

Received: 09-10-2025 | **Accepted:** 20-11-2026 | **Published:** 26-12-2025

THE LIGHT OF ACEH: BAITURRAHMAN PUSAT PROMOSI PARIWISATA
RELIGI DI PROVINSI ACEH

Asmaunizar

Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan
Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia

Email: asmaunizar@ar-raniry.ac.id

Abstrak

Pemerintah Provinsi Aceh telah meluncurkan *The Light of Aceh* sebagai strategi branding pariwisata untuk menonjolkan identitas Islam dan warisan budaya Aceh. Dalam kerangka ini, Masjid Raya Baiturrahman muncul sebagai ikon utama promosi pariwisata religi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna historis, keunikan arsitektur, kontribusi sosial-ekonomi, dan nilai simbolis Baiturrahman dalam memperkuat identitas pariwisata Aceh. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini memanfaatkan data sekunder dari kajian akademik, laporan pemerintah, dan publikasi pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Baiturrahman tidak hanya berfungsi sebagai pusat ibadah, tetapi juga sebagai representasi ketahanan Aceh, khususnya pada masa perjuangan kolonial dan pascatsunami 2004. Arsitektur khasnya dengan kubah hitam, ornamen Islami, serta payung raksasa yang akan meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, masjid ini berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal melalui aktivitas wisata halal sekaligus memperkuat citra Aceh sebagai “Serambi Mekkah.” Penelitian ini menyimpulkan bahwa Baiturrahman memiliki peran vital dalam kesuksesan *The Light of Aceh* sebagai inisiatif destination branding yang memadukan spiritualitas, budaya, dan sejarah dalam satu narasi terpadu. Rekomendasi penelitian menekankan pentingnya pengelolaan pariwisata berkelanjutan, pemberdayaan masyarakat, serta promosi internasional yang lebih luas atas pariwisata religi Aceh.

Kata kunci: *Baiturrahman, The Light of Aceh, pariwisata religi, destination branding, Aceh*

Abstract

The Aceh provincial government has launched *The Light of Aceh* as a tourism branding strategy to highlight Aceh’s Islamic identity and cultural heritage. Within this framework, the Baiturrahman Grand Mosque emerges as the central icon of religious tourism promotion. This study aims to analyze the historical significance, architectural uniqueness, socio-economic contributions, and symbolic values of Baiturrahman in strengthening Aceh’s tourism identity. Using a qualitative descriptive method, the research draws on secondary data from academic studies, government reports, and tourism publications. Findings show that Baiturrahman serves not only as a religious site but also as a representation of Aceh’s resilience, particularly during colonial struggles and the 2004 tsunami. Its distinctive architecture featuring black domes, Islamic ornamentation, and monumental umbrellas enhances its appeal for domestic and international tourists. Moreover, the mosque contributes to local economic empowerment through halal tourism activities while reinforcing Aceh’s image as the “Veranda of Mecca.” This study concludes that Baiturrahman plays a vital role in the success of *The Light of Aceh* as a destination branding initiative, combining spirituality, culture, and history into a unified

narrative. Recommendations highlight the need for sustainable tourism management, community empowerment, and broader international promotion of Aceh's religious tourism.

Keywords: *Baiturrahman, The Light of Aceh, religious tourism, destination branding, Aceh*

PENDAHULUAN

Pariwisata religi merupakan salah satu bentuk pariwisata yang berkembang pesat di berbagai negara dengan mayoritas penduduk beragama, termasuk Indonesia. Aceh, yang dikenal sebagai *Serambi Mekkah*, memiliki potensi besar dalam mengembangkan wisata religi karena kekayaan sejarah, budaya Islam, dan keberadaan ikon religius yang mendunia, yakni Masjid Raya Baiturrahman (Gambar 1.1). Masjid ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat ibadah umat Islam, tetapi juga sebagai simbol ketahanan, identitas budaya, dan daya tarik wisata utama di Aceh (Ismail, 2018).



Gambar 1.1: Masjid Raya Baiturrahman

Secara historis, Baiturrahman dibangun pada masa Kesultanan Aceh Darussalam abad ke-17 dan kemudian mengalami rekonstruksi pada masa kolonial Belanda setelah terbakar dalam serangan tahun 1873 (Hasan, 2017). Pasca-tsunami 2004, masjid ini menjadi simbol spiritualitas dan ketangguhan masyarakat Aceh karena tetap berdiri kokoh di tengah kehancuran (Anwar, 2015). Hal ini menjadikan Baiturrahman bukan hanya monumen religius, tetapi juga warisan budaya (*cultural heritage*) yang berperan penting dalam membangun citra Aceh di mata dunia.

Dalam konteks pariwisata, Masjid Raya Baiturrahman berfungsi sebagai destinasi unggulan yang menarik kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara. Keindahan arsitektur, nilai sejarah, serta posisinya sebagai ikon religius Aceh menjadikan masjid ini tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat daya tarik wisata religi yang representatif di wilayah tersebut. Keberadaannya memperkuat citra Banda Aceh sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan spiritualitas Islam.

Data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Baiturrahman terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Peningkatan ini berdampak pada berkembangnya sektor ekonomi lokal, seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), jasa pemandu wisata, serta sektor perdagangan dan kuliner di sekitar kawasan masjid. Dengan demikian, Baiturrahman berperan sebagai pusat promosi wisata religi sekaligus motor penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

Oleh karena itu, kajian mengenai peran Masjid Raya Baiturrahman dalam pariwisata religi menjadi penting untuk dilakukan secara komprehensif. Penelitian tidak hanya perlu menyoroti aspek sejarah dan arsitektur, tetapi juga mengkaji dampak sosial-ekonomi serta makna spiritual yang terkandung di dalamnya. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih utuh mengenai kontribusi masjid sebagai simbol religius, identitas budaya, dan aset strategis dalam pembangunan pariwisata Aceh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami fenomena sosial, budaya, religius, dan pariwisata secara mendalam. Pendekatan kualitatif bertujuan menggali makna secara holistik dalam konteks alamiah, sedangkan metode deskriptif digunakan untuk memaparkan realitas empiris secara faktual dan sistematis tanpa mencari hubungan sebab-akibat. Fokus kajian meliputi sejarah, simbolik, arsitektur, peran pariwisata, serta dampak sosial-ekonomi dan spiritualitas Masjid Raya Baiturrahman.

