



## Komunikasi Pembangunan Dalam Kearifan Lokal Di Era Digital

"Perlunya pemanfaatan kearifan lokal dan teknologi digital dengan pratek budaya dan kearifan lokal dalam pembangunan di pedesaan dapat didokumentasikan, dilestarikan, dilestarikan dan dikembangkan melalui media digital."

—**Prof. Deddy Mulyana, MA., Ph.D.**, Dewan Pakar Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) dan Guru Besar Ilmu Komunikasi Unpad

"Di era digital komunikasi pembangunan lebih banyak menggunakan media informasi dengan teknologi internet baik di televisi dan media sosial. Komunikasi pembangunan menjadi lebih transparan, partisipatif, demokratis dan akuntabel."

—**Prof. Dr. Gati Gayatri, M.A.**, Balitbang SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika

"Dalam komunikasi pembangunan pertanian di era digital terdapat peran penting dari penyuluh sebagai komunikator pembangunan yaitu konsultasi, edukasi, fasilitasi, manajerial, supervisi, dan diseminasi informasi serta inovasi."

—**Dr. Tedy Dirhamsyah, SP, MAB.**, Koordinator Substansi Kerjasama dan Pendayagunaan Hasil Penelitian (KSPHP), Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, Balitbangtan Kementerian Pertanian RI

"Komunikasi pembangunan teknokratis yang top-down dapat dikolaborasi dengan komunikasi partisipatif atau komunikasi pemberdayaan yang bottom-up. Begitu juga menggabungkan kearifan lokal dengan media digital sebagai modal pembangunan."

—**Dr Adhi Iman Sulaiman, S.IP, M.Si.**, Dosen dan praktisi pemberdayaan masyarakat Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

"Pendekatan komunikasi pembangunan dengan kearifan lokal menjadi solusi strategis dalam menyelesaikan konflik sosial, politik dan ekonomi khususnya di daerah yang dapat dijadikan model dan disosialisasikan dengan memanfaatkan perkembangan media digital."

—**Dr. Syarifah Ema Rahmanyah, M.Sc.,E.**, Direktur Pusat Studi Pengembangan Perdesaan dan Kawasan Perbatasan & Dosen FISIP Universitas Tanjungpura (Untan)

Buku ini merupakan hasil kajian para akademisi sebagai kontribusi nyata yang dipresentasikan dalam Seminar Nasional Komunikasi pada 7 dan 8 November 2021. Materi yang tersaji dalam buku ini dapat dibaca secara lengkap dengan berbagai kajian seperti "Komunikasi pemerintahan dan bisnis, komunikasi pemberdayaan dan pariwisata, komunikasi kesehatan, serta komunikasi digital. Selamat menikmati.

Komunikasi Pembangunan Dalam Kearifan Lokal di Era Digital

Adhi Iman Sulaiman, Annisarlizki,  
Anna Farianingrum, Pagi Muhamad, et.al.

Adhi Iman Sulaiman, Annisarlizki,  
Anna Farianingrum, Pagi Muhamad, et.al.

# Komunikasi Pembangunan Dalam Kearifan Lokal Di Era Digital



Adhi Iman Sulaiman, Annisarizki, Anna Farianingrum,  
Pagi Muhamad, *et.al.*

# KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

## Dalam Kearifan Lokal di Era Digital



KOMUNIKASI PEMBANGUNAN: Dalam Kearifan Lokal di Era Digital  
Copyright © Adhi Iman Sulaiman, Annisarizki, Anna Farianingrum,  
Pagi Muhamad, *et.al.*

Penyunting: Dr. Adhi Iman Sulaiman, S.IP., M.Si  
Penata Letak: rl. lendo  
Perancang Sampul: Aulia Rahmat SM

Cetakan 2022  
xvi + 416 halaman; 14,8 x 21 cm  
ISBN: 978-623-6474-34-1

Diterbitkan oleh:  
**RELASI INTI MEDIA** (Anggota IKAPI)  
Jl. Veteran, Gg. Manunggal No. 638c RT/RW. 20/05  
Pandeyan, Umbulharjo, Yogyakarta  
Telp: 0274-4286584  
Email: *redaksi@relasibuku.com*

## Prakata

Dinamika komunikasi pembangunan memiliki beberapa fase di antaranya fase komunikasi pembangunan yang teknokratis (*top-down*) tahun 1960-an di era modernisasi khususnya industri dan difusi inovasi serta perkembangan media massa khususnya radio, surat kabar dan televisi yang masif menjadi agen perubahan. Namun terjadi *mal-development* (1970-an) yaitu pertumbuhan ekonomi terjadi tetapi masih belum dapat menanggulangi kemiskinan khususnya kesenjangan proses pengambilan keputusan dan ekonomi antara perkotaan dengan pedesaan, industrialisasi dengan ekonomi pertanian, kemudian antara pemilik modal dengan pekerja atau buruh, atau dapat disebut juga komunikasi dari barat ke non-barat, dari elit ke non-elite, dari ahli ke non-ahli, dan dari ibu kota ke daerah terpencil.

Maka muncul fase kedua yaitu komunikasi pembangunan partisipatif (*bottom-up*) yang memiliki prinsip bahwa pembangunan perlu lebih memperhatikan permasalahan, aspirasi, kebutuhan dan potensi komunitas khususnya di masyarakat desa atau lokal (*grassroot*) dengan semangat demokratisasi, dialogis, egaliter, pemberdayaan dan humanistik (1980-an) yang biasanya masuk era Abad 20 post-modernisme. Perkembangan selanjutnya mulai tahun 1990-an, terdapat komunikasi pembangunan era media baru atau *New Media* yang ditandai perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi khususnya dengan komputerisasi jaringan internet (digitalisasi), media telekomunikasi seperti

handphone, pager, video, dan Tv berbayar. Tantangan selanjutnya terjadi kesenjangan kepemilikan dan akses jaringan digital atau disebut “*digital divide*” antara perkotaan dengan pedesaan (pusat dengan pelosok) juga ekonomi mapan (elite) dengan ekonomi menengah dan rendah.

Fase selanjutnya pada abad ke-21 terjadi komunikasi pembangunan era disrupsi dan era revolusi industri 4.0. Cirinya terjadi perubahan yang fundamental dari sistem lama ke sistem baru yaitu media digital sudah menjadi kebutuhan hidup, gaya hidup, dan orientasi hidup baik bidang sosial, ekonomi, pendidikan dan industri. Media digital yang pesat, melekat dan cepat dalam setiap sendi kehidupan yang seakan memenuhi semua kebutuhan serta harapan seperti aplikasi di berbagai media sosial, *artificial intelligence*, *big data*, *robotic*, e-learning, e-books, e-journal, transaksi bisnis, *e-money*, *e-commerce*, *cyber extension* dan *citizent journalism*. Muncul tantangan di era digital yaitu ketergantungan pada media digital secara berlebihan nyaris tanpa batas jarak, ruang dan waktu selama akses media dan jaringan terjangkau. Dampak negatifnya yaitu terjadi kecanduan media digital dimana setiap orang asik sendiri dengan media digitalnya seperti smartphone, sehingga interaksi langsung berkomunikasi (dialog) sudah jarang ditemui di tempat umum. Bagi remaja khususnya sudah ada kecanduan media sosial dan *game online* sehingga terjadi *phubbing* sampai untuk memenuhi kecanduan digital terjadi *conduct disorder* seperti perilaku yang melanggar etika, norma dan bahkan hukum. Maka memerlukan literasi digital yang sehat untuk lebih cerdas, kreatif, terampil dan produktif baik di bidang pendidikan dan usaha ekonomi termasuk sosial budaya yang melekat serta mengglobal tetapi tetap tidak menghilangkan kearifan lokal.

Berdasarkan hal tersebut, maka buku ini menghadirkan berbagai tulisan hasil pemikiran dan kajian para penulis yang mengkonstruksi realitas faktual tentang perkembangan komunikasi pembangunan dalam kearifan lokal di era digital sebagai judul besar. Adapun kajian di dalam buku ini terdapat kluster (1) Komunikasi pemerintah dan bisnis, (2)

Komunikasi pemberdayaan dan pariwisata, (3 Komunikasi kesehatan, dan (4) Komunikasi digital.

Buku ini layak untuk dijadikan referensi, bahan kajian dan riset lanjutan yang unik, menarik dan komprehensif tentang komunikasi pemberdayaan dengan jati diri kearifan lokal tetapi mampu beradaptasi dengan tren kekinian di era digital. Kami menghaturkan banyak terima kasih khususnya kepada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Seodirman yang telah memfasilitasi dalam penerbitan buku ini, termasuk kepada para penulis sebagai kolega dari berbagai universitas, serta tak lupa ke penerbit/percetakan yang turut serta mendukung publikasi buku ini. Buku ini sebagai bukti kepedulian dan kontribusi pada perkembangan kajian komunikasi pembangunan, semoga bermanfaat dan selamat membaca. Maju terus pantang menyerah.

Ketua Tim Editor,

**Dr. Adhi Iman Sulaiman, S.IP., M.Si**

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed



## Kata Pengantar

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed selalu melaksanakan program pengembangan akademik setiap tahunnya dalam rangka meningkatkan kompetensi, profesionalisme dan jaringan bagi mahasiswa dan dosen dengan perguruan tinggi serta stakeholder lain, baik pemerintah maupun swasta. Program kegiatan pengembangan akademik diantaranya melakukan riset, pelaksanaan Program Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) untuk menjalin kerjasama seperti kegiatan magang dan kerja praktek, workshop serta pelatihan mahasiswa dan dosen, melaksanakan kajian, diskusi dan seminar, termasuk menghasilkan publikasi karya ilmiah baik artikel jurnal termasuk buku bunga rampai ini.

Buku ini merupakan bentuk kolaborasi jaringan kerjasama Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed dengan kolega-kolega di perguruan tinggi lainnya untuk saling berbagi pemikiran berupa ide, konsep dan pengembangan kajian riset yang dipresentasikan serta didiskusikan dalam Seminar Nasional Komunikasi (Semnaskom). Buku ini sangat layak untuk dijadikan sumber referensi, kajian, diskusi dan riset lanjutan yang menarik, aktual serta komprehensif dengan tema besar “Komunikasi Pembangunan dalam kearifan lokal di era digital”. Hasil karya ini seakan menjawab tantangan sekaligus kebutuhan untuk melestarikan semangat kearifan lokal sampai beradaptasi dan berinovasi di era digital. Buku ini mengupas tuntas kajian komunikasi pembangunan dari konteks kajian

komunikasi pemerintah dan bisnis, komunikasi pemberdayaan dan pariwisata, komunikasi kesehatan serta komunikasi digital.

Jurusan Ilmu Komunikasi menghaturkan terima kasih kepada seluruh kolega dari berbagai perguruan tinggi yang telah berpartisipasi menyumbangkan tulisan buah dari pemikiran, kajian dan penelitiannya. Terima kasih juga kepada FISIP Unsoed yang telah mendukung kegiatan program pengembangan akademik, serta tim editor dan penerbit atau percetakan buku ini. Semoga tradisi tahunan untuk menghasilkan karya publikasi ilmiah dapat terus dipertahankan bahkan dikembangkan sebagai kontribusi nyata bagi institusi tercinta FISIP Unsoed, publik (masyarakat), bangsa dan negara.

