

KAJIAN REPRESENTASI IMEJ PELANCONGAN DIRAJA DI KUALA KANGSAR, PERAK

Hasanuddin Othman
Pusat Pengajian Sains Kemasyarakatan,
Universiti Sains Malaysia, 11700 Minden, Penang
didi_hs4246@yahoo.com

Abstrak

Institusi beraja di Malaysia merupakan satu institusi yang unik dalam merepresentasikan imej dan identiti Malaysia di mata dunia. Institusi ini menjadi warisan terpenting di Malaysia bukan sahaja kerana adanya pemerintah yang bergelar Yang di-Pertuan Agong, Sultan ataupun Raja malah mempunyai produk warisan diraja berbentuk ketara dan tidak ketara yang diwarisi sejak abad ke-15 lagi. Disebabkan keunikan warisan lama yang sentiasa dipelihara kesuciannya, institusi ini menjadi antara tumpuan pelancong dan dianggap sebagai satu bentuk pelancongan yang boleh dikembangkan. Apabila menjadi tumpuan pelancong, seringkali imej-imej berkaitan diraja akan direpresentasikan bagi menonjolkan produk-produk pelancongan diraja dan melambangkan kebesaran seseorang Sultan yang memerintah ataupun institusi Kesultanan itu sendiri. Pemilihan imej yang baik untuk direpresentasikan perlulah menarik, eksklusif dan haruslah berdasarkan realiti. Imej yang baik mampu menonjolkan produk-produk pelancongan diraja dan seterusnya mengukuhkan institusi beraja di Malaysia pada para pelancong. Oleh yang demikian, kajian ini akan mengenalpasti produk-produk pelancongan diraja khusus di Bandar Diraja Kuala Kangsar dan ingin mengetahui persepsi pegawai berkaitan terhadap imej-imej yang direpresentasikan dalam pelancongan diraja itu. Bagi mencapai objektif tersebut, data kualitatif dikumpul menggunakan kaedah temubual mendalam yang melibatkan 20 orang informan daripada pegawai-pegawai agensi kerajaan, swasta mahupun badan bukan kerajaan (NGO) yang mempunyai kepakaran dalam perancangan pembangunan pelancongan di bandar tersebut. Hasil dapatan awal menunjukkan pelancongan diraja mampu merepresentasikan imej keislaman, kemelayuan serta diraja pada produk-produknya yang sememangnya sinonim dengan identiti dan peranan Kesultanan Melayu Perak.

Kata kunci: *pelancongan diraja, warisan diraja, representasi imej*

PENGENALAN

Aktiviti pelancongan untuk melihat warisan budaya sesuatu negara melibatkan objek ketara seperti bangunan bersejarah dan objek tidak ketara seperti amalan budaya tradisional sesuatu bangsa. Peranan budaya dan warisan negara dalam mengembangkan imej sesuatu produk pelancongan di Malaysia telah memperlihatkan betapa pentingnya sesuatu warisan negara itu dikekalkan bagi memperkayakan tatapan pelancong asing dan tempatan. Menurut perspektif antropologi dan sosiologi, pelancongan dan warisan dilihat saling berkait dalam memberi kesan terhadap satu nilai budaya yang melibatkan proses pemilihan, pembinaan, perundingan,

pengekalan dan penentangan untuk mempersembahkan satu imej dan identiti tempatan mahupun nasional yang kukuh kepada umum (King, 2012). Antara warisan budaya rakyat Malaysia yang menyumbang kepada perkembangan imej pelancongan tempatan ialah institusi beraja. Imej pelancongan yang melibatkan institusi beraja ini direpresentasikan oleh banyak pihak dalam pelbagai bentuk.

Pelancongan diraja di Britain telah lama berkembang akibat daripada perhatian yang diberikan pelancong kepada keluarga diraja Britain. Para pelancong melihat peranan yang telah dimainkan oleh keluarga diraja ini dalam mengekalkan nilai-nilai tradisional sebagai ketua negara Britain dan penaung kepada 16 negara di jajahan Komanwel. Disebabkan itu, mereka tertarik untuk melihat sendiri warisan budaya keluarga diraja ini seperti Istana Buckingham dan istiadat diraja seperti Istiadat Pertukaran Pengawal. Nilai-nilai tradisional turut mewarnai produk-produk pelancongan diraja di Brunei. Negara yang kaya dengan hasil minyak mentah ini mengekalkan nilai tradisional Islam, adat istiadat diraja Brunei dan adat Melayu sebagai imej negara ini melalui pelancongan diraja. Contohnya, Majlis Perkahwinan Diraja pada tahun 2012 telah mempersembahkan ketiga-tiga nilai ini kepada tetamu kenamaan asing yang hadir pada majlis itu.

Di Malaysia, imej pelancongan berasaskan warisan budaya diraja telah bermula lebih awal di negeri-negeri melalui keunikan bandar diraja seperti Bandar Diraja Johor Bahru sejak pemerintahan Sultan Abu Bakar pada Januari 1866 (Abdul Rahim, 2011) (kini Bandar Muar telah diisytiharkan sebagai Bandar Diraja Johor pada 25 November 2012) dan Bandar Diraja Kuala Kangsar yang telah diisytiharkan oleh Sultan Idris Shah I pada tahun 1887 (Mohd Redzuan 1983; Ayop 2000; Jelani 2011) berbanding di peringkat persekutuan pada tahun 1980 iaitu selepas pengubahsuaian Istana Negara di Jalan Syed Putra yang menjadi tarikan daripada rakyat serta pelancong asing. Kini, perubahan fungsi Istana Negara Lama sebagai Muzium Diraja dilihat memperkukuhkan lagi imej pelancongan diraja di Malaysia. Keistimewaan Muzium Diraja ini boleh menjadi faktor penarik pelancong untuk mendalami dan memahami sistem beraja di Malaysia.

SOROTAN KARYA

Antropologi pelancongan

Bidang Antropologi Pelancongan telah dikenalpasti bermula seiring dengan perkembangan kajian berkaitan pelancongan. Menurut Dann, Nash & Pearce (1988), bidang pelancongan telah ditemui dan dikembangkan oleh ilmu sains sosial pada awal 1970. Ahli antropologi turut berminat mengkaji bidang pelancongan namun pada awalnya mengalami kesukaran untuk mendefinisikan pelancongan menurut kaca mata mereka. Akhirnya, istilah 'pelancongan' dan 'pelancong' iaitu yang menggambarkan pergerakan orang untuk keseronokan telah dicipta yang menjadi dasar perbincangan penting dalam perkembangan bidang antropologi dan pelancongan (Smith 1989; Echtner & Jamal 1997).

