

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

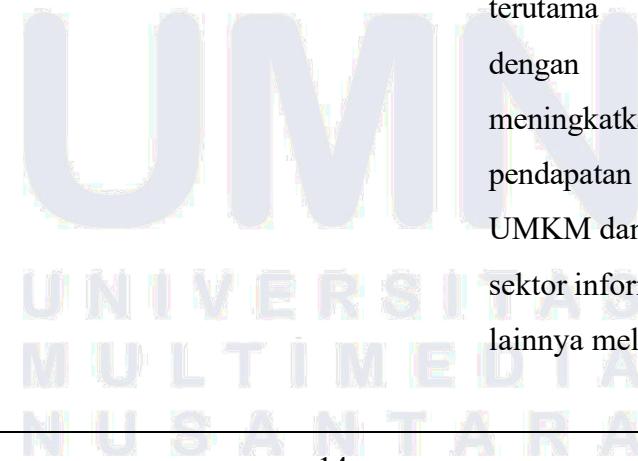
Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel (Karya)	<i>Sustainable Ecotourism Communication Framework Based on Social and Cultural Capital to Build Community</i>	<i>Tourism Potential and the Role of Tourism in Developing Community-Based Ecotourism: A Case Study of</i>	<i>Pengelolaan Ekowisata Berkelanjutan (Sustainable Ecotourism) di Seram Utara dan Seram Utara Barat Kabupaten Maluku Tengah</i>	<i>Optimalisasi Event Wisata Sebagai Penggerak Ekonomi Lokal: Hasil Penelitian Kelembagaan dan Strategi Pengembangan</i>	<i>Strategi Pengembangan Ekowisata Terhadap Ekonomi Lokal pada Desa Wisata Fatumnasi</i>	<i>Forest based Ecotourism in Indonesia: a Comprehensive Review of Policy Challenges, Diverse Practices,</i>

<i>Engagement in Ecotourism Practices Rutong Tourism Village, Indonesia</i>	<i>Edelweis Park, Besakih Village, Bali</i>	<i>Pariwisata di Kuala Jambi</i>	<i>Stakeholder Engagement, Conservation Efforts, and Socioeconom ic Aspects</i>			
2. Nama Lengkap, Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Dharna Oratmangun, Thermotia Titi Widaningsih, Bertha Sri Eko Murtiningsih 2025, <i>Journal of Environmental</i>	I Nyoman Windu Surya Sidhanta, Ni Putu Nina Eka Lestari 2025, Universitas	Barnabas Wurlianty, 2020, World Wide Fund for Nature (WWF) Indonesia Wilayah Ambon Maluku	Zainul Bahri, Vinni Aprilianti 2025, Universitas Jambi	Clarce Sarliana Maak, Maria Prudensiana Leda Muga, Novi Theresia Kiak	Moh. Andika Lawasi, Ndoheba Kenda, Tri Rizkiana Yusnikusumah, Boby Bagja Pratama, Dian Pratiwi,

<i>Management and Tourism</i>	Dwijendra, Denpasar	2022, Universitas Nusa Cendana	Ane Dwi Septina, Enkin Asrawijaya
3. Fokus Penelitian	Mengkaji bentuk komunikasi pariwisata berkelanjutan berbasis komunitas dan budaya guna	Mengkaji potensi objek wisata sebagai destinasi ekowisata berbasis masyarakat dan kesiapan	Mengetahui status demensi ekologi, perikanan, sosial, ekonomi, pariwisata, dan tata kelolanya, serta mengetahui tiap atribut
	Mengkaji bagaimana <i>event</i> wisata lokal seperti Festival Bedak Sejuk Duano, Festival Kampung Laut, keberadaan	Mengidentifikasi kondisi sosial ekonomi masyarakat di desa wisata yang mendukung keberadaan	Melakukan <i>literature review</i> untuk memetakan dinamika multidimensi onal ekowisata

membantu masyarakat dalam keterlibatan masyarakat dalam praktik ekowisata berkelanjutan di Rutong. masyarakat dalam pengembangannya, ya, serta strategi komunikasi yang dapat dilakukan untuk mempromosikan Taman Edelweis pendorong alam pembangunan pariwisata secara berkelanjutan. dan Festival Anak Pesisir, serta *event* berskala nasional seperti Kenduri Swarnabhumi, dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama dengan meningkatkan pendapatan UMKM dan sektor informal lainnya melalui wisatawan selama beraktivitas di kawasan wisata yang mencakup dan menerapkan strategi pengembangan kawasan penelitian sebagai kawasan wisata dengan model ekowisata hingga dampak sosial-ekonominya. berbasis hutan di Indonesia yang kebijakan, praktik pengelolaan, keterlibatan stakeholder, upaya konservatif hingga dampak sosial-ekonominya.



				peningkatan kunjungan wisatawan		
4. Teori	Teori yang digunakan adalah teori ekowisata berkelanjutan dan <i>Community Based Tourism</i> (CBT) yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam kegiatan	Teori yang digunakan adalah teori komunikasi pariwisata dan ekowisata berbasis masyarakat. Serta teori pengembangan berbasis masyarakat yang menekankan	Teori yang digunakan adalah teori pembangunan berkelanjutan, konsep <i>governance</i> dan partisipasi <i>stakeholder</i> , serta model <i>Rapfish (Rapid Appraisal for Fisheries Status)</i> dengan teknik	Teori yang digunakan adalah teori <i>event tourism</i> menekankan peran <i>event</i> wisata dalam menarik wisatawan dan mendukung ekonomi lokal. Teori <i>Community-Based Tourism</i>	Teori yang digunakan adalah teori ekowisata dan pemberdayaan ekonomi lokal. Konsep ekowisata dalam jurnal ini merujuk pada pandangan Damanik dan Weber (2006) yang	Teori yang digunakan adalah teori ekowisata berkelanjutan, pengembangan wisata dalam harus merujuk pada memperhatikan keseimbangan antara kesejahteraan

pariwisata. Serta menggunakan teori komunikasi pembangunan sebagai pendekatan dalam memperkuat hubungan dengan pemerintah, masyarakat lokal, <i>stakeholders</i>	pada peran aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi sebagai pariwisata	<i>Multidimensional Scaling (MDS)</i> untuk menganalisis tingkat keberlanjutan ekowisata berdasarkan dimensi ekologi, sosial, ekonomi, pariwisata, perikanan, dan tata kelola.	menyoroti partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan pariwisata dan <i>Local Economic Development</i> (LED), yang berfokus pada pemberdayaan sumber daya lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat;	menegaskan bahwa pengelolaan destinasi wisata harus berorientasi pada keberlanjutan dengan memprioritaskan lingkungan, budaya dan kesejahteraan masyarakat.	ekonomi lokal melalui keterlibatan aktif masyarakat dengan pelestarian lingkungan.
--	---	--	---	---	--

