dua komponen utama, yaitu unsur abiotik dan biotik, yang bersama-sama membentuk variabilitas budaya (Basundoro et al., 2024). Variabilitas tersebut menunjukkan bahwa kebudayaan selalu terikat dengan lingkungan yang melingkupinya, di mana setiap kelompok masyarakat hidup dan berkembang dalam ekosistem budaya yang memengaruhi dan sekaligus dipengaruhi oleh aktivitas mereka.

### **Kawasan Cagar Budaya Nasional**

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2011 menyatakan bahwa kawasan cagar budaya merupakan ruang geografis yang mencakup minimal dua situs yang berdekatan atau memiliki pola tata ruang khas, dengan klasifikasi peringkat nasional, provinsi, dan kabupaten/kota (Fatimah & Riyanto, 2025b). Melalui SK Mendikbudristek Nomor 140/M/2023, Trowulan kembali ditegaskan sebagai kawasan cagar budaya nasional dalam menindaklanjuti keputusan tahun 2013 dengan penetapan sistem zonasi untuk melindungi tinggalan Majapahit yang rentan terhadap ancaman alam maupun manusia (Fatimah et al., 2024).

KCBN Trowulan saat ini dimanfaatkan sebagai destinasi wisata budaya yang menarik wisatawan lokal maupun mancanegara (Sutikno et al., 2024). Sebagai bekas pusat Kerajaan Majapahit, kawasan ini tidak hanya menyimpan situs-situs arkeologis, tetapi juga nilai budaya, tradisi, dan pengetahuan lokal. Pengembangan pariwisatanya menekankan konservasi dan edukasi, dengan melibatkan masyarakat dalam pelestarian warisan budaya. Pendekatan tersebut memungkinkan wisatawan memperoleh pengalaman yang lebih variatif, sekaligus mendukung keberlanjutan budaya Majapahit.

### **Pariwisata Budaya**

Pariwisata budaya merupakan bentuk kegiatan wisata yang menjadikan unsur budaya sebagai objek utama, sehingga aktivitas wisatanya berfokus pada pengenalan, pemahaman, dan apresiasi terhadap budaya suatu daerah (Suprman & Muzakir, 2023). Secara konseptual, pariwisata budaya dipahami sebagai model pengembangan wisata yang berbasis pada sumber daya budaya dengan tujuan mendukung pelestarian budaya dan lingkungannya melalui partisipasi masyarakat serta pemanfaatan berkelanjutan potensi budaya sebagai daya tarik wisata untuk meningkatkan kesejahteraan lokal (Ardiwidjaja, 2020), sehingga perjalanan dan kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk menambah wawasan dengan mengenal kehidupan masyarakat, tradisi, adat istiadat, serta berbagai bentuk seni dan budaya di suatu daerah. Aktivitas ini sering kali disertai dengan keterlibatan dalam kegiatan budaya seperti pertunjukan seni, ritual keagamaan, maupun kunjungan ke situs-situs bersejarah (Nugraheni & Aliyah, 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan di KCBN Trowulan, terutama di Kecamatan Trowulan. Lokasi ini dipilih karena memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi dan telah menjadi pusat pengembangan ekosistem kebudayaan dan pariwisata berbasis warisan budaya yang ada di kawasan tersebut. Keberadaan berbagai Cagar Budaya dan

Objek Pemajuan Kebudayaan yang terkonsentrasi di Kecamatan Trowulan menjadikan lokasi tersebut menjadi ruang hidup kebudayaan yang dinamis, sehingga relevan untuk diteliti dalam konteks pengembangan pariwisata berbasis ekosistem kebudayaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana ekosistem kebudayaan di KCBN Trowulan berperan dalam membentuk dan memperkuat *branding* pariwisata budaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji peran ekosistem kebudayaan dalam membentuk *branding* pariwisata budaya di KCBN Trowulan. Pemilihan pendekatan ini bertujuan untuk memahami dinamika, makna, dan hubungan antarkomponen budaya yang berlangsung di kawasan tersebut. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap pelaku budaya, komunitas lokal, dan instansi pemerintah terkait. Data sekunder dikumpulkan dari dokumen resmi, laporan penelitian, regulasi cagar budaya, regulasi objek pemajuan kebudayaan dan publikasi ilmiah. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Cholily et al., 2025) untuk mengidentifikasi pola hubungan antara ekosistem kebudayaan dan *branding* pariwisata. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode untuk memastikan akurasi dan kredibilitas temuan penelitian. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data dalam bentuk naratif dan matriks tematik. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menyimpulkan pola dan makna mengenai peran ekosistem kebudayaan dalam *branding* pariwisata budaya di KCBN Trowulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Ekosistem Kebudayaan di Kawasan Cagar Budaya Nasional Trowulan**

