

Strategi Komunikasi Pariwisata Komunitas Videoge Dalam Melestarikan Budaya Lokal Melalui Event Pesta Kampung di Labuan Bajo

¹Ifta Maulidya, ²Muchamad Rizqi, ³Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Iftamaulidya13@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pariwisata komunitas Videoge dalam melestarikan budaya lokal melalui event Pesta Kampung di Labuan Bajo. Adapun masalah yang dikaji yakni bagaimana komunitas mampu menyusun strategi komunikasi yang efektif dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat. Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini strategi komunikasi menggunakan dua pendekatan pada Teori *Community-Based Tourism* (CBT) menurut Murphy dan Teori Manajemen Impresi dari Erving Goffman. Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunitas Videoge menerapkan strategi khususnya yakni: *Telusur* (menelusuri akar budaya), *Rekam* (merekam melalui berbagai media), dan *Salur* (menyalurkan kepada publik). Melalui komunikasi kolaboratif dan ekspresi budaya yang kreatif, komunitas ini berhasil meningkatkan kesadaran akan warisan budaya lokal sekaligus berkontribusi terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi partisipatif memainkan peran sentral dalam merevitalisasi identitas budaya di tengah arus modernisasi dan tekanan pariwisata.

Kata Kunci: Pariwisata Berbasis Komunitas, Strategi komunikasi, Pelestarian Budaya, Komunitas Videoge

Abstract

*This research aims to analyze the tourism communication strategy of the Videoge community in preserving local culture through the Pesta Kampung event in Labuan Bajo. The problem studied is how the community is able to develop effective communication strategies in the context of community-based tourism. Researchers used descriptive qualitative methods with data collection techniques through participatory observation, in-depth interviews, and documentation. In this study, the communication strategy uses two approaches to the Community-Based Tourism (CBT) Theory according to Murphy and Erving Goffman's Impression Management Theory. The research findings show that the Videoge community applies its distinctive strategy, namely: *Telusur* (tracing cultural roots), *Rekam* (recording through various media), and *Salur* (channeling to the public). Through collaborative communication and creative cultural expression, the community succeeded in raising awareness of local cultural heritage while contributing to the development of sustainable tourism. This research concludes that participatory communication plays a central role in revitalizing cultural identity amidst modernization and tourism pressures.*

Keywords: Community-based Tourism, Communication Strategy, Cultural Preservation, Videoge Community

Pendahuluan

Labuan Bajo merupakan wilayah yang berkembang melalui industri pariwisata. Sejak Pulau Komodo masuk dalam daftar Tujuh Keajaiban Dunia Baru (*New 7 Wonder of the World*) daerah ini mulai ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara. Setelah terpilih sebagai destinasi kelas dunia bersama dengan 3 destinasi wisata lainnya yaitu Danau Toba, Borobudur, dan Mandalika. Labuan Bajo juga telah ditetapkan menjadi Badan Otoritas Pariwisata (BOP). Perubahan status ini didasarkan kepada Perpres BOP Labuan Bajo Flores, Nomor 32, Tahun 2018. Bersamaan dengan terpilihnya pariwisata Labuan Bajo sebagai destinasi dunia, pengembangan pun dilakukan secara massif. Beragam fasilitas ditambah dan dibangun guna kenyamanan wisatawan (Kreatif, 2022).

Daerah yang di dominasi narasi pariwisata berbasis alam dan infrastruktur sering kali mengesampingkan kekayaan budaya lokal. Di tengah gencarnya pembangunan fisik dan promosi wisata, terdapat risiko marginalisasi identitas budaya masyarakat setempat. Padahal, budaya merupakan elemen penting dalam memperkuat karakter destinasi serta menjamin keberlanjutan sosial pariwisata itu sendiri (Desiana, Novianti, & Khadijah, 2021). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat lokal yang ini mempertahankan nilai-nilai budaya di tengah transformasi ruang akibat perkembangan pariwisata yang cepat.