Valene Smith yang merupakan seorang ahli geografi pada mulanya tetapi kemudian menjadi ahli antropologi merupakan tokoh yang mencetus pemahaman pelancongan sebagai satu bidang pengajian mengikut perspektif antropologi. Beliau telah menghasilkan ‘Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism’ yang menjadi karya klasik yang telah diterbitkan pada tahun 1977 (Leite & Graburn, 2012).

Kajian pelancongan kemudiannya berkembang semasa abad ke-20 dalam pelbagai disiplin. Bertitik tolak daripada perkembangan ini, wujud perbincangan serius dalam kalangan para sarjana mengenai isu metodologi, orientasi penyelidikan dan pendekatan yang sesuai untuk kajian pelancongan menurut perspektif antropologi. Oleh itu, wujudnya satu bidang ilmu baharu iaitu Antropologi Pelancongan iaitu hasil daripada perkembangan penyelidikan ilmu antropologi terhadap bidang pelancongan yang telah berlaku selama tiga dekad ini. Jadual di bawah cuba untuk menyenaraikan bidang-bidang kajian oleh ahli antropologi berdasarkan jenis-jenis pelancongan yang telah di kenalpasti yang mana pelancongan diraja merupakan salah satu bidang pelancongan yang boleh dimasukkan dalam bidang antropologi pelancongan kerana mengkaji institusi beraja yang menjadi institusi elit dalam sesebuah masyarakat.

Jadual 1: Bidang-Bidang Dalam Antropologi Pelancongan

JENIS PELANCONGAN	PENERANGAN	BIDANG PELANCONGAN
Pelancongan Kognitif	Pelancongan yang berkaitan alam semula jadi, budaya lepas, budaya kontemporari, budaya elit, orang lain dan juga diri sendiri.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancongan Alam Semulajadi • Pelancongan Budaya • Pelancongan Warisan • Pelancongan Diraja • Pelancongan Etnik • Pelancongan Komuniti Asli • Pelancongan Berasaskan Komuniti
Pelancongan berkaitan rekreasi dan hiburan	Pelancongan yang melibatkan tarikan pelancong terhadap aktiviti rekreasi dan hiburan samada berbentuk pertandingan atau tidak.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancongan Sukan • Pelancongan ‘Back-packer’
Pelancongan berkaitan rawatan kesihatan	Pelancongan yang melibatkan perjalanan seseorang untuk mendapatkan khidmat rawatan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancongan Kesihatan • Pelancongan Perubatan

	kesihatan dan penjagaan diri di negara sendiri atau di negara lain.	
Pelancongan berkaitan keagamaan dan kepercayaan	Pelancongan yang melibatkan pengembaraan yang lebih berbentuk spiritual serta melibatkan kepercayaan dan ritual-ritual tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancongan Haji (<i>Pilgrimage Tourism</i>) • Pelancongan Gelap (<i>Dark Tourism</i>)
Pelancongan seks	Pelancongan yang melibatkan perjalanan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan seksual dengan seseorang yang berbeza etnik, kaum dan latar belakang sosial.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancongan Seks • Pelancongan Gay
Pelancongan kreatif	Pelancongan yang berkaitan karya kreatif seseorang atau kerja untuk tarikan orang melawat.	<ul style="list-style-type: none"> • Pelancongan Filem (<i>Literary Tourism</i>) • Pelancongan Seni (<i>Arts Tourism</i>)

Diubahsuai daripada Przeclawski (1993) dan Jamal & Robinson (2012)

Pelancongan Diraja

Wujud perbezaan pendapat tentang konsep pelancongan diraja. Sesetengah sarjana menyatakan pelancongan berasaskan warisan budaya diraja dikaji di bawah konsep yang besar iaitu pelancongan warisan (Baxendale 2008; Maddens & Vanden Berghe 2008; Asyaari 2009; Salbiah 2010) berbanding sarjana lain yang membahagikan pelancongan diraja dan pelancongan warisan sebagai dua bentuk pelancongan yang berbeza (Raduan & Sharir 2007; Long 2008; Palmer 2008; Fatimah 2013). Oleh itu, pemahaman tentang kajian-kajian lepas amat penting bertujuan untuk mengenalpasti petunjuk penting dan keunikan sumber jaya yang ditawarkan secara khusus (niche) demi menimbulkan kelainan yang tersendiri sebagai satu produk dalam bidang pelancongan (Blom 2008; Anwar & Zulayti 2011; Johan & Zaki 2012). Pemahaman ini seterusnya akan menyerlahkan perbezaan antara pelancongan diraja dengan pelancongan lain.

Ramai sarjana telah menyumbang kepada pembinaan konsep penting pelancongan diraja walaupun bentuk pelancongan ini masih lagi baharu. Menurut Long & Palmer (2008) dan Fatimah (2013), pelancongan diraja ialah satu bentuk pelancongan yang melibatkan kewujudan nilai institusi beraja yang dirasai oleh pelancong terhadap sesuatu kategori produk pelancongan

sama ada berbentuk ketara (contohnya, istana dan regalia) atau tidak ketara (contohnya, upacara diraja). Nilai institusi beraja yang dirasai oleh para pelancong turut ditekankan oleh Baxendale (2008) dalam takrifannya namun sedikit berbeza bergantung kepada kategori produk pelancongan tersebut. Menurut beliau, pelancongan diraja merupakan satu pelancongan yang hanya melibatkan golongan dalam institusi beraja itu sendiri yang bertindak secara langsung terhadap produk pelancongan berbentuk tidak ketara. Namun, bagi produk pelancongan beraja berbentuk ketara seperti istana dan kawasan diraja yang lain, Baxendale mentakrifkannya sebagai pelancongan warisan walaupun produk tersebut mempunyai nilai institusi beraja.

Selain nilai institusi beraja, para sarjana turut mengaitkan institusi beraja atau monarki dalam bentuk pelancongan diraja ini. Kini, monarki terus memainkan peranan sebenar dan simbolik, tidak kurangnya yang berkaitan dengan pelancongan di negara-negara yang mana institusi beraja terus wujud (atau wujud pada masa lalu dan kini dianggap sebagai sebahagian daripada produk pelancongan warisan) dan di tempat-tempat yang boleh didakwa sebagai tempat lawatan diraja sama ada secara kerap atau biasa (Long 2008; Baxendale 2008; Milner 2012).