Lingkungan budaya adalah ruang kehidupan masyarakat yang terbentuk dari upaya memenuhi kebutuhan hidup dan proses pembangunannya, yang dipengaruhi oleh pola pikir serta aktivitas budaya masyarakat sesuai dengan kebutuhannya (Hetharion, 2024). Lingkungan budaya berakar pada lingkungan alam dan tingkat budaya dari berbagai kelompok manusia (Irham, 2021). Manusia, lingkungan, dan kebudayaan membentuk relasi yang saling memengaruhi dan menjadi dasar keberlangsungan hidup manusia. Lingkungan menyediakan berbagai sumber yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup, baik yang bersifat fisik maupun nonfisik. Lingkungan fisik mencakup unsur alam dan buatan seperti air, tanah, udara, sungai, jalan, serta bangunan, sementara lingkungan nonfisik merujuk pada aspek sosial dan budaya yang tumbuh dalam masyarakat (Nafi'ah, 2020).

Ekosistem kebudayaan di Kawasan Cagar Budaya Nasional (KCBN) Trowulan merupakan suatu sistem yang terbentuk dari interaksi antara berbagai unsur, di mana komponen abiotiknya berupa cagar budaya berperan sebagai inti dari keberadaan objek pemajuan kebudayaan di kawasan tersebut. Komponen abiotik ini mencakup unsur budaya benda atau budaya tak hidup, seperti benda, struktur, bangunan, situs, dan kawasan yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya. Seperti halnya dalam ekosistem alam, ekosistem kebudayaan di KCBN Trowulan juga memiliki komponen biotik yang terdiri dari produsen, konsumen, dan dekomposer. Produsen dalam konteks ini adalah objek pemajuan kebudayaan yang berupa budaya tak benda atau budaya hidup, sedangkan konsumen adalah masyarakat umum yang menikmati dan mengapresiasi cagar budaya serta warisan budaya lainnya. Adapun dekomposer diwakili oleh regulasi atau kebijakan yang memegang peran vital dalam menjaga keseimbangan dan keberlanjutan ekosistem kebudayaan, layaknya organisme

yang mendukung kelangsungan hidup dalam rantai ekologi.

### **1. Pariwisata Cagar Budaya di Kawasan Cagar Budaya Nasional Trowulan**

Menurut Undang-Undang Republik Indoneisa Nomor 11 Tahun 2010 menjelaskan bahwa Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, struktur cagar budaya, situs cagar budaya, dan kawasan cagar budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan. Pada KCBN Trowulan seluruh cagar budaya yang terdapat pada kawasan tersebut telah memiliki kekuatan hukum yang tidak hanya menjadi bukti fisik kejayaan Kerajaan Majapahit, namun juga sebagai landasan yuridis dalam upaya perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan warisan budaya secara berkelanjutan. Status hukum tersebut memastikan bahwa setiap elemen cagar budaya, baik berupa benda, struktur, bangunan, situs, maupun kawasan mendapat pengawasan dan perlakuan yang sesuai dengan prinsip pelestarian, di mana selain sebagai simbol identitas nasional, keberadaan cagar budaya di KCBN Trowulan juga menjadi pijakan penting dalam membangun kesadaran kolektif masyarakat akan nilai sejarah dan budaya, serta mendorong partisipasi aktif dalam menjaga kelestariannya melalui pendidikan, kegiatan budaya, dan pengembangan pariwisata berbasis budaya.

KCBN Trowulan menawarkan peluang besar sebagai tujuan wisata berbasis sejarah dan budaya, di mana dahulu kawasan tersebut pernah menjadi pusat pemerintahan Kerajaan Majapahit, yang memiliki Cagar Budaya yang saat ini dimanfaatkan sebagai pariwisata,

yaitu seperti Candi Brahu, Candi Tikus, Gapura Bajang Ratu, Gapura Wringin Lawang, Situs Sentonorejo, Kolam Segaran, hingga Museum Majapahit yang tidak hanya memikat wisatawan dalam negeri tetapi juga turis asing. Situs-situs cagar budaya tersebut tidak hanya memberikan pembelajaran tentang masa keemasan Majapahit, namun juga menyajikan keindahan arsitektur yang artistik.