Lokasi penelitian berada di Masjid Raya Baiturrahman, Banda Aceh, beserta kawasan sekitarnya yang menjadi pusat aktivitas wisata religi dan sosial-ekonomi. Subjek penelitian meliputi pengelola masjid, tokoh agama, pemerintah daerah/Dinas Pariwisata, wisatawan domestik dan mancanegara, serta masyarakat lokal dan pelaku UMKM. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan relevansi dan pengetahuan mereka terhadap fokus penelitian.

Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi partisipan dan wawancara mendalam semi-terstruktur, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen sejarah, arsip, statistik pariwisata, jurnal, buku, dan laporan media. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data dalam bentuk narasi dan tabel, serta penarikan kesimpulan untuk menemukan makna dan implikasi keberadaan masjid dalam konteks pariwisata religi Aceh

Hasil dan Pembahasan

Sejarah dan Makna Baiturrahman

Masjid Raya Baiturrahman (Gambar 4.1) memiliki akar sejarah panjang yang tidak dapat dilepaskan dari perjalanan Kesultanan Aceh Darussalam. Masjid ini pertama kali dibangun pada masa pemerintahan Sultan Iskandar Muda (1607–1636 M), salah satu sultan terbesar Aceh yang berhasil membawa kesultanan mencapai puncak kejayaan politik, ekonomi, dan keagamaan.

Baiturrahman kala itu bukan hanya rumah ibadah, melainkan pusat pendidikan Islam, tempat bermusyawarah, sekaligus simbol kekuatan kerajaan Aceh di hadapan dunia internasional.

1. Nama Awal: Baitul Makmur

Menurut beberapa catatan sejarah, masjid ini awalnya dikenal dengan nama Masjid Baitul Makmur. Sebagai pusat kegiatan keagamaan, masjid menjadi tempat ulama, cendekiawan, dan santri mendalami ilmu-ilmu keislaman, seperti tafsir, hadis, fiqh, hingga filsafat. Hal ini memperkuat posisi Aceh sebagai pusat peradaban Islam di Asia Tenggara.

2. Peristiwa Penyerangan Belanda

Pada tahun 1873, ketika Belanda melancarkan agresi militer ke Aceh, Masjid Raya Baiturrahman dibakar habis. Peristiwa ini menimbulkan luka mendalam bagi rakyat Aceh karena masjid adalah simbol kebanggaan dan identitas mereka. Kehancuran tersebut justru memicu semangat jihad rakyat Aceh untuk melawan kolonialisme. Sebagai ganti, Belanda membangun kembali masjid dengan arsitektur bergaya Mughal pada tahun 1879. Awalnya masyarakat Aceh menolak menggunakannya karena dianggap sebagai simbol kolonial, namun seiring waktu masjid kembali menjadi pusat kegiatan ibadah umat Islam di Aceh.

3. Perluasan dan Renovasi

Dalam perkembangannya, Masjid Raya Baiturrahman terus diperluas. Pada tahun 1936, ditambahkan satu kubah baru untuk memperbesar kapasitas jamaah. Setelah kemerdekaan, pemerintah Republik Indonesia kembali merenovasi dan memperluas masjid, sehingga kini memiliki tujuh kubah, menara tinggi, serta halaman luas yang dilengkapi dengan payung raksasa.

4. Baiturrahman saat Tsunami 2004

Tragedi tsunami 26 Desember 2004 menjadi momen penting yang mempertegas makna spiritual Baiturrahman. Gelombang besar melanda Banda Aceh dan menghancurkan sebagian besar kota, tetapi Masjid Raya Baiturrahman (Gambar 4.2) tetap berdiri kokoh. Ribuan orang selamat karena berlindung di dalam masjid. Peristiwa ini mengukuhkan Baiturrahman sebagai simbol ketahanan iman dan perlindungan Ilahi bagi masyarakat Aceh.

5. Makna Simbolik

Masjid Raya Baiturrahman tidak hanya bermakna religius, tetapi juga sarat nilai filosofis:

- a. Simbol Keislaman: Menunjukkan peran Aceh sebagai Serambi Mekkah dan pusat dakwah Islam di Asia Tenggara.
- b. Simbol Perlawanan: Menjadi saksi bisu jihad rakyat Aceh melawan kolonial Belanda.
- c. Simbol Ketahanan: Kokoh berdiri saat bencana tsunami, melambangkan kekuatan spiritual masyarakat.
- d. Simbol Identitas Budaya: Arsitekturnya mencerminkan perpaduan lokal, Islam, dan pengaruh global, yang memperlihatkan keterbukaan Aceh dalam lintasan sejarah.

Dengan demikian, Baiturrahman bukan sekadar masjid, melainkan monumen sejarah, pusat spiritual, sekaligus identitas kolektif rakyat Aceh yang diwariskan lintas generasi.

Pariwisata religi menjadi salah satu sektor penting dalam pengembangan pariwisata Aceh. Sejak dicanangkannya branding “*The Light of Aceh*” pada 2015, Pemerintah Aceh berupaya memperkuat identitas wisata Islami dengan mengedepankan destinasi religius, salah satunya Masjid Raya Baiturrahman. Masjid ini bukan hanya ikon fisik, tetapi juga simbol spiritual yang merepresentasikan nilai-nilai Islam, sejarah perjuangan, dan ketahanan masyarakat Aceh (Misbach, 2017).

6. Kronologi Sejarah Masjid Raya Baiturrahman

- a. 1607–1636 M (Abad ke-17): Dibangun oleh Sultan Iskandar Muda, bernama *Masjid Baitul Makmur*.
- b. 1873 M: Dibakar Belanda saat agresi militer pertama ke Aceh.
- c. 1879 M: Dibangun kembali oleh Belanda dengan arsitektur Mughal.
- d. 1936 M: Renovasi dan perluasan pertama, ditambah satu kubah baru.
- e. 1957–1968 M: Pemerintah Indonesia melakukan renovasi besar-besaran.
- f. 1990-an: Perluasan dan penyempurnaan fasilitas masjid.
- g. 2004 (26 Desember): Tragedi tsunami, masjid tetap berdiri kokoh.
- h. 2015–2017: Renovasi besar, ditambahkan 12 payung raksasa seperti di Masjid Nabawi.
- i. Kini: Menjadi ikon utama wisata religi Aceh dalam program *The Light of Aceh*.
- j.

