

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Desa Wisata

Menurut Sudibya (2018), desa wisata adalah aset kepariwisataan dimana potensi desa yang memiliki keunikan serta daya tarik diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke desa tersebut. Pembentukan desa wisata dapat memberdayakan masyarakat setempat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung, yang selanjutnya dapat berperan sebagai tuan rumah yang baik bagi para wisatawan yang berkunjung. Masyarakat yang turut membantu dalam pembangunan kepariwisataan dapat membentuk kerjasama dan bermitra dengan pemangku kepentingan dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan di daerah khususnya Kabupaten Karanganyar. Desa Wisata juga dapat menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah. Kriteria dari pengembangan Desa Wisata dikenal dengan sebutan 4A + 1C yaitu:

1. Memiliki *Attraction*/Atraksi Wisata Unggulan
2. Memiliki *Amenities*/Kelembagaan
3. Memiliki Aksesibilitas / Prasarana dan sarana yang memadai
4. Memiliki *Ancillaries*/Akomodasi wisata pendukung
5. Memiliki *Community Involvement*/Keterlibatan Masyarakat

Antara & Arida (2015) memaparkan bahwa terdapat dua cara pendekatan dalam menyusun konsep kerja dari pengembangan sebuah desa wisata guna menghindari yang tidak terkontrol akibat pengembangan potensi desa wisata yang kurang berhati-hati sebagai berikut:

#### 1. Pendekatan Pasar

Terdapat tiga jenis interaksi dalam pendekatan pasar yaitu:

##### a. Interaksi tidak langsung

Wisatawan tidak mengunjungi desa secara langsung dan menikmati pariwisata desa melalui buku – buku mengenai perkembangan desa,

kehidupan di desa, kesenian dan kebudayaan desa, arsitektur tradisional, latar belakang sejarah desa, pembuatan kartu pos, dan berbagai pernak pernik lainnya

**b. Interaksi setengah langsung**

Wisatawan hanya singgah selama satu hari atau beberapa hari tergantung dari kebijakan desa dan tidak tinggal bersama penduduk setempat. Kegiatan seperti ini biasa dikenal dengan sebutan *one day trip* dimana wisatawan berkegiatan di desa dan makan Bersama dengan penduduk lokal sebelum Kembali ke tempat akomodasinya.

**c. Interaksi langsung**

Wisatawan dapat tinggal atau bermalam di akomodasi yang berada di desa wisata tersebut. Alternatif lain dari model ini adalah penggabungan dari model interaksi tidak langsung dan interaksi setengah langsung.

**2. Pendekatan Fisik**

Pendekatan fisik merupakan solusi yang paling lazim dijumpai dalam pengembangan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan beberapa standar khusus dalam mengendalikan perkembangan aktivitas konservasi.

- a. Mengkonservasi beberapa rumah yang memiliki nilai dan budaya arsitektur yang tinggi dan mengubah rumah tempat tinggal menjadi sebuah museum desa yang akan menghasilkan pemasukan finansial sebagai pengganti biaya operasional dan perawatan rumah tersebut. Contohnya adalah Desa Wisata di Koanara, Flores dimana aset wisata berupa rumah – rumah yang memiliki arsitektur khas dimuseumkan.



Gambar 2.1 Museum Rumah Adat Koanara, Moni, Flores Timur, NTT

(Sumber: tindaktandukarsitek.com)

- b. Mengkonservasi seluruh desa lalu menyediakan lahan baru guna menampung perkembangan penduduk desa tersebut sekaligus mengembangkan lahan tersebut sebagai area pariwisata yang memiliki berbagai fasilitas wisata. Contohnya adalah Desa Wisata Sadedi di kota Lombok.



Gambar 2.2 Desa Sasak, Sade, Lobok Tengah, NTB

(Sumber: akurat.co)

Mengembangkan bentuk – bentuk akomodasi dalam wilayah desa yang akan dioperasikan para penduduk desa sebagai industri skala kecil (UMKM). Contohnya adalah Desa Wisata Wolotopo di Flores dimana sebuah perkampungan kecil peninggalan zaman megalitikum, dikembangkan di desa tersebut yang menghadirkan atraksi – atraksi budaya yang unik. Fasilitas wisata seperti akomodasi, restoran, kolam renang, peragaan tenun ikat, plaza, kebun, dan dermaga kapal dikelola sendiri oleh penduduk desa setempat.