Selalu kami kobarkan semangat Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed yang selalu “Cerdas dan dapat diandalkan”, “Maju terus pantang menyerah”.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed,

**Dr. S Bkti Istiyanto, M.Si**

# Daftar Isi

|                                                                                     |          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Prakata .....                                                                       | iii      |
| Kata Pengantar.....                                                                 | vii      |
| Daftar Isi .....                                                                    | ix       |
| <b>Bab 1. Komunikasi Pemerintah &amp; Bisnis.....</b>                               | <b>1</b> |
| Komunikasi Publik Pemerintah Kota Cilegon di Masa Pandemi Covid-19.....             | 3        |
| Pemerintah Kota Cilegon di Masa Pandemi Covid-19 .....                              | 3        |
| Penerapan Komunikasi Publik Diskominfo Kota Cilegon di Masa Pandemi Covid-19 .....  | 7        |
| Komunikasi Publik Pemerintah Kota Cilegon dalam Kebijakan Wali Kota Cilegon .....   | 10       |
| Komunikasi Organisasi dalam Rapat Koordinasi Terbatas Pemerintah Kota Cilegon ..... | 13       |
| Sosialisasi untuk Ruang Terbuka Publik .....                                        | 16       |
| Sosialisasi Pencegahan Penyebaran Covid-19 pada Industri di Cilegon .....           | 18       |
| Kesimpulan.....                                                                     | 19       |
| Daftar Pustaka.....                                                                 | 20       |
| Peran Humas Pemerintah Dalam Keterbukaan Informasi Publik.....                      | 23       |
| Pentingnya Komunikasi Keterbukaan dalam Informasi Publik                            | 23       |
| Kebijakan dalam Keterbukaan Informasi Publik.....                                   | 26       |

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Kebijakan Komisi Informasi dalam Keterbukaan Informasi.....                           | 31  |
| Penelitian dan Kajian Keterbukaan Informasi Publik<br>di Instansi pemerintah .....    | 33  |
| Peran Humas Pemerintah dalam Keterbukaan Informasi.....                               | 37  |
| Kesimpulan .....                                                                      | 41  |
| Daftar Pustaka .....                                                                  | 41  |
| Tema Fantasi Komunitas Minimalis Indonesia Melalui Instagram<br>@lyfewithless .....   | 45  |
| Komunikasi dalam Gaya Hidup.....                                                      | 45  |
| Tidak Membeli Barang yang Tidak Dibutuhkan.....                                       | 49  |
| Decluttering .....                                                                    | 57  |
| Pakai Sampai Habis.....                                                               | 61  |
| Kesimpulan .....                                                                      | 64  |
| Daftar Pustaka.....                                                                   | 65  |
| Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Skincare MS Glow<br>Pasca Pandemi Covid-19 ..... | 67  |
| Perkembangan Teknologi dalam Komunikasi Pemasaran .....                               | 67  |
| Strategi Pemasaran Produk.....                                                        | 71  |
| Kesimpulan.....                                                                       | 83  |
| Daftar Pustaka .....                                                                  | 84  |
| Komunikasi Pariwisata dalam Transformasi Desa Pamboborang<br>Menuju Desa Wisata ..... | 87  |
| Perkembangan Desa Wisata .....                                                        | 87  |
| Komunikasi Pariwisata .....                                                           | 93  |
| Komunikasi Sadar Wisata .....                                                         | 93  |
| Desa Wisata .....                                                                     | 95  |
| Kajian dan Strategi Pengembangan Desa Wisata .....                                    | 97  |
| Kesimpulan.....                                                                       | 103 |
| Daftar Pustaka .....                                                                  | 104 |

|                                                                                                                                               |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Komunikasi Forum Pengelolaan Hutan Sosial dalam Mengembangkan Hutan yang Berkelanjutan di Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH) Banyumas Timur..... | 107        |
| Pentingnya Pengelolaan Hutan Berkelanjutan.....                                                                                               | 107        |
| Forum Komunikasi Komunitas Pengelola Hutan.....                                                                                               | 109        |
| Kesimpulan .....                                                                                                                              | 117        |
| Daftar Pustaka.....                                                                                                                           | 117        |
| <b>Bab 2. Komunikasi Pemberdayaan dan Pariwisata.....</b>                                                                                     | <b>119</b> |
| Desain Kajian Pemberdayaan Kelembagaan Inovatif Berbasis Kearifan Lokal.....                                                                  | 121        |
| Kelembagaan Ekonomi Pedesaan Menjadi Pondasi Pembangunan.....                                                                                 | 121        |
| Peran dan Fungsi Kelembagaan UMKM dan BUMDes .....                                                                                            | 124        |
| Pemberdayaan UMKM dan BUMDes .....                                                                                                            | 125        |
| Konsep Kearifan Lokal (Local Wisdom) .....                                                                                                    | 126        |
| Inovasi Digital .....                                                                                                                         | 127        |
| Desain Kajian Pemberdayaan Inovatif .....                                                                                                     | 127        |
| Metode Kajian <i>Participatory Rural Appraisal</i> (PRA).....                                                                                 | 131        |
| Pengumpulan dan Analisis Data .....                                                                                                           | 132        |
| Daftar Pustaka.....                                                                                                                           | 133        |
| Potensi Wisata dan Pelayanan Kepariwisata di Provinsi Bengkulu: Persepsi Pengunjung Tantangan Perkembangan Wisata di Era Pandemi.....         | 137        |
| Persepsi Pengunjung Mengenai Potensi Daya Tarik Wisata Provinsi Bengkulu .....                                                                | 143        |
| Persepsi Pengunjung Mengenai Pelayanan Kepariwisata ( <i>Hospitality</i> ) di Provinsi Bengkulu .....                                         | 146        |
| Ekspektasi Pengunjung Terkait Potensi Wisata dan Pelayanan Kepariwisata di Provinsi Bengkulu .....                                            | 150        |
| Kesimpulan.....                                                                                                                               | 152        |

|                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| Daftar Pustaka.....                                             | 153 |
| Akomodasi Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Indonesia            |     |
| Dengan Masyarakat Pribumi di Cairo Mesir .....                  | 155 |
| Mengkonstruksi Komunikasi Antarbudaya.....                      | 155 |
| Strategi Konvergensi .....                                      | 160 |
| Strategi Divergensi.....                                        | 165 |
| Kesimpulan .....                                                | 167 |
| Daftar Pustaka.....                                             | 168 |
| Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan             |     |
| Desa Wisata Kabupaten Pasuruan .....                            | 171 |
| Pentingnya Pengembangan Pariwisata Desa .....                   | 171 |
| Pemberdayaan Desa Wisata.....                                   | 173 |
| Strategi Komunikasi Kelompok dalam Pemberdayaan                 |     |
| Desa Wisata .....                                               | 175 |
| Tantangan dalam Pemberdayaan Pengembangan                       |     |
| Desa Wisata.....                                                | 180 |
| Kesimpulan.....                                                 | 181 |
| Daftar Pustaka.....                                             | 182 |
| Komunikasi Strategis Pengelola Wisata Religi                    |     |
| Pada Masa Era New Normal.....                                   | 183 |
| Tantangan Pariwisata di Masa Pandemi.....                       | 183 |
| Perkembangan Wisata di Masa Pandemi dan New Normal.....         | 187 |
| Kesimpulan.....                                                 | 194 |
| Daftar Pustaka.....                                             | 196 |
| Strategi Wisata Milenial Berbasis Kearifan Lokal Desa Tugu Rejo |     |
| Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu .....                     | 199 |
| Potensi dan Pengembangan Desa Wisata .....                      | 199 |
| Konsep Desa Wisata Desa Tugu Rejo .....                         | 203 |
| Wisata Desa Tugu Rejo berbasis Kearifan Lokal .....             | 206 |
| Strategi Wisata Milenial Desa Tugu Rejo.....                    | 209 |
| Kesimpulan .....                                                | 211 |

|                                                                   |                |
|-------------------------------------------------------------------|----------------|
| Daftar Pustaka.....                                               | 213            |
| Peran <i>Kewang</i> dalam Ekoliteracy dan Model Pengembangan      |                |
| Ekowisata Berbasis Kearifan Lokal di Era Digital .....            | 215            |
| Keunikan Ekowisata Lokal .....                                    | 215            |
| Kewang sebagai Lembaga Adat .....                                 | 219            |
| Ekoliterasi <i>Kewang</i> dalam Komunikasi Lingkungan .....       | 221            |
| Model Pengembangan Ekowisata Negeri Haruku di Era digital .....   | 223            |
| Kesimpulan.....                                                   | 226            |
| Daftar Pustaka .....                                              | 226            |
| Strategi Pemberdayaan dalam Penguatan Kelembagaan                 |                |
| Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal.....                          | 229            |
| Pemberdayaan Strategis Desa Wisata .....                          | 229            |
| Tantangan Pengembangan Desa Wisata.....                           | 233            |
| Kesimpulan .....                                                  | 242            |
| Daftar Pustaka.....                                               | 243            |
| <br><b>Bab 3. Komunikasi Kesehatan.....</b>                       | <br><b>247</b> |
| Komunikasi Korporasi dalam Aplikasi Digital di Masa Pandemi ..... | 249            |
| Komunikasi Korporasi dalam Kebutuhan Pelayanan                    |                |
| di Masa Pandemi .....                                             | 249            |
| Realitas Komunikasi Korporasi di Masa Pandemi.....                | 252            |
| Dampak Pandemi Covid-19 di BPJS Ketenagakerjaan.....              | 254            |
| Kajian Teori Komunikasi Korporasi .....                           | 258            |
| Kajian Teori Pelayanan Prima.....                                 | 259            |
| Kajian Teori Cyberculture.....                                    | 260            |
| Komunikasi Korporasi dalam Pelayanan Publik .....                 | 260            |
| Kesimpulan.....                                                   | 264            |
| Daftar Pustaka.....                                               | 264            |
| Studi Fenomenologi Makna Kasih Sayang Remaja.....                 | 269            |
| Realitas Komunikasi Sosial di Panti Asuhan .....                  | 269            |