Arsitektur dan Keindahan Estetika

Masjid Raya Baiturrahman adalah salah satu masjid dengan arsitektur termegah di Asia Tenggara. Desainnya mencerminkan perpaduan antara gaya Mughal (India Utara), sentuhan Turki Utsmani, pengaruh arsitektur kolonial Eropa, dan kekhasan budaya lokal Aceh (Latief, 2018). Perpaduan ini menjadikan Baiturrahman sebagai mahakarya

Asmaunizar

The Light Of Aceh: Baiturrahman

arsitektur Islam yang unik dan menawan. Keindahan arsitektur masjid ini dapat dikaitkan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an yang menekankan keteraturan dan kesempurnaan ciptaan-Nya (QS. Al-Mulk, ayat 3):

الَّذِي خَلَقَ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ طِبَاقًا مَا تَرَى فِي خَلْقِ الرَّحْمَنِ مِنْ تَفْوُتٍ فَارْجِعِ الْبَصَرَ هَلْ تَرَى مِنْ فُطُورٍ

Artinya: “(Dia juga) yang menciptakan tujuh langit berlapis-lapis. Kamu tidak akan melihat pada ciptaan Tuhan Yang Maha Pengasih ketidakseimbangan sedikit pun. Maka, lihatlah sekali lagi! Adakah kamu melihat suatu cela?”

Ayat ini menggambarkan bahwa keindahan dan keserasian adalah manifestasi dari sifat Allah, dan manusia diberi kemampuan untuk menciptakan karya seni dan arsitektur yang mencerminkan harmoni tersebut. Arsitektur Baiturrahman dengan kubah hitamnya, kaligrafi Islami, dan ornamen khas Aceh merefleksikan prinsip Qur’ani tentang keteraturan dan keindahan.

Selain itu, estetika masjid juga mengingatkan pada perintah Allah untuk memuliakan rumah ibadah (QS. Al-Hajj, ayat 32):

ذَلِكَ وَمَنْ يُعْظِمِ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ

Artinya: “Demikianlah (perintah Allah). Siapa yang mengagungkan syiar-syiar Allah, maka sesungguhnya itu timbul dari ketakwaan hati.”

Dalam konteks ini, keindahan arsitektur Baiturrahman bukan sekadar untuk estetika, melainkan sebagai bentuk pengagungan terhadap syi’ar Islam dan simbol kebesaran Allah.

Dengan demikian, perpaduan arsitektur lintas budaya dalam Baiturrahman menunjukkan bagaimana Islam mampu menyerap dan mengharmoniskan unsur-unsur budaya dunia, lalu menampilkannya dalam bentuk karya arsitektur yang indah. Hal ini sejalan dengan nilai Qur’ani bahwa keindahan adalah bagian dari ketakwaan dan bentuk syukur manusia kepada Sang Pencipta.

Baiturrahman dalam Promosi Pariwisata Religi

Sejak pemerintah meluncurkan program The Light of Aceh pada tahun 2015, Masjid Raya Baiturrahman ditetapkan sebagai ikon utama promosi pariwisata religi di Aceh. Branding ini menekankan Aceh sebagai destinasi wisata berbasis syariah dengan identitas Islam yang kuat (Dinas Pariwisata Aceh, 2019). Dalam perspektif Islam, masjid bukan hanya sekadar tempat ibadah, tetapi juga pusat kebudayaan, pendidikan, dan penyebaran nilai-nilai ketakwaan. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur’an, Surah At-Taubah ayat 18:

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَحْشَأْ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Sesungguhnya yang (pantas) memakmurkan masjid-masjid Allah hanyalah orang yang beriman kepada Allah dan hari Akhir, mendirikan salat, menunaikan zakat, serta tidak takut (kepada siapa pun) selain Allah. Mereka itulah yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Asmaunizar

The Light Of Aceh: Baiturrahman

Ayat ini memberikan legitimasi bahwa upaya memakmurkan masjid, termasuk menjadikannya sebagai pusat wisata religi, merupakan bagian dari dakwah dan syiar Islam. Dengan menjadikan Baiturrahman sebagai ikon *The Light of Aceh*, pemerintah Aceh sesungguhnya sedang mengimplementasikan prinsip Qur’ani bahwa masjid harus menjadi pusat kemaslahatan umat, tidak hanya dalam aspek spiritual tetapi juga sosial dan ekonomi.

Lebih jauh, *branding The Light of Aceh* dapat dimaknai selaras dengan ayat dalam Al-Qur’an, Surah An-Nur. ayat 35:

﴿اللَّهُ نُورُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ مِثْلُ نُورِهِ كَمِشْكُوتٍ فِيهَا مِصْبَاحٌ الْمِصْبَاحُ فِي زُجَاجَةٍ الزُّجَاجَةُ كَأَنَّهَا كَوْكَبٌ دُرِّيٌّ يُوقَدُ مِنْ شَجَرَةٍ مُبْرَكَةٍ زَيْتُونَةٍ لَا شَرْقِيَّةٍ وَلَا غَرْبِيَّةٍ يَكَادُ زَيْتُهَا يُضِيءُ وَلَوْ لَمْ تَمْسَسْهُ نَارٌ نُورٌ عَلَى نُورٍ يَهْدِي اللَّهُ لِنُورِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾

Artinya: “Allah (pemberi) cahaya (pada) langit dan bumi. Perumpamaan cahaya-Nya seperti sebuah lubang (pada dinding) yang tidak tembus (518) yang di dalamnya ada pelita besar. Pelita itu di dalam tabung kaca (dan) tabung kaca itu bagaikan bintang (yang berkilauan seperti) mutiara, yang dinyalakan dengan minyak dari pohon yang diberkahi, (yaitu) pohon zaitun yang tumbuh tidak di timur dan tidak pula di barat, (519) yang minyaknya (saja) hampir-hampir menerangi walaupun tidak disentuh api. Cahaya di atas cahaya (berlapis-lapis). Allah memberi petunjuk menuju cahaya-Nya kepada orang yang Dia kehendaki. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan bagi manusia. Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”

Ayat ini sering ditafsirkan bahwa cahaya Allah memandu manusia menuju kebenaran. Dengan narasi “The Light of Aceh”, Baiturrahman ditempatkan sebagai simbol cahaya spiritual dan ketahanan masyarakat Aceh, sekaligus sebagai daya tarik global bagi wisatawan muslim. Dengan demikian, promosi Baiturrahman dalam bingkai The Light of Aceh bukan sekadar strategi pariwisata, tetapi juga implementasi nilai Qur’ani tentang peran masjid sebagai cahaya, pusat spiritualitas, dan sumber petunjuk bagi umat manusia.

