

---

## Kritik Arus Bawah: Studi Wisata Festival di Perbatasan Sota, Merauke

Machya Astuti Dewi<sup>1\*</sup>, Iva Rachmawati<sup>2</sup>, Sri Issundari<sup>3</sup>, Meilan Sugiarto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Jl. SWK 103  
(Lingkar Utara), Condong Catur, Sleman, Yogyakarta, Indonesia

\*Corresponding author, e-mail: [machya@upnyk.ac.id](mailto:machya@upnyk.ac.id)

### ABSTRACT

*Many people believe that organizing festivals in the border area will increase the popularity of the border area and improve the socio-economic conditions of the border communities. But in the case of Sota border area, it is debatable. This paper aims to analyze the views of the community and local government about the border festival which was held by the central government in Sota, Merauke, Papua in 2016 and subsequently explored their views on what border festival should be like. To answer the question, a Focus Group Discussion was conducted with community leaders in Sota, activists in Merauke, officials from the Tourism Office, the Culture Office, the National Border Management Agency in Merauke, students and lecturers from Musamus University. They stated that the festival which had been conducted by the central government seemed in a hurry and lacked coordination with the local government. They also regretted that the festival was dominated by artists from Jakarta, while the local community was less involved. As a result, local cultural and economic potentials are not fully exposed. There are three things that should be considered to promote the border area through festivals: 1) the social, cultural and economic potential of the local community must be the main points promoted, 2) the widespread use of mass media, and 3) the strengthening of networks between the community and the local university, and local government for continual assistance.*

**Keywords:** *Border Area, Border Festival, Promotion, Local Community, Local Government*

---

### PENDAHULUAN

Pengembangan kawasan pariwisata perbatasan saat ini menjadi trend dalam pembangunan daerah perbatasan. Hal ini terkait dengan kebijakan pemerintah mengentaskan kemiskinan di wilayah perbatasan seperti tertuang dalam 11 rencana aksi BNPP yang diimplementasikan melalui Peraturan Presiden No. 29 tahun 2010 tentang Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Tahun 2011. Hal ini juga tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2004-2009 melalui Program Pengembangan Wilayah Perbatasan. Oleh karenanya pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan kawasan perbatasan melalui proyek *border tourism* dapat menjadi salah satu upaya pengentasan kemiskinan.

Namun demikian pengembangan pariwisata perbatasan menghadapi kendala keterbatasan akses, infrastruktur, sarana, dan prasarana, di samping lokasinya yang jauh dari kota. Keterbatasan-keterbatasan itu oleh Kementerian Pariwisata dicoba untuk diminimalisir dengan penyelenggaraan festival pada tahun 2016. Festival memainkan peran yang penting dalam pariwisata baik sebagai aset maupun sebagai produk dari pariwisata (Cudny, 2013). Dorongan utama melakukan perjalanan wisata budaya tidak hanya untuk mendapatkan kesenangan dari perjalanan wisata itu sendiri melainkan

mereka yang melakukan perjalanan wisata budaya cenderung bepergian untuk memperoleh pengetahuan mengenai budaya baru dan merasakan atmosfer yang berbeda (Miller, Tanpa Tahun). Penyelenggaraan festival pada kawasan perbatasan diharapkan mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka yang menyukai perjalanan wisata budaya dan atau mereka yang sebelumnya tidak tertarik dengan wisata perbatasan.