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Konstruksi Makna Kasih Sayang Remaja .....                | 274 |
| Kesimpulan.....                                           | 284 |
| Daftar Pustaka.....                                       | 285 |
| Pendekatan Alternatif dalam Komunikasi Kesehatan untuk    |     |
| Penanganan Stunting .....                                 | 287 |
| Realitas Stunting di Masyarakat.....                      | 287 |
| KPP dan Efektivitas Komunikasi.....                       | 291 |
| Model Komunikasi Kesehatan Yang Ideal.....                | 293 |
| Pendekatan Alternatif dalam Komunikasi Kesehatan .....    | 297 |
| Kesimpulan.....                                           | 300 |
| Daftar Pustaka.....                                       | 301 |
| Model Terapi Komunikasi Kiai Madura Terhadap Proses       |     |
| Penyembuhan ODGJ Sebagai Eduwisata Halal Berbasis         |     |
| Local Wisdom Madura.....                                  | 305 |
| Lembaga Pondok Pesantren sebagai Komunikator              |     |
| dalam Local Wisdom .....                                  | 305 |
| Deskripsi Singkat Lokasi Kajian .....                     | 309 |
| Komunikasi Pondok Pesantren sebagai Terapi.....           | 311 |
| Model Terapi Komunikasi Kiai Madura Terhadap Proses       |     |
| Penyembuhan ODGJ Sebagai Eduwisata Halal Berbasis Local   |     |
| Wisdom Madura .....                                       | 320 |
| Kesimpulan .....                                          | 321 |
| Daftar Pustaka.....                                       | 322 |
| Media Informasi dan Promosi Kesehatan                     |     |
| Rumah Sakit Umum Daerah .....                             | 325 |
| Perkembangan Media Informasi dan Promosi .....            | 325 |
| Media Komunikasi dan Promosi Rumah Sakit.....             | 328 |
| Kesimpulan .....                                          | 336 |
| Daftar Pustaka.....                                       | 337 |
| Pola Komunikasi Terapeutik Tenaga Kesehatan dengan Pasien |     |
| pada Saat Pandemi Covid-19 .....                          | 339 |

|                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| Urgensi Komunikasi Terapeutik di Era Pandemi Covid-19i.....    | 339        |
| Tahapan Komunikasi Terapeutik .....                            | 344        |
| Kesimpulan .....                                               | 348        |
| Daftar Pustaka.....                                            | 350        |
| <b>Bab 4. Komunikasi Digital .....</b>                         | <b>355</b> |
| Keamanan Komunikasi Dalam Interaksi Komunikasi                 |            |
| Di Sosial Media.....                                           | 357        |
| Perkembangan Media Komunikasi Digital .....                    | 357        |
| Karakteristik Subjek Kajian .....                              | 364        |
| Computer Mediated Communication Dengan                         |            |
| Keamanan Komunikasi .....                                      | 364        |
| Kesimpulan.....                                                | 368        |
| Daftar Pustaka.....                                            | 369        |
| Komunikasi Informasi Wisata di Media Sosial.....               | 373        |
| Komunikasi Informasi dalam Pariwisata .....                    | 373        |
| Perilaku Pencarian Informasi Wisatawan .....                   | 376        |
| Pentingnya Komunikasi Informasi dalam Pariwisata .....         | 379        |
| Sumber Informasi Utama Dalam Mencari Informasi .....           | 381        |
| Strategi Pencarian Informasi Wisata.....                       | 382        |
| Strategi Yang Dilakukan Ketika Kesulitan Mencari               |            |
| Informasi Wisata.....                                          | 382        |
| Strategi dan Evaluasi Informasi .....                          | 383        |
| Hal yang Dilakukan Pasca Mendapatkan Informasi .....           | 385        |
| Kesimpulan.....                                                | 387        |
| Daftar Pustaka.....                                            | 388        |
| Media Baru pada Difusi Inovasi untuk Pemberdayaan Masyarakat.. | 391        |
| Inovasi Pemberdayaan Masyarakat .....                          | 391        |
| Masyarakat dan Media Baru .....                                | 395        |
| Pemberdayaan Masyarakat Desa.....                              | 397        |
| Difusi Inovasi Media Baru .....                                | 399        |

|                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Media Baru Strategi Pemasaran di Masyarakat .....                   | 402 |
| Kesimpulan.....                                                     | 406 |
| Daftar Pustaka.....                                                 | 407 |
| <i>Fear of Missing Out (FOMO) pada Remaja Pengguna Media Sosial</i> |     |
| di Purwokerto .....                                                 | 409 |
| Media Sosial dalam Era Pandemi.....                                 | 409 |
| Kajian Remaja Pengguna Media Sosial .....                           | 411 |
| Kesimpulan .....                                                    | 413 |
| Daftar Pustaka.....                                                 | 415 |



# **Strategi Pemberdayaan dalam Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal**

**Chusmeru, Adhi Iman Sulaiman,  
Tri Nugroho Adi dan Agus Ganjar Runtiko**  
Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

## **Pemberdayaan Strategis Desa Wisata**

Pembangunan desa menjadi penentu dan pondasi bagi pembangunan daerah, perkotaan dan nasional berdasarkan kekuatan dan potensi sumber daya manusia yakni para petani, pekerja dan usaha kecil (wiraswasta), kemudian sumber daya alam dan ekonomi yang menyediakan serta menyokong kebutuhan hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan, termasuk sektor pariwisata.

Kemudian pembangunan desa yang dibutuhkan perlu secara partisipatif dengan memberikan kesempatan pada semua pihak merencanakan, menentukan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembangunan sesuai dengan potensi masyarakat dan lingkungan desa. Desa tidak lagi di tinggalkan masyarakatnya untuk mencari nafkah ke perkotaan (urbanisasi) dan ke luar negeri (menjadi buruh migran), tetapi menjadi kekuatan berdasarkan potensi sumber daya di desa yang dapat diberdayakan dan dioptimalkan bagi kemajuan pembangunan di perdesaan sebagai pondasi pembangunan nasional. (Sulaiman, et al. 2016);(Sugito et al. 2019)

Potensi dan nilai strategis Desa Wisata di jalur alternatif yang strategis antara Banyumas dan Purbalingga kearah Pemalang dan Tegal, yang dapat dijadikan lokasi agrowisata. Desa Agrowisata memiliki potensi dan nilai strategis berdasarkan keunikan, dukungan sumber daya alam yang asri dan indah, kearifan lokal, ketahanan pangan berupa hasil produk holtikultura yang khas menjadikan Desa Wisata memiliki daya tarik bukan saja sebagai kawasan agrowisata. Kondisi secara ekonomi masyarakat Desa Wisata umumnya berkecukupan dari hasil pertanian holtikultura, bahkan jika terjadi krisis ekonomi tidak terkena dampaknya karena dapat mencukupi kebutuhan harian dari hasil produksi ketahanan pangan lokal di pekarangan rumah. Hal tersebut menunjukkan kondisi sosial di masyarakat Desa Wisata memiliki kearifan lokal (*Local Wisdom*) dengan selalau kompak, guyub dan memiliki solidaritas untuk menanam tanaman holtikultura di pekarangan dan selalu musyawarah untuk menyepakati tanaman skala besar di ladang sehingga kompak dan tidak ada persaingan, termasuk dalam proses panen serta pemasaran produk hasil panen.

Sehingga jika untung maka untung semua dan sebaliknya jika mengalami kerugian akan rugi semua. Agrowisata memiliki konsep wawasan lingkungan dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup yang memanfaatkan potensi pertanian, dan melibatkan masyarakat pedesaan, dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (*community based tourism*) yang dapat memberikan layanan sarana rekreasi dan potensi budaya serta seni yang menjadi ciri khas dan keunikan dengan menjalankan subsistem agribisnis untuk proses produksi, pengolahan hasil, distribusi, pemasaran secara efektif dan efisien (Pamulardi 2006);(Marwanti 2015).

Perkembangan selanjutnya Desa Wisata dapat dikembangkan sebagai kawasan agrowisata yang sering dijadikan lokasi pendidikan dan pelatihan (Diklat), *outbond*, permainan ketangkasan, perkemahan, Kuliah Kerja Nyata (KKN), praktikum dan riset pertanian dari berbagai

lembaga perguruan tinggi, pemerintah dan swasta. Beberapa fasilitas di lokasi agrowisata Desa Wisata terus berkembang yaitu taman bunga, taman bermain, labirin, lahan perkemahan, outbond, homestay activity, trekking, agrokids, atv bike, high rope, petik stroberi, flying fox, dan ber-kuda.

Desa Wisata sebagai wilayah Agrowisata membutuhkan pengembangan menjadi Desa Eduwisata. Isitlah dan konsep eduwisata sebagai kawasan dan program kegiatan yang di rancang pada daerah yang memiliki potensi dan kawasan wisata berupa keindahan alam dan lingkungan, ciri khas secara sosial kemasyarakatan dan produk ekonomi yang dihasilkan yang bisa menjadi tempat untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, pembentukan karakter sebagai bentuk tempat pendidikan, pelatihan, kajian, riset dan praktikum. Eduwisata memberikan metode pendidikan yang dapat mengidentifikasi, menganalisis, mengeksplorasi dan mengkonstruksi realitas faktual secara langsung pada objek lingkungan alam, sosial budaya masyarakat, proses pembuatan keputusan, kelembagaan masyarakat, kearifan lokal, kegiatan ekonomi dan proses produksi baik pertanian, perkebunan, perikanan, dan perdagangan, serta adopsi inovasi.

Perwujudan kawasan agrowisata yang berkembang menjadi kawasan eduwisata dapat melalui pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal. Pemberdayaan masyarakat berdasarkan identifikasi potensi dan kemampuan, menentukan alternatif peluang dan pemecahan masalah, mampu mengelola dan memanfaatkan sumberdaya alam secara efektif, strategi promosi, ketersediaan pangan yang beragam, termasuk menanggulangi masalah pemenuhan gizi serta menciptakan usaha ekonomi produktif. Ridwan et al. (2016) menyatakan kawasan wisata berbasis kearifan lokal selain memberikan dan mengandalkan keindahan alam serta budaya lokal, dapat juga dimanfaatkan serta digunakan sebagai sumber materi belajar dengan metode outdoor study. Sumardjo dan Firmansyah (2015) menegaskan agrowisata dapat men-

ciptakan dan meningkatkan nilai tambah produk dengan didukung oleh agroindustri sehingga produk olahan memiliki nilai ekonomi sesuai dengan kebutuhan wisatawan serta memperkuat ketahanan pangan masyarakat.

Maka menjadi penting dan strategis untuk melaksanakan strategi pengembangan kelembagaan di desa wisata.

Langkah strategis untuk membangun dan mengembangkan kelompok wirausaha (*entrepreneur*) sebagaimana dalam beberapa kutipan referensi bahwa wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk mandiri dengan cara menjalankan kegiatan usaha/bisnis atau bekerja sendiri (*self-employment*). Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pekerja keras, pantang menyerah, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, dan gagah berani (mengambil resiko). Usaha adalah bekerja, berusaha, melakukan sesuatu yang produktif. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) (Asmani 2011; Rusdiana 2014)

Pemberdayaan masyarakat merupakan serangkaian aktivitas untuk memperkuat dan mengoptimalkan daya masyarakat melalui konsep dan strategi pembangunan ekonomi yang didalamnya terdapat nilai-nilai sosial dengan berpusat pada rakyat, partisipatif dan berkesinambungan (Soleh 2014). Pemberdayaan masyarakat yaitu

(1) Proses perubahan dan memerlukan inovasi berupa ide atau gagasan, produk, metode, peralatan dan teknologi dengan kajian serta pengembangan kebiasaan, nilai, tradisi pada kearifan lokal (*indigenous technology*).

