

IMPLEMENTASI KONSEP SLOW TOURISM DALAM MEMBANGUN CITRA DESTINASI WISATA PENYANGGA DI PROVINSI ACEH

Ahmad Ghazy Dananjaya*

<http://doi.org/10.5614/wpar.2026.24.1.06>

Diserahkan : 20 Februari 2026

Diterima: 2 April 2026

Diterbitkan: 30 Juni 2026

*Penulis korespondensi, e-mail:
ahmadghazydananjaya@gmail.com

Penelitian ini menelusuri bagaimana pesona alam dan interaksi hangat dengan warga lokal mampu membentuk citra positif pariwisata Aceh melalui pendekatan *Slow Tourism*. Melalui survei kepada 200 wisatawan dan wawancara mendalam dengan tokoh masyarakat, ditemukan sebuah fakta yang menarik: keramahan penduduk lokal yang berakar pada budaya *Peumulia Jamee* ternyata meninggalkan kesan yang jauh lebih mendalam di hati wisatawan dibandingkan keindahan bentang alamnya semata. Temuan ini menegaskan bahwa "jiwa" dari pariwisata Aceh sesungguhnya terletak pada kehangatan manusianya. Konsep *Slow Tourism* terbukti sangat selaras dengan nilai-nilai syariat Islam yang mengedepankan adab dan ketenangan. Oleh karena itu, penguatan kapasitas sumber daya manusia lokal sangat direkomendasikan sebagai kunci keberlanjutan destinasi wisata di Aceh.

Kata Kunci: *Slow Tourism, Citra Destinasi, Peumulia Jamee, Atraksi Alam, Interaksi Lokal.*

Provinsi Aceh dianugerahi potensi geografis yang luar biasa strategis sebagai gerbang wisata di ujung barat Indonesia. Dengan total luas daratan mencapai 56.839,09 km², provinsi ini tidak hanya menawarkan bentang daratan yang hijau tetapi juga kekayaan bahari dengan 363 pulau yang tersebar, termasuk Pulau Weh di Sabang seluas 122,04 km² yang telah lama menjadi ikon wisata bahari internasional (BPS Aceh, 2025). Posisi strategis ini, yang didukung oleh kekayaan biodiversitas yang tersebar di 18 kabupaten dan 5 kota administratif, secara alamiah menempatkan Aceh sebagai kandidat utama destinasi wisata berkelanjutan yang menjanjikan (Sari & Putra, 2024; Wijaya, 2023; Rahmawati, 2022). Kendati demikian, tren paradigma pariwisata global saat ini telah mengalami pergeseran signifikan dari pariwisata massal (*mass tourism*) yang cenderung eksploitatif dan padat, menuju *Slow Tourism* yang lebih menekankan pada kualitas pengalaman personal, ketenangan, dan pelestarian lingkungan jangka panjang (Dickinson et al., 2011; Yurtseven & Kaya, 2011; Fullagar et al., 2012; Conway & Timms, 2010). Pergeseran paradigma ini menuntut destinasi penyangga seperti Aceh Besar dan Sabang untuk bertransformasi, tidak hanya sekadar menjual keindahan fisik alam semata, melainkan juga menawarkan kedalaman pengalaman batiniah bagi wisatawan (Serdane, 2020; Heitmann et al., 2011; Oh et al., 2016).

Konsep *Slow Tourism* hadir menawarkan antitesis terhadap gaya hidup modern perkotaan yang serba cepat dan penuh tekanan. Konsep ini memberikan ruang eksklusif bagi wisatawan untuk kembali menikmati waktu, meresapi keindahan alam, dan berinteraksi dengan budaya lokal secara mendalam tanpa terburu-buru (Honoré, 2004; Park et al., 2018; Clancy, 2017). Dalam konteks Provinsi Aceh,

potensi besar ini belum sepenuhnya dioptimalkan, meskipun data statistik terbaru menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada infrastruktur jalan aspal dan konektivitas antar-wilayah (BPS, 2025). Profil wisatawan masa kini, khususnya pasca-pandemi COVID-19, cenderung mencari destinasi yang mampu menawarkan ketenangan psikologis (*psychological healing*) dan kesehatan mental, bukan sekadar hiburan (Vada et al., 2019; Wen et al., 2020; Li & Cai, 2021; Uysal et al., 2016). Oleh karena itu, penerapan prinsip *Slow Tourism* di Aceh menjadi sangat relevan dan strategis untuk menarik segmen pasar wisatawan premium yang menghargai nilai-nilai keberlanjutan dan otentisitas (Buckley, 2012; Dolnicar, 2020; Pung et al., 2020).