Festival perbatasan atau *Cross Border Festival* di Indonesia yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata pernah digelar di beberapa daerah perbatasan dengan konser musik, bazaar, kuliner dan sejumlah pertandingan olahraga seperti pacuan kuda dan *motorcross*. Sejumlah besar wisatawan baik wisatawan domestik maupun wisatawan dari negara tetangga datang untuk menikmati *Cross Border Festival*. (<https://travel.kompas.com/read/2016/06/29/061000927/Tarik.Wisman.Kemenpar.Akan.Gelar.Festival.Perbatasan>). Di Papua, *Cross Border Festival* diselenggarakan tahun 2016 di Jayapura dan Merauke. Seperti halnya *Cross Border Festival* lainnya, *Cross Border Festival* di Jayapura dan Merauke juga ditujukan untuk meningkatkan kedatangan wisatawan dengan mengundang sejumlah artis dari Jakarta dan budaya lokal. Banyak pihak menilai festival tersebut berhasil meningkatkan jumlah pengunjung di perbatasan. Namun apakah daerah perbatasan mendapat manfaat dari kegiatan tersebut? Tulisan ini hendak mengungkap pandangan pemerintah daerah Merauke dan masyarakat Sota tentang festival perbatasan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Pemerintah saat ini banyak membantu pariwisata di daerah dengan menyelenggarakan kegiatan atau *event* tertentu guna menarik pengunjung. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari strategi untuk pembangunan ekonomi, pembangunan bangsa dan pariwisata budaya. Kesadaran atas dampak kegiatan budaya atau festival budaya yang dapat menarik wisatawan pun saat ini telah mengalami banyak perubahan. Pemerintah pusat tidak lagi menjadi aktor utama dalam menyelenggarakan kegiatan melainkan aktor utama justru berada di tangan warga lokal. Komunitas lokal memainkan peran utama ketika menjalankan acara olahraga besar atau acara berskala besar lainnya. Merujuk pada temuan Getz (1997) tentang pengelolaan kegiatan, maka dukungan dari komunitas budaya lokal sangat penting. Getz (1991) juga menengarai sejumlah keunggulan dalam penyelenggaraan festival yang diselenggarakan oleh warga lokal.

Getz (2008) menempatkan *Festival Tourism* sebagai bagian dari *Event Tourism*. Bagi Getz, semua pariwisata yang bertujuan untuk menghadiri sebuah festival adalah bagian dari *Event Tourism*. Demikian pula mengacu pada klasifikasi *Lord Cultural Resources Planning and Management* (<https://www.lord.ca/>), festival merupakan salah satu bentuk dari *Event Tourism* yang merupakan sub bagian dari *Cultural Tourism*. Sementara *event* sendiri didefinisikan oleh Janiskee (1980) sebagai serangkaian kegiatan yang atraktif dan menarik yang diselenggarakan dalam waktu yang pendek pada kawasan tertentu untuk memperingati peristiwa tertentu. Studi mengenai *special event* sebagai bagian dari manajemen pariwisata dimulai pada tahun 1970 (Hede 2007). Studi tersebut terus berkembang hingga tidak hanya meyakini event sebagai motivator penting atau pembangun citra sebuah kawasan tertentu tetapi juga meyakini bahwa *event* mampu menjadi pendorong perekonomian masyarakat.

Sementara itu Congcong (2014) mendeskripsikan festival secara lebih spesifik yaitu dengan menelusuri makna dari festival itu. "*it (festival) is a kind of social activity according to the needs of people living custom for a long time gradually established and*

*passed from generation to generation.*”. Dengan demikian, Congcong mendefinisikan *festivals tourism* sebagai upaya untuk membangun pariwisata dengan memanfaatkan budaya lokal dan warga masyarakat (Congcong, 2014: 53).

Secara khusus pula Congcong menetapkan karakter dari *festival tourism* melalui beberapa prasyarat yaitu, pertama, *festival tourism* bersifat lokal yang artinya turisme ini secara spesifik menawarkan budaya dan adat daerah dan merujuk pada kawasan geografis tertentu. Dengan demikian, setiap festival di setiap daerah memiliki keunikannya masing-masing. Kedua, setiap wisatawan dapat turut serta berpartisipasi dan memiliki pengalaman secara langsung dalam acara yang diselenggarakan. Ketiga, budaya—selain selain menjadi komoditas utama guna menarik wisatawan—ia juga menjadi jembatan bagi komunikasi budaya antara warga antar negara. Keempat, *festival tourism* merupakan kegiatan yang sangat luas yang mencakup budaya lokal, kuliner lokal, penginapan, hingga transportasi, keamanan bahkan mencakup persoalan politik yang terkait dengan kebijakan penyelenggaraan *festival tourism*. Terakhir, *festival tourism* merupakan bentuk baru dari produk pariwisata yang memberikan sensasi yang berbeda kepada wisatawan karena tidak saja mengenal budaya yang berbeda tetapi mereka dapat mengenal budaya yang berbeda dengan cara yang unik. Dengan begitu, produk baru dalam industri pariwisata budaya ini sudah selayaknya dapat memberikan dampak ekonomi yang lebih besar tetapi juga dampak sosial.