Di tengah derasnyanya arus globalisasi dan industrialisasi pariwisata, budaya lokal dihadapkan pada risiko yang secara perlahan menghilang. Fenomena ini terlihat dari semakin berkurangnya ketertarikan generasi muda terhadap tradisi lokal serta meningkatnya budaya populer sebagai gaya hidup dominan. Dalam konteks inilah pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) menjadi relevan. CBT menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam merancang, mengelola, dan mempromosikan pariwisata yang berbasis kearifan lokal (Arifin, 2017).

Komunitas Videoge hadir sebagai inisiator lokal yang menanggapi tantangan ini dengan menyelenggarakan event budaya bertajuk Pesta Kampung. Komunitas ini merupakan kolektif seni anak muda

Labuan Bajo yang mengintegrasikan kesenian, budaya, dan kewargaan dalam kerja dokumentasi, pertunjukan, dan edukasi warga. Dalam praktiknya, Videoge mengembangkan pendekatan khas *Telusur-Rekam-Salur*, sebuah metode partisipatif untuk menggali pengetahuan lokal, mendokumentasikannya, dan menyalurkannya kepada publik melalui media digital, buku, maupun pertunjukan seni. Strategi ini tidak hanya bersifat informatif dan edukatif, tetapi juga bersifat politis dalam menjaga identitas dan ruang budaya warga di tengah penetrasi pariwisata modern. Dengan demikian, pendekatan Manajemen Impresi dari Erving Goffman yang menjelaskan bagaimana komunitas secara sadar mengelola kesan dan citra budaya mereka di hadapan public dan wisatan melalui narasi simbolik dan kontekstual (Goffman, 1959).

Dalam penelitian terdahulu menurut (Ivan, 2023) yang hanya berfokus pada strategi promosi destinasi oleh pemerintah atau lembaga formal, namun belum banyak mengkaji strategi komunikasi dari perspektif komunitas lokal sebagai subjek utama. Oleh karena itu, artikel ini penting untuk menunjukkan bahwa strategi komunikasi komunitas tidak hanya bersifat reaktif, melainkan juga proaktif dan strategis dalam mengelola narasi budaya lokal.

Berdasarkan latar belakang diatas, artikel ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pariwisata komunitas Videoge melalui dua pendekatan teori yakni teori *Community-Based Tourism* menurut Murphy di mana strategi pengelolaan pariwisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dan teori Manajemen Impresi dari Erving Goffman merupakan konsep presentasi diri sebagai upaya membangun citra dan kesan terhadap budaya yang dikomunikasikan kepada publik. Kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan model komunikasi budaya yang partisipatif dan berkelanjutan di kawasan wisata lainnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif terhadap kegiatan Pesta Kampung, wawancara mendalam dengan anggota inti komunitas Videoge serta panitia penyelenggara, dan dokumentasi berupa foto, video, serta arsip publikasi komunitas (Moleong, 2017). Analisis data dilakukan secara bertahap melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, 1994). Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode. Subjek dalam penelitian ini adalah komunitas Videoge, khususnya anggota inti yang terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan event Pesta Kampung. Informan dipilih secara purposif dengan kriteria: (1) anggota tim organisasi komunitas Videoge, (2) memiliki peran aktif dalam kegiatan event budaya, dan (3) memahami strategi komunikasi yang dijalankan komunitas. Tiga informan inti diwawancarai, masing-masing memiliki peran sebagai koordinator program, pengelola keuangan, dan tim komunikasi.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti menemukan bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh komunitas Videoge dalam melestarikan budaya lokal melalui event Pesta Kampung adalah metode khas komunitas yang disebut *Telusur-Rekam-Salur*.

Tahap pertama, *Telusur* merupakan proses awal yang dilakukan komunitas dalam menggali dan mengidentifikasi kembali berbagai bentuk ekspresi budaya lokal. Komunitas Videoge menginisiasi kegiatan diskusi dengan tetua adat, tokoh masyarakat, dan warga lokal untuk menelusuri ulang tradisi lisan, permainan rakyat, lagu daerah, hingga resep masakan tradisional. Kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana dokumentasi pengetahuan, tetapi juga mengaktifkan kembali ruang interaksi sosial antar generasi. Dialog-dialog ini memperkuat rasa memiliki terhadap budaya lokal dan membangkitkan kesadaran akan pentingnya pelestarian nilai-nilai tradisi.