1. Pusat Branding “The Light of Aceh”

Dalam kerangka promosi, Baiturrahman selalu ditampilkan sebagai wajah Aceh. Foto dan video masjid ini digunakan pada berbagai media promosi, mulai dari brosur, pameran internasional, hingga kampanye digital. Strategi ini efektif karena masjid memiliki daya tarik visual yang ikonik, serta mengandung nilai sejarah dan spiritualitas yang mendalam (Misbach, 2017).

2. Destinasi Wisata Religi Unggulan

Baiturrahman diposisikan sebagai gerbang wisata religi Aceh. Wisatawan yang datang ke masjid biasanya diarahkan untuk mengunjungi destinasi lain seperti:

- Makam ulama besar (Syiah Kuala, Teungku Chik di Tiro, Teungku Chik Pante Kulu).
- Dayah tradisional yang berfungsi sebagai pusat pendidikan Islam.
- Situs sejarah Islam peninggalan Kesultanan Aceh, seperti Gunongan dan Pinto Khop (Latief, 2018).

Dengan demikian, Baiturrahman menjadi starting point yang menghubungkan berbagai destinasi religi di Aceh.

3. Event Keagamaan dan Wisata Islami

Baiturrahman rutin menjadi pusat penyelenggaraan berbagai event religius, antara lain:

- a. Tabligh akbar berskala nasional maupun internasional.
- b. Festival Ramadhan Aceh, yang menampilkan budaya islami, kuliner halal, dan kegiatan ibadah (Azhari, 2020).
- c. Peringatan Maulid Nabi dan Nuzulul Qur'an yang dihadiri ribuan jamaah. Event-event ini sekaligus berfungsi sebagai daya tarik wisata, mengundang kunjungan dari wisatawan domestik hingga mancanegara.

4. Peran Masyarakat dalam Promosi Wisata Religi

Promosi pariwisata religi berbasis Baiturrahman tidak hanya dijalankan pemerintah, tetapi juga melibatkan masyarakat. Warga sekitar berperan melalui:

- a. Usaha kuliner halal khas Aceh (kopi Aceh, kuah beulangong, kue tradisional).
- b. Kerajinan Islami, seperti songket Aceh, kaligrafi, dan suvenir Islami.
- c. Pemandu wisata religi yang memberikan narasi sejarah, budaya, dan nilai spiritual (Azhari, 2020).

Keterlibatan masyarakat membuat promosi wisata religi berbasis Baiturrahman lebih berkelanjutan dan inklusif.

5. Dampak Promosi Wisata Religi

Promosi wisata religi dengan Baiturrahman sebagai pusatnya berdampak pada beberapa aspek:

- a. Ekonomi: meningkatkan pendapatan daerah melalui kunjungan wisatawan dan tumbuhnya ekonomi kreatif.
- b. Sosial budaya: memperkuat identitas Aceh sebagai daerah Islami sekaligus memperkenalkan budaya lokal ke dunia internasional.
- c. Spiritual: wisatawan merasakan pengalaman religius yang mendalam, bukan sekadar kunjungan wisata biasa (Misbach, 2017; Dinas Pariwisata Aceh, 2019).

6. Baiturrahman sebagai Ikon Internasional

Kehadiran Baiturrahman dalam promosi wisata internasional menempatkannya sejajar dengan ikon Islam dunia seperti Masjidil Haram di Mekkah dan Masjid Nabawi di Madinah, meskipun dalam skala regional. Media internasional pasca-tsunami 2004 juga menyorot Baiturrahman sebagai simbol keteguhan iman dan harapan, yang semakin memperkuat nilai promosinya (Rinaldi, 2005).

Dengan promosi yang sistematis melalui program "*The Light of Aceh*", Masjid Raya Baiturrahman tidak hanya menjadi pusat ibadah, tetapi juga sentral wisata religi, simbol spiritual, dan wajah Aceh di mata dunia.

Tabel 4.1: Data Kunjungan Wisatawan Aceh / Banda Aceh

Periode / Tahun	Total Wisatawan (Domestik + Mancanegara) ke Aceh / Banda Aceh	Wisman (Mancanegara)	Catatan / Relevansi dengan Baiturrahman
Januari–April 2025	± 7.315.394 wisatawan ke Provinsi Aceh (Aceh Antara News+1) ± 12,9 juta kunjungan wisatawan ke Aceh	± 12.133 dari luar negeri (Info Publik+1)	Peningkatan tajam menunjukkan promosi pariwisata berjalan efektif; sebagian kunjungan religi (termasuk ke Baiturrahman) menjadi daya tarik utama.
Tahun 2024	± 12,9 juta kunjungan wisatawan ke Aceh (Aceh Antara News+2 RMOL Aceh+2)	—	Tahun dengan lonjakan besar, termasuk event-event religius dan budaya, banyak berlangsung di atau sekitar halaman Baiturrahman (mis. Aceh Ramadhan Festival) (RMOL Aceh+1 .)
Februari 2024	—	± 4.454 wisatawan mancanegara ke Aceh; dominan dari Malaysia (Republika Online)	Kunjungan wisman meningkat secara persentase; banyak foto dan laporan wisatawan mancanegara menyebut Masjid Raya Baiturrahman sebagai lokasi utama kunjungan religi (Republika Online+1 .)
Tahun 2023	± 8,9 juta wisatawan ke Aceh (Aceh Antara News+2 Aceh Antara News+2)	—	Pertumbuhan dibandingkan tahun sebelumnya; relevan karena Baiturrahman sebagai destinasi wisata religi mendapatkan dampak langsung dari meningkatnya kunjungan ke Banda Aceh dan Aceh secara umum.
Januari–September 2023 (Banda Aceh)	± 231.202 wisatawan ke Banda Aceh (Antara News)	± 5.909 mancanegara (Antara News)	Data khusus Kota Banda Aceh, di mana Baiturrahman adalah destinasi religi utama; menunjukkan berapa banyak pengunjung ke kota ibu kota (yang kemungkinan besar sebagian besar ke Baiturrahman).