Berangkat dari pemaknaan festival tersebut, maka semestinya penyelenggaraan festival harus memiliki unsur budaya lokal baik yang berupa *tangible product* maupun *intangible product* berupa tari-tarian dan musik. Meskipun dalam prakteknya penyelenggaraan festival sebagai bagian dari turisme tidak lagi dapat ditempatkan semata pada produk budaya lokal. Sebagai sebuah produk guna menarik kedatangan wisatawan pada suatu kawasan maka *festival tourism* diselenggarakan sejalan dengan bentuk-bentuk kegiatan yang lain seperti kegiatan olahraga yang dikemas sebagai perlombaan atau musik dan aktivitas seni yang tidak lagi merujuk pada seni tradisional. Tujuan *festival tourism* sebagai daya tarik wisata tidak jarang mengacaukan identitas kawasan itu sendiri yang semestinya dapat menjadi *brand* tersendiri yang melekat pada festival yang diselenggarakan. Cudny (2013:109) menengarai hal tersebut dengan memperingatkan bahwa hilangnya autentisitas lokal yang semata-mata hanya mengikuti keinginan wisatawan dapat menjadi penyebab disfungsi dari penyelenggaraan sebuah festival.

*Festival* atau *event* dapat menjadi salah satu bentuk pariwisata alternatif yang dapat dikembangkan di perbatasan termasuk Sota, dengan mendorong warga lokal sebagai host. Selain mendorong peningkatan kualitas sumber daya, budaya dan artis lokal memiliki kesempatan yang lebih baik dalam sejumlah festival budaya. Dengan demikian, pembangunan *image* terbangun secara tidak langsung dengan melekatkan kekhasan daerah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan memahami pandangan masyarakat tentang festival perbatasan dan merumuskan ulang model festival perbatasan. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk merumuskan model pemberdayaan masyarakat melalui program pariwisata perbatasan dalam bentuk festival yang merupakan sinergi antara masyarakat (kelompok yang dibina pada tahun kedua), dinas terkait (Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, Dinas Kebudayaan, Dinas Perindustrian,

Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah), maupun pihak swasta, sehingga dapat mendukung pengembangan produk dan promosi pariwisata perbatasan di Desa Sota.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Untuk pengumpulan data kualitatif instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah *Focus Group Discussion* (FGD). FGD dilakukan pada tanggal 29 April 2019 dengan peserta terdiri dari unsur pemerintah daerah kabupaten Merauke, Kepala Kampung Sota, Polsek Sota, staf Badan Nasional Pengelola Perbatasan di Merauke, Komunitas Kandara, perwakilan masyarakat Sota, mahasiswa dan akademisi dari Universitas Musamus Merauke. Selain itu juga dilakukan observasi terhadap situasi dan obyek pengamatan untuk melengkapi dan memperkaya data.

Data yang sudah dikumpulkan dianalisis dengan pendekatan deskriptif analitis. Data dipilah berdasarkan kategorisasi-kategorisasi. Selanjutnya data dianalisis dan diinterpretasikan, dinarasikan dan kemudian ditarik kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN

### Potensi Sota dan Festival Perbatasan

Sota adalah sebuah distrik (kecamatan) di kabupaten Merauke yang terletak di ujung Timur Indonesia yang berbatasan langsung dengan negara Papua Nugini. Sota berjarak sekitar 80 km dari Kabupaten Merauke dengan jarak tempuh sekitar 1-2 jam. Wilayah ini terletak pada 7°45'00" - 8°50'04" LS dan 140°41'04" - 141°12'00" BT. Luas daerah Distrik Sota adalah 2.319.071 Km<sup>2</sup> (5,06% dari luas wilayah Kabupaten Merauke). Jalan dari Kota Kabupaten Merauke menuju Sota ditempuh melewati jalan aspal yang cukup baik yang menembus hutan dan savana milik Taman Nasional Wasur. Di sebelah utara Sota berbatasan dengan Distrik Eligobel. Di sebelah selatan berbatasan dengan Distrik Naukenjere. Di sebelah barat berbatasan dengan sungai Maro Distrik Jagebob. Sementara di sebelah timur berbatasan dengan sungai Torasi negara Papua Nugini.