Kajian oleh Raduan & Shahir (2007) dan Salbiah (2010) memperlihatkan bahawa walaupun Kesultanan Brunei dan Kesultanan Perak merupakan dua institusi beraja yang berbeza negara, namun warisan budaya diraja mereka dilihat agak serupa iaitu banyak dipengaruhi oleh kebudayaan Melayu dan agama Islam. Persamaan ini dipengaruhi oleh perkongsian ketamadunan Alam Nusantara yang terus menjadi warisan terpenting masyarakat Melayu sejak dahulu lagi. Oleh itu, pelancongan diraja di dua negara yang berbeza ini melibatkan persembahan institusi Kesultanan dan produk warisan mereka yang banyak dipengaruhi oleh budaya tempatan iaitu kebudayaan Melayu dan agama Islam.

Berdasarkan kajian lepas, dapat disimpulkan bahawa wujud petunjuk penting dalam membezakan antara pelancongan warisan dan pelancongan diraja. Petunjuk penting tersebut ialah kewujudan institusi beraja dan nilai institusi beraja yang masih dapat dirasai terhadap produk warisan budaya diraja.

Produk Pelancongan Diraja

Kajian-kajian lepas mengenai sejarah pembentukan Kesultanan Melayu di Malaysia dilihat perlu difahami dalam usaha mengkaji institusi beraja itu sendiri. Hal ini kerana setiap institusi beraja di negeri-negeri mempunyai sejarah pembentukan yang berbeza. Namun terdapat juga persamaan yang menguatkan ikatan sesama institusi beraja di Malaysia. Persamaan dan perbezaan inilah yang akan mempengaruhi produk warisan budaya diraja pada institusi beraja di negeri masing-masing. Kajian mengenai sejarah pembentukan Kesultanan Perak telah dilakukan oleh Fawzi (1986) dan Jelani (2011) manakala kajian yang melibatkan Kesultanan Johor pula telah dilakukan oleh Abdul Rahim (2011).

Adat istiadat diraja merupakan antara tarikan penting dalam usaha membangunkan pelancongan diraja. Ramai sarjana telah menulis berkaitan adat istiadat diraja ini sama ada melalui kajian

berasaskan pengalaman sendiri (Mohd Nizam, 2011), kupasan daripada sudut kesusasteraan Melayu (Jelani, 2011) dan susunan protokol diraja yang termaktub dalam Undang-Undang Tubuh Negeri (Ayop 2000; Hanapi & Mohd Nazri 2008; Suzana 2008a; Suzana 2008b; Abdul Rahim 2011)

Di bandar Kuala Kangsar terdapat tiga buah bangunan yang cantik dan sinonim dengan keluarga diraja iaitu Istana Iskandariah yang menjadi tempat bersemayam Duli Yang Maha Mulia Sultan Perak, Istana Kenangan yang kini menjadi Muzium Diraja Perak, Istana Hulu yang kini menjadi Galeri Sultan Azlan Shah dan Masjid Ubudiah yang menjadi Masjid Diraja Perak (Maruwiah 2008; Mansor 2009; Azmi, Luthfi & Tarmiji 2010). Walau bagaimanapun, muzium dan galeri tetap menjadi pilihan para pelancong untuk mendekati diri dengan sejarah Kesultanan Perak. Bandar Diraja Johor Bahru pula menjadi pusat pemerintahan bagi Kesultanan Johor yang bermula sejak Sultan Abu Bakar menaiki takhta sebagai Sultan Johor era moden pertama (Abdul Rahim, 2011). Beliau menambah, tarikan pelancong di bandar diraja ini ialah tertumpu kepada Istana Besar yang kini menjadi muzium diraja dan Masjid Sultan Abu Bakar. Kedua-dua bangunan diraja ini kekal terpelihara bagi menjadi bukti kekuatan pemerintahan Sultan Johor yang terdahulu. Walau bagaimanapun, pemodenan Bandar Johor Bahru tidak banyak dipengaruhi oleh identitinya sebagai bandar diraja kerana lebih banyak berkembang sebagai ibu negeri Johor daripada awal sejarah Kesultanan Johor Moden hinggalah sekarang.

Pemahaman tentang produk-produk pelancongan diraja yang pelbagai ini mampu memberi idea tentang representasi imej pelancongan diraja kerana representasi ini banyak bergantung kepada produk-produk tersebut. Ada produk yang mampu merepresentasikan satu-satu imej dengan baik tanpa bergantung kepada sumber representasi dan ada produk yang tidak. Oleh itu, produk-produk pelancongan diraja di Kuala Kangsar perlulah di kenalpasti melalui beberapa petunjuk penting seperti sejarah, lokasi, fungsi dan keistimewaan rekabentuk bagi menyerlahkan imej produk tersebut dengan baik kepada pelancong.

Representasi Imej Dalam Pelancongan

Bagi meningkatkan kedudukan sesuatu destinasi, pemahaman mengenai faktor-faktor yang boleh membantu membina imej yang lebih positif terhadap destinasi itu haruslah dilakukan. Representasi pelancongan tidak wujud secara berasingan tetapi saling berkait dengan aspek budaya di mana representasi itu akan menggunakan aspek budaya dan akhirnya akan mencerminkan imej dan identiti yang sentiasa dihasilkan dan digunakan (Pritchard & Morgan 2001; Mercille 2005). Palmer (2008) menambah, imej sering dikaitkan dengan representasi secara luaran manakala identiti pula melalui representasi secara dalaman.

Banyak kajian yang telah dilakukan oleh para sarjana berkaitan proses representasi imej melalui pelbagai sumber seperti bahan bercetak (brosur, poskad, setem, suratkhbar, buku dan majalah), media atau bahan visual (iklan, filem, dokumentari dan fotografi) dan institusi sosial (galeri, muzium dan tapak warisan sejarah). Imej-imej melalui sumber representasi ini akan dinilai melalui paparan gambar dan tulisan yang ada. Selain itu, kuasa '*word of mouth*' atau pendapat

orang lain (melalui rakan, keluarga dan pelancong lepas) turut membantu aspek promosi dalam merepresentasikan imej pelancongan (Pritchard & Morgan 2001; Bandyopadhyay & Morais 2005; Mercille 2005; Molina & Esteban 2006; Choi, Lehto & Morrison 2007; Palmer 2008; Long 2008; Buzinde et al 2010; Pan & Li 2011; Dekavalla 2012; Andriotis & Mavric 2013). Kesemua ini merupakan sumber yang baik dalam proses representasi imej bagi pelancong untuk mendapatkan maklumat dan imej sesuatu produk pelancongan.