Analisis & Interpretasi

1. Tren Kenaikan: Data menunjukkan bahwa jumlah wisatawan ke Aceh meningkat signifikan dari tahun ke tahun, terutama 2023–2024, serta awal

2025. Kenaikan ini sebagian besar dari wisatawan nusantara (domestik), namun juga ada peningkatan wisman (man) yang dominan dari Malaysia. ([Info Publik+3Aceh Antara News+3detikcom+3](#))
2. Peran Baiturrahman: Meskipun tidak semua data spesifik menyebut “jumlah pengunjung ke Baiturrahman” secara langsung, banyak sumber menyebut bahwa Masjid Raya Baiturrahman adalah destinasi yang paling digemari di Banda Aceh sebagai wisata religi. ([Antara News+2detikcom+2](#))
 3. Event & Agenda: Festival-festival religius dan budaya (misalnya Aceh Ramadhan Festival) yang diselenggarakan di halaman Baiturrahman meningkatkan visibilitas dan menarik wisatawan. Agenda pariwisata seperti kalender event budaya juga menjadi strategi untuk mempertahankan serta meningkatkan kunjungan. ([RMOL Aceh+1](#))
 4. Kontribusi Wisman: Meskipun wisatawan domestik sangat dominan, wisman juga berkontribusi dan meningkat terutama setelah jalur penerbangan dan promosi yang diperluas. Kunjungan wisatawan dari Malaysia seperti ini memperkuat posisinya sebagai wisatawan religius/internasional ke Aceh. ([detikcom+2Republika Online+2](#))

Tabel 4.2: Data Spesifik Kunjungan ke Masjid Raya Baiturrahman

Tahun / Periode	Jumlah Pengunjung / Wisatawan ke MRB	Rincian & Catatan	Sumber
2024	854.010 orang	Total wisatawan (nusantara + asing) yang berkunjung sepanjang 2024. Puncaknya saat peringatan 20 tahun tsunami, satu hari mencapai ~8.000 pengunjung.	RMOLACEH, “Lebih dari 800 Ribu Wisatawan Kunjungi Masjid Raya Baiturrahman Selama 2024”. (RMOL Aceh Juga AJNN melaporkan angka yang sama: 854.010 orang. AJNN.net)
2024	860.846 orang	Angka hampir 1 juta, terdiri dari wisatawan nusantara sekitar 856.825 dan wisatawan asing 4.021 orang.	Masakini.co, “Tahun 2024, Nyaris 1 Juta Wisatawan Berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman”. (masakini.co)

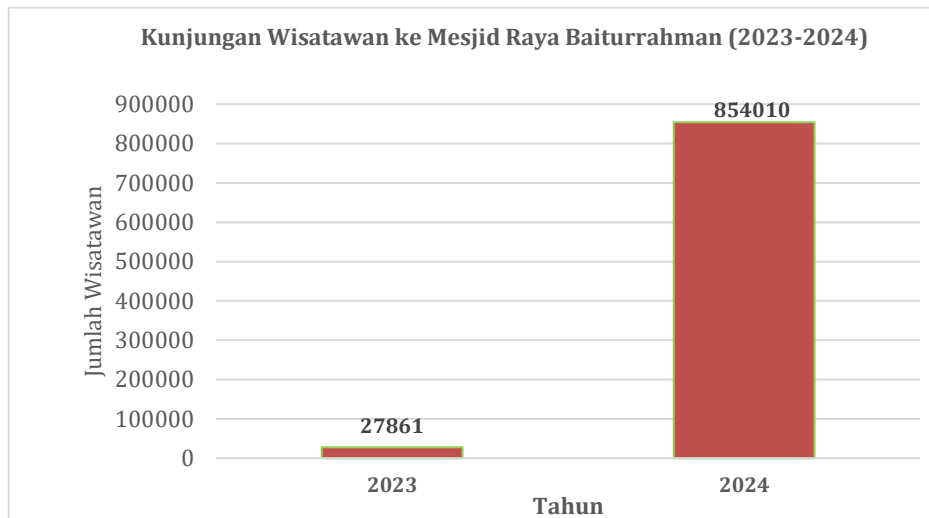
2023	27.861 wisatawan	Kunjungan selama tahun 2023 berdasarkan laporan pemandu wisata; sebagian besar wisatawan lokal dari Aceh, dengan beberapa dari luar provinsi dan mancanegara.	RMOLACEH.ID, “Selama 2023, Masjid Raya Baiturrahman Dikunjungi 27 Ribu Lebih Wisatawan”. (RMOL Aceh)
Per hari (Libur /Lebaran) 2024	~2.500 orang/hari	Pengunjung saat hari-hari libur Idul Fitri meningkat, bisa mencapai sekitar 2.500 orang tiap hari.	ANTARA / Dispar Banda Aceh, “Masjid Raya Baiturrahman jadi pilihan wisatawan mengisi libur Lebaran”. (Antara News+1)
Saat PON XXI Aceh– Sumut (2024)	Rata-rata ~600 orang/hari	Normalnya sekitar 300 orang/hari, naik dua kali lipat.	ANTARA, “PON buat angka kunjungan Masjid Raya Baiturrahman melonjak”. (Antara News)

Analisis & Interpretasi

1. Kunjungan sekitar 854.010 orang sepanjang tahun 2024 menunjukkan bahwa MRB bukan hanya tempat ibadah lokal saja, melainkan destinasi wisata religi dengan daya tarik luas, termasuk wisatawan dari luar Aceh dan mancanegara.
2. Angka 27.861 di tahun 2023 menunjukkan peningkatan signifikan pada 2024, mendukung tesis bahwa promosi dan event religius (seperti peringatan tsunami, Ramadhan, Lebaran) meningkatkan kunjungan secara drastis.
3. Kunjungan per hari selama liburan Lebaran (~2.500 orang/hari) dan lonjakan saat PON (~600/hari dibanding biasanya 300) memperlihatkan sensitivitas kunjungan terhadap waktu/event khusus.