Sota memiliki potensi destinasi wisata yang unik karena merupakan kawasan perbatasan negara pada kawasan paling timur Indonesia. Di Sota terdapat tugu kembar perbatasan atau tugu titik 0 km seperti yang dimiliki oleh Sabang di Aceh (perbatasan Indonesia paling barat di bagian utara Pulau Sumatera). Keunikan lain yang dimiliki kawasan ini adalah masih berjalannya perdagangan tradisional antara warga Sota dan warga desa Weam dan desa Wereaber dari Papua Nugini. Perdagangan tradisional yang mengandalkan hubungan personal ini terjadi setiap hari dengan intensitas yang cukup tinggi, yaitu sekitar 200-300 orang pendatang dari Papua Nugini dan rata-rata 100 orang Indonesia berkunjung ke PNG setiap bulannya (Data Pos Imigrasi Perbatasan Sota, Merauke, 2013). Sota memiliki Taman Nasional Wasur yang kaya akan flora dan fauna. Sota juga menyediakan fenomena unik, yaitu sarang Semut atau Musamus yang hanya ada di Indonesia dan sejumlah negara di Afrika. Sementara itu potensi wisata alam pantai juga dimiliki Sota, yaitu pantai Lampu Satu.

Sejumlah upaya telah dilakukan pemerintah untuk menambah daya tarik Sota sebagai destinasi wisata. Selain Taman Perbatasan yang dibangun oleh warga lokal, sebuah proyek ekowisata pernah diujicobakan di kawasan tersebut. Pada tahun 2013 Sota mendapat dana bantuan untuk pembangunan ekowisata selama 3 tahun. Sayangnya proyek selama 3 tahun tersebut tidak berhasil karena kesadaran masyarakat atas potensi ekonomi yang mereka miliki nampaknya belum cukup dapat menggerakkan masyarakat untuk memanfaatkannya (Dewi dan Rachmawati, 2018).

Kegagalan ini mengingatkan pemerintah bahwa masyarakat masih perlu mendapatkan dorongan yang lebih besar untuk menunjukkan bahwa industri pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Secara umum masyarakat kurang memiliki pendidikan yang cukup dan sebagian besar berprofesi sebagai petani. Bahkan, sebagian masyarakat juga masih ada yang hanya mengandalkan ketercukupan pangan mereka dari kebun dan hutan. Pemerintah akhirnya menggagas sebuah festival untuk mendatangkan lebih banyak pengunjung di perbatasan. Ide ini juga dilatarbelakangi oleh kesuksesan perayaan hari kemerdekaan Republik Indonesia tanggal 17 Agustus di Sota yang mampu menarik ratusan pengunjung baik Merauke maupun dari Papua Nugini datang ke Sota. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia kemudian menyelenggarakan *Cross Border Festival* (festival perbatasan) dengan harapan *event* budaya dapat menarik kunjungan wisata lebih banyak ke kawasan perbatasan dan mendorong kesadaran masyarakat atas potensi pariwisata yang mereka miliki.

Festival perbatasan diselenggarakan di Merauke pada 17 Agustus 2016 dan 13 Desember 2016 di Lapangan Sota, Merauke. Acara ini didominasi oleh pertunjukan band dan penampilan artis-artis ibukota dan daerah. Musik beraliran reggae sengaja dipilih dalam festival musik karena menurut Kepala Bidang Festival Asisten Deputi Pengembangan Pemasaran Asia Pasifik Kementerian Pariwisata, Adela Raung, music reggae banyak disukai oleh masyarakat Papua Nugini. Strategi ini nampaknya cukup berhasil menarik sejumlah besar pengunjung dari Papua Nugini untuk menghadiri festival perbatasan yang diselenggarakan dua kali tersebut pada tahun 2016. Selain pertunjukan musik kegiatan ini juga menampilkan budaya lokal berupa tari-tarian, kuliner lokal dan juga kerajinan lokal dan bazaar.

Kementerian Pariwisata Indonesia mencatat bahwa festival tersebut memperoleh sukses besar dengan jumlah kedatangan wisatawan yang cukup besar pada acara tersebut. Wisatawan mancanegara yang datang pada festival perbatasan tanggal 17 Agustus 2016 tercatat sebanyak 1300 orang. Sementara itu wisatawan mancanegara yang hadir pada tanggal 3 Desember 2016 tercatat sebanyak 50 orang. Konsulat Jendral Republik Indonesia di Papua Nugini, Abraham Lebalauw, menyatakan bahwa di Papua Nugini acara ini mendapat sambutan yang positif dari warga setempat. *Event* tersebut sangat terkenal dan mampu menarik sejumlah warga Papua Nugini untuk datang (<http://www.cnn.Indonesia>, 2016).