Menurut Molina & Esteban (2006) dan Palmer (2008), brosur merupakan risalah penting yang bertujuan untuk memberi motivasi kepada orang ramai untuk melawat destinasi yang diiklankan dengan memaparkan gambar, pemandangan lokasi dan maklumat berkaitan perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelancong. Kajian Pritchard & Morgan (2001) di Wales dilakukan dengan menggunakan brosur pelancongan oleh Wales Tourist Board (WTB) dan pihak berkuasa tempatan untuk melihat imej dan identiti negara ini berpandukan aspek sejarah, politik dan budaya masyarakat Welsh. Hasil kajian menunjukkan imej bendera Wales, naga Welsh, bahasa Welsh atau budayanya telah menjadi identiti penting yang perlu ada dalam proses representasi imej pelancongan di negara itu.

Media turut berperanan untuk merepresentasikan imej sesuatu institusi penting dalam sesebuah negara. Menurut kajian yang dilakukan oleh Long (2008), Palmer (2008) dan Dekavalla (2012), media sebenarnya banyak mempromosikan aspek diraja, warisan dan legasi Empayar Britain sebagai tema utama pelancongan di Britain, selain daripada kisah 'selebriti' ahli keluarga diraja itu kisah perkahwinan diraja antara Putera William dan Kate Middleton telah melonjakkan lagi tarikan rakyat dan pelancong terhadap Institusi Beraja Britain yang dilihat malap selepas kematian Puteri Diana pada tahun 1997.

Menurut Dekavalla (2012), perkahwinan diraja ini merupakan acara yang jarang dilaksanakan dan dianggap bersejarah, dianjurkan oleh institusi elit, disiarkan secara eksklusif oleh media tempatan dan ditonton oleh ramai orang yang menjadi satu bentuk persembahan yang memaparkan status Institusi Beraja Britain yang tinggi. Di Malaysia, istiadat pertabalan Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah sebagai Yang di-Pertuan Agong buat kali kedua (sebelum ini sebagai Yang di-Pertuan Agong ke-5 dan kini ke-14) merupakan pertabalan yang bersejarah kerana pertabalan yang penuh adat istiadat diraja itu turut dijadikan sebagai produk pelancongan melalui penerbitan dokumentari khas oleh National Geographic Channel (NatGeo) dan Discovery Channel. Melalui penerbitan dokumentari khas ini, imej warisan diraja dapat didokumentasikan ke seluruh dunia dengan mempersembahkan adat istiadat pertabalan yang penuh tradisional serta beridentiti nasional yang akhirnya menarik pelancong untuk melihatnya secara lebih dekat.

Representasi imej yang baik melalui sumber-sumbernya mampu memberitahu kepada para pelancong tentang keunikan sesuatu produk itu. Adakalanya pelancong tidak hanya sekadar melihat imej luaran sesuatu produk tetapi mereka mahukan lebih daripada itu iaitu imej keseluruhan dan signifikan produk itu dalam satu-satu pelancongan. Ada sumber representasi yang dihasilkan secara ringkas seperti brosur mampu merepresentasikan imej yang baik

berbanding sumber representasi yang kompleks seperti video dan begitu juga sebaliknya. Hal ini menunjukkan yang representasi imej yang baik tidak selalunya bergantung kepada teknologi penghasilan sumber yang moden. Oleh itu, kaedah persembahan dengan cara yang dapat menarik minat pelancong mampu menghasilkan sumber representasi imej yang baik dan seterusnya mampu mengukuhkan produk pelancongan diraja sehingga para pelancong dapat mengaitkan imej yang direpresentasikan itu dengan peranan serta identiti institusi beraja.

METODOLOGI KAJIAN

Lokasi yang dipilih bagi menjalankan kajian ini ialah di Bandar Diraja Kuala Kangsar, Perak. Pemilihan Bandar Diraja Kuala Kangsar ini dibuat berdasarkan beberapa faktor yang telah dikenalpasti iaitu faktor kemudahsampaian ke lokasi kajian, perkembangan pembangunan bandar diraja ini hasil sejarah pemerintahan Kesultanan Melayu Perak yang unik dan kepelbagaian bangunan diraja yang lengkap dan masih terpelihara. Bandar Kuala Kangsar ini menjadi pilihan utama kerana bandar ini telah diisytiharkan secara rasmi sebagai Bandar Diraja bagi negeri Perak sejak daripada tahun 1887 lagi. Hal ini menjadikan bandar ini kedua terawal diisytiharkan sebagai bandar diraja oleh Sultan yang memerintah selepas Johor Bahru. Walaupun menjadi bandar diraja terawal, namun Bandar Diraja Johor Bahru tidak terpilih menjadi lokasi kajian kerana bandar diraja di negeri Johor kini telah berpindah ke bandar Muar yang menjadikan bandar Johor Bahru kehilangan status sebagai bandar diraja, selain daripada faktor jarak dan masa.

Selain itu, kewujudan banyak bangunan diraja yang saling melengkapi di Kuala Kangsar telah dibina oleh pelbagai salasilah keluarga diraja Perak yang berbeza turut mempengaruhi pemilihan tersebut. Hal ini kerana setiap Sultan Perak yang memerintah akan membina bangunan untuk menunjukkan kedaulatan mereka dan kini kepelbagaian corak dan fungsi pada bangunan itu yang melalui proses pemeliharaan yang baik telah menjadi produk pelancongan bagi tontonan pelancong tempatan dan antarabangsa. Oleh itu, kesemua faktor-faktor tersebut dapat membantu untuk mendapatkan data yang lengkap dan bersistematik bagi penyelidikan ini.