**Tabel 1.** Daftar Pariwisata Cagar Budaya di Kecamatan Trowulan

No	Nama Cagar Budaya	Kategori Cagar Budaya
1	Candi Brahu	Situs
2	Candi Gentong	Situs
3	Gapura Wringin Lawang	Situs
4	Gapura Bajang Ratu	Situs
5	Candi Tikus	Situs
6	Situs Sentonorejo	Situs
7	Candi Minak Jinggo	Situs
8	Makam Putri Champa	Situs
9	Situs Sentonorejo	Situs
10	Museum Majapahit	- Benda - Struktur

Sumber: (Fatimah, 2025)

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa terdapat beberapa situs yang dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai tujuan wisata budaya yang berupa tinggalan arkeologis dari masa Majapahit. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Antor Subendi, selaku Kepala Bidang Pariwisata, Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Mojokerto menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata di KCBN Trowulan, khususnya di Kecamatan Trowulan memang berfokus pada situs bersejarah yang kaya akan budaya Majapahit, sehingga pariwisata di kawasan tersebut memiliki peran yang sangat krusial

dalam membentuk identitas pariwisata budaya di Kabupaten Mojokerto.

Melalui pengelolaan cagar budaya yang terpadu, seperti penyediaan fasilitas memadai, tur berpemandu informatif, dan program interaktif, potensi pariwisata cagar budaya di KCBN Trowulan dapat semakin berkembang dengan adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat setempat dalam menjaga kelestarian cagar budaya sekaligus mempromosikannya secara kreatif akan memperkuat posisi KCBN Trowulan sebagai destinasi warisan budaya kelas dunia. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yanti Muda, selaku koordinator Museum Majapahit menjelaskan bahwa di Museum Majapahit telah disediakan tur berpemandu yang juga melayani untuk memandu ke beberapa situs-situs lainnya di wilayah KCBN Trowulan guna mendukung dan mengembangkan potensi pariwisata budaya di kawasan tersebut.

Keberagaman situs cagar budaya di Trowulan ini menciptakan pengalaman wisata yang komprehensif, menggabungkan unsur edukasi, sejarah, dan estetika. Keberadaan cagar budaya tersebut memberikan tawaran pengalaman untuk mengenang kembali kejayaan Kerajaan Majapahit di masa lalu. Cagar budaya tersebut tidak hanya menjadi saksi bisu upacara keagamaan masa lalu, tetapi juga menampilkan kemegahan arsitektur khas Majapahit yang memperlihatkan kecanggihan teknik bangunan pada zamannya yang menawarkan kisah menarik tentang kehidupan sosial dan budaya Majapahit.

## 2. **Pariwisata Objek Pemajuan Kebudayaan di Kecamatan Trowulan**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 menjelaskan bahwa Objek Pemajuan Kebudayaan adalah unsur kebudayaan yang menjadi sasaran utama pemajuan kebudayaan. Objek pemajuan

kebudayaan yang terdiri dari tradisi lisan, manuskrip, adat istiadat, ritus, pengetahuan tradisional, teknologi tradisional, seni, bahasa, permainan rakyat dan olahraga tradisional. Merujuk pada peraturan ini, KCBN Trowulan memiliki peran ganda yang signifikan dalam pelestarian warisan budaya yang tidak hanya fokus pada cagar budaya, namun juga berfungsi sebagai pusat pengembangan kebudayaan yang menghimpun beragam elemen warisan budaya tak benda atau objek pemajuan kebudayaan. Pada KCBN Trowulan, objek pemajuan kebudayaan merupakan bagian dari warisan budaya tak benda yang terus hidup dan berkembang yang dilestarikan oleh para pelaku objek pemajuan kebudayaan, serta memiliki hubungan yang kuat dengan nilai-nilai historis dan identitas budaya Majapahit. Sebagai kawasan yang diduga sebagai bekas Ibu Kota Majapahit, lingkungan KCBN Trowulan menjadi faktor utama dalam pembentukan *intangible culture* para pelaku objek pemajuan kebudayaan di kawasan tersebut untuk memproduksi produk budaya yang bernafaskan budaya Majapahit. Lingkungan historis yang kaya akan peninggalan arkeologis dan narasi kejayaan Majapahit tersebut memberikan inspirasi dan legitimasi kultural bagi pelaku budaya dalam mewarisi, mengolah, serta mentransformasikan nilai-nilai tradisional ke dalam bentuk-bentuk ekspresi budaya kontemporer. Para pelaku objek pemajuan kebudayaan, seperti seniman, pengrajin, penutur cerita, dan tokoh adat, menjadikan situs-situs cagar budaya di Trowulan tidak hanya sebagai latar fisik, tetapi juga sebagai ruang spiritual dan simbolik untuk melestarikan identitas Majapahit, sehingga aktivitas budaya di KCBN Trowulan tidak hanya bertumpu pada pelestarian artefak sejarah, tetapi juga pada penghidupan kembali makna