### **Kritik Arus Bawah**

Meskipun secara umum festival perbatasan yang pernah dilakukan pada tahun 2016 dipandang sukses, namun tidak sedikit kritik yang disampaikan oleh masyarakat maupun pemerintah daerah. Salah satu kritik yang disampaikan terkait dengan kurangnya pelibatan masyarakat setempat dalam festival perbatasan. Salah seorang pejabat pemerintah di Merauke menyatakan bahwa festival dengan mengundang artis-artis ibukota dipandang kurang tepat. Menurutnya penyelenggaraan festival semestinya berasal dari masyarakat itu sendiri, yaitu menunjukkan potensi ekonomi dan budaya setempat. Hasilnya pun berupa peningkatan ekonomi yang dinikmati masyarakat. Pejabat tersebut menceritakan:

Jangan sampai kita melakukan festival, tapi mendatangkan keramaian dari luar. Sebaiknya dari masyarakat sendiri. Nah kita perlu mempersiapkan masyarakat dengan baik. Apa yang disajikan dalam festival itu. Entah itu tarian, hasil-hasil budaya, ukiran atau suvenir atau apa saja yang menunjukkan daerah perbatasan. Ini yang perlu kita cari.

Selama ini festival yang kita lakukan hanyalah mengumpulkan orang lalu melakukan sesuatu yang mungkin kita sendiri tidak paham atau masyarakat tidak paham. Jangan sampai festival mendatangkan artis dari Jakarta. Kita harus membentuk festival yang memang betul-betul dari masyarakat (FGD, 29 April 2019).

Kritik yang sama juga disampaikan oleh perwakilan Komunitas Kandara Merauke yang menyatakan bahwa festival perbatasan semestinya memaksimalkan potensi lokal yang dimiliki Sota. Ia menyayangkan bahwa penyelenggaraan festival perbatasan di Sota tahun 2016 mengesankan bahwa pengunjung datang beramai-ramai untuk mencari makan. Tujuan festival mempromosikan budaya dan potensi ekonomi Sota menjadi tidak tersampaikan, padahal Sota memiliki aset budaya dan aset ekonomi yang bisa dipromosikan:

Saya tidak terlibat secara langsung, tapi saya sebagai kontituen yang meramaikan. Tapi saya mau sampaikan cerita tidak enak. Setelah festival bubar, nggak ada kelanjutan dari itu. Kalo kita bicara seni budaya di distrik Sota ada 5 kampung yang sebenarnya mereka sudah punya yang unik. Sebagai contoh Yanggandur itu. Kalo di Yogya itu ada upacara turun tanah untuk bayi, itu ada di Yanggandur. Ini potensi budaya yang perlu diperkenalkan. Kemudian tari-tarian yang masih sangat orisinal... Hasil bumi Sota sangat banyak. Ada minyak kayu putih. Dari sisi lain kalo kita anak Merauke berarti tahu dong kalo Noken dari bahasa suku Kanum itu adalah toare. Bahwa tifa adalah kandara. Ini juga kita harus perkenalkan. Bukan hanya Sota, festival. Tapi juga tahu apa itu yang ada di sana. Mungkin ada festival kulinernya, ada handicraft-nya. Supaya masyarakat terwakili, dilibatkan, bukan sebagai penonton yang datang hanya untuk maaf... cari makan. Kesederhanaan masyarakat di sana banyak potensi yang bisa digali. Hanya karena belum dilibatkan, jadi bodo amat (FGD, 29 April 2019).

Hal itu dibenarkan oleh Kepala Kampung Sota. Menurutnya festival yang diinisiasi pemerintah pusat terlalu didominasi oleh penampilan artis dari Jakarta. Akibatnya budaya masyarakat lokal tidak terangkat. Padahal Sota memiliki ikon wisata berbasis budaya, yang antara lain ditunjukkan oleh keberadaan taware atau noken (tas tradisional Papua), souvenir gantungan kunci, dan kandara atau petkore (tifa). Tifa atau Kandara dari Merauke berbeda dengan tifa dari daerah lain yang ukurannya lebih kecil. Selain itu terdapat tarian tradisional khas Merauke, yaitu tari Etor. Hal ini dapat menjadi ikon dalam festival perbatasan. Kepala kampung menjelaskan:

Festival itu seharusnya yang diangkat budayanya. Saya sangat sayangkan festival kemarin yang dipertunjukkan di sana hanya artis dari Jakarta. Akhirnya budaya kita tidak diangkat. Masyarakat lokal yang punya budaya tidak kelihatan. Ukir-ukiran, anyaman belum dimanfaatkan. Festival kemarin itu juga tiba-tiba. Masyarakat lokal belum punya persiapan. Bahkan pemda juga agak kaget dengan waktu yang singkat. Akhirnya tamu dari PNG diundang agak repot. Kalau bisa festival ini ada persiapan paling tidak satu minggu sebelumnya. Nanti yang dipertunjukkan budayanya selain mereka juga ada persiapan termasuk souvenir (FGD, 29 April 2019).