Kajian ini berfokus kepada pihak berkuasa atau jabatan berkepentingan dalam pembangunan pelancongan dan warisan di Bandar Diraja Kuala Kangsar, Perak. Informan kajian ini melibatkan 4 orang daripada setiap pihak berkuasa atau jabatan iaitu melibatkan:

- 1) Pegawai Perancang Bandar dan Pelancongan, Majlis Perbandaran Kuala Kangsar
- 2) Kurator, Lembaga Muzium Negeri Perak
- 3) Pegawai Pelancongan, Perak Tourism Management Berhad
- 4) Pegawai Pelancongan, Tourism Malaysia Perak
- 5) Exco, Persatuan Pelancongan Negeri Perak

Pemilihan kesemua informan ini adalah kerana mereka merupakan pihak berkepentingan yang mempunyai kepakaran dalam merancang dan melaksanakan program-program pembangunan pelancongan di Bandar Diraja Kuala Kangsar. Selain itu, kesemua 20 orang informan ini dilihat seimbang dalam menentukan persepsi mereka terhadap representasi imej pelancongan diraja

kerana mereka mewakili kepentingan pembangunan pelancongan di peringkat tempatan seperti Majlis Perbandaran Kuala Kangsar, Lembaga Muzium Negeri Perak dan Persatuan Pelancongan Negeri Perak serta di peringkat negeri seperti Tourism Perak dan Tourism Malaysia Perak.

Pengumpulan data dijangka berlaku lebih kurang 12 bulan. Tempoh kajian yang lama ini membolehkan data dikutip secara mendalam dan membina hubungan secara rapat dengan menyertai pelbagai program pembangunan pelancongan yang dianjurkan oleh pihak informan. Bagi menjalankan kajian ini, kaedah penyelidikan yang digunakan ialah penyelidikan berbentuk kajian kes dengan menggunakan data jenis kualitatif. Data jenis ini digunakan kerana kajian ini ingin mengetahui hasil kajiannya dengan melalui dua kaedah pengumpulan data iaitu temubual mendalam dan kajian perpustakaan.

Dalam kajian ini, kaedah temubual mendalam secara semi struktur telah dilakukan. Sebelum menemubual, penentuan tema-tema khusus yang akan ditanya berdasarkan kepada objektif kajian telah dilakukan. Walau bagaimanapun, soalan sebenar tidak ditentukan terlebih dahulu. Apabila ingin menemubual, soalan-soalan akan ditanya secara spontan berdasarkan tema-tema yang telah ditentukan terlebih dahulu ke atas informan untuk mengetahui persepsi mereka berkaitan aspek perancangan dan pembangunan produk dan representasi imej pelancongan diraja di Kuala Kangsar.

Kajian perpustakaan pula dijalankan untuk mendapatkan data sekunder mengenai permasalahan kajian ini. Pembacaan dan penganalisaan terhadap sumber ilmiah akan dilakukan untuk mendapatkan maklumat yang berkaitan mengenai produk dan representasi imej pelancongan secara keseluruhannya. Antara bahan bacaan yang digunakan ialah buku, jurnal, tesis dan bahan penerbitan yang lain. Kesemua bahan ini diperolehi di Perpustakaan Hamzah Sendut USM, Lembaga Muzium Perak, Majlis Perbandaran Kuala Kangsar dan Pusat Penerangan Pelancongan.

DAPATAN AWAL

Representasi atau perlambangan sesuatu imej banyak dipengaruhi oleh sumber-sumber representasi imej yang dihasilkan oleh satu-satu pihak. Setiap jenis pelancongan memerlukan sumber representasi yang baik supaya para pelancong dapat mengenalpasti imej bagi produk pelancongan itu. Imej yang baik mampu menyerlahkan keunikan produk tersebut. Perak Tourism Management Berhad, Tourism Malaysia Perak, Majlis Perbandaran Kuala Kangsar, Galeri Sultan Azlan Shah dan Persatuan Pelancongan Negeri Perak merupakan pihak berkepentingan yang menghasilkan sumber representasi imej pelancongan di Kuala Kangsar.

Perak Tourism Management Berhad selaku agensi kerajaan negeri yang bertanggungjawab dalam bidang pelancongan di Perak telah menyenaraikan Bandar Diraja Kuala Kangsar sebagai salah satu daripada 10 ikon pelancongan di Perak. Langkah penyenaian ini menjadi penanda aras bagi pihaknya untuk mengenalpasti keistimewaan bandar diraja ini. Penyenaian ini juga menjadi penanda aras bagi pihak-pihak berkepentingan lain dalam usaha membantu

mempromosikan bandar tersebut melalui penghasilan sumber representasi imej masing-masing. Penyenaraian ini bukan sahaja disebabkan oleh banyaknya produk pelancongan yang ada tetapi turut dipengaruhi oleh jumlah kehadiran pengunjung ke bandar diraja itu. Berikut merupakan 10 ikon pelancongan Perak yang menjadi penanda aras bagi semua agensi pelancongan dalam menghasilkan sumber representasi imej yang baik.

Jadual 2: 10 Ikon Pelancongan Perak dan Keunikannya

Ikon Pelancongan	Keunikan Sumber Jaya
Bandar Diraja Kuala Kangsar	<ul style="list-style-type: none"> - Warisan budaya diraja - Warisan sejarah kolonial - Kraftangan tempatan - Makanan
Sungai Klah Hot Springs	<ul style="list-style-type: none"> - Alam semulajadi - Taman tema keluarga
Gua Tempurung	<ul style="list-style-type: none"> - Alam semulajadi
Ipoh	<ul style="list-style-type: none"> - Alam semulajadi - Taman tema keluarga - Makanan - Warisan sejarah kolonial
Hutan Paya Bakau Matang	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan alam semulajadi
Pulau Orang Utan	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan alam semulajadi
Lumut / Pulau Pangkor	<ul style="list-style-type: none"> - Kraftangan - Hasil laut - Alam semulajadi
Taman Herba Negeri Perak	<ul style="list-style-type: none"> - Pendidikan kesihatan
Taman Negeri Royal Belum	<ul style="list-style-type: none"> - Perkampungan Orang Asli - Pendidikan - Alam semulajadi
Zoo Taiping & Night Safari	<ul style="list-style-type: none"> - Alam semulajadi - Pendidikan