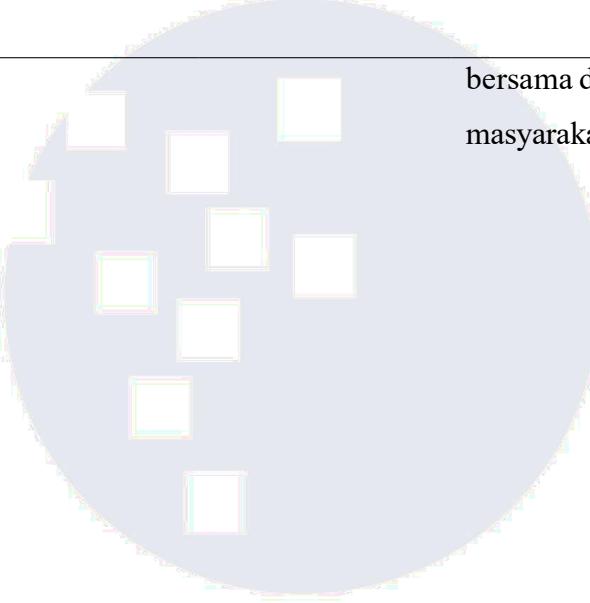
		dan			
		wisatawan.			
5. Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif kualitatif naturalistik, karena pelaksanaannya dilakukan dalam kondisi yang alami tanpa adanya manipulasi. Analisis data	Metode penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis gambaran umum mengenai demografi dan karakteristik sosial ekonomi masyarakat, serta	Metode penelitian yang digunakan adalah kombinasi antara studi pustaka (<i>library research</i>) untuk mengumpulkan data sekunder serta survei ekologi lapangan (<i>field research</i>) yang melibatkan pengamatan	Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data sekunder dan data primer. Data primer diperoleh dari Focus Group	Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi, serta menganalisis SWOT sebagai alat untuk berdasarkan

dilakukan dengan mengorganisir, memilah dan mengkategorik an data sehingga diperoleh temuan yang sesuai dengan fokus dan permasalahan yang ada.	pendekatan kuantitatif untuk menilai potensi dan kesiapan masyarakat dalam mengembangkan n ekowisata berbasis masyarakat.	langsung ekosistem terumbu karang dan lamun, wawancara dengan tokoh kunci, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah setempat, serta pengisian kuesioner berdasarkan indikator tiap dimensi guna memperoleh data primer yang	Disscussion (FGD) dengan dosen, dinas setempat dan pemerintahan setempat.	merumuskan strategi pengembangan kawasan ekowisata.	kriteria terhadap topik dan diklasifikasik an secara tematik untuk mengidentifi kasi pola, tantangan, praktik dan rekomendasi dalam pengelolaan ekowisata hutan di Indonesia.
---	---	---	---	---	---

relevan dengan tujuan penelitian						
6. Persamaan	Persamaan jurnal 1 dengan karya yang akan dilaksanakan adalah fokus terletak pada sama-sama berbasis masyarakat, <i>Community Based Ecotourism.</i> Menggunakan keberlanjutan komunikasi sebagai alat dalam proses	Persamaan jurnal 2 dengan karya yang akan dilaksanakan adalah fokus berbasis masyarakat dan bertujuan untuk keberlanjutan pemberdayaan sebagai alat dalam proses	Persamaan jurnal 3 dengan karya yang akan dilaksanakan terletak pada fokus pengembangan ekowisata berbasis pelestarian lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat lokal	Persamaan jurnal 4 dengan karya yang akan dilaksanakan terletak pada fokus menggunakan metode penelitian yang sama yaitu menggunakan FGD sebagai salah satu metode pengambilan	Persamaan jurnal 5 dengan karya yang akan dilaksanakan adalah menekankan pada ekowisata dan pemberdayaan masyarakat lokal dalam pelaksanaannya serta berfokus dalam pelestarian	Persamaan jurnal 6 dengan karya yang akan dilaksanakan adalah menempatkan pada ekowisata dan sebagai instrumen pemberdayaan utama dalam pemberdayaan masyarakat dan pelestarian

	perubahan perilaku suatu komunitas serta melaksanakan aksi nyata pelestarian lingkungan dengan adanya keterlibatan masyarakat lokal.	ekonomi ekowisata.		data dengan masyarakat dan pemerintah setempat.	meningkatkan ekonomi masyarakat.	lingkungan. Berpijak pada ekowisata dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.
7. Perbedaan an <i>dengan karya yang akan dibuat terletak</i>	Perbedaan jurnal 1 <i>dengan karya yang akan dibuat terletak</i>	Perbedaan jurnal 2 dengan karya yang akan dibuat terletak pada metode	Perbedaan jurnal 3 dengan karya yang akan dibuat ada pada analisis keberlanjutan	Perbedaan jurnal 4 dengan karya yang akan dibuat adalah	Perbedaan jurnal 5 dengan karya yang akan dibuat terletak pada	Perbedaan jurnal 6 dengan karya yang akan dibuat adalah