dan nilai-nilai budaya melalui seni, ritus, dan kearifan lokal yang terus ditumbuhkembangkan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat lokal.

**Tabel 2.** Daftar Pariwisata Objek Pemajuan Kebudayaan di Kecamatan Trowulan

No	Objek Pemajuan Kebudayaan	Kategori
1	Macapat	- Tradisi Lisan - Ritus - Pengetahuan Tradisional - Seni
2	Ruwat Dusun	- Ritus - Pengetahuan Tradisional
3	Ritual Sowan Leluhur	- Ritus - Adat Istiadat - Pengetahuan Tradisional
4	Batik Tulis	- Pengetahuan Tradisional - Teknologi Tradisional - Seni
5	Sambel Ikan Wader	- Pengetahuan Tradisional - Teknologi Tradisional
6	Bothokan	- Pengetahuan Tradisional - Teknologi Tradisional
7	Kerajinan Cor Kuningan	- Pengetahuan Tradisional - Teknologi Tradisional - Seni
8	Kerajinan Patung Batu	- Pengetahuan Tradisional - Teknologi Tradisional - Seni
9	Kerajinan Wayang Kulit	- Pengetahuan Tradisional - Teknologi Tradisional - Seni
10	Kesenian Bantengan	- Ritus - Seni - Permainan Rakyat

11	Kesenian Jaranan	- Ritus - Seni - Permainan Rakyat
12	Sanggar Tari Dewi Sri	- Seni
13	Ujung	- Ritus - Adat Istiadat - Seni - Permainan Rakyat - Olahraga Tradisional
14	Pencak Silat	- Olahraga Tradisional

Sumber: (Fatimah, 2025)

Berdasarkan tabel di atas data dilihat bahwa di KCBN Trowuan, terutama di Kecamatan Trowulan telah berkembang beberapa kategori objek pemajuan kebudayaan yang masih dilestarikan oleh masyarakat hingga saat ini yaitu yang terdiri dari Macapat, Ruwat Dusun, Ritual Sowan Leluhur, Batik Tulis, Sambel Ikan Wader, Bothokan, Kerajinan Cor Kuningan, Kerajinan Patung Batu, Kerajinan Wayang Kulit, Kesenian Bantengan, Kesenian Jaranan, Sanggar Tari Dewi Sri, Ujung, dan Pencak Silat. Berdasarkan tabel di atas, data menunjukkan bahwa di KCBN Trowulan, khususnya di wilayah Kecamatan Trowulan, telah tumbuh dan berkembang beragam kategori objek pemajuan kebudayaan yang hingga kini masih dijaga kelestariannya oleh masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nanang Muni seorang pengrajin patung batu, sekaligus ketua komunitas budaya Gulo Klopo yang berasal dari Desa Watesumpak, Kecamatan Trowulan menjelaskan bahwa budaya tak benda yang ada di KCBN Trowulan memang sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan mereka berada, di aman banyak daripada para seniman atau pengrajin membuat produk seni dengan mengimitasi bentuk, simbol, dan ornamen yang memiliki ciri khas

