

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, terbukti dari kemajuan pesat yang dicapai oleh sektor ini. Berdasarkan survei terbaru, sekitar 76,19% ahli berpendapat bahwa industri pariwisata di Indonesia sedang dalam tahapan pemulihan dengan 35,71% di antaranya optimis bahwa sektor ini akan membawa dampak besar sepanjang tahun 2024 (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2023a). Menurut Kemenparekraf (2023), peran aktif masyarakat dalam pariwisata merupakan bentuk sumber daya manusia yang dapat menjadi inspirasi dalam kreasi dan produksi karya kreatif. Kemenparekraf berupaya untuk menggerakkan peran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan potensi pariwisata dan ekonomi kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2023b). Pembangunan pariwisata yang terintegrasi dan berkelanjutan memerlukan keterlibatan aktif masyarakat sebagai salah satu kunci utamanya.

Keterlibatan adalah proses interaktif di mana makna diciptakan bersama melalui komunikasi untuk mencapai pemahaman bersama, sehingga memungkinkan masyarakat memengaruhi keputusan pemerintah (Johnston, 2018). Dalam paradigma pembangunan yang menekankan aspek manusia dan partisipasi, komunikasi berperan sebagai proses sosial yang meningkatkan kehidupan masyarakat pedesaan (Balit & Acunzo, 2020). Pembangunan yang mengabaikan konteks budaya masyarakat hanya menghasilkan pertumbuhan tanpa makna, karena budaya tidak dapat dipaksakan meskipun pemerintah dipengaruhi oleh budaya tersebut (Servaes & Lie, 2020).

Pada keterlibatan kolektif, individu dipandang sebagai pihak yang berkolaborasi dengan tindakan, pengalaman, partisipasi, niat dan orientasi kelompok (Johnston, 2018). Proses ini menyoroti pelibatan komunitas oleh pemerintah dalam komunikasi pembangunan, meskipun terdapat tiga permasalahan terkait pemberdayaan dan partisipasi komunitas. Pertama, kurangnya rasa kepemilikan akan program atau proyek pembangunan yang dilaksanakan (Waisbord, 2020). Hal ini dapat terjadi karena program yang dibuat oleh pemerintah membuat komunitas merasa bahwa inovasi tersebut bukan milik mereka, melainkan milik pemerintah, sehingga lebih mengharapkan pemerintah untuk memperbaiki keadaan ketika terjadi masalah (Waisbord, 2020).

Kedua, masalah akses yang setara terhadap pengetahuan dan informasi serta hak untuk berkomunikasi. Komunikasi berarti proses menciptakan dan mendorong pemahaman sebagai dasar untuk pembangunan, bukan sekadar penyampaian informasi (Servaes & Lie, 2020). Masyarakat tidak seharusnya dipaksa untuk mengadopsi praktik baru, meskipun praktik tersebut menguntungkan di mata lembaga dan pemerintah. Sebaliknya, masyarakat perlu didorong untuk berpartisipasi daripada sekadar mengadopsi praktik baru berdasarkan informasi (Waisbord, 2020).

Ketiga, komunikasi pembangunan berarti pemanfaatan saluran dan teknik komunikasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan serta untuk memberi informasi, memotivasi, melatih populasi pedesaan, terutama di tingkat dasar (Waisbord, 2020). Teori – teori pembangunan mengkritik program yang umumnya menganggap penduduk lokal sebagai penerima yang pasif dari keputusan yang dibuat di luar komunitas mereka, sehingga kurangnya

partisipasi lokal dianggap sebagai penyebab kegagalan berbagai program pembangunan (Warren, 2020; Waisbord, 2020).

Community engagement di Indonesia menghadapi tiga masalah utama menurut penelitian sebelumnya. Pertama, masyarakat setempat cenderung berperan sebagai penonton daripada berpartisipasi aktif dalam perencanaan program atau acara. Minimnya rasa percaya diri, kemampuan, dan pengalaman sebelumnya merupakan faktor utama yang menghalangi keterlibatan mereka secara aktif (Sakitri, 2018). Kedua, pemerintah daerah sering kali ragu untuk mengikutsertakan masyarakat secara langsung atau menyerahkan tanggung jawab dalam proses pembangunan (Sakitri, 2018).

Ketiga, keberhasilan *community engagement* sangat dipengaruhi oleh keadaan komunitas. Unsur – unsur seperti kebijakan pemerintah yang bersifat inklusif, yang artinya kebijakan yang melibatkan dan memberikan keuntungan bagi individu maupun kelompok, khususnya dalam hal akses program pembangunan, serta adanya kebutuhan mendesak untuk menyelesaikan suatu permasalahan menjadi faktor kunci keberhasilannya (Talò, 2024). Hal ini sejalan dengan penjelasan bahwa *community engagement* yang efektif butuh penghormatan terhadap norma dan nilai budaya dari anggota komunitas (Hood et al., 2023).

Penelitian ini mengkaji studi kasus program pembangunan pariwisata tradisi tinju adat “Etu” di Kabupaten Nagekeo. Tradisi tinju adat etu muncul berawal sekitar tiga abad lalu. Saat, itu masyarakat Nagekeo dan Ngada telah memiliki tradisi berburu hewan liar atau disebut ‘*Toa Lako*’ sebagai sumber konsumsi utama (Makur & Asdhiana, 2019).