(2) Proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai keberlanjutan (*sustainable development*) jangka panjang. Lingkungan strategis yang dimaksud adalah lingkungan produksi, eko-

nomi, sosial dan ekologi. Hal tersebut dapat dijadikan strategi pemberdayaan masyarakat sebagaimana dalam gambar 4 (Mardikanto & Soebiato 2012)

## **Tantangan Pengembangan Desa Wisata**

Terdapat permasalahan dalam pemberdayaan ketahanan pangan lokal, yaitu implementasi kebijakan peningkatan produksi tanaman lokal belum optimal sehingga masih terdapat kesenjangan yang besar antara produksi dengan potensi tanaman pangan lokal. Beberapa masalah mendasar yang perlu mendapat perhatian yaitu masalah kurangnya pelibatan para implementor pada tataran operasional, masalah koordinasi pelaksanaan antar unit dan masalah anggaran yang memadai untuk program peningkatan produksi tanaman pangan lokal. Masalah program pemanfaatan lahan pekarangan rumah tangga yaitu belum membudidayanya budidaya pekarangan secara intensif masih bersifat sambilan dan belum berorientasi pasar, kurang tersedia teknologi secara spesifik untuk budidaya pekarangan dan proses pendampingan dari petugas yang belum memadai (Nursalam 2010); (Saliem 2011).

Permasalahan dalam Agrowisata yaitu aturan desa, pengelolaan lembaga sosial dan budaya desa, luas serta kepemilikan lahan, sistem permodalan, pemanfaatan sumber daya, dan sistem penjualan (Parma 2014). Kawasan Agrowisata masih belum didukung dengan infrastruktur akses jalan dan fasilitas umum (Ardiansari et al. 2015). Belum ada kegiatan pendampingan secara berkesinambungan dari pemerintah daerah, praktisi dan ahli pariwisata, serta dukunga pasar lokal dalam Agrowisata (Gunawan 2016).

Berdasarkan hasil kajian riset masih terdapat permasalahan prioritas yaitu Desa Wisata telah mendapatkan program pemberdayaan berupa proses penanggulangan hama, peningkatan produksi pertanian, program adopsi dan difusi inovasi seperti penanaman dengan teknik

hidroponik, rekayasa penanaman untuk mengantisipasi perubahan cuaca yang ekstrim dengan membangun greenhouse, pembibitan komoditas stroberi unggulan, dan pembuatan pupuk organik serta penyimpanan hasil panen dalam mesin pendingin kapasitas besar. Lebih lanjut program pasca panen seperti pengolahan dan pengemasan untuk buah stroberi menjadi minuman sirup dan teh daun stroberi, makanan olahan dodol serta getuk. Namun terdapat permasalahan penting dan prioritas yang harus diatasi yaitu masalah pascapanen berupa produk hortikultura sebagai hasil ketahanan pangan lokal yang menjadi komoditas unggulan dan ciri khas yang unik, belum secara maksimal dijadikan produk yang dapat dijual secara komersil kepada pengunjung. Fasilitas produk hortikultura yang ditawarkan kepada pengunjung yaitu petik langsung di kebun stroberi, tetapi untuk jenis produk sayuran lainnya belum dikomersilkan seperti membuat Agrimart yaitu mini market yang menjual produk-produk sayuran dan buah-buahan unggulan yang segar dengan pengemasan yang bagus menggunakan mesin plastik vakum sealer. Begitupun produk makanan dan minuman olahan dengan teknik pengemasan (*labeling*), merek produk (*brand product*) dan proses sertifikasi sehat dan halal serta ijin pemasaran produk sebagai hasil pasca panen untuk memberikan nilai tambah bagi petani, hasil produksinya belum berskesinambungan seperti sirup, selai, sambel dan manisan dari stroberi, kemudian kopi dan teh daun stroberi. Sehingga tidak menjadi makanan khas yang tersedia setiap saat untuk dinikmati langsung dan menjadi oleh-oleh yang dapat dinikmati dan bawa wisatawan. Sehingga harapanya Desa Wisata tidak mengandalkan wisata alam dan hasil hortikultura saja tetapi memiliki kemampuan dan kekuatan ekonomi pasca panen serta mampu mengedukasi masyarakat dan publik sebagai wisatawan untuk ikut melakukan ketahanan pangan lokal.

Pembangunan desa menjadi penentu dan pondasi bagi pembangunan daerah, perkotaan dan nasional berdasarkan kekuatan dan

potensi sumber daya manusia yakni para petani, pekerja dan usaha kecil (wiraswasta), kemudian sumber daya alam dan ekonomi yang menyediakan serta menyokong kebutuhan hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan, termasuk sektor pariwisata.

Kemudian pembangunan desa yang dibutuhkan perlu secara partisipatif dengan memberikan kesempatan pada semua pihak merencanakan, menentukan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembangunan sesuai dengan potensi masyarakat dan lingkungan desa. Desa tidak lagi di tinggalkan masyarakatnya untuk mencari nafkah ke perkotaan (urbanisasi) dan ke luar negeri (menjadi buruh migran), tetapi menjadi kekuatan berdasarkan potensi sumber daya di desa yang dapat diberdayakan dan dioptimalkan bagi kemajuan pembangunan di perdesaan sebagai pondasi pembangunan nasional (Indrajit & Soimin 2014); (Gitosaputro & Ranga 2015).

Terdapat permasalahan dalam pemberdayaan ketahanan pangan lokal, yaitu implementasi kebijakan peningkatan produksi tanaman lokal belum optimal sehingga masih terdapat kesenjangan yang besar antara produksi dengan potensi tanaman pangan lokal. Beberapa masalah mendasar yang perlu mendapat perhatian yaitu masalah kurangnya pelibatan para implementor pada tataran operasional, masalah koordinasi pelaksanaan antar unit dan masalah anggaran yang memadai untuk program peningkatan produksi tanaman pangan lokal. Masalah program pemanfaatan lahan pekarangan rumah tangga yaitu belum membudayanya budidaya pekarangan secara intensif masih bersifat sambilan dan belum berorientasi pasar, kurang tersedia teknologi secara spesifik untuk budidaya pekarangan dan proses pendampingan dari petugas yang belum memadai. Permasalahan dalam ekowisata dan agrowisata seperti belum ada dukungan peraturan desa, sistem permodalan, pemanfaatan sumber daya, infrastruktur akses jalan dan fasilitas umum dan sistem pemasaran, kemudian kurang maksimal dalam pengelolaan lembaga sosial dan budaya desa, sengketa kepemili-

kan lahan serta belum maksimal kegiatan pendampingan secara berkesinambungan (Scheyvens 1999);(Nursalam 2010);(Nicula & Spanu 2014) Kemudian permasalahan utama yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu

- (1) Program pemberdayaan ketahanan pangan dan inovasi pengolahan pascapanen komoditas hortikultura seperti buah-buahan dan sayuran sudah dilaksanakan dari berbagai pihak baik pemerintah pusat dan daerah serta perguruan tinggi, namun masih kurang dari segi pendampingan, kerjasama antar stakeholder dan keberlanjutan program.
- (2) Masyarakat lebih cenderung menjual hasil hortikultura secara langsung kepada tengkulak ketika panen dan menjual langsung ke konsumen sebagai pengunjung wisata karena lebih cepat menghasilkan pendapatan dibandingkan dengan melanjutkan pengolahan pasca panen khususnya buah stroberi menjadi selai, sambal dan sirup yang dinilai membutuhkan proses dan keuntungan yang lama.
- (3) Masih kurangnya kemampuan manajemen dalam mengelola eduwisata dan agrowisata khususnya dalam memberikan informasi dan pelayanan kepada pengunjung, belum maksimal dalam penggunaan media digital untuk promosi dan pemasaran eduwisata serta agrowisata.
- (4) Belum terbentuk tim eduwisata yang menjadi pemandu, fasilitator dan instruktur dalam memberikan pendidikan wisata hortikultura kepada pengunjung dan pelatihan softskill dengan outbond.
- (4) Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid 19) yang terjadi mulai pertengahan Maret 2020 mengakibatkan penurunan wisatawan sangat drastis 50% sampai 80% dari jumlah pengunjung setiap harinya sekitar sembilan ratus orang sampai seribu orang. Hal ini juga berdampak pada pendapatan kelompok usaha, pengelola agrowisata dan masyarakat.

Namun terdapat permasalahan penting dan prioritas yang harus diatasi yaitu:

- (1) Masalah pascapanen berupa produk hortikultura sebagai hasil ketahanan pangan lokal yang menjadi komoditas unggulan dan ciri khas yang unik, belum secara maksimal dijadikan produk yang dapat dijual secara komersial kepada pengunjung. Fasilitas produk hortikultura yang ditawarkan kepada pengunjung yaitu petik langsung di kebun stroberi, tetapi untuk jenis produk sayuran lainnya belum dikomersilkan seperti membuat Agrimart yaitu mini market yang menjual produk-produk sayuran dan buah-buahan unggulan yang segar dengan pengemasan yang bagus menggunakan mesin plastik vakum sealer. Begitupun produk makanan dan minuman olahan dengan teknik pengemasan (labeling), merek produk (brand product) dan proses sertifikasi sehat dan halal serta ijin pemasaran produk sebagai hasil pasca panen untuk memberikan nilai tambah bagi petani, hasil produksinya belum berkesinambungan seperti sirup, selai, sambel dan manisan dari stroberi, kemudian kopi dan teh daun stroberi. Sehingga tidak menjadi makanan khas yang tersedia setiap saat untuk dinikmati langsung dan menjadi oleh-oleh yang dapat dinikmati dan bawa wisatawan. Sehingga harapannya Desa Wisata tidak mengandalkan wisata alam dan hasil hortikultura saja tetapi memiliki kemampuan dan kekuatan ekonomi pasca panen serta mampu mengedukasi masyarakat dan publik sebagai wisatawan untuk ikut melakukan ketahanan pangan lokal.
- (2) Masalah manajemen pariwisata untuk pengembangan agrowisata dan eduwisata, dimana pengurusnya belum memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang konsep pariwisata baik agrowisata dan eduwisata, menjadi *Public Relation* (PR) atau pemandu wisata, konsep promosi dan pemasaran pariwisata, membuat dan menggunakan media promosi serta pemasaran. Hal ini menjadi penting

supaya warga masyarakat lebih menguasai dan berperan aktif untuk mengelola agrowisata dan eduwisata bukan hanya menjadi pe-tugas atau karyawan yang rutinitas menjaga tempat lokasi wisata.