<p>pada tingkat kelembagaan dan struktur sistem ekowisata itu sendiri. Pada Jurnal 1 telah memiliki kerangka komunikasi, komunikasi, pengelolaan, astraksi budaya dan dukungan yang terintegrasi secara profesional.</p>	<p>penelitian yang dilakukan berbeda, serta fokusnya berbeda, jurnal sendiri. Pada 2 lebih fokus pada potensi strategi komunikasi pariwisata, sedangkan karya yang akan dibuat fokus pada special yang event dan aktivitas yang akan dilakukan profesional.</p>	<p>pengelolaan ekowisata, sedangkan karya yang akan dilaksanakan berfokus pada strategi komunikasi melalui reka cipta <i>special event</i></p>	<p>bagaimana pelaksanaan akhir dari penelitian ini, pada jurnal bertujuan untuk menghasilkan model dan rekomendasi kebijakan untuk pemerintah daerah.</p>	<p>jurnal 5 hanya berupa kajian strategi konseptualnya pada jurnal saja tanpa ada tindakan yang nyata. Sedangkan karya yang akan dibuat merupakan kebijakan untuk berupa implementasi nyata langsung kepada masyarakat yang dituju.</p>	<p>jurnal 6 merupakan penelitian berbasis <i>literature review</i> saja. Sedangkan karya yang akan dibuat merupakan penyelenggaraan karya nyata langsung dan masyarakat melibatkan masyarakat lokal dan memberikan</p>
--	---	--	---	---	--

	Sedangkan dalam karya yang akan dibuat masih pada tahap penguatan partisipasi komunitas tanpa struktur administratif yang formal.		bersama dengan masyarakat.	dampak sosial-ekonomi baik untuk wisatawan dan warga setempat.
--	---	--	----------------------------	--

8. Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Edelweis di Desa Besakih memiliki	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan ekowisata di Seram Utara dan Seram Utara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa even wisata di Kuala Jambi secara signifikan	Hasil penelitian menunjukkan perlu adanya upaya pemerintah dalam mensosialisasik	Hasil penelitian menunjukkan perlu adanya upaya pemerintah dalam pengembangan ekowisata
----------------------------	---	--	---	---	--	---

Rutong berbasis model sosial dan budaya berhasil meningkatkan kesadaran, partisipasi masyarakat, dan keberlanjutan lingkungan melalui komunikasi informatif,	potensi ekowisata berbasis masyarakat yang cukup besar, dengan daya tarik utama berupa keindahan alam dan keberagaman budaya, meskipun terdapat tantangan dalam hal aksesibilitas, pengelolaan fasilitas, dan	Barat berada pada kategori cukup berkelanjutan, dengan dimensi ekologi dan perikanan tergolong baik, sementara dimensi	mampu meningkatkan ekonomi lokal melalui pelipatan aktif masyarakat, dukungan pemerintah, dan kolaborasi kelembagaan	an pentingnya pelestarian alam sebagai alat utama ekowisata dan pelatihan khusus untuk menarik minat pemuda sekitar tempat wisata jasa.	hutan di Indonesia masih mengalami tantangan yang kompleks berupa dinamika kebijakan, keterbatasan infrastruktur, konflik kepentingan lahan dan lemahnya sistem pengawasan
--	---	--	--	---	--



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

24

Pelaksanaan Special Event..., Jessica Alicia, Universitas Multimedia Nusantara

Referensi karya merupakan sumber karya yang telah diproduksi untuk digunakan sebagai pembanding atau acuan dalam mengembangkan dan mendukung argumen atau analisis dalam perancangan karya saat ini. Karya terdahulu memberikan konteks, membandingkan temuan, dan menunjukkan perkembangan penelitian di bidang yang relevan, membantu penulis memahami posisi dan kontribusi karya terdahulu dalam literatur yang ada (Kurniati & Jailani, 2023).

Sumber referensi karya berasal jurnal ilmiah bentuk karya yang telah dipublikasi dalam jurnal nasional maupun internasional. Sedangkan sumber dari skripsi, tesis, maupun desertasi hanya sebagai pelengkap, sehingga tidak termasuk perhitungan karya terdahulu yang disajikan di dalam Tabel 2.1.

Karya-karya terdahulu seperti yang telah dipaparkan pada Tabel 2.1 berfungsi untuk mendukung serta memberikan validasi terhadap karya yang akan diberikan. Keenam karya dibawah memiliki tingkat relevansi yang tinggi dengan karya yang akan dilaksanakan sehingga cocok digunakan sebagai referensi.

Referensi karya ketiga yang berjudul “Pengelolaan Ekowisata Berkelanjutan (*Sustainable Ecotourism*) di Seram Utara dan Seram Utara Barat Kabupaten Maluku Tengah” ditulis oleh Barnabas Wurlianty pada tahun 2020. Barnabas selaku peneliti dari lembaga lingkungan berskala internasional, *World Wide Fund for Nature* (WWF) melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui atribut pendorong dalam pembangunan pariwisata secara berkelanjutan serta menganalisis status dimensi pengelolaan saat ini. Karya tersebut sangat relevan dengan karya yang akan penulis lakukan, yaitu mengetahui atribut pendorong dalam pembangunan pariwisata terkhusus ekowisata dengan menganalisis status dimensi pengelolaan desa yang sudah berjalan.

2.2 Landasan Konsep

Landasan konsep merupakan kumpulan prinsip dan definisi dasar yang membentuk dasar pemahaman untuk perancangan dan pembuatan karya. Landasan

membangun sebuah kerangka konseptual yang perancangan dan pembuatan karya, memastikan bahwa karya yang dirancang dalam konteks yang jelas dan terstruktur.

Serta, landasan konsep perlu dikaitkan aspek komunikasi melalui konsep yang relevan di bidang ilmu komunikasi.