budaya Majapahit. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sri Mujiatim seorang pengrajin batik tulis dari Desa Bejjong, Kecamatan Trowulan juga menjelaskan bahwa dalam memproduksi batik tulis, Sri Mujiatim terinspirasi dari tinggalan-tinggalan arkeologis yang ada di sekitarnya yang kental akan budaya Majapahit.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Adib Sugiono seorang seniman Bantengan di Desa Trowulan, Kecamatan Trowulan menjelaskan bahwa beberapa atribut yang dipakai oleh para seniman juga mencantumkan ornamen-ornamen khas Majapahit sebagai penanda identitas asal komunitas budaya mereka, sehingga dalam hal ini menunjukkan bahwa bahwa kesenian Bantengan tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi seni pertunjukan semata, tetapi juga menjadi media pelestarian simbolik yang merepresentasikan identitas historis dan kultural masyarakat Trowulan yang masih terhubung erat dengan warisan budaya Majapahit.

Objek pemajuan kebudayaan yang berada di KCBN Trowulan, terutama Kecamatan Trowulan mencerminkan kekayaan budaya lokal yang berakar dari nilai-nilai tradisional dan historis peninggalan Majapahit, serta tetap hidup melalui praktik budaya sehari-hari masyarakat. Keberadaan objek pemajuan kebudayaan tersebut menunjukkan bahwa bahwa warisan budaya tak benda ini tidak hanya dilestarikan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas kolektif masyarakat lokal dan turut memperkuat posisi KCBN Trowulan sebagai pusat dinamika budaya yang terus berkembang, sehingga keberagaman objek pemajuan kebudayaan ini menjadi modal penting dalam mendukung *branding* pariwisata berbasis ekosistem kebudayaan di kawasan tersebut.

### **Branding Pariwisata melalui Ekosistem Kebudayaan**

Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata telah berkembang menjadi salah satu industri terdepan dalam mendukung perekonomian global. Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan negara sangat signifikan, terutama melalui pemasukan devisa yang cukup besar (Violin et al., 2025). Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat beragam dan tersebar di berbagai wilayah. Kekayaan peninggalan sejarah dan budaya dari masa lalu menjadikan Indonesia memiliki banyak destinasi wisata sejarah dan budaya yang bernilai historis tinggi (Khoirudin & Silviariza, 2025). Penerapan *branding* dalam sektor pariwisata memiliki peran krusial untuk membangun citra destinasi yang menonjol, khas, dan mudah diingat di tengah kompetisi global yang semakin kompetitif. *Branding* pariwisata tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan daya tarik wisata kepada masyarakat luas, tetapi juga menjadi media untuk menciptakan keterikatan emosional melalui pengisahan nilai-nilai budaya, sejarah, dan karakter lokal yang menjadi identitas dari suatu daerah wisata.

Upaya *branding* pariwisata di KCBN Trowulan melalui pendekatan ekosistem kebudayaan merupakan langkah strategis dengan memadukan pelestarian warisan sejarah dengan pengembangan sektor wisata berbasis nilai-nilai budaya. Ekosistem kebudayaan di kawasan ini terbentuk dari adanya sinergitas antara komponen abiotik dan komponen biotik. Dalam hal ini, cagar budaya berperan sebagai komponen abiotik, sementara komponen biotik, yaitu terdiri dari produsen, konsumen, dan dekomposer, di mana produsen dalam konteks ini adalah para pelaku objek pemajuan kebudayaan, sedangkan konsumen adalah masyarakat umum yang menikmati dan mengapresiasi warisan budaya, kemudian dekomposer adalah regulasi.

Kedua komponen tersebut bersama-sama bersinergitas dalam membangun narasi dan identitas budaya Majapahit yang autentik dan dinamis, serta relevan dengan masa kini. Melalui pendekatan tersebut, pariwisata di KCBN Trowulan yang tidak hanya menghadirkan kunjungan pada situs-situs

pagar budaya, tetapi juga menyuguhkan pengalaman pariwisata objek pemajuan kebudayaan. *Branding* yang berbasis pada ekosistem kebudayaan ini tidak hanya memperkuat pariwisata di kawasan tersebut, tetapi juga mendukung upaya pelestarian budaya, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkesinambungan.