Hasil temubual bersama Perak Tourism Management Berhad

Sumber-sumber representasi imej pelancongan di Kuala Kangsar adalah pelbagai dan antara yang paling banyak ditekankan ialah brosur dan video pelancongan. Ada sumber representasi imej yang mengkhususkan kepada pelancongan di Kuala Kangsar sahaja seperti brosur Kuala Kangsar Bandar Diraja oleh Perak Tourism, brosur Kuala Kangsar Royal Town Heritage Trail oleh Perak Tourism dengan kerjasama Maktab Melayu Kuala Kangsar dan video pelancongan Kuala Kangsar oleh Majlis Perbandaran Kuala Kangsar. Selain itu, ada juga yang mempromosikan produk pelancongan Perak secara keseluruhannya yang mana Kuala Kangsar adalah antara salah satu produk tersebut seperti brosur Fun Map of Perak oleh Perak Tourism, brosur Malaysia Northern Region dan Perak Map & Guide oleh Tourism Malaysia Perak dan video pelancongan oleh Tourism Perak. Antara dapatan kajian yang penting ialah walaupun wujud kepelbagaian brosur dan video pelancongan yang dihasilkan, tiada satu pun daripada sumber representasi imej itu yang mengangkat produk pelancongan di Kuala Kangsar dengan nama produk pelancongan diraja walaupun banyak produk-produk tersebut adalah berasaskan warisan budaya diraja. Produk tersebut seperti Masjid Ubudiah, Istana Kenangan dan Galeri Sultan Azlan Shah. Penekanan istilah produk pelancongan diraja tidak langsung dinyatakan dalam mana-mana sumber representasi imej yang dikaji itu. Walau bagaimanapun, hasil temubual mendapati produk-produk pelancongan yang ada kaitan dengan Institusi Kesultanan Perak boleh dianggap sebagai produk pelancongan diraja kerana produk tersebut memang wujud melalui institusi beraja dan bukan diwujudkan oleh pihak pelancongan semata-mata untuk tarikan pelancong. Ini bermaksud, pihak pelancongan tidak perlu membina produk baharu untuk tujuan pelancongan. Mereka hanya mempromosikan produk pelancongan diraja itu yang sedia ada. Selain itu, produk pelancongan seperti yang dinyatakan masih dapat dirasai nilai institusi beraja dan ini menyebabkan produk tersebut diangkat sebagai produk pelancongan diraja. Elemen inilah yang menentukan sesuatu produk itu sebagai produk pelancongan diraja atau tidak seperti mana yang telah dinyatakan oleh kajian-kajian lepas.

Brosur dan video pelancongan yang baik perlu mengandungi gambar sebagai pembayang dan tulisan atau kata-kata sebagai penerang. Gambar produk pelancongan di Kuala Kangsar dipersembahkan sebaik mungkin sebagai pembayang kepada para pelancong tentang rupa bentuk produk itu sebelum melihat secara nyata. Di dalam semua brosur dan video pelancongan yang mengkhususkan kepada pelancongan di Kuala Kangsar, terdapat gambar produk pelancongan berlainan saiz dipersembahkan. Saiz gambar yang pelbagai dan ditayangkan dalam masa yang lama menunjukkan tentang kekuatan satu-satu produk itu. Gambar yang dominan menunjukkan yang produk pelancongan itu menjadi keutamaan dalam aspek tarikan yang dicadangkan oleh pihak pelancongan untuk dilawati. Walau bagaimanapun, gambar yang dominan tidak menjamin yang produk itu akan disenaraikan di permulaan brosur dan video. Susun atur produk di awal hingga akhir susunan itu hanyalah untuk memudahkan para pelancong mencari satu-satu produk yang disusun mengikut lokasi tertentu. Hal ini kerana setiap gambar yang dipersembahkan akan diterangkan melalui tulisan atau kata-kata. Penerangan ini kebiasaannya merangkumi lokasi, sejarah dan keistimewaan produk itu. Penerangan yang baik mampu memberi maklumat yang mendalam kepada pelancong untuk melawat produk-produk yang dipersembahkan itu.

Gambar dan tulisan dalam brosur dan penceritaan dalam video merupakan kombinasi yang baik untuk menarik perhatian pelancong, namun ada sesetengah pelancong tidak sukakan brosur yang terlalu padat dan formal dengan ayat serta video yang terlalu panjang. Brosur Fun Map of Perak contohnya, memberi pilihan kepada pelancong untuk mendapatkan maklumat melalui pendekatan yang berbeza. Jika brosur biasa banyak bergantung kepada perkataan yang penuh maklumat namun adakalanya membosankan, brosur ini hampir keseluruhannya menggunakan gambar bagi mempersembahkan produk yang ada. Hanya terdapat sedikit perkataan yang menjelaskan nama produk-produk itu. Gambar-gambar dalam brosur ini dipersembahkan dalam bentuk grafik yang menarik agar pelancong dapat melihat dalam suasana yang santai. Gaya persembahan brosur ini mendapat sambutan dan respon yang baik daripada pelancong kerana mereka mahukan maklumat pelancongan yang menarik dan ringkas.

Kebanyakan produk-produk pelancongan di Kuala Kangsar adalah berasaskan warisan budaya diraja bersesuaian dengan lokasi terletaknya produk itu iaitu di dalam bandar diraja. Produk-produk itu boleh dianggap sebagai produk pelancongan diraja kerana produk itu mempunyai kekuatan sumber jaya yang khusus iaitu melibatkan bangunan, kraftangan dan adat istiadat diraja. Setiap produk pelancongan diraja itu merepresentasikan imej yang pelbagai bagi menyerlahkan keunikan produk itu. Imej yang pelbagai inilah yang adakalanya mengelirukan bukan sahaja para pelancong tetapi juga pegawai-pegawai pelancongan untuk menghasilkan brosur dan video yang baik.