2.2.1 Komunikasi Pembangunan

Komunikasi dan pembangunan merupakan dua hal yang saling berhubungan erat memiliki peran penting komunikasi dalam konteks pembangunan dan perubahan sosial menurut Whiting dalam Anwas (2020). Komunikasi dalam pemberdayaan diarahkan untuk membangkitkan motivasi dan potensi yang dimiliki setiap anggota masyarakat agar mampu berdaya merubah kehidupannya ke arah yang lebih baik. Komunikasi pembangunan muncul dari pandangan bahwa pembangunan sebagai pemberdayaan dan komunikasi sebagai makna bersama.

Dalam buku Perencanaan Pembangunan Daerah karya Hadiwijoyo dan Anisa, pembangunan (*development*) dapat diartikan sebagai proses perubahan atau pertumbuhan. Negara-negara yang berhasil dalam pembangunan seringkali mencapai tingkat kemajuan hingga disebut sebagai negara maju (*developed countries*). Dengan kata lain, "membangun" berarti mengubah dan meningkatkan kemampuan sesuatu secara berkelanjutan dan cepat. "Pembangunan adalah upaya yang disengaja untuk melakukan perubahan dalam struktur sosial dan pertumbuhan ekonomi, yang dilakukan secara berkelanjutan untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik dalam hidup" Hadiwijoyo dalam (Zwenli,2019:68-69).

Menurut Quebral (2017) yang dikutip oleh Cangara dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Pembangunan merumuskan bahwa: "Komunikasi pembangunan adalah bidang studi komunikasi manusia yang berkaitan dengan perubahan masyarakat dari kondisi kemiskinan ke arah pertumbuhan yang dinamis dan inklusif, dengan tujuan mendorong kesetaraan dan pengembangan potensi individu. Fokusnya adalah menyebarkan informasi yang berguna, menyediakan platform untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah, mengajarkan ide, keterampilan, dan nilai-nilai yang diperlukan, serta membangun kesepakatan dalam

membangun negara yang stabil” (Cangara, 2020:293- 294). Organisasi internasional juga ikut berperan dalam merumuskan pengertian komunikasi pembangunan.

Menurut Bank Dunia (world bank): “*Development communication is the integration of strategic communication in development projects based on a clear understanding of indigenous realities*”. (komunikasi pembangunan adalah integrasi komunikasi strategis dalam proyek-proyek pembangunan berdasarkan pemahaman yang jelas tentang realitas adat) (Cangara, 2020:294). Definisi yang serupa juga diutarakan oleh UNICEF, badan PBB yang bertanggung jawab dalam urusan anak-anak, yang menyatakan: “ ... a two-way process for sharing ideas and knowledge using a range of communication tools and approaches that empower individuals and communities to take actions to improve their lives”. (...proses dua arah untuk berbagi ide dan pengetahuan menggunakan serangkaian alat komunikasi dan pendekatan yang memberdayakan individu dan komunitas untuk mengambil tindakan guna meningkatkan kehidupan mereka) (Cangara, 2020:294).

Dari definisi yang disampaikan, komunikasi pembangunan adalah upaya menyebarluaskan informasi bermanfaat, memberikan wadah bagi pembicaraan masalah, memberi keterampilan dan pengetahuan untuk mengatasi masalah seperti kelaparan, kekurangan gizi, dan pengangguran. Ini juga melibatkan pendidikan tentang lingkungan sosial-ekonomi, membangun kemandirian dan solidaritas, serta mendorong partisipasi dalam pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, komunikasi pembangunan bertujuan untuk menciptakan perubahan sosial dan ekonomi yang positif di negara-negara berkembang.

2.2.2 *Community-Based Communication*

Komunikasi adalah suatu proses dimana informasi, pengertian, dan pemahaman dipindahkan dari seseorang ke orang lain, suatu tempat ke tempat lain sehingga penerima pesan (komunikan) memperoleh pengaruh dan mengalami perubahan tingkah laku yang sesuai dengan komunikator (Sikula, 2017: 145). Dari buku Community Relations menurut (Yosal Iriantara, 2019) Komunitas merupakan istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari di berbagai kalangan. Seperti kebanyakan istilah yang popular, maknanya pun bias beragam, bergantung pada konteks kalimatnya. Kita biasa mendengar ada orang yang mengatakan

“komunitas ilmuwan pendukung teori evolusi”. Dalam pemberitaan media sering juga muncul ungkapan “komunitas korban penggusuran” atau “komunitas anak jalanan”. Sedangkan para mahasiswa PR tentu juga akrab dengan istilah “membina hubungan baik dengan komunitas” atau terlibat dalam “program pengembangan komunitas (community relations) yang dilakukan satu organisasi”.

Pengertian komunikasi komunitas atau kelompok menurut Burgoon & Luffner (Novianti, 2019) yang menyatakan bahwa komunikasi kelompok merupakan bentuk interaksi langsung antara individu untuk memperoleh tujuan seperti mendapatkan informasi, hingga pemecahan masalah. Sehingga pribadi anggota tersebut akan bertumbuh di dalam suatu komunitas atau kelompok tersebut. Dalam Buku Teori Komunikasi Umum dan Aplikasinya (Novianti, 2019) dari pendekatan komunikasi komunitas adalah kelompok merupakan kumpulan dari beberapa orang yang bergabung didalam satu tempat, yang dapat menciptakan interaksi dengan masing-masing orang didalamnya.

Fungsi komunikasi kelompok atau komunitas dalam hubungan sosial merupakan mampu memberikan hubungan sosialnya dengan sesama anggota. Contohnya, ketika suatu kelompok memberikan kesempatan ke masing-masing anggota untuk memberikan saran, melakukan aktivitas dan menghibur kelompok atau komunitas tersebut. Komunitas merupakan sekelompok orang yang saling peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, di mana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar para anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau value.

Dengan adanya dan meningkatnya suatu komunitas akan memudahkan setiap anggota di dalamnya mendapatkan yang mereka cari, mulai dari mudah mendapatkan informasi seputaran dengan komunitas tersebut maupun brand yang berhubungan dengan komunitas itu. Suatu komunitas juga menginginkan setiap anggotanya meningkatkan sosialisasi mereka dengan saling memberikan kabar, memberikan dukungan hingga memberi ajakan untuk bertemu antar anggota di dalam komunitas tersebut (O' Guinn, 2021).