Menanggapi promosi budaya di Sota, Arnoldus dari Badan Nasional Pengelola Perbatasan (BNPP) di Merauke menyatakan bahwa aspek tersebut harus dikaji mendalam. Merauke memiliki 5 lokasi kecamatan perbatasan, yaitu Naukenjerai, Sota, Ulele, Muting, dan Gobel. Untuk mempromosikan perbatasan pemerintah telah membuat festival perbatasan. Arnoldus setuju bahwa potensi budaya lokal harus diangkat. Namun jika yang ditampilkan tari-tarian, sementara yang datang adalah warga PNG maka itu artinya tidak ada sesuatu yang baru yang ditampilkan. Artinya perlu mempromosikan

festival budaya ke pihak luar (luar Papua), sehingga potensi budaya Sota terangkat. Peran publikasi menjadi sangat penting, baik melalui media sosial, maupun televisi nasional. Harapannya agar bisa lebih dikenal luas dan akhirnya wisatawan dari luar Papua datang melihat. Dampak berikutnya adalah masyarakat bisa memamerkan produk-produk mereka dan mendapatkan penghasilan dari festival perbatasan (FGD, 29 April 2019).

Saat ini peran media massa dalam promosi kepariwisataan adalah hal yang tidak terhindarkan. Banyak kajian empiris di berbagai negara menunjukkan bahwa kesuksesan dalam mempromosikan sektor wisata ditopang oleh peran media yang intensif, baik media massa konvensional maupun media sosial baru yang saat ini sedang menjadi trend (Al-khasawneh, et al, 2018; Hincu, 2017; Condratov & Hapenciuc, 2012). Oleh karenanya upaya untuk mengangkat wisata perbatasan melalui festival perbatasan seharusnya dipersiapkan dengan perencanaan yang baik, termasuk pemanfaatan media massa untuk mempromosikan wisata perbatasan.

Upaya untuk mempromosikan festival di perbatasan bisa dilakukan dengan bekerja sama dengan maskapai penerbangan. Informasi mengenai festival perbatasan bisa dimasukkan dalam majalah yang dimiliki maskapai penerbangan, misalnya Garuda atau Lion sehingga informasinya bisa tersebar lebih luas dan diketahui oleh orang dari luar Papua. Waktunya pun harus dibuat longgar, misalnya satu tahun sebelum kegiatan digelar sudah mulai dipromosikan. Jika dimungkinkan promosi bekerjasama dengan maskapai penerbangan dalam bentuk diskon penerbangan ke Merauke saat festival diselenggarakan. Hal ini tentunya menuntut perencanaan yang sangat baik agar kegiatan festival di perbatasan bisa terjadwal dengan baik dan dipromosikan secara luas. Terkait arti penting promosi salah seorang dosen Universitas Musamus menjelaskan:

...memang manajemen pariwisatanya harus jelas. Apa yang mau dilakukan, dipromosikan. Dari Musamus pernah mau mengembangkan desa wisata kerja sama dengan Faperta di kampung Nasem. Kendalanya masyarakat menolak, karena rumahnya harus bagus dulu baru bule mau tinggal. Padahal justru bule sukanya tinggal seperti itu... Yang penting kita promosinya bagaimana. Harus *continue*.. *Website* Merauke juga harus kemana-mana. Harus kerja sama pemerintah dengan masyarakat (FGD, 29 April 2019).

Contoh kesuksesan festival Asmat dapat dijadikan salah satu referensi untuk mengembangkan wisata festival di perbatasan. Dalam Festival Asmat Pemerintah Daerah menggelar dan melelang produksi ukiran dan tarian. Misalnya mulai dari harga 1 juta sampai 10 juta. Banyak tamu yang diundang oleh pemerintah Daerah Merauke, termasuk dari luar Jakarta, semua provinsi di Indonesia, bahkan luar negeri. Untuk Sota dapat dikemas serupa. Waktu kegiatan harus ditentukan lebih dulu, apakah akan disediakan setiap tahun, dua tahun sekali, apakah akan diselenggarakan setiap tanggal 17 Agustus atau momen penting yang lain. Festival juga bisa menjadi ajang lomba. Pemerintah bisa menerbitkan Perda tentang festival perbatasan.