Gambar 1: Masjid Ubudiah yang digelar sebagai Masjid Diraja Perak

Masjid Ubudiah merupakan imej pilihan yang banyak digunakan oleh agensi pelancongan untuk dijadikan sebagai imej utama di muka hadapan brosur dan di dalam video pelancongan. Brosur Kuala Kangsar Royal Town Heritage Trail yang menggunakan imej masjid ini pada keseluruhan muka hadapan brosur tersebut. Walaupun brosur ini banyak mempersembahkan maklumat tentang Institusi Beraja Perak namun penggunaan imej di muka hadapan dilihat berlawanan dengan persepsi biasa yang secara umumnya mengaitkan institusi beraja dengan imej istana. Walau bagaimanapun, imej Masjid Ubudiah sebagai imej muka hadapan telah diluluskan sendiri oleh Raja Muda Perak ketika itu, Raja Dr Nazrin Shah dan ini menunjukkan yang institusi beraja telah mengiktiraf imej Masjid Ubudiah sebagai antara imej penting yang sinonim dengan Institusi Kesultanan Perak. Imej Masjid Ubudiah turut digunakan sebagai imej hadapan pada brosur Kuala Kangsar Bandar Diraja. Walaupun muka hadapan brosur ini mempersembahkan produk-produk pelancongan lain di Kuala Kangsar, namun saiz gambar Masjid Ubudiah dilihat agak besar berbanding gambar produk yang lain. Saiz gambar Masjid Ubudiah yang besar menunjukkan yang masjid ini dipromosikan sebagai tarikan utama dalam pelancongan di Kuala Kangsar. Jika dilihat tentang penerangan masjid ini, ianya menerangkan tentang sejarah dan fungsi masjid itu. Penerangan tersebut dilihat sama dengan brosur Kuala Kangsar Royal Town Heritage Trail. Penerangan tersebut jelas merepresentasikan Masjid Ubudiah sebagai imej diraja iaitu menerangkan tentang sejarah terbinanya masjid ini hasil idea dan nazar Sultan Perak ketika itu iaitu Sultan Idris Murshidul Adzam Shah. Masjid yang mempunyai kaitan secara langsung dengan institusi beraja sejak daripada dahulu itu kemudiannya diperkuatkan dengan pengisytiharaan sebagai Masjid Diraja Perak oleh Sultan Perak. Pengisytiharaan ini sedikit sebanyak membolehkan fungsi institusi beraja terus berjalan di masjid ini dengan menjadikan masjid ini sebagai antara lokasi wajib berlangsungnya adat istiadat diraja Perak. Selain itu, imej keagamaan turut direpresentasikan melalui gambar dan penerangan masjid ini. Imej keagamaan iaitu agama Islam boleh dilihat melalui rekabentuk dan fungsi masjid ini. Masjid yang diiktiraf sebagai antara masjid yang tercantik di Malaysia mempunyai rekabentuk Islam melalui kubah emasnya dan terus menjalankan fungsi sebagai penegak syiar Islam. Kini imej Galeri Sultan Azlan Shah mula menggantikan imej Masjid Ubudiah sebagai imej muka hadapan pada brosur Fun Map of Perak. Walaupun imej masjid ini di bahagian dalam brosur masih kuat merepresentasikannya sebagai imej diraja dan keagamaan, namun tiada representasi imej yang dominan antara keduanya. Hal ini menjadi kekeliruan untuk menentukan imej mana yang paling utama dalam merepresentasikan imej Masjid Ubudiah di dalam brosur tersebut.



Gambar 2: Istana Kenangan yang kini berfungsi sebagai Muzium Diraja Perak

Istana Kenangan atau Istana Kuning juga antara produk pelancongan diraja yang unik di Kuala Kangsar. Imej istana ini telah banyak digunakan bukan setakat dalam sumber representasi imej pelancongan malah digunakan sebagai logo syarikat seperti Adabi. Kepelbagaian penggunaan imej ini menyerlahkan keunikan istana ini sehingga menarik kehadiran ramai pelancong. Dalam brosur pelancongan, imej istana ini dahulunya seringkali bertukar ganti dengan imej Masjid Ubudiah untuk merepresentasikan imej pelancongan di Kuala Kangsar. Walaupun istana ini sedang ditutup bagi tujuan pemuliharaan, namun imej istana ini tetap digunakan sebagai imej muka hadapan brosur Malaysia Northern Region. Dalam brosur itu, representasi imej istana ini tidak dapat dikenalpasti kerana tiada penerangan yang dapat menyokong imej tersebut. Yang ada hanyalah gambar tanpa penerangan. Walaupun menjadi imej utama pada brosur tersebut, tidak dapat dipastikan apakah representasi imej istana itu. Berlainan pula dengan brosur Kuala Kangsar Bandar Diraja dan Kuala Kangsar Royal Town Heritage Trail. Imej Istana Kenangan pada brosur tersebut bukanlah imej utama namun dapat dikenalpasti representasi imej istana itu iaitu lebih menonjolkan imej tradisional Melayu berbanding imej diraja. Rekabentuk istana ini yang diperbuat daripada kelalai ini lebih ditekankan dalam penerangan tersebut berbanding sejarah dan fungsi istana itu.



Gambar 3: Galeri Sultan Azlan Shah yang dahulunya Istana Hulu

Walaupun Tourism Malaysia Perak masih menggunakan imej Istana Kenangan sebagai imej muka hadapan brosur keluaran terbaharu mereka tanpa mengambil kira keadaan semasa istana itu, Perak Tourism telah menukar imej Istana Kenangan yang telah banyak kali digunakan dengan produk tarikan baharu pelancongan diraja iaitu Galeri Sultan Azlan Shah. Brosur Fun Map of Perak ini menggunakan imej galeri yang besar berbanding imej produk pelancongan Perak yang lain. Imej yang besar dan berada di tengah brosur memperlihatkan yang Perak Tourism ingin mempromosikan galeri ini sebagai tarikan utama ke Perak. Walau bagaimanapun, brosur ini tidak mempunyai penerangan kerana konsep brosur ini lebih kepada santai dan informatif dengan grafik yang menarik. Oleh itu, representasi imej galeri tidak dapat dikenalpasti di dalam brosur ini. Pada brosur-brosur lain, representasi imej dapat dilihat walaupun imej galeri tidak dijadikan sebagai imej utama. Galeri ini merepresentasikan imej diraja yang jelas melalui sejarah, fungsi dan rekabentuknya. Bekas istana Sultan Perak terdahulu ini telah banyak kali bertukar fungsi sehingga akhirnya dipulihara untuk dijadikan sebagai galeri yang mempamerkan koleksi diraja dan peribadi Sultan Azlan Shah. Imej diraja juga dapat dirasai melalui rekabentuk dalaman dan luaran yang masih mengekalkan dekorasi sebuah istana.

PENUTUP

Dapatan awal ini diharap membantu terhadap pemahaman representasi imej pelancongan berdasarkan perspektif antropologi dan sosiologi yang memfokuskan kepada institusi beraja. Melalui kertas kerja ini, diharap pelbagai pihak mendapat idea awal yang dapat meningkatkan imej warisan budaya diraja agar pelancongan diraja di Malaysia lebih-lebih lagi di negeri Perak dapat menyumbang kepada kepelbagaian warisan yang ada di negara ini serta menonjolkan keunikan institusi beraja kepada masyarakat umum. Akhirnya, para pelancong tempatan dan luar negara dapat mempelajari sesuatu yang baharu berkaitan warisan budaya tempatan ini dan seterusnya meningkatkan imej pelancongan diraja sebagai salah satu bentuk pelancongan yang penting di Malaysia.