- (3) Pandemi Covid 19 yang berlangsung khususnya mulai Maret 2020 yang mengakibatkan penurunan secara drastis pengunjung objek Agrowisata. Hal tersebut karena pemerintah telah mengeluarkan kebijakan berupa peraturan untuk adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan Covid 19. Masyarakat dihibau untuk tidak berkegiatan di luar rumah kecuali darurat atau sangat penting, bahkan bekerja disarankan di rumah (*work form home*), proses pendidikan di rumah, pelarangan untuk mudik lebaran dan liburan, dibatasi bepergian ke luar kota, ada pemeriksaan izin keluar dan masuk kota, pengecekan kesehatan di tempat umum baik terminal, stasiun, bandara, pelabuhan dan akses jalan keluar masuk tol serta karantina mandiri selama 14 hari bagi yang merasa sudah keluar kota. Kemudian menjalankan protokol kesehatan dengan tidak ada kegiatan yang mengumpulkan massa yang banyak atau menghindari kerumunan, jaga jarak fisik dan sosial (*physical and social distancing*) 1 sampai 2 meter setiap individu, selalu menggunakan masker dan cuci tangan. Tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang bahaya Covid 19 masih rendah, karena masyarakat lebih membutuhkan pemenuhan ekonomi sehingga aktivitas bertani, berdagang dan sektor jasa masih terus dijalankan.

### **Strategi Pemberdayaan untuk Pengembangan Desa Wisata**

Perwujudan kawasan agrowisata yang berkembang menjadi kawasan eduwisata dapat melalui pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal. Menurut Susanti dan Zulaihati (2017), Kalbarini et al.

(2017), menyatakan pemberdayaan masyarakat berdasarkan identifikasi potensi dan kemampuan, menentukan alternatif peluang dan pemecahan masalah, mampu mengelola dan memanfaatkan sumberdaya alam secara efektif, strategi promosi, ketersediaan pangan yang beragam, termasuk menanggulangi masalah pemenuhan gizi serta menciptakan usaha ekonomi produktif. Kawasan masyarakat desa yang berbasis kearifan lokal selain memberikan dan mengandalkan keindahan alam serta budaya lokal, dapat juga dimanfaatkan serta digunakan sebagai sumber materi belajar dengan metode outdoor study. Marwanti (2015) menegaskan agrowisata dapat menciptakan dan meningkatkan nilai tambah produk dengan didukung oleh agroindustri sehingga produk olahan memiliki nilai ekonomi sesuai dengan kebutuhan wisatawan serta memperkuat ketahanan pangan masyarakat.

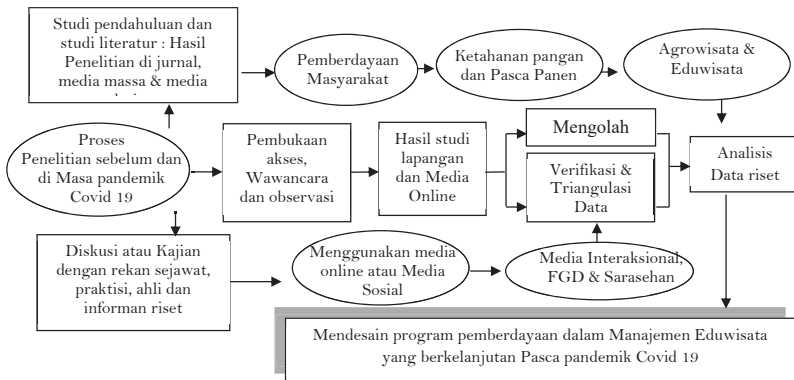
Strategi pemberdayaan sebagai solusi pada komunikasi pembangunan perdesaan dan pemberdayaan masyarakat. Kemudian melakukan tahapan proses studi pendahuluan diantaranya

- (1) Melakukan kajian literatur terhadap kasus di media massa, hasil-hasil penelitian dari tesis dan jurnal ilmiah untuk merumuskan permasalahan penelitian
- (2) Melakukan wawancara dan observasi sekaligus melakukan pembukaan akses serta pendekatan ke lokasi penelitian didapatkan permasalahan seperti pada Desa Wisata, hasilnya yaitu
  - (a) Membutuhkan pemberdayaan, pendampingan berkelanjutan dan penguatan kelembagaan kelompok serta bantuan untuk pengembangan ketahanan pangan melalui pemanfaatan lahan pertanian.
  - (b) terdapat potensi yang sangat besar yaitu ketahanan pangan sudah menjadi kearifan lokal yang dapat mendukung pengembangan Agrowisata dan Eduwisata di Desa Wisata.
  - (c) Masih membutuhkan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Agrowisata dan Eduwisata seperti manajemen

kepengurusan, keanggotaan, keuangan, unit usaha, manajemen kepariwisataan, promosi dan pemasaran.

- (d) Melakukan diskusi hasil studi literatur dan kajian lapangan dengan tim penelitian untuk penyusunan proposal penelitian yaitu tentang model pemberdayaan masyarakat berbasis ketahanan pangan lokal dalam pengembangan Agrowisata di Desa Wisata yang sangat relevan dengan Rencana Induk Penelitian (RIP) dengan salah satu tema riset di LPPM Unsoed, yaitu rekayasa sosial dan pengembangan pedesaan (social engineering and rural development).

Hal ini dapat diilustrasikan dalam gambar studi pendahuluan sebagai berikut ini :



Gambar 1. Strategi Pemberdayaan untuk Pengembangan Desa Wisata

**Tabel 1. Strategi Pemberdayaan**

| No | Permasalahan/<br>Tantangan                                                                                                                                                                                                                     | Strategi Pemberdayaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Agrowisata Desa Serang hanya mengandalkan keindahan alam dan fasilitas wisata permainan buatan                                                                                                                                                 | Mengidentifikasi dan membuat strategi pembentukan <i>community development</i> eduwisata yang memberikan pengetahuan, pengalaman dan keterampilan budaya dan budidaya pertanian                                                                                                                                                                       |
| 2. | Produk hasil ketahanan pangan sebagai basis pendukung Agrowisata masih dikelola secara konvensional untuk memenuhi kebutuhan harian, kelompok kewirausahaan pasca panen sudah tidak aktif dan tidak ada keberlanjutan produk olahan pascapanen | Membuat strategi untuk melakukan pembentukan kembali kewirausahaan produk pasca panen sebagai produk yang dapat dijadikan oleh-oleh khas agrowisata sekaligus menjadi fasilitator eduwisata pascapanen bagi pengunjung (wisatawan).<br>Mengembangkan desain label produk dan teknik packaging, label halal serta prosedur perijinan penjualan produk. |
| 3. | Agrowisata dan Eduwisata belum didukung oleh manajemen kepariwisataan, promosi dan pemasaran                                                                                                                                                   | Menghasilkan startegi dan program manajemen pariwisata, promosi dan pemasaran. Sehingga dapat dijadikan media untuk tugas matakuliah, kerja praktek, magang dan praktikum khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi dan umumnya FISIP Unsoed                                                                                                                  |

## Kesimpulan

Keunggulan potensi alam yang indah dan ketahanan pangan holtikultura bukan saja dapat dijadikan pendukung kelompok kewirausahaan agrowisata, tetapi dapat dikembangkan menjadi kawasan dan program wisata pendidikan atau eduwisata. Sehingga pengunjung bukan hanya berlibur tetapi memiliki pengetahuan, pengalaman dan keterampilan budidaya holtikultura dan inovasi produk pascapanen holtikultura.

Manajemen pengembangan eduwisata dapat dilakukan dengan mendesain dan melaksanakan program pemberdayaan secara komprehensif dan bertahap dengan sasaran generasi muda sebagai penerus pembangunan desa pasca pandemik Covid 19 yaitu (1) Pelatihan peningkatan pengetahuan, kesadaran dan keterampilan protokol kesehatan pencegahan Covid 19 sekaligus pelatihan pembuatan hand sanitizer, cairan disinfektan, masker serta face shield. (2) Pelatihan konsep dan manajemen diri untuk meningkatkan motivasi, membentuk pola pikir dan sikap mental berwirausaha yang berbasis ketahanan pangan holtikultura serta eduwisata. (3) Pelatihan manajemen peningkatan produksi budidaya holtikultura dan inovasi produk pascapanen sebagai produk unggulan dan khas yang akan dijadikan paket materi eduwisata yang akan ditawarkan kepada pengunjung. (4) Pelatihan peningkatan kualitas pengemasan dan label produk, proses peijinan dan standarisasi produk. Kemudian pelatihan inovasi dan digitalisasi promosi serta pemasaran eduwisata seperti melalui website, blog, media sosial, market place dan youtube. (4) Pelatihan manajemen eduwisata dan pembentukan tim eduwisata untuk menjadi instuktur, pemandu dan faslitator bagi pengunjung wisata.

Program pemberdayaan eduwisata perlu dukungan dan sinergitas dari berbagai stakeholder mulai dari pemerintah, swasta, lembaga pendidikan, aktivis dan penggiat pemberdayaan agrowisata. Stakeholder berinisiasi dan memberikan ruang partisipasi untuk masyarakat terlibat

dalam merancang dan melaksanakan program pemberdayaan untuk manajemen pengembangan eduwisata Pasca pandemik Covid 19.

## Daftar Pustaka

- Asmani, J.M . (2011). Sekolah Entrepreneur. Yogyakarta: Harmoni
- Gitosaputro, S., & Rangga, KK. 2015. Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat; Konsep, Teori dan Aplikasinya di Era Otonomi Daerah. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gunawan, I. M. (2016). Pengembangan Agrowisata untuk Kemandirian Ekonomi dan Pelestarian Budaya di Desa Kerta, Payangan Gianyar. *Jumpa*, 3(1), 156-174. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2016.v03.i01.p11>
- Indrajit, W., & Soimin. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan: Gagasan manajemen Pengembangan Masyarakat untuk Memutus Matarantai Kemiskinan*. Malang: Intrans Publishing
- Kalbarini, R.Y., Widiastuti, T., & Berkah, D. 2017. The Comparison Analysis of the Empowerment Productive Zakah Between City and Rural Communities in West Kalimantan Province. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*. 18(2): 148-154, doi. 10.18196/jesp.18.2.4041
- Mardikanto, T & Soebiato, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta
- Marwanti, S. 2015. Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Kabupaten Karanganyar. *Caraka Tani : Journal of Sustainable Agriculture*. 30(2): 48-55, doi.org/10.20961/carakatani.v30i2.11886
- Nicula, V., & Spanu, S. 2014. Ways of Promoting Cultural Ecotourism for Local Communities in Sibiu Area. *Procedia Economics and Finance*. 16: 474-479, doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00827-2
- Nursalam. (2010). Implementasi Kebijakan Peningkatan Produksi Tanaman Pangan Lokal dan Ketahanan Pangan di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Administrasi Publik*. 1(1): 66-77

Pamulardi, B. (2006). Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan: Studi Kasus Desa Wisata Tingkir Salatiga. Tesis, Universitas Diponegoro.

Parma, P.G., (2014). Pengembangan Model Penguatan Lembaga Pertanian sebagai Prime Mover Pembangunan Kawasan Daerah Penyangga Pembangunan (DPP) Destinasi Wisata Kintamani Bali. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. 3(1): 380-393

Ridwan, M., Fatchan A., & Astina I. K. (2016). Potensi Objek Wisata Toraja Utara Berbasis Kearifan Lokal sebagai Sumber Materi Geografi Pariwisata. Jurnal Pendidikan, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.17977/jp.v1i1.6601>

Rusdiana. (2014). Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: Pustaka Setia

Saliem, H. P. (2011). Kawasan Rumah Lestari (KRPL): Sebagai Solusi Pemantapan Katahanan Pangan. Makalah, disampaikan pada Kongres Ilmu Pengetahuan Nasional (KIPNAS), di Jakarta tanggal 8-10 November 2011, 1-10.