Aspek yang tidak kalah penting untuk mengembangkan festival di perbatasan adalah sinergi kerja sama antara masyarakat di perbatasan, pemerintah daerah dan perguruan tinggi. Pendampingan dari Badan Nasional Pengelola Perbatasan dan pendampingan dari Perguruan Tinggi swasta maupun pemerintah lebih ditingkatkan. Seperti yang telah dilakukan *Kandara Scooter Club* dalam pengembangan pariwisata, hal itu bisa diikuti. Sinergitas antara universitas, LSM dan pemerintah bisa dilakukan. untuk pengembangan pariwisata.

## KESIMPULAN

Apa yang muncul dalam pemberitaan di publik belum tentu merupakan realita yang sesungguhnya terjadi. Itulah gambaran wisata festival yang pernah diselenggarakan di Sota, perbatasan Indonesia-Papua Nugini. Pemberitaan di media massa menunjukkan kesuksesan dari festival tersebut. Namun demikian pihak-pihak yang terkait dengan penyelenggaraan festival perbatasan ternyata menyampaikan hal yang berbeda. Terdapat catatan-catatan kekurangan dari festival di perbatasan, terutama karena potensi budaya dan ekonomi lokal belum menjadi sentral perhatian dalam festival.

Kasus wisata festival di perbatasan Sota menunjukkan bahwa dominasi otoritas kewenangan pusat dalam menentukan arah pembangunan di daerah justru berimplikasi pengabaian potensi lokal. Kritik-kritik pun bermunculan sebagai bentuk ketidakpuasan atas pelaksanaan festival tersebut. Oleh karenanya di masa mendatang pemerintah pusat perlu mempersiapkan agenda festival perbatasan terencana lebih baik dengan memperhatikan potensi dan ciri khas sosial, budaya dan ekonomi dari masyarakat perbatasan sebagai ikon utama festival. Aspek promosi yang terintegrasi dan jaringan kerja sama dengan pemerintah daerah serta perguruan tinggi dapat menjadi penopang keberhasilan wisata festival di perbatasan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia. Tulisan ini merupakan bagian dari penelitian berjudul “Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Kawasan Pariwisata Perbatasan di Kabupaten Merauke” yang didanai oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.

## REFERENSI

- Cudny, W. 2013. Festival Tourism – The Concept, Key Functions and Dysfunctions in The Context Of Tourism Geography Studies. *Geographical Journal*. 65 (2), 105-118.
- Al-khasawneh, N., Al-Hrout, S., Ibrahim, H. M. 2018. The Role of Tourism Media in the Promotion of Domestic Tourism in Jordan (Governorate of Irbid as A model) *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*. 37, 36-47.
- Condratov, I., Hapenciuc, C.V. 2012. Study Regarding the Use of Multimedia Technologies in Tourism Sector of Suceava County. *Revista de Turism: Studii si Cercetari in Turism*. 0 (14), 60-65.
- Dewi, M. A. & Rachmawati, I. 2018. The Barriers and Strategy of Sota's Border Tourism Area Development. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*. 31 (4).
- Congcong, T. 2014. The Study of Festival Tourism Development of Shanghai. *International Journal of Business and Social Science*. 5 (4).
- Data Pos Imigrasi Perbatasan Sota, Merauke, 2013. Focus Group Discussion. 29 April 2019.
- Getz, D. 2008. Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*. 29 3), 403-428.

- Hede, A. 2007. Managing special events In the New Era of the TBL. *Event Management*. 11, 13-22.
- Hincu, L. 2017. Strategies to Promote Tourism in Bucovia. *Management Intercultural*. XIX (38), 33-44.
- Janiskee, R. 1980. South Carolina's Harvest Festival: Rural Delights for Day Tripping Urbanities. *Journal of Cultural Geography*. 1, 96-104.
- Kompas.com.2016. Tarik Wisman, Kemenpar akan Gelar Festival Perbatasan. <https://travel.kompas.com/read/2016/06/29/061000927/Tarik.Wisman.Kemenpar.Akan.Gelar.Festival.Perbatasan>.
- Miller, D. Tanpa Tahun. *The Increasing Importance of Cultural Tourism*. TTRA International. Strategic Marketing and Research, Inc.