Pada tahap kedua, *Rekam* yakni kegiatan dokumentasi terhadap hasil-hasil *Telusur* dalam berbagai bentuk media, seperti tulisan, foto, video, musik, maupun karya seni rupa. Dokumentasi ini tidak hanya dilakukan untuk kebutuhan arsip, tetapi juga sebagai media komunikasi budaya yang dapat diakses oleh publik. Contoh konkretnya adalah produksi buku "Resep Tetangga" dan "Sound of Manggarai" yang merupakan hasil pencatatan kuliner dan nyanyian tradisional yang selama ini hanya hidup dalam tradisi lisan. Strategi *Rekam* ini mencerminkan komitmen komunitas dalam menyelamatkan dan memelihara ingatan kolektif masyarakat. Seluruh produk ini tidak hanya menjadi sarana pengarsipan, tetapi juga alat edukasi bagi generasi muda dan wisatawan. Penyusunan dokumentasi dilakukan secara kolaboratif, melibatkan warga dari berbagai latar belakang.

Tahap ketiga adalah *Salur*, yakni strategi presentasi budaya kepada khalayak luas. Komunitas Videoge menggelar event tahunan bertajuk "Pesta Kampung" sebagai puncak dari seluruh proses komunikasi. Festival ini menampilkan pertunjukan seni, pemutaran film budaya, pameran fotografi, lomba permainan tradisional, serta bazar UMKM lokal. Pesta Kampung tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga menjadi ajang apresiasi bagi warga terhadap budayanya sendiri. Komunitas juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan YouTube

untuk memperluas jangkauan pesan budaya, mengunggah konten secara berkala sebagai strategi komunikasi digital.

Komunitas Videoge dari strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi budaya tidak cukup hanya dengan memperkenalkan budaya kepada wisatawan, tetapi harus dimulai dari warga sendiri: merefleksikan budaya mereka, menyadari nilainya, lalu menyebarkannya secara sadar. Dengan demikian, strategi *Telusur-Rekam-Salur* bukan hanya metode kerja, melainkan juga bentuk dari manajemen komunikasi pariwisata yang beretika, partisipatif, dan berbasis pada penghormatan terhadap masyarakat sebagai pemilik budaya.

Menurut pendekatan teori *Community-Based Tourism* (CBT) menurut Murphy menunjukkan bahwa komunitas Videoge telah menerapkan prinsip-prinsip CBT secara konsisten. Pelibatan aktif masyarakat, kolaborasi lintas usia, dan penguatan nilai budaya lokal menjadi fondasi utama praktik mereka (Murphy, 1985). Komunitas ini tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana kegiatan budaya, tetapi juga sebagai mediator informasi dan produsen narasi budaya yang kontekstual. Sedangkan, dari perspektif teori Manajemen Impresi dari Erving Goffman bahwa strategi yang dijalankan komunitas Videoge mencerminkan upaya sistematis dalam membentuk citra budaya lokal yang otentik namun komunikatif. Representasi budaya yang ditampilkan dalam event maupun media digital dikemas secara menarik tanpa mengaburkan makna dan nilai tradisi. Komunitas Videoge menampilkan diri mereka sebagai pelaku budaya yang progresif namun berakar kuat pada identitas lokal (Murphy, 1985).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pariwisata yang efektif tidak hanya berbicara mengenai promosi, tetapi tentang bagaimana masyarakat lokal mampu menyuarakan dan mengelola sendiri narasi budayanya. Strategi *Telusur-Rekam-Salur* yang diterapkan komunitas Videoge menjadi model alternatif dalam praktik komunikasi berbasis komunitas yang mampu menjawab tantangan globalisasi pariwisata dan kebutuhan pelestarian budaya.