Melalui pendekatan ekosistem kebudayaan, upaya pelestarian budaya di KCBN Trowulan dapat berjalan secara sistematis dan tidak semata-mata bersifat alami, melainkan ditopang oleh peran masing-masing unsur yang saling mendukung. Komponen abiotik, yaitu cagar budaya yang ada di kawasan tersebut menyediakan konteks fisik atau lingkungan yang secara simbolik menjaga keberlangsungan budaya tak benda yang diwariskan dan dilestarikan oleh masyarakat lokal. Komponen biotik, yang terdiri dari produsen, konsumen, dan dekomposer, yaitu pertama produsen dilakukan oleh para pelaku objek pemajuan kebudayaan berperan untuk menggali, mencipta, melestarikan, dan merevitalisasi objek pemajuan kebudayaan yang bersumber dari nilai-nilai budaya Majapahit. Kedua konsumen, yaitu masyarakat yang tidak hanya berperan sebagai penikmat pasif dalam arti hanya sebagai penerima atau pengguna saja, namun juga aktif dalam menjaga dan memperbaiki warisan budaya agar tetap relevan dengan perkembangan zaman. Ketiga, yaitu dekomposer yang dalam hal ini adalah regulasi yang berperan penting dalam memfilter, menata, dan mengarahkan dinamika warisan budaya agar tetap selaras dengan prinsip pelestarian nilai-nilai luhur, tanpa menghambat proses inovasi dan pembaruan agar tetap relevan di masa kini dan masa mendatang.

Adanya kolaborasi dan sinergitas di antara kedua komponen tersebut menjadikan KCBN Trowulan sebagai ekosistem budaya yang dinamis, di mana warisan sejarah tidak sekadar dipajang sebagai peninggalan masa lalu saja, namun juga hadir sebagai kekuatan hidup yang memberi makna dan inspirasi bagi masa kini dan masa mendatang melalui

pariwisata. Kolaborasi multidimensi tersebut menciptakan suatu siklus budaya yang berkelanjutan di KCBN Trowulan, di mana pelestarian warisan fisik berjalan beriringan dengan revitalisasi nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya, sehingga kawasan tersebut tidak hanya berhasil mempertahankan identitas sejarahnya, namun juga terus berevolusi menjadi laboratorium budaya hidup yang memberi kontribusi nyata bagi pembangunan karakter bangsa dan penguatan jati diri kebudayaan nasional.

Dalam kaitannya dengan *branding* pariwisata, ekosistem kebudayaan yang hidup di KCBN Trowulan menjadi fondasi utama dalam membangun *branding* kawasan sebagai destinasi wisata budaya yang autentik dan berkarakter. Peran komponen abiotik dan biotik dalam ekosistem ini tidak hanya berkontribusi terhadap pelestarian nilai budaya, tetapi juga menciptakan narasi yang kuat dan menyeluruh tentang identitas budaya Majapahit yang dapat dikomunikasikan kepada para wisatawan yang berkunjung ke Trowulan, sehingga pariwisata budaya yang ada di KCBN Trowulan mampu menyuguhkan pengalaman wisata yang tidak hanya bersifat visual, tetapi juga emosional dan edukatif, di mana para wisatawan tidak hanya diajak menyaksikan peninggalan arkeologis, tetapi juga turut merasakan dan mengalami kehidupan budaya tak benda atau objek pemajuan kebudayaan yang masih berlangsung dan diwariskan secara turun-temurun diri kalangan masyarakat lokal.

Kehadiran masyarakat sebagai pelaku dan penjaga kebudayaan memberikan nilai tambah dalam membangun *branding* kawasan yang hidup dan otentik, sehingga *branding* pariwisata berbasis ekosistem kebudayaan di KCBN Trowulan tidak hanya memperkuat daya tarik kawasan sebagai destinasi pariwisata budaya, tetapi juga menciptakan keterlibatan emosional dan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan yang pada akhirnya akan mendukung dan mendorong keberlanjutan pelestarian budaya, serta pertumbuhan ekonomi lokal. Partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga, mereproduksi, dan mempromosikan warisan budaya

menjadikan pariwisata di KCBN Trowulan bukan hanya bersifat rekreatif, tetapi juga sebagai media edukatif dan transformasional, sehingga *branding* pariwisata yang ada di kawasan tersebut tidak hanya bersandar pada narasi sejarah, melainkan juga ditopang oleh kehidupan budaya yang terus tumbuh dan menjadikan KCBN Trowulan sebagai model destinasi wisata berkelanjutan yang mampu memadukan konservasi, edukasi, dan ekonomi secara harmonis.