Saputra, M.R.D., Dewi, R.K., & Dewi N.P.K. (2016). Pola Subkontrak Kopi Luwak Satria Agrowisata di Desa Manukaya, Kecamatan Tampak Siring, Kabupaten Gianyar. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. 5(3): 498-508

Scheyvens, R. 1999. Ecotourism and the empowerment of local communities. Tourism Management. 20(2): 245-249, [doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)

Soleh, C. (2014). Dialektika Pembangunan dengan Pemberdayaan. Bandung: Folusmedia

Sugito, T., Sulaiman, A.I., Sabiq, A., Faozanudin, M., & Kuncoro, B. 2019. The Empowerment as Community Learning Based on Ecotourism of Coastal Border at West Kalimantan. International Educational Research. 2(3): 23-36. <https://doi.org/10.30560/ier.v2n3p23>

Sulaiman, A.I., Sugito, T., & Sabiq, A. 2016. Komunikasi Pembangunan Partisipatif untuk Pemberdayaan Buruh Migran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 13(2): 233-252 <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.734>

Sumardjo., & Firmansyah, A. (2015). Inovasi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Pangan di Sekitar Wilayah Operasional PT. Pertamina Asset 3 Subang Field. *Agrokreatif*, 1(1), 8-19. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.1.1.8-19>

Susanti, S., & Zulaihati, S. 2017. Penyuluhan Gizi dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Kelurahan Sindang Barang Bogor. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.1(1): 73-85, [doi.org/10.21009/JPMM.001.1.06](https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.06)



# **Strategi Pemberdayaan dalam Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal**

**Chusmeru, Adhi Iman Sulaiman,  
Tri Nugroho Adi dan Agus Ganjar Runtiko**  
Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed

## **Pemberdayaan Strategis Desa Wisata**

Pembangunan desa menjadi penentu dan pondasi bagi pembangunan daerah, perkotaan dan nasional berdasarkan kekuatan dan potensi sumber daya manusia yakni para petani, pekerja dan usaha kecil (wiraswasta), kemudian sumber daya alam dan ekonomi yang menyediakan serta menyokong kebutuhan hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan, termasuk sektor pariwisata.

Kemudian pembangunan desa yang dibutuhkan perlu secara partisipatif dengan memberikan kesempatan pada semua pihak merencanakan, menentukan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembangunan sesuai dengan potensi masyarakat dan lingkungan desa. Desa tidak lagi di tinggalkan masyarakatnya untuk mencari nafkah ke perkotaan (urbanisasi) dan ke luar negeri (menjadi buruh migran), tetapi menjadi kekuatan berdasarkan potensi sumber daya di desa yang dapat diberdayakan dan dioptimalkan bagi kemajuan pembangunan di perdesaan sebagai pondasi pembangunan nasional. (Sulaiman, et al. 2016);(Sugito et al. 2019)

Potensi dan nilai strategis Desa Wisata di jalur alternatif yang strategis antara Banyumas dan Purbalingga kearah Pemalang dan Tegal, yang dapat dijadikan lokasi agrowisata. Desa Agrowisata memiliki potensi dan nilai strategis berdasarkan keunikan, dukungan sumber daya alam yang asri dan indah, kearifan lokal, ketahanan pangan berupa hasil produk holtikultura yang khas menjadikan Desa Wisata memiliki daya tarik bukan saja sebagai kawasan agrowisata. Kondisi secara ekonomi masyarakat Desa Wisata umumnya berkecukupan dari hasil pertanian holtikultura, bahkan jika terjadi krisis ekonomi tidak terkena dampaknya karena dapat mencukupi kebutuhan harian dari hasil produksi ketahanan pangan lokal di pekarangan rumah. Hal tersebut menunjukkan kondisi sosial di masyarakat Desa Wisata memiliki kearifan lokal (*Local Wisdom*) dengan selalau kompak, guyub dan memiliki solidaritas untuk menanam tanaman holtikultura di pekarangan dan selalu musyawarah untuk menyepakati tanaman skala besar di ladang sehingga kompak dan tidak ada persaingan, termasuk dalam proses panen serta pemasaran produk hasil panen.

Sehingga jika untung maka untung semua dan sebaliknya jika mengalami kerugian akan rugi semua. Agrowisata memiliki konsep wawasan lingkungan dengan pelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup yang memanfaatkan potensi pertanian, dan melibatkan masyarakat pedesaan, dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata (*community based tourism*) yang dapat memberikan layanan sarana rekreasi dan potensi budaya serta seni yang menjadi ciri khas dan keunikan dengan menjalankan subsistem agribisnis untuk proses produksi, pengolahan hasil, distribusi, pemasaran secara efektif dan efisien (Pamulardi 2006);(Marwanti 2015).

Perkembangan selanjutnya Desa Wisata dapat dikembangkan sebagai kawasan agrowisata yang sering dijadikan lokasi pendidikan dan pelatihan (Diklat), *outbond*, permainan ketangkasan, perkemahan, Kuliah Kerja Nyata (KKN), praktikum dan riset pertanian dari berbagai

lembaga perguruan tinggi, pemerintah dan swasta. Beberapa fasilitas di lokasi agrowisata Desa Wisata terus berkembang yaitu taman bunga, taman bermain, labirin, lahan perkemahan, outbond, homestay activity, trekking, agrokids, atv bike, high rope, petik stroberi, flying fox, dan ber-kuda.

Desa Wisata sebagai wilayah Agrowisata membutuhkan pengembangan menjadi Desa Eduwisata. Isitlah dan konsep eduwisata sebagai kawasan dan program kegiatan yang di rancang pada daerah yang memiliki potensi dan kawasan wisata berupa keindahan alam dan lingkungan, ciri khas secara sosial kemasyarakatan dan produk ekonomi yang dihasilkan yang bisa menjadi tempat untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, pembentukan karakter sebagai bentuk tempat pendidikan, pelatihan, kajian, riset dan praktikum. Eduwisata memberikan metode pendidikan yang dapat mengidentifikasi, menganalisis, mengeksplorasi dan mengkonstruksi realitas faktual secara langsung pada objek lingkungan alam, sosial budaya masyarakat, proses pembuatan keputusan, kelembagaan masyarakat, kearifan lokal, kegiatan ekonomi dan proses produksi baik pertanian, perkebunan, perikanan, dan perdagangan, serta adopsi inovasi.

Perwujudan kawasan agrowisata yang berkembang menjadi kawasan eduwisata dapat melalui pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal. Pemberdayaan masyarakat berdasarkan identifikasi potensi dan kemampuan, menentukan alternatif peluang dan pemecahan masalah, mampu mengelola dan memanfaatkan sumberdaya alam secara efektif, strategi promosi, ketersediaan pangan yang beragam, termasuk menanggulangi masalah pemenuhan gizi serta menciptakan usaha ekonomi produktif. Ridwan et al. (2016) menyatakan kawasan wisata berbasis kearifan lokal selain memberikan dan mengandalkan keindahan alam serta budaya lokal, dapat juga dimanfaatkan serta digunakan sebagai sumber materi belajar dengan metode outdoor study. Sumardjo dan Firmansyah (2015) menegaskan agrowisata dapat men-

ciptakan dan meningkatkan nilai tambah produk dengan didukung oleh agroindustri sehingga produk olahan memiliki nilai ekonomi sesuai dengan kebutuhan wisatawan serta memperkuat ketahanan pangan masyarakat.

Maka menjadi penting dan strategis untuk melaksanakan strategi pengembangan kelembagaan di desa wisata.

Langkah strategis untuk membangun dan mengembangkan kelompok wirausaha (*entrepreneur*) sebagaimana dalam beberapa kutipan referensi bahwa wirausaha merupakan seseorang yang memiliki kemampuan untuk mandiri dengan cara menjalankan kegiatan usaha/bisnis atau bekerja sendiri (*self-employment*). Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pekerja keras, pantang menyerah, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, dan gagah berani (mengambil resiko). Usaha adalah bekerja, berusaha, melakukan sesuatu yang produktif. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) (Asmani 2011; Rusdiana 2014)

Pemberdayaan masyarakat merupakan serangkaian aktivitas untuk memperkuat dan mengoptimalkan daya masyarakat melalui konsep dan strategi pembangunan ekonomi yang didalamnya terdapat nilai-nilai sosial dengan berpusat pada rakyat, partisipatif dan berkesinambungan (Soleh 2014). Pemberdayaan masyarakat yaitu

(1) Proses perubahan dan memerlukan inovasi berupa ide atau gagasan, produk, metode, peralatan dan teknologi dengan kajian serta pengembangan kebiasaan, nilai, tradisi pada kearifan lokal (*indigenous technology*).

(2) Proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai keberlanjutan (*sustainable development*) jangka panjang. Lingkungan strategis yang dimaksud adalah lingkungan produksi, eko-

nomi, sosial dan ekologi. Hal tersebut dapat dijadikan strategi pemberdayaan masyarakat sebagaimana dalam gambar 4 (Mardikanto & Soebiato 2012)

## **Tantangan Pengembangan Desa Wisata**

Terdapat permasalahan dalam pemberdayaan ketahanan pangan lokal, yaitu implementasi kebijakan peningkatan produksi tanaman lokal belum optimal sehingga masih terdapat kesenjangan yang besar antara produksi dengan potensi tanaman pangan lokal. Beberapa masalah mendasar yang perlu mendapat perhatian yaitu masalah kurangnya pelibatan para implementor pada tataran operasional, masalah koordinasi pelaksanaan antar unit dan masalah anggaran yang memadai untuk program peningkatan produksi tanaman pangan lokal. Masalah program pemanfaatan lahan pekarangan rumah tangga yaitu belum membudidayanya budidaya pekarangan secara intensif masih bersifat sambilan dan belum berorientasi pasar, kurang tersedia teknologi secara spesifik untuk budidaya pekarangan dan proses pendampingan dari petugas yang belum memadai (Nursalam 2010); (Saliem 2011).

Permasalahan dalam Agrowisata yaitu aturan desa, pengelolaan lembaga sosial dan budaya desa, luas serta kepemilikan lahan, sistem permodalan, pemanfaatan sumber daya, dan sistem penjualan (Parma 2014). Kawasan Agrowisata masih belum didukung dengan infrastruktur akses jalan dan fasilitas umum (Ardiansari et al. 2015). Belum ada kegiatan pendampingan secara berkesinambungan dari pemerintah daerah, praktisi dan ahli pariwisata, serta dukunga pasar lokal dalam Agrowisata (Gunawan 2016).