Penutup

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi komunitas Videoge dalam menyelenggarakan event Pesta Kampung merupakan wujud nyata dari penerapan komunikasi partisipatif dalam pelestarian budaya lokal. Melalui metode khususnya *Telusur-Rekam-Salur*, Videoge mampu menciptakan alur komunikasi yang menyentuh seluruh aspek pelestarian, mulai dari penggalian nilai budaya, pendokumentasian sebagai upaya pelestarian, hingga penyebarluasan kepada publik luas. Proses ini tidak hanya membentuk komunikasi dua arah yang sehat antarwarga, tetapi juga memperkuat identitas budaya masyarakat Labuan Bajo di tengah dominasi narasi pariwisata modern.

Keberhasilan strategi tersebut juga didukung oleh penggunaan media digital sebagai sarana penyampaian pesan budaya secara lebih luas. Media sosial menjadi medium yang memungkinkan konten lokal dikenal secara nasional hingga global. Pendekatan ini memberikan ruang bagi komunitas untuk tetap otentik dalam menampilkan budaya mereka, tanpa harus tunduk pada standar komersialisasi industri pariwisata.

Dalam penelitian ini teori *Community-Based Tourism* (CBT) bukan sekadar strategi pengembangan wisata berbasis lokal, melainkan juga strategi komunikasi kolektif yang membangun daya tawar budaya komunitas di ruang publik. Konsep CBT dalam konteks ini memperluas pemahaman tentang pentingnya representasi budaya yang dikendalikan oleh masyarakat itu sendiri. Strategi komunikasi komunitas Videoge juga menemukan *impression manager* yang dapat dikelola secara sadar dan strategis untuk membentuk persepsi positif terhadap budaya lokal di mata audiens yang lebih luas.

Secara praktis, model strategi *Telusur-Rekam-Salur* dapat direplikasi oleh komunitas lain yang memiliki tujuan serupa dalam pelestarian budaya melalui kegiatan partisipatif. Hal ini penting mengingat banyak komunitas budaya lokal di Indonesia yang berhadapan dengan tantangan modernisasi dan kehilangan generasi muda dalam pelestarian warisan budaya. Strategi ini menunjukkan bahwa melalui kolaborasi lintas generasi dan pemanfaatan teknologi, revitalisasi budaya dapat dicapai tanpa harus kehilangan esensi tradisi.

Saran untuk penelitian ini antara lain perlunya dukungan yang lebih kuat dari pemerintah daerah dan pemangku kebijakan pariwisata untuk memperkuat kapasitas komunitas budaya. Program pelatihan komunikasi budaya, fasilitasi teknologi dokumentasi, dan kemitraan dengan media lokal dan nasional akan memperluas jangkauan pesan budaya yang disampaikan oleh komunitas. Selain itu, perlu ada integrasi strategi komunikasi komunitas ini ke dalam narasi besar promosi pariwisata yang dicanangkan oleh pemerintah agar budaya lokal tidak hanya menjadi pelengkap destinasi, tetapi menjadi pusat dari narasi wisata yang berkelanjutan.

Penelitian ini juga membuka peluang untuk pengkajian lebih lanjut, terutama dalam konteks dampak jangka panjang dari strategi komunikasi partisipatif terhadap identitas budaya dan pembangunan komunitas. Penelitian lanjutan dapat menelusuri dinamika internal komunitas dalam mempertahankan nilai-nilai budaya saat berinteraksi dengan wisatawan dan industri pariwisata. Dengan demikian, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi budaya serta praktik pelestarian budaya berbasis komunitas di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Arifin, A. P. (2017). Pendekatan community based tourism dalam membina hubungan komunitas di kawasan Kota Tua Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(01), 111-130.
- Desiana, R., Novianti, E., & Khadijah, U. L. (2021). Strategi komunikasi pariwisata berbasis budaya dalam menunjang pariwisata di kawasan Bandung Utara. *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 3(1), 51-56.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NJ: Doubleday.
- Ivan, I. (2023). *Skripsi: Strategi Komunikasi Promosi Pariwisata DI Desa Wisata Liang Ndara Kabupaten Manggarai Barat Labuan Bajo*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa.
- Kreatif, K. P. (2022). Outlook Pariwisata Indonesia 2022.
- Miles, M. B. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*, Sage.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methuen.