2.2.3 Sustainable Ecotourism Communication

Komunikasi ekowisata berkelanjutan menuntut adanya partisipasi aktif dari masyarakat lokal dalam membangun narasi pariwisata yang berkelanjutan. Melalui

pengetahuan yang mendalam mengenai sejarah, budaya, dan kekayaan potensi yang dimiliki dapat menjadikan nilai tambah potensi pada masing-masing wilayah. Bentuk komunikasi ekowisata sangat melipatkan partisipasi dari masyarakatnya dengan mendorong warga untuk menciptakan berbagai kegiatan maupun hal menarik sebagai upaya promosi dan upaya pelestarian budaya.

Ekowisata adalah sebuah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke suatu tempat/destinasi yang mempunyai daya tarik sumber daya alam dan budaya dengan tujuan untuk menjaga hubungan/interaksi yang baik dengan lingkungan alam berupa konservasi, melestarikan budaya, aktivitas pembelajaran, menambah pengetahuan, dan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal untuk keberlanjutan lingkungan (Arida, 2017). Lebih lanjut, dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi aspek penting dalam pengembangan sektor pariwisata. Digitalisasi promosi destinasi wisata, penggunaan platform daring untuk reservasi dan pemasaran, serta aplikasi monitoring lingkungan berbasis komunitas menjadi inovasi yang dapat mendukung keberlanjutan ekowisata (Fernando et al., 2025).

2.2.4 Sosial Forestri

Perhutanan Sosial atau Sosial Forestri merupakan sistem pengelolaan hutan berbasis masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam pengelolaan, perlindungan dan pemanfaatan sumber daya hutan secara keberlanjutan. Konsep ini muncul sebagai respon atas model pengelolaan hutan yang sebelumnya bersifat sentralistik dan eksploratif, yang sering mengabaikan hak-hak masyarakat adat serta menyebabkan kerusakan hutan dalam skala luas (KLHK, 2021).

Dalam implementasinya, Sosial Forestri dipahami sebagai sistem pengelolaan hutan yang memberikan akses kelola dan hak legal kepada masyarakat yang tinggal di dalam atau di sekitar kawasan hutan untuk turut terlibat dalam pemanfaatan sumber daya hutan, pemberdayaan ekonomi serta upaya konservasi lingkungan hidup. Inti pembaruannya terletak pada redistribusi hak kelola dari negara kepada masyarakat sebagai subjek pengelolaan. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyatakan bahwa Sosial Forestri merupakan percepatan pemerataan ekonomi sekaligus pilar konservasi hutan yang diharapkan dapat mengurangi angka kemiskinan, agraria,

dan deforestasi di kawasan pedesaan (KLHK, 2021).

Konsep Sosial Forestri menekankan pada praktik *co-management*, suatu pengelolaan yang mengintegrasikan aspek ekologi, sosial dan ekonomi melalui partisipasi masyarakat, transparansi tata kelola, serta kerja sama antara pemerintah, komunitas, akademisi, NGO dan sektor swasta (Nugroho et al., 2023). Program ini terbukti dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui diversifikasi ekonomi berbasis Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK), jasa lingkungan dan pengembangan ekowisata berbasis masyarakat (Saputra et al., 2020).

2.2.5 Ekowisata

Kegiatan perjalanan mempromosikan konservasi dengan menggabungkan pelestarian alam dan ekonomi lokal untuk mendukung perluasan ekonomi tingkat lokal sebagai bentuk pengembangan serta apresiasi terhadap potensi yang ada dengan tujuan menguntungkan masyarakat (Emanuel de ROZARI et al., 2024). Adapun ekowisata dipahami sebagai bentuk pariwisata khusus yang memadukan pengetahuan ekologi, partisipasi dan tanggung jawab masyarakat, serta praktik ramah lingkungan, sehingga pemanfaatan sumber daya dilakukan secara rasional untuk mengoptimalkan fungsi ekologi sekaligus menyinergikan pembangunan dengan perlindungan lingkungan (Lita, Wulandari, & Marianti, 2021).

Ekowisata bukan sekadar rangkaian aktivitas wisata, namun juga berperan sebagai sarana edukasi dan pemberdayaan masyarakat lokal. Masyarakat lokal tidak hanya menjadi subject tertentu saja, namun memiliki peranan sebagai pelaku utama yang berperan aktif dalam menjaga kelestarian, menginterpretasi nilai-nilai alam dan busaya serta mengelola maupun memanfaatkan potensi yang sudah ada secara berkelanjutan (Wahyuningtiyas et al., 2023). Dalam hal ini, penguatan kapasitas terhadap masyarakat menjadi kunci utama dalam dunia ekowisata.

Penyelenggaraan ekowisata yang baik merupakan kegiatan perjalanan pariwisata yang dapat menjembatani pelestarian pengetahuan lokal dengan praktik tradisional. Desain kegiatan yang partisipatif dan memastikan perlindungan hak nilai budaya desa tidak terganggu dapat menjadi sebuah bentuk penguatan bagi desa. Tujuan konservasi terlaksana, kesejahteraan masyarakat tercapai, itulah

bagaimana ekowisata terkelola dengan baik.

2.2.6 Produk dalam Ekowisata

Kekayaan potensi yang ada dalam desa merujuk pada sumber daya alam, manusia dan budaya serta memiliki potensi untuk dikembangkan guna mencapai kemajuan dan kesejahteraan bagi masyarakat desa. Menurut Nurhayati (2017), potensi merupakan kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan seperti kekuatan, kesanggupan dan daya yang dapat dikembangkan untuk menjadi lebih besar. Dalam hal ini, masyarakat desa menjadi sebuah potensi kuat sebagai pusat awal pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya bagi desa. Kesatuan masyarakat adalah potensi yang perlu dioptimalkan untuk membangun kesejahteraan, ketentraman, kedamaian dan keselarasan hidup dengan lingkungan (Alfarizi, dkk, 2022: 20-21). Pemberdayaan masyarakat bukan sekedar memberi bantuan lalu diterima secara pasif, akan tetapi ia juga menjadi dorongan bagi masyarakat untuk dapat mensejahterakan diri secara lebih mandiri (Sumardi, dkk, 2021:02).