Berdasarkan hasil kajian riset masih terdapat permasalahan prioritas yaitu Desa Wisata telah mendapatkan program pemberdayaan berupa proses penanggulangan hama, peningkatan produksi pertanian, program adopsi dan difusi inovasi seperti penanaman dengan teknik

hidroponik, rekayasa penanaman untuk mengantisipasi perubahan cuaca yang ekstrim dengan membangun greenhouse, pembibitan komoditas stroberi unggulan, dan pembuatan pupuk organik serta penyimpanan hasil panen dalam mesin pendingin kapasitas besar. Lebih lanjut program pasca panen seperti pengolahan dan pengemasan untuk buah stroberi menjadi minuman sirup dan teh daun stroberi, makanan olahan dodol serta getuk. Namun terdapat permasalahan penting dan prioritas yang harus diatasi yaitu masalah pascapanen berupa produk hortikultura sebagai hasil ketahanan pangan lokal yang menjadi komoditas unggulan dan ciri khas yang unik, belum secara maksimal dijadikan produk yang dapat dijual secara komersil kepada pengunjung. Fasilitas produk hortikultura yang ditawarkan kepada pengunjung yaitu petik langsung di kebun stroberi, tetapi untuk jenis produk sayuran lainnya belum dikomersilkan seperti membuat Agrimart yaitu mini market yang menjual produk-produk sayuran dan buah-buahan unggulan yang segar dengan pengemasan yang bagus menggunakan mesin plastik vakum sealer. Begitupun produk makanan dan minuman olahan dengan teknik pengemasan (*labeling*), merek produk (*brand product*) dan proses sertifikasi sehat dan halal serta ijin pemasaran produk sebagai hasil pasca panen untuk memberikan nilai tambah bagi petani, hasil produksinya belum berskesinambungan seperti sirup, selai, sambel dan manisan dari stroberi, kemudian kopi dan teh daun stroberi. Sehingga tidak menjadi makanan khas yang tersedia setiap saat untuk dinikmati langsung dan menjadi oleh-oleh yang dapat dinikmati dan bawa wisatawan. Sehingga harapanya Desa Wisata tidak mengandalkan wisata alam dan hasil hortikultura saja tetapi memiliki kemampuan dan kekuatan ekonomi pasca panen serta mampu mengedukasi masyarakat dan publik sebagai wisatawan untuk ikut melakukan ketahanan pangan lokal.

Pembangunan desa menjadi penentu dan pondasi bagi pembangunan daerah, perkotaan dan nasional berdasarkan kekuatan dan

potensi sumber daya manusia yakni para petani, pekerja dan usaha kecil (wiraswasta), kemudian sumber daya alam dan ekonomi yang menyediakan serta menyokong kebutuhan hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan, termasuk sektor pariwisata.

Kemudian pembangunan desa yang dibutuhkan perlu secara partisipatif dengan memberikan kesempatan pada semua pihak merencanakan, menentukan, melaksanakan dan mengevaluasi kegiatan pembangunan sesuai dengan potensi masyarakat dan lingkungan desa. Desa tidak lagi di tinggalkan masyarakatnya untuk mencari nafkah ke perkotaan (urbanisasi) dan ke luar negeri (menjadi buruh migran), tetapi menjadi kekuatan berdasarkan potensi sumber daya di desa yang dapat diberdayakan dan dioptimalkan bagi kemajuan pembangunan di perdesaan sebagai pondasi pembangunan nasional (Indrajit & Soimin 2014); (Gitosaputro & Ranga 2015).

Terdapat permasalahan dalam pemberdayaan ketahanan pangan lokal, yaitu implementasi kebijakan peningkatan produksi tanaman lokal belum optimal sehingga masih terdapat kesenjangan yang besar antara produksi dengan potensi tanaman pangan lokal. Beberapa masalah mendasar yang perlu mendapat perhatian yaitu masalah kurangnya pelibatan para implementor pada tataran operasional, masalah koordinasi pelaksanaan antar unit dan masalah anggaran yang memadai untuk program peningkatan produksi tanaman pangan lokal. Masalah program pemanfaatan lahan pekarangan rumah tangga yaitu belum membudayanya budidaya pekarangan secara intensif masih bersifat sambilan dan belum berorientasi pasar, kurang tersedia teknologi secara spesifik untuk budidaya pekarangan dan proses pendampingan dari petugas yang belum memadai. Permasalahan dalam ekowisata dan agrowisata seperti belum ada dukungan peraturan desa, sistem permodalan, pemanfaatan sumber daya, infrastruktur akses jalan dan fasilitas umum dan sistem pemasaran, kemudian kurang maksimal dalam pengelolaan lembaga sosial dan budaya desa, sengketa kepemili-

kan lahan serta belum maksimal kegiatan pendampingan secara berkesinambungan (Scheyvens 1999);(Nursalam 2010);(Nicula & Spanu 2014) Kemudian permasalahan utama yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu

- (1) Program pemberdayaan ketahanan pangan dan inovasi pengolahan pascapanen komoditas hortikultura seperti buah-buahan dan sayuran sudah dilaksanakan dari berbagai pihak baik pemerintah pusat dan daerah serta perguruan tinggi, namun masih kurang dari segi pendampingan, kerjasama antar stakeholder dan keberlanjutan program.
- (2) Masyarakat lebih cenderung menjual hasil hortikultura secara langsung kepada tengkulak ketika panen dan menjual langsung ke konsumen sebagai pengunjung wisata karena lebih cepat menghasilkan pendapatan dibandingkan dengan melanjutkan pengolahan pasca panen khususnya buah stroberi menjadi selai, sambal dan sirup yang dinilai membutuhkan proses dan keuntungan yang lama.
- (3) Masih kurangnya kemampuan manajemen dalam mengelola eduwisata dan agrowisata khususnya dalam memberikan informasi dan pelayanan kepada pengunjung, belum maksimal dalam penggunaan media digital untuk promosi dan pemasaran eduwisata serta agrowisata.
- (4) Belum terbentuk tim eduwisata yang menjadi pemandu, fasilitator dan instruktur dalam memberikan pendidikan wisata hortikultura kepada pengunjung dan pelatihan softskill dengan outbond.
- (4) Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid 19) yang terjadi mulai pertengahan Maret 2020 mengakibatkan penurunan wisatawan sangat drastis 50% sampai 80% dari jumlah pengunjung setiap harinya sekitar sembilan ratus orang sampai seribu orang. Hal ini juga berdampak pada pendapatan kelompok usaha, pengelola agrowisata dan masyarakat.

Namun terdapat permasalahan penting dan prioritas yang harus diatasi yaitu:

- (1) Masalah pascapanen berupa produk hortikultura sebagai hasil ketahanan pangan lokal yang menjadi komoditas unggulan dan ciri khas yang unik, belum secara maksimal dijadikan produk yang dapat dijual secara komersial kepada pengunjung. Fasilitas produk hortikultura yang ditawarkan kepada pengunjung yaitu petik langsung di kebun stroberi, tetapi untuk jenis produk sayuran lainnya belum dikomersilkan seperti membuat Agrimart yaitu mini market yang menjual produk-produk sayuran dan buah-buahan unggulan yang segar dengan pengemasan yang bagus menggunakan mesin plastik vakum sealer. Begitupun produk makanan dan minuman olahan dengan teknik pengemasan (labeling), merek produk (brand product) dan proses sertifikasi sehat dan halal serta ijin pemasaran produk sebagai hasil pasca panen untuk memberikan nilai tambah bagi petani, hasil produksinya belum berkesinambungan seperti sirup, selai, sambel dan manisan dari stroberi, kemudian kopi dan teh daun stroberi. Sehingga tidak menjadi makanan khas yang tersedia setiap saat untuk dinikmati langsung dan menjadi oleh-oleh yang dapat dinikmati dan bawa wisatawan. Sehingga harapannya Desa Wisata tidak mengandalkan wisata alam dan hasil hortikultura saja tetapi memiliki kemampuan dan kekuatan ekonomi pasca panen serta mampu mengedukasi masyarakat dan publik sebagai wisatawan untuk ikut melakukan ketahanan pangan lokal.
- (2) Masalah manajemen pariwisata untuk pengembangan agrowisata dan eduwisata, dimana pengurusnya belum memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang konsep pariwisata baik agrowisata dan eduwisata, menjadi *Public Relation* (PR) atau pemandu wisata, konsep promosi dan pemasaran pariwisata, membuat dan menggunakan media promosi serta pemasaran. Hal ini menjadi penting

supaya warga masyarakat lebih menguasai dan berperan aktif untuk mengelola agrowisata dan eduwisata bukan hanya menjadi pe-tugas atau karyawan yang rutinitas menjaga tempat lokasi wisata.

- (3) Pandemi Covid 19 yang berlangsung khususnya mulai Maret 2020 yang mengakibatkan penurunan secara drastis pengunjung objek Agrowisata. Hal tersebut karena pemerintah telah mengeluarkan kebijakan berupa peraturan untuk adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan Covid 19. Masyarakat dihibau untuk tidak berkegiatan di luar rumah kecuali darurat atau sangat penting, bahkan bekerja disarankan di rumah (*work form home*), proses pendidikan di rumah, pelarangan untuk mudik lebaran dan liburan, dibatasi bepergian ke luar kota, ada pemeriksaan izin keluar dan masuk kota, pengecekan kesehatan di tempat umum baik terminal, stasiun, bandara, pelabuhan dan akses jalan keluar masuk tol serta karantina mandiri selama 14 hari bagi yang merasa sudah keluar kota. Kemudian menjalankan protokol kesehatan dengan tidak ada kegiatan yang mengumpulkan massa yang banyak atau menghindari kerumunan, jaga jarak fisik dan sosial (*physical and social distancing*) 1 sampai 2 meter setiap individu, selalu menggunakan masker dan cuci tangan. Tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang bahaya Covid 19 masih rendah, karena masyarakat lebih membutuhkan pemenuhan ekonomi sehingga aktivitas bertani, berdagang dan sektor jasa masih terus dijalankan.

### **Strategi Pemberdayaan untuk Pengembangan Desa Wisata**

Perwujudan kawasan agrowisata yang berkembang menjadi kawasan eduwisata dapat melalui pemberdayaan masyarakat berbasis kearifan lokal. Menurut Susanti dan Zulaihati (2017), Kalbarini et al.

(2017), menyatakan pemberdayaan masyarakat berdasarkan identifikasi potensi dan kemampuan, menentukan alternatif peluang dan pemecahan masalah, mampu mengelola dan memanfaatkan sumberdaya alam secara efektif, strategi promosi, ketersediaan pangan yang beragam, termasuk menanggulangi masalah pemenuhan gizi serta menciptakan usaha ekonomi produktif. Kawasan masyarakat desa yang berbasis kearifan lokal selain memberikan dan mengandalkan keindahan alam serta budaya lokal, dapat juga dimanfaatkan serta digunakan sebagai sumber materi belajar dengan metode outdoor study. Marwanti (2015) menegaskan agrowisata dapat menciptakan dan meningkatkan nilai tambah produk dengan didukung oleh agroindustri sehingga produk olahan memiliki nilai ekonomi sesuai dengan kebutuhan wisatawan serta memperkuat ketahanan pangan masyarakat.