## **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Ekosistem kebudayaan memiliki peran strategis dalam membentuk dan memperkuat *branding* pariwisata budaya di Kawasan Cagar Budaya Nasional (KCBN) Trowulan. Interaksi antara unsur abiotik seperti cagar budaya dan unsur biotik yang mencakup pelaku objek pemajuan kebudayaan, masyarakat, wisatawan, serta regulasi, menciptakan suatu sistem yang saling mendukung dalam membangun *branding* destinasi yang otentik, berkarakter, dan berkelanjutan. Pendekatan ekosistem kebudayaan tidak hanya mampu memperkuat identitas budaya lokal yang berakar pada warisan Majapahit, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pelestarian dan pengembangan budaya melalui berbagai aktivitas kreatif dan edukatif, sehingga KCBN Trowulan tidak hanya menjadi ruang pelestarian sejarah, tetapi juga menjadi model pengembangan pariwisata budaya yang hidup, dinamis, dan relevan dengan masa kini dan masa mendatang.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu menjadi perhatian. Kajian difokuskan pada ekosistem kebudayaan di kawasan KCBN Trowulan, terutama di Kecamatan Trowulan, sehingga temuan yang dihasilkan tidak ditujukan untuk mewakili atau digeneralisasikan pada kawasan cagar budaya lainnya dengan karakteristik yang berbeda. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga kedalaman data sangat dipengaruhi oleh tingkat keterbukaan informan serta interpretasi peneliti. Partisipan penelitian juga

terbatas pada pelaku budaya, komunitas lokal, dan instansi pemerintah terkait, sehingga belum mencakup seluruh pemangku kepentingan seperti sektor swasta, wisatawan, maupun investor. Selain itu, penelitian ini tidak mengkaji dampak ekonomi secara kuantitatif, melainkan berfokus pada analisis kualitatif mengenai keterkaitan antara ekosistem kebudayaan dan strategi *branding* pariwisata. Hasil penelitian pun merepresentasikan kondisi pada saat penelitian dilakukan, sehingga dinamika kebijakan dan perubahan sosial budaya di masa mendatang berpotensi memengaruhi relevansinya.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah agar memungkinkan adanya studi komparatif dan penguatan generalisasi temuan. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) juga dapat dipertimbangkan guna melengkapi analisis kualitatif dengan data kuantitatif, khususnya dalam mengukur dampak ekonomi dan efektivitas *branding* pariwisata. Selain itu, pelibatan pemangku kepentingan yang lebih beragam, seperti pelaku industri pariwisata, wisatawan, investor, dan akademisi, akan memperkaya perspektif dan memperluas pemahaman terhadap ekosistem yang dikaji. Penelitian jangka panjang juga dianjurkan agar dapat memantau perkembangan strategi *branding* serta dinamika pengelolaan kebudayaan secara berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, A. S., & Indrojarwo, B. T. (2020). Perancangan destination branding Kawasan Cagar Budaya Trowulan sebagai upaya meningkatkan brand awareness. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 9(2).
- Anendra, W. S., et al. (2025). Pengembangan wisata berkelanjutan di Desa Kupang Kecamatan Jetis Mojokerto. *Jurnal ALTASIA*, 7(1), 39–51.
- Ardiwidjaja, R. (2020). Pariwisata budaya: Pelestarian budaya sebagai daya tarik ke-Indonesiaan. *Uwais Inspirasi Indonesia*.
- Basundoro, P., Fatihah, L., & Riyanto, E. D. (2024). Strategi pengembangan dan pemanfaatan objek pemajuan kebudayaan dalam upaya peningkatan pembangunan pariwisata berkelanjutan pada KCBN Trowulan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 8(2), 355–368.
- Cholily, Yunus Mochammad., et.al. (2025). *Aneka Metode Penelitian Pendidikan di Skeolah*. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.
- Fatihah, L., & Riyanto, E. D. (2025). Kawasan Cagar Budaya Nasional Trowulan dari masa klasik sampai pasca reformasi. *Mozaik Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 16(1), 46–63.
- Fatihah, L., Riyanto, E. D., & Arifin, M. T. (2024). Zoning of Trowulan cultural heritage area as an effort to regulate the function of space in cultural paradigm. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 8(2), 462–478.
- Hetharion, Bety Diana Sherly. (2024). *Pendidikan Multikultural Teori dan Aplikasi*. CV. Azka Pustaka.
- Hidajat, R. (2025). *Seni pertunjukan & pariwisata budaya Indonesia: Karakteristik dan pengelolaan penyajian seni wisata*. Media Nusa Creative.
- Irham, M. (2021). *Pengantar ilmu pengetahuan lingkungan*. Siah Kuala University Press.
- Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 260/M/2013 tentang Penetapan Satuan Geografis Trowulan sebagai Kawasan Cagar Budaya Nasional (KCBN).
- Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 140/M/2023 tentang Sistem Zonasi Kawasan Cagar Budaya Peringkat Nasional Trowulan.
- Khoirudin, R., & Silviariza, W. Y. (2025). *Menghidupkan warisan budaya: Pentas kesenian sebagai magnet*