RUJUKAN

- Ayop, H. (2000). *Adat Istiadat Diraja Negeri Perak Darul Ridzuan*. Ipoh: Dewan Negara Perak.
- Asyaari, M. (2009). Penyelidikan arkeologi di Johor dari sudut pandangan warisan vs pembangunan. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, 2(2), 199-227.
- Azmi, A., Muhamad Luthfi, R. & Tarmiji, M. (2010). Warisan tembikar labu sayong di Kuala Kangsar, Perak: Sejarah, perkembangan dan masa depan. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, 28(2), 131-154.
- Abdul Rahim, R. (2011). *Sejarah Adat Istiadat Diraja Johor*. Johor Bahru: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Anwar, D. & Zulayti, Z. (2011). Pelancongan budaya di Malaysia: Membina konsepnya. *Jurnal Melayu*, 6, 1-11.
- Andriotis, K. & Mavric, M. (2013). Postcard mobility: Going beyond image and text. *Annals of Tourism Research*, 40, 18-39.
- Bandyopadhyay, R. & Morais, D. (2005). Representative dissonance: India's self and Western image. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1006-1021.
- Baxendale, J. (2008). The construction of the past and the origins of royal tourism in 19th-century Britain. In Long, P. & Palmer, J. (eds). *Royal Tourism: Excursions Around Monarchy*. England: Channel View Publications.
- Blom, T. (2008). Morbid tourism: The case of Diana, Princess of Wales and Althorp House. In Long, P. & Palmer, N. (eds). *Royal Tourism: Excursions Around Monarchy*. England: Channel View Publications.
- Buzinde, C., et al. (2010). Representations and adaption to climate change. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 581-603.
- Choi, S., Lehto, X. & Morrison, A. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28, 118-129.
- Dekavalla, M. (2012). Constructing the public at the royal wedding. *Media, Culture & Society*, 34(3), 296-311.
- Echtner, C. & Jamal, T. (1997). The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals Of Tourism Research*, 24(4), 868-883.
- Fawzi, B. (1986). *Cempaka Sari: Sejarah Kesultanan Negeri Perak*. Perak: Yayasan Perak.
- Fatimah, H. (2013). *Potensi Pelancongan Warisan Diraja Di Kedah*. Johor: Penerbit Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Hanapi, D. & Mohd Nazri, A. (2008). Ritual dan Perayaan. Dalam Anwar, D. (eds). *Asas Kebudayaan dan Kesenian Melayu*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Jelani, H. (2011). Asal-usul Raja, negeri dan adat istiadat Kesultanan Perak: Beberapa variasi dalam pengekal dan penyimpanan sumber tradisi. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, 29(1), 3-35.
- Jamal, T. & Robinson, M. (2012). *Introduction: The Evolution and Contemporary*

- Positioning of Tourism as a Focus of Study*. London: The Sage Handbook of Tourism Studies.
- Johan, I. & Mohamad Zaki, A. (2012). *Perancangan dan Pembangunan Pelancongan (Ed Ke-2)*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- King, V. (2012). Culture, heritage and tourism in Southeast Asia. *Pertanika Journal of Social Science & Humanities*, 20(1), i-vii.
- Long, P. (2008). Introduction. In Long, P. & Palmer, N. (eds). *Royal Tourism: Excursions Around Monarchy*. England: Channel View Publications.
- Leite, N. & Graburn, N. (2012). *Anthropological Interventions In Tourism Studies*. London: The Sage Handbook of Tourism Studies.
- Mohd Redzuan, T. (1983). *Ulang Tahun ke-40 Perkahwinan Diraja & Jubli Emas Istana Iskandariah*. Kuala Lumpur: Jabatan Muzium Negara.
- Mercille, J. (2005). Media effects on image: The case of Tibet. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1039-1055.
- Molina, A. & Esteban, A. (2006). Tourism brochures: Usefulness and image. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1036-1056.
- Mohammad Raduan, A. & Mohammad Sharir, R. (2007). Perusahaan pelancongan di negara Brunei Darussalam: Bolehkah ia berkembang. *Borneo Research Journal*, 1, 237-254.
- Maruwiah, A. (2008). *Perak Darul Ridzuan*. Shah Alam: Karisma Publications Sdn Bhd.
- Mansor, I. (2009). Pelancongan dan Warisan. Dalam Abdul Halim, T. & Che Mahzan, A. *50 Tahun Pemerintahan KDYMM Sultan Abdul Halim Mu'adzam Shah*. Selangor: AHT Minda Karya & Universiti Islam Antarabangsa Malaysia.
- Mohd Nizam, S. (2011). Deskripsi adat istiadat sambutan Hari Keputeraan DYMM Raja Perlis. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, 29(1), 37-66.
- Milner, A. (2012). "Identity Monarchy": Interrogating heritage for a divided Malaysia. *Southeast Asian Studies*, 1(2), 191-212.
- Przeclawski, K. (1993). Tourism as the subject of interdisciplinary research. In Douglas, G., Pearce & Richard, B. (eds). *Tourism Research: Critique and Challenge*. London: Routledge.
- Pritchard, A. & Morgan, N. (2001). Cultural, identity and tourism representation: Marketing Cymru or Wales? *Tourism Management*, 22, 167-179.
- Palmer, N. (2008). International royal tourist expectations, experiences and reflections on royal encounters: A demand-side perspective. In Long, P. & Palmer, N. (eds). *Royal Tourism: Excursions Around Monarchy*. England: Channel View Publications.
- Pan, B. & Li, X. (2011). The long tail of destination image and online marketing. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 132-152.
- Smith, V. (1989). *Host and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford: Blackwell.
- Suzana, O. (2008a). *Ketuanan Islam dan Pertuanan Raja-Raja Melayu: Lintasan Sejarah Perkembangan Gagasan Melayu Islam Beraja*. Kuala Lumpur: Media Satria Sdn Bhd.
- Suzana, O. (2008b). *Menjejak Warisan Melayu Islam Beraja: Menemukan Kembali Permata Bangsa Yang Hilang (Siri Kertas Kerja)*. Kuala Lumpur: Media Satria Sdn Bhd.

Salbiah, R. (2010). Malay cultural and heritage tourism at Bukit Chandan, Kuala Kangsar, Perak, Malaysia. *UNITAR E-Journal*, 6(2), 54-64.