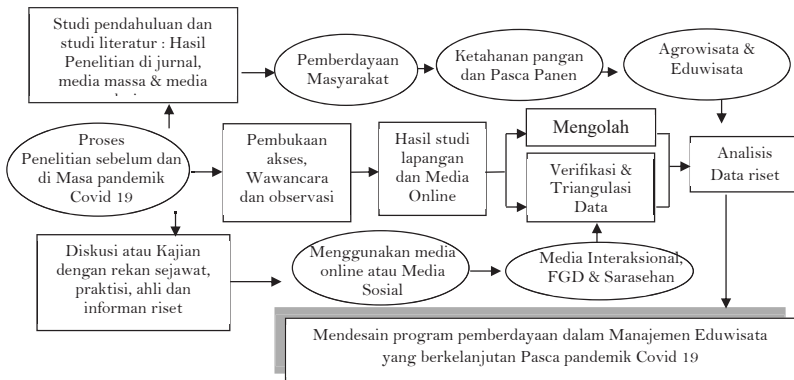
Strategi pemberdayaan sebagai solusi pada komunikasi pembangunan perdesaan dan pemberdayaan masyarakat. Kemudian melakukan tahapan proses studi pendahuluan diantaranya

- (1) Melakukan kajian literatur terhadap kasus di media massa, hasil-hasil penelitian dari tesis dan jurnal ilmiah untuk merumuskan permasalahan penelitian
- (2) Melakukan wawancara dan observasi sekaligus melakukan pembukaan akses serta pendekatan ke lokasi penelitian didapatkan permasalahan seperti pada Desa Wisata, hasilnya yaitu
  - (a) Membutuhkan pemberdayaan, pendampingan berkelanjutan dan penguatan kelembagaan kelompok serta bantuan untuk pengembangan ketahanan pangan melalui pemanfaatan lahan pertanian.
  - (b) terdapat potensi yang sangat besar yaitu ketahanan pangan sudah menjadi kearifan lokal yang dapat mendukung pengembangan Agrowisata dan Eduwisata di Desa Wisata.
  - (c) Masih membutuhkan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Agrowisata dan Eduwisata seperti manajemen

kepengurusan, keanggotaan, keuangan, unit usaha, manajemen kepariwisataan, promosi dan pemasaran.

- (d) Melakukan diskusi hasil studi literatur dan kajian lapangan dengan tim penelitian untuk penyusunan proposal penelitian yaitu tentang model pemberdayaan masyarakat berbasis ketahanan pangan lokal dalam pengembangan Agrowisata di Desa Wisata yang sangat relevan dengan Rencana Induk Penelitian (RIP) dengan salah satu tema riset di LPPM Unsoed, yaitu rekayasa sosial dan pengembangan pedesaan (social engineering and rural development).

Hal ini dapat diilustrasikan dalam gambar studi pendahuluan sebagai berikut ini :



Gambar 1. Strategi Pemberdayaan untuk Pengembangan Desa Wisata

**Tabel 1. Strategi Pemberdayaan**

| No | Permasalahan/<br>Tantangan                                                                                                                                                                                                                     | Strategi Pemberdayaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Agrowisata Desa Serang hanya mengandalkan keindahan alam dan fasilitas wisata permainan buatan                                                                                                                                                 | Mengidentifikasi dan membuat strategi pembentukan <i>community development</i> eduwisata yang memberikan pengetahuan, pengalaman dan keterampilan budaya dan budidaya pertanian                                                                                                                                                                       |
| 2. | Produk hasil ketahanan pangan sebagai basis pendukung Agrowisata masih dikelola secara konvensional untuk memenuhi kebutuhan harian, kelompok kewirausahaan pasca panen sudah tidak aktif dan tidak ada keberlanjutan produk olahan pascapanen | Membuat strategi untuk melakukan pembentukan kembali kewirausahaan produk pasca panen sebagai produk yang dapat dijadikan oleh-oleh khas agrowisata sekaligus menjadi fasilitator eduwisata pascapanen bagi pengunjung (wisatawan).<br>Mengembangkan desain label produk dan teknik packaging, label halal serta prosedur perijinan penjualan produk. |
| 3. | Agrowisata dan Eduwisata belum didukung oleh manajemen kepariwisataan, promosi dan pemasaran                                                                                                                                                   | Menghasilkan strategi dan program manajemen pariwisata, promosi dan pemasaran. Sehingga dapat dijadikan media untuk tugas matakuliah, kerja praktek, magang dan praktikum khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi dan umumnya FISIP Unsoed                                                                                                                  |

## Kesimpulan

Keunggulan potensi alam yang indah dan ketahanan pangan holtikultura bukan saja dapat dijadikan pendukung kelompok kewirausahaan agrowisata, tetapi dapat dikembangkan menjadi kawasan dan program wisata pendidikan atau eduwisata. Sehingga pengunjung bukan hanya berlibur tetapi memiliki pengetahuan, pengalaman dan keterampilan budidaya holtikultura dan inovasi produk pascapanen holtikultura.

Manajemen pengembangan eduwisata dapat dilakukan dengan mendesain dan melaksanakan program pemberdayaan secara komprehensif dan bertahap dengan sasaran generasi muda sebagai penerus pembangunan desa pasca pandemik Covid 19 yaitu (1) Pelatihan peningkatan pengetahuan, kesadaran dan keterampilan protokol kesehatan pencegahan Covid 19 sekaligus pelatihan pembuatan hand sanitizer, cairan disinfektan, masker serta face shield. (2) Pelatihan konsep dan manajemen diri untuk meningkatkan motivasi, membentuk pola pikir dan sikap mental berwirausaha yang berbasis ketahanan pangan holtikultura serta eduwisata. (3) Pelatihan manajemen peningkatan produksi budidaya holtikultura dan inovasi produk pascapanen sebagai produk unggulan dan khas yang akan dijadikan paket materi eduwisata yang akan ditawarkan kepada pengunjung. (4) Pelatihan peningkatan kualitas pengemasan dan label produk, proses peijinan dan standarisasi produk. Kemudian pelatihan inovasi dan digitalisasi promosi serta pemasaran eduwisata seperti melalui website, blog, media sosial, market place dan youtube. (4) Pelatihan manajemen eduwisata dan pembentukan tim eduwisata untuk menjadi instuktur, pemandu dan faslitator bagi pengunjung wisata.

Program pemberdayaan eduwisata perlu dukungan dan sinergitas dari berbagai stakeholder mulai dari pemerintah, swasta, lembaga pendidikan, aktivis dan penggiat pemberdayaan agrowisata. Stakeholder berinisiasi dan memberikan ruang partisipasi untuk masyarakat terlibat

dalam merancang dan melaksanakan program pemberdayaan untuk manajemen pengembangan eduwisata Pasca pandemik Covid 19.

## Daftar Pustaka

- Asmani, J.M . (2011). Sekolah Entrepreneur. Yogyakarta: Harmoni
- Gitosaputro, S., & Rangga, KK. 2015. Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat; Konsep, Teori dan Aplikasinya di Era Otonomi Daerah. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gunawan, I. M. (2016). Pengembangan Agrowisata untuk Kemandirian Ekonomi dan Pelestarian Budaya di Desa Kerta, Payangan Gianyar. *Jumpa*, 3(1), 156-174. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2016.v03.i01.p11>
- Indrajit, W., & Soimin. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan: Gagasan manajemen Pengembangan Masyarakat untuk Memutus Matarantai Kemiskinan*. Malang: Intrans Publishing
- Kalbarini, R.Y., Widiastuti, T., & Berkah, D. 2017. The Comparison Analysis of the Empowerment Productive Zakah Between City and Rural Communities in West Kalimantan Province. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*. 18(2): 148-154, doi. 10.18196/jesp.18.2.4041
- Mardikanto, T & Soebiato, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta
- Marwanti, S. 2015. Pengembangan Agrowisata Berbasis Masyarakat di Kabupaten Karanganyar. *Caraka Tani : Journal of Sustainable Agriculture*. 30(2): 48-55, doi.org/10.20961/carakatani.v30i2.11886
- Nicula, V., & Spanu, S. 2014. Ways of Promoting Cultural Ecotourism for Local Communities in Sibiu Area. *Procedia Economics and Finance*. 16: 474-479, doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00827-2
- Nursalam. (2010). Implementasi Kebijakan Peningkatan Produksi Tanaman Pangan Lokal dan Ketahanan Pangan di Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Administrasi Publik*. 1(1): 66-77

Pamulardi, B. (2006). Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan: Studi Kasus Desa Wisata Tingkir Salatiga. Tesis, Universitas Diponegoro.

Parma, P.G., (2014). Pengembangan Model Penguatan Lembaga Pertanian sebagai Prime Mover Pembangunan Kawasan Daerah Penyangga Pembangunan (DPP) Destinasi Wisata Kintamani Bali. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora. 3(1): 380-393

Ridwan, M., Fatchan A., & Astina I. K. (2016). Potensi Objek Wisata Toraja Utara Berbasis Kearifan Lokal sebagai Sumber Materi Geografi Pariwisata. Jurnal Pendidikan, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.17977/jp.v1i1.6601>

Rusdiana. (2014). Kewirausahaan Teori dan Praktik. Bandung: Pustaka Setia

Saliem, H. P. (2011). Kawasan Rumah Lestari (KRPL): Sebagai Solusi Pemantapan Katahanan Pangan. Makalah, disampaikan pada Kongres Ilmu Pengetahuan Nasional (KIPNAS), di Jakarta tanggal 8-10 November 2011, 1-10.

Saputra, M.R.D., Dewi, R.K., & Dewi N.P.K. (2016). Pola Subkontrak Kopi Luwak Satria Agrowisata di Desa Manukaya, Kecamatan Tampak Siring, Kabupaten Gianyar. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. 5(3): 498-508

Scheyvens, R. 1999. Ecotourism and the empowerment of local communities. Tourism Management. 20(2): 245-249, [doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)

Soleh, C. (2014). Dialektika Pembangunan dengan Pemberdayaan. Bandung: Folusmedia

Sugito, T., Sulaiman, A.I., Sabiq, A., Faozanudin, M., & Kuncoro, B. 2019. The Empowerment as Community Learning Based on Ecotourism of Coastal Border at West Kalimantan. International Educational Research. 2(3): 23-36. <https://doi.org/10.30560/ier.v2n3p23>

Sulaiman, A.I., Sugito, T., & Sabiq, A. 2016. Komunikasi Pembangunan Partisipatif untuk Pemberdayaan Buruh Migran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 13(2): 233-252 <https://doi.org/10.24002/jik.v13i2.734>

Sumardjo., & Firmansyah, A. (2015). Inovasi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Pangan di Sekitar Wilayah Operasional PT. Pertamina Asset 3 Subang Field. *Agrokreatif*, 1(1), 8-19. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.1.1.8-19>

Susanti, S., & Zulaihati, S. 2017. Penyuluhan Gizi dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Kelurahan Sindang Barang Bogor. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.1(1): 73-85, [doi.org/10.21009/JPMM.001.1.06](https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.06)