- wisata Candi Surowono di Kediri. *Jurnal ALTASIA*, 7(1), 80–93.
- Kurniawati, I. (2025). Branding destinasi pariwisata. Dalam Pemasaran destinasi pariwisata. Azzia Karya Bersama.
- Laila, R., Wicaksono, A. D., & Dinanti, D. (2022). Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Pada Kawasan Cagar Budaya Trowulan. *Planning for Urban Region and Environment Journal (PURE)*, 11(2), 137-148.
- Miller, D. (2020). Marketing made simple. Kelompok Gramedia.
- Neissya, I. K., Mitrasary, A., Tanuwijaya, C. F., Fadila, D. A., Rohma, A. N., Rofifah, R., & Syarifah, S. (2022). Analisis pengaruh branding terhadap keputusan pembelian suatu produk. *The Journal Gastronomy Tourism*, 6(1), 1-12.
- Nofiyanti, F., & Adawiyah, R. (2025). Pemetaan Wisata Heritage Sebagai Kearifan Lokal Berbasis Atraksi Budaya di Kabupaten Kuningan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 9(3), 478-492.
- Nugraheni, I., & Aliyah, I. (2020). Strategi pengembangan pariwisata berbasis identifikasi klaster wisata budaya Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1).
- Nurlaela, S., Siswanto, V. K., Santoso, E. B., Setyaningsih, Y., Prasetyo, F. H., Saputro, R. A., ... & Kurniawan, A. A. (2024). Pengembangan Jalur Wisata Budaya Majapahit, Trowulan, Kabupaten Mojokerto Berbasis Network Strategy. *Sewagati*, 8(3), 1575-1589.
- Prianka, W. G. (2025). Branding destinasi pariwisata Indonesia. CV Intelektual Manifes Media.
- Ramadan, R. (2025). Branding destinasi pariwisata. Dalam Manajemen pemasaran pariwisata. Tim Gita Lentera.
- Rizki, F., & Fitriani, F. (2025). Pariwisata Budaya dan Ekonomi Kreatif dalam Penelitian Pariwisata Kontemporer: Tinjauan Literatur Sistematis tentang Pendekatan Interdisipliner. *Journal of Interdisciplinary Tourism Sciences*, 1(2), 54–62.
- Sirajuddin, N. T., Bahalwan, F., Ode, A., Ningsih, M. S., Bahri, S., Madubun, E. L., ... & Laimeheriwa, S. (2025). *Biologi Ekologi: Interaksi Organisme dan Lingkungannya*. CV. Gita Lentera.
- Suparman, & Muzakir. (2023). Pariwisata budaya: Potensi pariwisata budaya di negeri seribu megalit. Edu Publisher.
- Sutikno, F. R., et al. (2024). Kajian kebutuhan perlengkapan jalan penunjang sektor pariwisata ruas Trowulan–Pacet Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Plano Buana*, 5(1), 32–46.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan.
- Violin, S. A., et al. (2025). Transformasi ekonomi masyarakat Desa Karangsalam, Baturaden melalui wisata Curug Telu. *Jurnal ALTASIA*, 7(1), 52–65.
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2025). Transformasi komunikasi digital menuju Indonesia berkelanjutan: Tren dan masa depan komunikasi digital. PT Elex Media Komputindo.
- Yunus, M., & Yuwita, N. (2024). Implementasi Revitalisasi Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan Pada Branding Cultural Heritage Traildi Desa Trowulan, Kabupaten Mojokerto: Ditinjau Dari Teori Coordinated Management of Meaning. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 2(4), 182-201.