Gambar 2.3 Desa Wisata Wolotopo, Flores, NTT

(Sumber: indonesiatraveler.id)

## 2.2 Festival

Festival yang berasal dari kata bahasa latin *festa* yang berarti pesta adalah sebuah acara atau pesta besar yang diselenggarakan secara meriah di sebuah tempat yang dihadiri oleh banyak orang. Menurut Mair (2019), festival mewakilkan bagian vital dari masyarakat manusia selama ribuan tahun dimana festival dijadikan istirahat dari kehidupan yang penuh dengan kerja keras untuk bersantai dan berelaksasi. Terdapat berbagai jenis festival di dunia ini yang bervariasi mulai dari festival keagamaan, festival kesenian, festival kuliner, dan ada juga festival musiman dan panen yang bergantung pada kondisi alam. Dari sektor pariwisata, penyelenggaraan festival sebagai salah satu produk wisata bisa dianggap sangat menarik karena kekayaan seni budaya memiliki nilai dan keunikan tersendiri yang bisa dikunjungi, menjadi pengalaman estetik, dan bisa menjadi ruang edukasi (Zulfajri, 2019). Jepson & Clarke (2016) mengakui bahwa festival memiliki kemampuan secara unik dalam menghibur, mengedukasi, memiliki nilai estetika, dan menciptakan sensasi “lari dari kenyataan” melalui pengalaman yang unik.

## 2.3 Festival Film

Festival Film adalah sebuah eksepsi film yang diselenggarakan di sebuah tempat yang menayangkan kompilasi film – film yang akan ditayangkan untuk publik. Menurut de Valck, Kredell, Loist (2016) konsep dari sebuah festival film adalah menayangkan film – film yang tidak ditayangkan di jaringan bioskop dan menyelenggarakannya di sebuah tempat dengan latar sosial tertentu. Film – film yang ditayangkan biasanya berupa film – film independen atau film – film pendek berdurasi dibawah 40 menit. Dan lokasi tempat diselenggarakannya bisa bervariasi, mulai dari lokasi luar ruangan atau dalam ruangan hingga bioskop kecil dan teater besar.

Wong (2011) memaparkan bahwa para penyelenggara festival film memiliki peran besar dalam memeriahkan acara yang turut membantu festival film sebagai ruang publik dimana para pegiat film dapat saling bersosialisasi. Beberapa festival film di dunia juga dapat turut mengembangkan sektor pariwisata dan

ekonomi dari tempat diselenggarakannya festival film seperti Balinale Film Festival dan Jogja ASEAN-NETPAC Film Festival di Indonesia. Tidak lupa juga bahwa para produser dari film – film yang ditayangkan di festival film bisa mendapatkan publisitas secara gratis yang nantinya dapat membantu promosi dari film mereka (Bosma, 2015).



Gambar 2.4 Festival Film Open Air *Pluk de Nacht*, Amsterdam, Belanda

(Sumber: trueamsterdam.com)

Festival film di Indonesia sendiri dipelopori oleh penyelenggaraan perdana Festival Film Indonesia (FFI) pada tahun 1955 yang bertujuan untuk mengukur perkembangan, kemajuan, serta prestasi para sineas Indonesia. Semenjak saat itu festival film dianggap sebagai salah satu metode untuk distribusi serta eksepsi dari film guna mendapatkan apresiasi dari penonton. Seiring dengan pembentukan Negara Indonesia pada tahun 1950, muncul istilah Film Nasional berkat penyelenggaraan Festival Film Indonesia 1955 tersebut. Setelah sempat mengawali penurunan kualitas film – film di Indonesia pada akhir abad ke-20, film – film independen yang diproduksi oleh studio *non-major* muncul sebagai wajah baru dari industri perfilman Indonesia. Film – film independen tersebut menggunakan jaringan (*Network*) festival film sebagai wahana eksepsi serta promosi (Permatasari, 2014).