Pengembangan potensi pada suatu desa bukanlah suatu hal yang mudah, memerlukan peran dan partisipasi dari berbagai elemen baik masyarakat dan pemerintah, namun yang terutama ialah masyarakat itu sendiri. Perlu dilakukannya pendorongan terhadap kemandirian masyarakat melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pengedukasian tentang pengolahan potensi yang ada dalam desa demi keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat desa.

2.2.7 Special Event

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Special* atau spesial memiliki arti khusus, istimewa dan khas, sedangkan *Event* dapat diartikan sebagai acara, kegiatan atau bahkan kejadian. Dapat disimpulkan bahwa *Special Event* merupakan salah satu cara untuk menandakan sebuah acara penting dan istimewa dalam kehidupan (Korstanje & Seraphin, 2019). Kholik, Ramadhani, Rowi dan Ramadhany (2021) menjelaskan bahwa *special event* merupakan bentuk manajemen acara yang melibatkan beberapa unsur seperti tempat (place), pelaku (people), dan aktivitas (activity) untuk membentuk identitas sosial.

2.2.7.1 Tempat (Place)

Pemilihan lokasi dalam penyelenggaraan sebuah acara menjadi sebuah hal yang krusial. karena lokasi tidak hanya berfungsi sebagai wadah kegiatan saja, melainkan juga menyimpan nilai, simbol, makna dan ruang yang akan menjadi alat untuk menciptakan kesan bagi para peserta maupun undangan yang akan datang (Adam Muarif et al., 2024). Lokasi yang tepat dapat mendukung penyampaian pesan maupun tujuan dari acara tersebut dilaksanakan, ketertarikan partisipasi peserta selama acara berlangsung akan memperlihatkan apakah lokasi acara tersebut tepat atau tidak (Ara Putri Sakita & Dewi Comala Sari, 2024).

2.2.7.2 Pelaku (People)

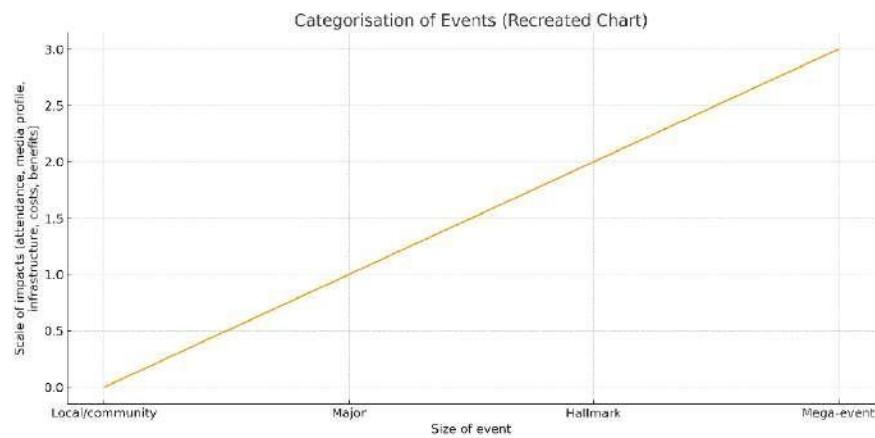
Aspek pelaku yang ada dalam acara mencakup seluruh individu yang terlibat dalam proses pelaksanaan acara, mulai dari penyelenggara acara, pengisi acara maupun dari peserta atau audiens yang hadir. Peran dari setiap orang yang hadir sangatlah penting karena memiliki tujuan yang berbeda dalam acara tersebut, kontribusi yang beragam membentuk dinamika tersendiri untuk acara. Keterlibatan yang tinggi menunjukkan tingkat keberhasilan dari kegiatan strategi komunikasi yang dilaksanakan baik sebelum acara, saat acara hingga acara berakhir. Hubungan yang kuat dapat mampu menjadi jembatan penghubung yang baik antara penyelenggara dengan target audiens yang dimaksudkan.

2.2.7.3 Aktivitas (Activity)

Berbagai kegiatan yang dilaksanakan selama acara berlangsung masuk kedalam aktivitas, seperti sesi seminar, pertunjukan, pelatihan atau *workshop*, kompetisi, konferensi dan masih banyak lagi. Rangkaian aktivitas tersebut menjadi inti tujuan dari maksud diadakannya acara tersebut. Tidak semua acara bertujuan hanya untuk menghibur, tapi memiliki tujuan yang beragam pula, ada yang untuk memberikan pesan edukatif, promosi, ajang kompetisi, hingga pelestarian budaya. Setiap aktivitas yang ada dalam acara dirancang dengan detail sesuai dengan tujuan dan target audiens acara sedari awal agar dapat memberikan pengalaman, kesan hingga makna yang selaras.

2.2.8 Kategorisasi *Event*

Terdapat begitu banyak cara untuk mengkategorisasi sebuah *event*, hal tersebut meliputi jumlah peserta, isi konten, dan form yang. Dalam sebuah *special event*, jumlah peserta dapat dijadikan sebagai sebuah tolak ukut untuk mengkategorisasikan apakah acara tersebut kecil, standar atau besar (*mega-event*).



Gambar 2.1 Kategorisasi *Event*

Sumber: Buku *Types and Classifications Of Events* (2019)

2.8.1 Local/ Community

Acara dengan kategorisasi lokal atau dengan tujuan pada komunitas tertentu biasanya dilandasi pada nilai sosial, hobi atau hanya untuk bersilaturahmi saja. Jumlah peserta yang sangat terbatas disebabkan oleh isi peserta maupun konten yang akan dibagikan hanyalah untuk skala kecil, *internal* dan atau hanya untuk komunitas lokal yang ada dalam daerah tersebut.