Berikut link sumber berita asli yang menjelaskan data kunjungan ke Masjid Raya Baiturrahman:

1. RMOLACEH: “*Lebih dari 800 Ribu Wisatawan Kunjungi Masjid Raya Baiturrahman Selama 2024*” jumlah pengunjung 854.010 orang. ([RMOL Aceh](#))
2. AJNN.net: “*Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh Dikunjungi 854 Ribu Wisatawan pada 2024*” laporan kunjungan 854.010 orang. ([AJNN.net](#))



Gambar 4.3: Grafik kunjungan wisata

Pada Gambar 4.3 jumlah kunjungan wisatawan ke Masjid Raya Baiturrahman tahun 2023–2024. Terlihat jelas lonjakan yang sangat signifikan: dari 27.861 orang pada 2023 menjadi 854.010 orang pada 2024.

4.2. Dampak Sosial dan Ekonomi

Kehadiran Masjid Raya Baiturrahman sebagai pusat wisata religi tidak hanya memberikan nilai spiritual, tetapi juga menimbulkan dampak luas terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Aceh.

1. Dampak Sosial

a. Identitas dan Kebanggaan Kolektif

Masjid ini menjadi simbol persatuan masyarakat Aceh, baik dalam konteks sejarah perlawanan terhadap kolonial maupun dalam konteks kontemporer pasca-tsunami. Bagi masyarakat, keberadaannya memperkuat identitas Aceh sebagai daerah dengan nilai religius yang kokoh (Latief, 2018).

b. Pusat Interaksi Sosial

Kegiatan ibadah berjamaah, tabligh akbar, hingga festival Ramadhan menjadikan masjid sebagai ruang pertemuan lintas komunitas. Hal ini menciptakan jaringan sosial baru antara masyarakat lokal dan wisatawan (Azhari, 2020).

c. Peningkatan Kesadaran Religius

Interaksi dengan wisatawan religi mendorong masyarakat untuk menjaga citra Islami Aceh, baik dalam berpakaian, pelayanan, maupun pola interaksi sosial. Kehadiran wisatawan justru memperkuat penerapan nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari (Misbach, 2017).

d. Perdamaian dan Rekonsiliasi

Setelah konflik bersenjata Aceh dan tragedi tsunami, Baiturrahman menjadi simbol rekonsiliasi sosial. Wisata religi menghadirkan ruang bagi masyarakat untuk memperbaiki hubungan sosial dan membangun kembali solidaritas (Rinaldi, 2005).

2. Dampak Ekonomi

a. Pertumbuhan Sektor Pariwisata

Jumlah pengunjung ke Baiturrahman melonjak dari ±27.861 orang pada 2023 menjadi lebih dari 854.010 orang pada 2024 (RMOLACEH, 2025; AJNN, 2025). Lonjakan ini berdampak langsung pada pendapatan sektor pariwisata Aceh.

b. Peluang Usaha Lokal

Kehadiran wisatawan meningkatkan permintaan terhadap produk lokal, seperti:

- 1) Kuliner khas Aceh (kopi Aceh, kuah beulangong, timphan).
- 2) Kerajinan Islami dan suvenir (songket Aceh, miniatur masjid, kaligrafi).
- 3) Jasa pemandu wisata religi yang memberi penjelasan sejarah dan nilai-nilai Islam.

Dampak ini memperluas lapangan kerja dan memperkuat ekonomi kreatif berbasis masyarakat (Dinas Pariwisata Aceh, 2019).

c. Efek Multiplier Ekonomi

Wisatawan yang datang ke Baiturrahman juga membelanjakan uang di hotel, transportasi, restoran, dan pusat oleh-oleh. Menurut data Disbudpar Aceh, wisata religi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan PAD (Pendapatan Asli Daerah) melalui pajak pariwisata (Disbudpar Aceh, 2019).

d. Dampak Event Skala Besar

Event seperti *Aceb Ramadhan Festival* atau peringatan 20 tahun tsunami pada 2024 yang dipusatkan di Baiturrahman mampu menarik ribuan pengunjung per hari (RMOLACEH, 2025). Event ini bukan hanya bernilai spiritual, tetapi juga menciptakan perputaran ekonomi tinggi bagi UMKM sekitar.

e. Investasi Infrastruktur

Untuk mendukung wisata religi, pemerintah membangun fasilitas modern seperti payung hidrolik raksasa, area parkir, pusat informasi wisata, dan penerangan LED hemat energi. Investasi ini bukan hanya memperindah masjid, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru berbasis pelayanan pariwisata (Latief, 2018).

3. Simbiosis Sosial-Ekonomi

Keterkaitan antara dampak sosial dan ekonomi terlihat jelas:

- a. Kehadiran wisatawan mendorong masyarakat menjaga nilai syariah (sosial) sekaligus meningkatkan penghasilan melalui usaha halal (ekonomi).

- b. Masjid berfungsi sebagai “pusat dakwah sekaligus pusat ekonomi halal”, yang memperkuat citra Aceh sebagai destinasi wisata syariah internasional (Azhari, 2020).