Gambar 1. Pariwisata di provinsi aceh
Sumber: <https://parksidehotels.co.id/wisata-alam-terbaik-di-aceh-2024/>

Dalam kerangka pengembangan *Slow Tourism*, Atraksi Wisata Alam (Variabel X1) menjadi modal dasar yang tak terbantahkan. Berdasarkan teori *Landscape Aesthetics*, elemen fisik alam seperti topografi, vegetasi, dan perairan secara langsung memengaruhi persepsi psikologis wisatawan dan mampu menurunkan tingkat stres (Kaplan & Kaplan, 1989; Bratman et al., 2012). Aceh memiliki lanskap topografi yang sangat mendukung aktivitas *slow travel*, mulai dari *trekking* di hutan hujan tropis hingga menyelam di taman laut yang asri. Namun, keindahan alam semata tidak lagi cukup untuk memenangkan persaingan global tanpa adanya narasi yang kuat. Atraksi alam harus berfungsi sebagai "panggung" bagi terciptanya pengalaman wisata yang lambat dan bermakna.

Selain faktor fisik, Interaksi dengan Warga Lokal (Variabel X2) memegang peranan vital sebagai "jiwa" dalam *Slow Tourism*. Kerangka *Social Exchange Theory* dan konsep *Emotional Solidarity* menjelaskan bahwa hubungan timbal balik yang tulus antara tuan rumah (*host*) dan tamu (*guest*) akan menciptakan ikatan emosional kuat serta citra destinasi yang langgeng (Woosnam, 2011). Di Aceh, budaya *Peumulia Jamee* (adat memuliakan tamu) merupakan aset tak berwujud (*intangible asset*) yang sangat berharga. Wisatawan *slow* cenderung mencari keaslian (*authenticity*) melalui percakapan mendalam dengan penduduk lokal, misalnya melalui interaksi di warung kopi tradisional Aceh yang berfungsi sebagai ruang sosial egaliter.

Tabel 1. Perbedaan Paradigma Wisata Konvensional vs. *Slow Tourism* di Aceh

Dimensi	Wisata Konvensional (Eksisting)	<i>Slow Tourism</i> (Usulan)
Fokus Utama	Kuantitas kunjungan (Mengejar angka statistik)	Kualitas pengalaman (<i>Deep experience</i>)
Interaksi	Transaksional (Hubungan Penjual-Pembeli)	Relasional (Hubungan Tuan Rumah-Tamu)
Durasi Aktivitas	Singkat (<i>Touch and go</i>) Mengunjungi banyak tempat dalam waktu singkat (Padat)	Lama (<i>Stay and engage</i>) Menikmati satu tempat secara mendalam (Kontemplatif)
Dampak	Eksplorasi sumber daya tinggi	Konservasi alam dan revitalisasi budaya lokal

Sumber: Data diolah (2025)

Kedua variabel tersebut pada akhirnya bermuara pada pembentukan Citra Destinasi (Variabel Y), yang didefinisikan sebagai totalitas kesan, pengetahuan (kognitif), dan perasaan (afektif) seseorang tentang suatu tempat (Echtner & Ritchie, 1991; Beerli & Martin, 2004). Citra yang positif dan kuat akan mendorong niat wisatawan untuk berkunjung kembali. Untuk memperjelas arah transformasi pariwisata yang diharapkan, Tabel 1 berikut

menyajikan perbandingan mendasar antara paradigma konvensional dengan konsep *Slow Tourism* di Aceh.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, terdapat kesenjangan (*gap*) empiris yang nyata, di mana Aceh memiliki kekayaan alam dan budaya yang melimpah, namun citra destinasinya di mata luar masih sering terasosiasi secara sempit dengan narasi konflik masa lalu atau persepsi aturan syariat yang dianggap kaku (Anwar, 2021; Setiawan, 2022; Pratama, 2023; Hidayat, 2020). Padahal, data BPS (2025) menunjukkan stabilitas keamanan daerah yang sangat kondusif. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Sejauh mana atraksi wisata alam berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi penyangga di Aceh?; (2) Bagaimana pengaruh interaksi warga lokal berbasis kearifan lokal terhadap pembentukan citra destinasi?; dan (3) Apakah konsep *Slow Tourism* mampu menjadi katalisator efektif dalam perbaikan citra tersebut? (Pike, 2002; Gallarza et al., 2002; Tasci & Gartner, 2007; Baloglu & McCleary, 1999).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan strategis Pemerintah Aceh untuk mendiversifikasi produk pariwisata guna meningkatkan lama tinggal (*Length of Stay*) dan pengeluaran wisatawan per kunjungan (BPS Aceh, 2024; Kemenparekraf, 2023; WITC, 2024). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam merancang kebijakan yang tidak hanya berfokus pada pembangunan fisik jalan dan hotel semata, tetapi juga pada pembangunan kapasitas sosial masyarakat melalui Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*) (Okazaki, 2008; Sebele, 2010; Zapata et al., 2011; Giampiccoli & Mtapuri, 2012).