2.2.8.2 Major

Acara dengan skala besar, mendapatkan attensi publik dan liputan media yang lumayan kuat. *Major event* merupakan acara yang berhasil menarik banyak pengunjung dengan *target audience* skala yang luas, bisa ratusan, ribuan hingga puluhan ribu orang dan mendapatkan banyak keuntungan secara ekonomi atas acara tersebut bagi penyelenggara maupun bagi destinasi tempat acara berlangsung. Dalam prakteknya, *Major event* seringkali berorientasi pada bidang olahraga, hiburan, hingga ajang konser nasional maupun internasional dan masih banyak lagi.

2.2.8.3 *Hallmark Event*

Hallmark Event merupakan acara yang dirancang dengan ciri khas sesuai dengan lokasi acara tersebut berlangsung. *Hallmark Event* sebagai wadah identitas dari suatu kota, daerah atau bahkan destinasi wilayah tertentu untuk mengadakan acara rutin baik tahun, bulan atau tiap peringatan hari-hari khusus. Acaranya bertujuan untuk memperkuat identitas daerah, membentuk citra serta mendapatkan reputasi atau pengakuan publik secara luas. Hal ini dengan tujuan menarik wisatawan, memperbanyak liputan media, melestarikan tradisi serta tidak lupa untuk mendatangkan pendapatan pariwisata yang besar untuk memutar roda perekonomian masyarakat lokal.

2.2.8.4 *Mega Event*

Mega Event merupakan acara dengan skala yang sangat besar, berkelas internasional dengan jangkauan global sesungguhnya. Acara seperti ini memiliki dampak yang signifikan terhadap aspek ekonomi, politik, sosial dan budaya bagi negara, benua atau bahkan dunia. Target audiens dari acara ini berjumlah ratusan ribu hingga jutaan pengunjung termasuk dengan partisipasi dari wisatawan luar negeri. *Mega Event* tentunya mendapatkan attensi secara mendunia, disiarkan dan diliput oleh media global secara internasional. Penyelenggaraan acara ini tentunya memerlukan persapan yang panjang dan detail mengingat acara yang diselenggarakan tentunya merupakan acara yang sangat penting. Acara seperti ini memerlukan sumber daya finansial yang besar, infrastruktur yang baik serta logistik yang harus mencukupi seluruh penyelenggara, audiens serta pengisi acara tersebut. Dan dampak yang akan dialami setelah acara berlangsung dapat berupa keuntungan ekonomi secara makro, mendapatkan attensi di kancah internasional, tingkat pariwisata yang naik dan masih banyak lagi.

2.2.9 *Event Designing*

Dalam buku *Event Management: Emerging Techniques and Practices* yang dikemukakan oleh Priya Sachdeva dan Archana Mitra (2024), membagi *event design* menjadi:

1. *Concept*

Konsep merupakan tema atau pesan utama yang menjadi dasar dari penyelenggaraan suatu acara dan menghubungkan seluruh elemennya menjadi suatu kesatuan yang utuh. Konsep acara dapat didasarkan pada tujuan dan maksud tertentu seperti untuk memperingati, perayaan, peluncuran sesuatu, dan berbagai tujuan strategis lainnya. Konsep acara tersebut juga harus tercermin pada seluruh aspek perancangan acara termasuk pemilihan lokasi, dekorasi, desain visual serta branding yang digunakan sehingga mampu membangun identitas dan karakter acara secara jelas.

2. *Costing*

Aspek *costing* atau penganggaran biaya merupakan komponen dan peran yang krusial dalam keberhasilan sebuah acara, karena pengelolaan finansial yang efektif menentukan kelayakan operasional dan keberlanjutan penyelenggaraan acara. penganggaran tersebut meliputi rincian biaya dari masa persiapan, pelaksanaan hingga berbagai biaya tambahan dan tidak terduga selama proses pelaksanaan acara. penganggaran biaya harus dilaksanakan secara terinci dan jelas, pengaturan arus kas dan perhitungan laporan keuangan menggunakan cost-sheet yang berfungsi untuk merincikan seluruh biaya agar tidak ada yang terlewat.

3. *Canvassing*

Aspek *canvassing* merupakan proses perancangan acara, dalam hal ini konsep dari sebuah acara haruslah inovatif, kreatif, berbeda, unik dan dapat menarik audiens yang sesuai. Tujuan dari diselenggarakannya acara dapat terbungkus dengan konsep yang relevant sehingga nanti para pengunjung akan membawa pulang kesan atau impresi yang sama dan setara. *Canvassing* mencakup seluruh aktivitas *marketing* mulai dari teasers, undangan, kampanye promosi, dan penggunaan elemen visual maupun digital yang bersifat interaktif dan menarik.

4. *Customization*

Aspek customization merupakan proses dari perancangan acara yang sesuai dengan elemen kebutuhan, preferensi dan minat dari para peserta. Customization

menjadi bagian yang esensial dalam men-*design* suatu acara karena dapat menjadi penentu dari berhasil atau tidaknya penyelenggaraan. Proses cuustomisation dapat dilakukan dengan memahami kebutuhan, minat dan preferensi peserta dengan mengidentifikasi karakteristik demografis, minat dan pola perilaku peserta. Serta merancang peserta dengan kebutuhan para peserta seperti menyesuaikan venue, dekorasi, konsumsi, menu serta dapat mempertimbangkan rangkaian aktivitas dalam acara.

5. *Carrying Out*

Carrying out merupakan tahap akhir dalam *design* sebuah acara, tahap ini mencakup proses mengeksekusi seluruh rencana dan strategi yang telah disusun. Keberhasilan acara sangat bergantung pada kesiapan teknis, koordinasi antar pihak, serta kemampuan penyelenggara dalam mengelola dinamika selama acara berlangsung. Seluruh aspek harus berjalan dengan lancar sesuai dengan kesiapan yang telah dibuat, rangkaian agenda atau rundown harus dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ada. Pengaturan mengenai waktu, jumlah peserta hingga penanganan permasalahan yang mungkin muncul memerlukan tindakan-tindakan resposif dan cepat tanggap agar acara dapat terlaksana dengan sempurna..