4.3. Simbol Ketahanan dan Spiritualitas

Masjid Raya Baiturrahman bukan sekadar bangunan megah, melainkan juga simbol ketahanan (*resilience*) masyarakat Aceh sekaligus representasi spiritualitas Islam di kawasan Nusantara. Perjalanan sejarahnya yang panjang memperlihatkan bagaimana masjid ini menjadi saksi atas berbagai peristiwa penting mulai dari kolonialisme, konflik, hingga bencana alam besar namun tetap berdiri kokoh sebagai pusat kehidupan religius. Ketahanan Baiturrahman yang tetap berdiri pascatsunami 2004 sering dipandang sebagai simbol perlindungan Allah bagi umat-Nya. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah, ayat 257:

اللَّهُ وَلِيُّ الَّذِينَ آمَنُوا يُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا أُولِيَاءُ لَهُمُ الطَّاغُوتُ يُخْرِجُونَهُم مِّنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ أُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ۝

Artinya: “Allah adalah pelindung orang-orang yang beriman. Dia mengeluarkan mereka dari aneka kegelapan menuju cahaya (iman). Sedangkan orang-orang yang kafir, pelindung-pelindung mereka adalah tagut. Mereka (tagut) mengeluarkan mereka (orang-orang kafir itu) dari cahaya menuju aneka kegelapan. Mereka itulah para penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.

Ayat ini memberi makna bahwa kekokohan Baiturrahman mencerminkan pertolongan Allah yang menjaga iman masyarakat Aceh di tengah musibah besar. Masjid menjadi cahaya spiritual yang membimbing masyarakat dari kesedihan menuju kekuatan iman. Selain itu, Baiturrahman juga melambangkan bahwa ujian hidup akan memperkuat iman dan keteguhan. Allah berfirman dalam Al-Qur’an Surah Al-Baqarah, ayat 214 :

أَمْ حَسِبْتُمْ أَنْ تُدْخَلُوا الْجَنَّةَ وَلَمَّا يَأْتِكُمْ مَثَلُ الَّذِينَ خَلَوْا مِنْ قَبْلِكُمْ ۖ مَسْتَهْتَهُمُ الْبَأْسَاءُ وَالضَّرَّاءُ وَرَأُلُؤًا حَتَّى يَقُولَ الرَّسُولُ وَالَّذِينَ آمَنُوا مَعَهُ مَتَى نَصْرُ اللَّهِ ۗ أَلَا إِنَّ نَصْرَ اللَّهِ قَرِيبٌ

Artinya: “Apakah kamu mengira bahwa kamu akan masuk surga, padahal belum datang kepadamu (cobaan) seperti (yang dialami) orang-orang terdahulu sebelum kamu. Mereka ditimpa kemelaratan, penderitaan, dan diguncang (dengan berbagai cobaan) sehingga Rasul dan orang-orang yang beriman bersamanya berkata, “Kapanakah datang pertolongan Allah?” Ingatlah, sesungguhnya pertolongan Allah itu dekat”.

Ayat ini menegaskan bahwa ketahanan masyarakat Aceh melalui sejarah panjang konflik dan bencana adalah bagian dari ujian iman yang justru menguatkan spiritualitas mereka. Lebih jauh, keberadaan Baiturrahman yang tetap menjadi pusat ibadah dan simbol kebanggaan Aceh dapat dimaknai sesuai dengan firman Allah Surah Muhammad, ayat 31:

وَأَنبَلُوا نَكْمَ حَتَّى نَعْلَمَ الْمُجْهَدِينَ مِنْكُمْ وَالصَّابِرِينَ وَتَبَلَّوْا أَخْبَارَكُمْ

Artinya: “Sungguh, Kami benar-benar akan mengujimu sehingga mengetahui orang-orang yang berjihad dan bersabar di antara kamu serta menampakkan (kebenaran) berita-berita (tentang) kamu”.

Dengan demikian, Baiturrahman bukan hanya simbol arsitektur Islam, melainkan juga simbol teologis tentang sabar, keteguhan, dan iman yang menjadi identitas spiritual masyarakat Aceh. Keberadaannya memperlihatkan bagaimana nilai Qur'ani tentang ketahanan (*ṣabr*) dan cahaya iman (*nūr*) termanifestasi dalam realitas sejarah dan kehidupan sosial Aceh.

1. Ketahanan Sejarah dan Budaya

- a. Dibakar Belanda (1873): Pada masa perang Aceh, masjid pernah dibakar habis oleh Belanda. Namun, keberadaannya segera dibangun kembali, menjadi bukti keteguhan masyarakat mempertahankan identitas Islam mereka (Lombard, 2008).
- b. Renovasi Berulang: Berkali-kali direnovasi dan diperluas, masjid ini menunjukkan bagaimana masyarakat Aceh selalu menjaga simbol peradaban Islam mereka di tengah perubahan zaman (Latief, 2018).
- c. Pasca-Konflik Aceh: Setelah perdamaian Helsinki (2005), Baiturrahman dijadikan simbol persatuan Aceh, menjadi titik temu yang merekatkan kembali masyarakat yang pernah terbelah oleh konflik (Azhari, 2020).

2. Simbol Spiritualitas dalam Bencana Tsunami 2004

- a. Saat tsunami melanda Aceh pada 26 Desember 2004, hampir seluruh Banda Aceh luluh lantak, namun Masjid Raya Baiturrahman tetap berdiri kokoh. Ribuan orang berlindung di dalam masjid dan selamat dari terjangan gelombang (Rinaldi, 2005).
- b. Fenomena ini dipandang masyarakat sebagai bukti perlindungan Ilahi, sehingga masjid menjadi simbol “harapan, perlindungan, dan spiritualitas Islam”.
- c. Media internasional menyorot keteguhan masjid ini sebagai ikon ketahanan Aceh, sekaligus memperkuat identitasnya di kancah global (Misbach, 2017).

3. Makna Spiritualitas Kolektif

- a. Pusat Dakwah dan Ibadah: Masjid ini menjadi tempat umat Islam Aceh memperdalam iman melalui pengajian, tabligh akbar, dan ritual keagamaan, sehingga fungsinya melampaui sekadar tempat shalat (Latief, 2018).
- b. Spiritual Healing Pasca Bencana: Setelah tsunami, Baiturrahman menjadi pusat penyembuhan batin bagi para penyintas, tempat mereka mencari ketenangan dan penguatan iman (Azhari, 2020).
- c. Wisata Religi: Bagi wisatawan, mengunjungi masjid ini bukan sekadar aktivitas turisme, melainkan sebuah pengalaman spiritual yang menghubungkan mereka dengan nilai Islam dan sejarah Aceh (Dinas Pariwisata Aceh, 2019).