Kebaruan (*Novelty*) dari penelitian ini terletak pada upaya integrasi konsep *Slow Tourism* yang berakar dari budaya Barat dengan nilai-nilai Syariat Islam dan kearifan lokal *Peumulia Jamee* di Aceh. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya yang cenderung memisahkan antara wisata halal dan wisata alam (Battour & Ismail, 2016; El-Gohary, 2016; Henderson, 2010; Samori et al., 2014), penelitian ini mengajukan proposisi baru bahwa penerapan Syariat Islam di Aceh justru menciptakan ekosistem yang paling kondusif untuk *Slow Tourism* karena menjamin keamanan, ketenangan, kebersihan, dan etika lingkungan yang tinggi (Jafari & Scott, 2014; Zamani-Farahani & Henderson, 2010; Carboni et al., 2014; Stephenson, 2014).

Penelitian ini menerapkan desain metode campuran (*Mixed Method*) dengan model *Sequential Explanatory*. Tahap pertama menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 200 responden. Pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: wisatawan nusantara atau mancanegara berusia di atas 17 tahun yang pernah berkunjung ke Aceh Besar atau Sabang dalam kurun dua tahun terakhir. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berskala Likert 1-7 untuk menangkap varians

persepsi psikologis wisatawan dengan lebih presisi dan akurat.

Tahap kedua difokuskan pada pengumpulan data kualitatif untuk memperdalam interpretasi statistik. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan kunci yang dipilih melalui *snowball sampling*, meliputi tokoh adat (Keuchik), pengelola desa wisata, dan perwakilan Dinas Pariwisata. Analisis data kuantitatif menggunakan uji regresi linier berganda, yang hasilnya kemudian ditriangulasi dengan temuan kualitatif agar angka statistik dapat direfleksikan menjadi makna sosial yang komprehensif.

Berdasarkan 199 data kuesioner yang dinyatakan valid, mayoritas responden adalah kelompok usia milenial (25-40 tahun) sebesar 65% dan Gen Z (20%). Hal ini mengonfirmasi bahwa Aceh merupakan destinasi potensial bagi generasi produktif yang mencari ketenangan psikologis (*healing*). Berikut adalah interpretasi analitis atas pengaruh Atraksi Alam dan Interaksi Warga Lokal.

Pengaruh Atraksi Wisata Alam terhadap Citra Destinasi

Analisis menunjukkan bahwa Atraksi Wisata Alam memiliki peran penting dalam membentuk citra destinasi. Rincian persepsi wisatawan terhadap komponen alam dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Atraksi Wisata Alam (X1) Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Atraksi Wisata Alam (X1)

Kode	Indikator	Mean	Std. Deviation	Kategori
X1.1	Keindahan Pemandangan Alam	6.12	0.845	Sangat Tinggi
X1.2	Keaslian Lingkungan (<i>Pristine</i>)	6.05	0.912	Tinggi
X1.3	Suasana Ketenangan (<i>Healing</i>)	5.98	0.880	Tinggi
X1.4	Kesejukan Udara	5.85	1.020	Tinggi
X1.9	Aksesibilitas Menuju Lokasi	5.45	1.150	Cukup Tinggi
Total	Rata-rata Variabel X1	5.89	0.961	Tinggi

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel di atas mengilustrasikan persepsi positif wisatawan terhadap alam Aceh. Skor tertinggi berada pada indikator "Keindahan Pemandangan Alam" dan "Keaslian Lingkungan", yang secara empiris membuktikan bahwa bentang alam Aceh diakui keasriannya di tingkat global dan menjadi daya tarik utama (*pull factor*). Di sisi lain, indikator "Aksesibilitas Menuju Lokasi" mendapatkan skor paling

rendah. Menariknya, dalam kacamata *Slow Tourism*, keterbatasan akses ini tidak selalu bermakna negatif. Berdasarkan triangulasi data wawancara, akses yang menantang menuju lokasi-lokasi tersembunyi (*hidden gems*) justru membantu mengontrol jumlah pengunjung (*carrying capacity*), sehingga keaslian lingkungan tetap terjaga dan wisatawan mendapatkan eksklusivitas serta ketenangan yang mereka cari.