2.2.10 *One Day Tour*

Berdasarkan *Executive Summary UNWTO* bertema “*Walking Tourism: Promoting Regional Development*”, *walking tour* merupakan cara yang popular dalam menjelajahi sebuah wisata. Kegiatan walking tour memberikan pengalaman bagi para wisatawan untuk mengenal budaya lokal, masyarakat setempat, menikmati alam yang ada, dan berbagai fasilitas yang disediakan oleh destinasi tersebut. Dalam melaksanakan *walking tour* atau *one day tour*, tentunya ada beberapa hal yang perlu disiapkan seperti:

1. *Tour guide*

Pemandu wisata atau *tour guide* merupakan orang yang bertugas untuk memberikan bimbingan, informasi dan petunjuk mengenai atraksi maupun destinasi yang sedang dilaksanakan (Yoeti, 2010 : 76). Jenis pemandu wisata menurut Muhajir (2015 : 68) dibagi berdasarkan tempat melaksanakan tugasnya, yaitu *Local Guide*

dan *City Guide*, selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

a. *Local Guide*

Local guide atau dapat disebut dengan pemandu wisata lokal merupakan seorang pemandu wisata yang menangani sebuah tour selama satu perjalanan khusus, biasanya *local guide* berasal dari penduduk asli atau orang yang telah tinggal lama dalam daerah tersebut sehingga memiliki pengetahuan yang mendalam akan destinasi. *Local guide* juga menjadi jembatan komunikasi antara wisatawan dengan pengunjung agar nilai-nilai maupun budaya dalam wilayah dapat tersampaikan secara maksimal. *Local guide* menjadi sebuah citra wilayah demi pelestarian nilai-nilai yang ada pada wilayah.

b. *City Guide*

City guide atau dapat disebut dengan pemandu wisata perkotaan yang memiliki keahlian dan sertifikasi khusus dalam memandu wisata pada kawasan tertentu. *City guide* memiliki fokus daya tarik pada wilayah yang memiliki sejarah tertentu, kawasan budaya, museum, tempat kuliner lokal, dan berbagai wilayah terkenal yang ingin didatangi oleh wisatawan. *City guide* memiliki kemampuan untuk berkomunikasi interaksi dengan wisatawan dari berbagai latar belakang bahasa dan budaya. *City guide* juga menjadi jembatan komunikasi kota agar citra pariwisata dapat dinilai baik, bernilai dan berbudaya tinggi.

2. Narasi

Dalam teori representasi makna Stuart Hall, proses komunikasi dipahami sebagai upaya membangun makna melalui *encoding* (penciptaan pesan) dan *decoding* (pemaknaan pesan oleh audiens). Pembuat pesan harus berangkat dari pengalaman nyata serta konteks sosial dan budaya khalayak agar makna yang dibangun dapat diterima secara tepat (Basri & Hakim, 2023). Karena itu, narasi dalam konteks komunikasi pariwisata perlu memuat nilai-nilai lokal, pengalaman masyarakat, serta konteks historis dan budaya yang melekat pada destinasi (Mukaromah & Umaroh, 2022). Narasi yang baik tidak hanya bersifat informatif,

tetapi juga harus disusun dengan tata bahasa yang jelas dan terstruktur agar mudah dipahami. Dalam praktiknya, penyampaian narasi perlu mengikuti SOP pemanduan di lapangan, di mana setiap lokasi memiliki fokus penjelasan tertentu. Misalnya, di situs sejarah ditekankan aspek nilai budaya, sementara di area konservasi dijelaskan tentang ekologi dan pelestarian lingkungan.

Selain struktur bahasa yang baik, narasi juga harus menggunakan bahasa yang sopan, akurat, dan berbasis data valid. Penggunaan diksi harus objektif, tidak menggiring opini, serta didukung oleh sumber informasi yang dapat diverifikasi. Dengan begitu, narasi tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga media representasi yang membangun pemahaman bersama antara pembuat pesan dan audiens, sesuai dengan prinsip *encoding-decoding* dalam teori Stuart Hall.

3. Destinasi

Menurut Cooper et al dalam buku *Tourism: Principles and Practice*, destinasi pariwisata adalah suatu tempat dengan daya tarik yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung karena adanya fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan yang mendukung aktivitas wisata. Destinasi tidak hanya berupa lokasi fisik, tetapi juga mencakup pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan. Sementara itu, Yoeti (2018) dalam buku Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata menjelaskan bahwa destinasi merupakan suatu kawasan atau daerah yang memiliki daya tarik wisata, fasilitas pendukung, dan aksesibilitas sehingga mampu menimbulkan perjalanan wisata ke daerah tersebut.

Pemilihan destinasi menjadi aspek yang sangat penting dalam perencanaan kegiatan wisata, khususnya dalam pelaksanaan *one day tour*, karena menentukan efektivitas serta pencapaian tujuan kegiatan tersebut. Dalam konteks ini, berbagai pertimbangan seperti jarak, aksesibilitas, target audiens, dan ketersediaan infrastruktur perlu diperhatikan secara matang. Jarak dan kemudahan akses berpengaruh langsung terhadap efisiensi waktu perjalanan, mengingat keterbatasan durasi kegiatan yang hanya berlangsung satu hari. Selanjutnya, kesesuaian destinasi dengan karakteristik target audiens penting agar pengalaman wisata yang diberikan relevan dan bermakna. Selain itu, kesiapan infrastruktur, seperti transportasi, fasilitas umum, dan layanan pendukung, juga menjadi faktor penentu kenyamanan serta kelancaran kegiatan.

Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, pemilihan destinasi dapat selaras dengan tujuan pelaksanaan *one day tour*, yakni memberikan pengalaman wisata yang optimal, efektif, dan berkesan bagi peserta.