Leluhur Suku Tongo menemukan Kampung Adat Wulu di lereng Bukit Kelinata dan tahun 1956, berkembanglah tradisi tinju adat yang dikenal sebagai “Etu” di Kampung Leghu – Boakota (Makur & Asdhiana, 2019). Namun, ketika pertama kali dilaksanakan, tradisi ini menimbulkan korban jiwa sehingga tempat tersebut dianggap tidak cocok. Kampung Adat Wulu ditetapkan sebagai lokasi yang lebih tepat, karena pelaksanaan tradisi di sana tidak menimbulkan korban. Kejadian ini memperkuat keyakinan masyarakat adat bahwa Kampung Wulu telah disetujui secara spiritual sebagai tempat yang layak untuk tradisi etu. Sejak itu, tradisi etu rutin dilaksanakan setiap bulan Februari di Kampung Wulu. Pelaksanaan di kampung ini menjadi syarat penting sebelum kampung lain di Kabupaten Nagekeo dan Ngada diperbolehkan mengadakan tradisi yang sama (Makur & Asdhiana, 2019).

Berdasarkan Rencana Pembangunan Daerah 20 tahun ke depan di Kabupaten Nagekeo, salah satu isu strategis yang menjadi fokus pemerintah saat ini adalah peningkatan partisipasi dan kepercayaan publik serta integrasi nilai – nilai budaya dan kearifan lokal dalam pembangunan (Dinas Pariwisata Kabupaten Nagekeo, 2023c). Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan di Kabupaten Nagekeo (Dinas Pariwisata Kabupaten Nagekeo, 2023c). Pemerintah Kabupaten Nagekeo mendukung pembangunan pariwisata di kawasan Flores dengan keyakinan untuk maju dan berkembang sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan di Pulau Flores (Dinas Pariwisata Kabupaten Nagekeo, 2023b). Pemerintah memprioritaskan optimalisasi pengembangan objek dan daya tarik wisata agar sektor ini dapat menjadi pintu gerbang bagi masuknya wisatawan

nasional dan mancanegara di Flores (Dinas Pariwisata Kabupaten Nagekeo, 2023c).

Tradisi tinju adat di Kabupaten Nagekeo telah dijadikan sebagai program pembangunan pariwisata atraksi unggulan oleh Pemerintah Kabupaten Nagekeo. Tradisi ini merupakan warisan budaya yang masih dilestarikan serta memiliki makna keunikan, kekayaan budaya, ritual, adat istiadat, dan kearifan lokal (Dinas Pariwisata Kabupaten Nagekeo, 2023a). Namun, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat masih terhambat oleh kurangnya budaya wisata di kalangan masyarakat serta kurang optimalnya upaya penggerakan pelaku pariwisata (Dinas Pariwisata Kabupaten Nagekeo, 2023c).

Sejak 2018, kendala dalam partisipasi masyarakat telah dihadapi dalam upaya promosi tinju adat, khususnya terkait komunikasi mengenai tanggal pelaksanaan dan antusiasme terhadap acara budaya tersebut (Donofan, 2018). Sebelumnya, jadwal pelaksanaan hanya bergantung pada fase bulan, kondisi alam dan mimpi ketua adat (Ama, 2023). Untuk mengatasi masalah partisipasi masyarakat pada program pembangunan pariwisata ini, maka penelitian ini menawarkan penyelesaian masalah melalui proses *community engagement*.

Penelitian tentang *community engagement* telah banyak dilakukan, namun sebagian besar tidak mengkaji dari perspektif komunikasi pembangunan atau berfokus pada aspek tersebut. Penelitian Sakitri (2018) dan Talò (2024) menyoroti dampak dan dimensi *community engagement* untuk mengevaluasi serta mengidentifikasi keterlibatan dan pola partisipasi komunitas pada kegiatan sosial dan tradisional. Di sisi lain, Mwesigwa et al., (2024) menyoroti pengaruh

community engagement, komitmen dan partisipasi pemangku kepentingan terhadap keberlanjutan proyek pembangunan.

Penelitian – penelitian sebelumnya tidak membahas *community engagement* sebagai upaya menggerakkan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan pariwisata yang berbasis nilai – nilai lokal atau kepercayaan adat. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih mendalam tentang *community engagement* yang berperan sebagai elemen kunci dalam komunikasi pembangunan, khususnya pada program yang dimiliki masyarakat dan dikelola oleh komunitas dengan dukungan pemerintah. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada kajian komunikasi pembangunan yang menempatkan komunikasi sebagai faktor utama dalam menggerakkan partisipasi serta pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini menjadi penting karena didasarkan pada kebutuhan untuk memahami proses *community engagement* secara lebih komprehensif agar dapat menjadi langkah yang efektif dalam menggerakkan partisipasi masyarakat pada program pembangunan pariwisata berbasis nilai – nilai lokal atau adat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana proses *community engagement* untuk menggerakkan partisipasi masyarakat pada program pembangunan pariwisata tradisi tinju adat etu di Kabupaten Nagekeo, Nusa Tenggara Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami dan menjelaskan proses *community engagement* untuk menggerakkan partisipasi masyarakat pada program pembangunan pariwisata tradisi tinju adat etu di Kabupaten Nagekeo, Nusa Tenggara Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi pembangunan yang menekankan peran *community engagement* dalam mendorong partisipasi masyarakat berbasis nilai – nilai lokal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Pemerintah Kabupaten Nagekeo dalam menggerakkan partisipasi masyarakat pada program pembangunan pariwisata, dengan pendekatan *community engagement* yang berbasis nilai – nilai lokal.