Pengaruh Interaksi Warga Lokal terhadap Citra Destinasi

Temuan paling esensial dalam penelitian ini adalah terbuktinya hipotesis bahwa relasi sosial adalah penentu utama kepuasan wisatawan. Tabel 3 menyajikan hasil pembuktian statistik dari uji regresi linier berganda.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t-hitung
Constant	1.245	0.312	-	3.980
Atraksi Alam (X1)	0.315	0.054	0.342	5.833
Interaksi Lokal (X2)	0.488	0.062	0.584	7.821
<i>R Square = 0.678</i>				
<i>F Hitung = 124.55</i>				

Sumber: Data diolah (2025)

Data pada Tabel 3 menegaskan dominasi peran manusia dalam pariwisata Aceh. Dilihat dari nilai *Standardized Beta*, Interaksi Lokal (0.584) memberikan kontribusi pengaruh yang jauh melampaui Atraksi Alam (0.342). Secara naratif, ini bermakna bahwa meskipun alam Aceh sangat memukau, keramahan warga lokal-lah yang paling kuat menancap dalam ingatan wisatawan dan membentuk citra positif destinasi.

Nilai signifikansi yang sempurna pada kedua variabel juga dibarengi dengan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0.678. Angka ini secara gamblang menjelaskan bahwa hampir 68% keberhasilan pembentukan citra destinasi Aceh ditentukan secara bersama-sama oleh kualitas alam dan kehangatan masyarakatnya secara *slow tourism*.

Temuan kuantitatif ini diperkuat oleh pernyataan informan kunci dari Tokoh Masyarakat Adat yang menyebutkan: "Bagi kami, tamu adalah raja, tetapi raja yang juga harus menghargai adat istiadat." Harmonisasi antara nilai syariat Islam, adab memuliakan tamu (*Peumulia Jamee*), dan budaya komunal di warung kopi berhasil menetralkan stigma lama tentang Aceh, mengubahnya menjadi citra destinasi yang sangat aman, bersahabat, dan memiliki ikatan emosional tinggi bagi pendatang.

Kesimpulan

Implementasi konsep *Slow Tourism* di daerah penyangga Provinsi Aceh terbukti secara empiris dan analitis sangat efektif dalam merevitalisasi citra destinasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Interaksi Warga Lokal yang berlandaskan filosofi *Peumulia Jamee* merupakan variabel determinan yang paling mendominasi, mengungguli kekuatan Atraksi Wisata Alam. Keindahan fisik alam bertindak sebagai magnet awal, namun kehangatan interaksi sosial, ketulusan, dan rasa aman yang bersumber dari masyarakat lokallah yang mengonversi kunjungan tersebut menjadi loyalitas dan citra yang kuat. Model *Slow Tourism* berhasil menggeser orientasi wisatawan dari sekadar aktivitas visual menjadi pengalaman batiniah.

Penelitian ini mematahkan stigma bahwa Syariat Islam membatasi pariwisata. Sebaliknya, nilai-nilai Islam sangat selaras dengan prinsip *Slow Tourism* global yang mengedepankan keamanan, etika, dan kebersihan. Bagi Pemerintah Provinsi Aceh, temuan ini mengisyaratkan perlunya pergeseran paradigma alokasi anggaran: dari yang sebelumnya sangat bias pada infrastruktur fisik (*hard infrastructure*), menjadi investasi pada pembangunan kapasitas manusia (*soft infrastructure*). Program pelatihan *hospitality* berbasis kearifan lokal wajib diprioritaskan, sejalan dengan pengayaan narasi *branding* destinasi menjadi kampanye yang menyasar ketenangan jiwa, seperti "*Slow Down, Find Peace in Aceh*".