4. Simbol Global Islam Nusantara

- a. Masjid Raya Baiturrahman sering disejajarkan dengan ikon Islam dunia, seperti Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, meski dalam lingkup regional. Keistimewaannya terletak pada narasi spiritual dan sejarah ketahanan yang melekat padanya (Latief, 2018).

- b. Narasi ini menjadi daya tarik internasional dan memperkuat branding Aceh sebagai destinasi wisata religi dunia Islam (Dinas Pariwisata Aceh, 2019).

Masjid Raya Baiturrahman bukan hanya landmark fisik, melainkan living symbol dari ketahanan sejarah, perlindungan Ilahi, dan spiritualitas Islam masyarakat Aceh. Keberadaannya memperlihatkan bagaimana warisan budaya dan keyakinan dapat bertahan menghadapi kolonialisme, konflik, hingga bencana besar, sekaligus menjadi inspirasi religius bagi umat Islam di dunia.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa Masjid Raya Baiturrahman memiliki peran strategis dan multidimensi dalam konteks pariwisata Aceh.

1. Identitas dan Sejarah

Baiturrahman merupakan simbol identitas Aceh yang kuat, baik sebagai pusat perlawanan di masa kolonial maupun sebagai ikon ketahanan pasca-tsunami 2004. Hal ini meneguhkan narasi Aceh sebagai “Serambi Mekkah” sekaligus cahaya Islam di Nusantara.

2. Arsitektur dan Estetika

Keindahan arsitektur masjid dengan kubah hitam, kaligrafi, dan payung raksasa menjadi daya tarik wisata yang unik. Estetika ini memadukan fungsi spiritual dan simbol keagungan Islam, sehingga memperkuat daya tarik wisata religi.

3. Branding Pariwisata

Dalam promosi *The Light of Aceh*, Baiturrahman selalu menjadi ikon utama yang merepresentasikan nilai religius, budaya, dan sejarah. Hal ini memperlihatkan efektivitas *destination branding* yang mampu menghadirkan citra kuat dan mudah dikenali.

4. Dampak Sosial-Ekonomi

Kehadiran wisata religi di Baiturrahman memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar, seperti peningkatan usaha kecil, kuliner halal, dan jasa wisata. Secara sosial, masyarakat juga mengalami penguatan identitas dan kebanggaan kolektif.

5. Simbol Spiritualitas

Baiturrahman dipersepsikan sebagai simbol spiritual dan ketahanan, yang menjadi penguat religiusitas masyarakat Aceh sekaligus daya tarik bagi wisatawan muslim internasional.

Dengan demikian, *The Light of Aceh* berhasil membangun citra Aceh sebagai destinasi wisata halal dan religi yang berbasis pada sejarah, budaya, dan spiritualitas Islam.

Daftar Referensi

- AJNN. (2024). *Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh Dikunjungi 854 Ribu Wisatawan pada 2024*. AJNN.net. <https://www.ajnn.net>.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. New York: Palgrave Macmillan.
- Anwar, M. (2015). *Masjid Raya Baiturrahman sebagai simbol ketahanan masyarakat Aceh pasca tsunami*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Ashworth, G. J. (2011). Preservation, conservation and heritage: Approaches to the past in the present through the built environment. *Asian Anthropology*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/1683478X.2011.10552601>
- Azhari. (2020). *Masjid dan Identitas Sosial Masyarakat Aceh Pasca Damai Helsinki*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Azhari, T. (2020). *Wisata Religi di Aceh: Potensi dan Tantangan*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*. London: Fontana Press.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: Approaches, issues, and findings. *Annual Review of Sociology*, 10(1), 373–392. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.10.080184.002105>.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications.
- Denzin, N. K. (2012). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: Aldine.
- Dinas Pariwisata Aceh. (2019). *The Light of Aceh: Branding Parwisata Aceh*. Banda Aceh: Pemerintah Aceh.
- Disbudpar Aceh. (2023). *Laporan kunjungan wisatawan ke Aceh tahun 2022–2023*. Banda Aceh: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.
- Hall, S. (1996). Introduction: Who needs ‘identity’? In S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Questions of cultural identity* (pp. 1–17). London: Sage.
- Hasan, A. (2017). *Sejarah Masjid Raya Baiturrahman dan perannya dalam identitas Aceh*. Banda Aceh: Penerbit Syiah Kuala.
- Ismail, S. (2018). Spiritualitas dan peran dakwah Masjid Raya Baiturrahman. *Jurnal Ilmu Agama*, 12(2), 155–170.
- Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. *Journal of Brand Management*, 9(4–5), 249–261. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076>

- Latief, H. (2018). *Islam dan Identitas Kultural di Aceh*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lombard, D. (2008). *Kerajaan Aceh: Zaman Sultan Iskandar Muda*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Misbach, I. (2017). *Tsunami Aceh dan Symbolisme Masjid Raya Baiturrahman*. Jurnal Sosial Keagamaan, 14(2), 45–62.
- Misbach, I. (2017). *Islam dan Identitas Budaya Aceh*. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202–227. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009>
- Rinaldi, M. (2005). *Aceh Bangkit dari Gelombang: Catatan Tsunami dan Rekonstruksi*. Banda Aceh: UNSYIAH Press.
- Rinaldi, T. (2005). “Masjid Raya Baiturrahman: Simbol Ketahanan Pasca Tsunami.” *Jurnal Sejarah Aceh*, 3(2), 45–56.
- RMOL Aceh. (2024). *Lebih dari 800 Ribu Wisatawan Kunjungi Masjid Raya Baiturrahman Selama 2024*. RMOLAceh.id. <https://www.rmolaceh.id>
- Sharpley, R., & Sundaram, P. (2005). Tourism: A sacred journey? The case of ashram tourism, India. *International Journal of Tourism Research*, 7(3), 161–171. <https://doi.org/10.1002/jtr.522>
- Smith, L. (2006). *Uses of heritage*. London: Routledge
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Stausberg, M. (2011). *Religion and tourism: Crossroads, destinations and encounters*. London: Routledge.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London: Routledge.
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Zulkarnaini, M. (2020). Potensi wisata religi di Banda Aceh: Studi kasus Masjid Raya Baiturrahman. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 8(1), 45–59.