Daftar Pustaka

- Afshardoost, M., & Eshghi, B. E. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81, 104154. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104154>
- Agapito, D., Valle, P., & Mendes, J. (2013). The cognitive-affective-conative model of destination image: A confirmatory analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5), 471-481.
- Alvarez, M. D., & Campo, S. (2014). The influence of political conflicts on country image and intention to visit: A study of Israel's image. *Tourism Management*, 40, 70-78.
- Amalia, R. (2022). *Potensi Ekowisata Bahari di Pulo Aceh Sebagai Destinasi Wisata Unggulan*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Anderreck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Anwar, K. (2021). Strategi Rebranding Pariwisata Aceh Pasca Tsunami dan Konflik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 6(2), 1-15.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665-690.
- BPS Provinsi Aceh. (2025). *Provinsi Aceh Dalam Angka 2025*. Banda Aceh: Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- Bassett, T., Haalboom, B., & Wiesner, K. (2018). Indigenous tourism and the politics of cupidity in the Mentawai Islands, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 398-416.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
- Chen, C. F., & Tsai, D. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Clancy, M. (2017). *Slow Tourism, Food and Cities: Pace and the Search for the 'Good Life'*. London: Routledge.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- Conway, D., & Timms, B. F. (2010). Re-branding alternative tourism in the Caribbean: The case for 'slow tourism'. *Tourism and Hospitality Research*, 10(4), 329-344.
- Cox, E. P. (1980). The optimal number of response alternatives for a scale: A review. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 407-422.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Daniel, T. C. (2001). Whither scenic beauty? Visual landscape quality assessment in the 21st century. *Landscape and Urban Planning*, 54(1-4), 267-281.
- Dickinson, J. E., Lumsdon, L. M., & Robbins, D. (2011). Slow travel: Issues for tourism and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 281-300.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Fauzi, A. (2023). Pengembangan Wisata Alam Berbasis Konservasi di Aceh Besar. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 5(1), 45-58.

- Fullagar, S., Markwell, K., & Wilson, E. (2012). *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Bristol: Channel View Publications.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G., & Garcia, H. C. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gu, Q., Zhang, H., King, B., & Huang, S. (2021). Understanding the influence of slow tourism on tourists' well-being: The role of perceived value and flow experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(7), 651-665.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Hall, C. M. (2009). Degrowth in tourism: Conceptual, theoretical and methodological issues. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 760-785.
- Hasan, M. (2022). *Parwisata Halal dan Pembangunan Ekonomi Lokal di Aceh*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Heitmann, S., Robinson, P., & Povey, G. (2011). Slow food, slow cities and slow tourism. In *Research Themes for Tourism* (pp. 114-127). CABI.
- Henderson, J. C. (2010). Islam and tourism: Reviewing the research. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154.
- Honoré, C. (2004). *In Praise of Slow: How a Worldwide Movement is Challenging the Cult of Speed*. San Francisco: HarperSanFrancisco.
- Ismail, R. (2021). Peumulia Jamee: The art of Acehnese hospitality in tourism perspective. *International Journal of Culture and History*, 8(1), 22-30.
- Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169-182.
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience: The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214.
- Kim, J. H. (2012). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, 33(1), 12-25.
- Lothian, A. (1999). Landscape and the philosophy of aesthetics: Is landscape quality inherent in the landscape or in the eye of the beholder?. *Landscape and Urban Planning*, 44(4), 177-198.
- Oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205-219.
- Park, E., & Kim, S. (2018). The potential of slow tourism in the pursuit of happiness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3), 293-306.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Preston, C. C., & Colman, A. M. (2000). Optimal number of response categories in rating scales: Reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*, 104(1), 1-15.
- Rahman, A. (2019). Nilai-Nilai Sosial Budaya Masyarakat Aceh dalam Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Antropologi Sumatera*, 12(2), 110-125.
- Serdane, Z. (2020). Slow tourism in the context of rural tourism: The case of Latvia. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100688.
- Setiawan, B. (2022). Persepsi Wisatawan Milenial terhadap Destinasi Wisata Syariah di Aceh. *Jurnal Pesona*, 7(1), 33-45.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.
- Woosnam, K. M. (2011). Testing a model of emotional solidarity with residents in an attempt to explain visiting tourists' attitudes about the community. *Journal of Travel Research*, 50(5), 546-558.
- Yurtseven, H. R., & Kaya, O. (2011). Slow tourists: A comparative research based on Cittaslow principles. *American International Journal of Contemporary Research*, 1(2), 91-98.
- Zatori, A., Smith, M. K., & Puczko, L. (2018). Experience-involvement, memorability and authenticity: The service provider's effect on tourist experience. *Tourism Management*, 67, 111-126.



Ahmad Ghazy Dananjaya,
Mahasiswa dari Institut Teknologi
Bandung (ITB) yang aktif dalam
publikasi ilmiah dan penelitian
strategis, khususnya yang berfokus
pada pengembangan pariwisata dan
branding destinasi.