

Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Membentuk Village Branding Ekowisata Taman Watu Kandang Desa Pandean

Oleh:

Mohamad Faiz Bilmukharom

Dosen Pembimbing:

Dr. Didik Hariyanto, M.Si

Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Latar Belakang

Perkembangan pariwisata berbasis masyarakat di Indonesia terjadi begitu pesat. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2022 mengadakan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) untuk mengapresiasi masyarakat yang telah berhasil mengembangkan daerahnya menjadi desa wisata. Kabupaten Trenggalek menjadi salah satu Kabupaten yang antusias dengan program ADWI yang diadakan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Bupati Trenggalek membuat program Seratus Desa Wisata (SADEWA) dan menargetkan program ini bisa sukses di tahun 2024 dengan harapan bisa mengangkat ekonomi melalui potensi wisata.

Latar Belakang

Salah satu desa wisata di kabupaten Trenggalek berhasil masuk dalam nominasi 50 besar ADWI 2022 yaitu Desa Pandean. desa wisata pandean dengan destinasi Taman Watu Kandang ini baru berdiri pada tahun 2021. Namun desa wisata pandean berhasil masuk dalam 50 besar ADWI dan menjadi juara harapan 1 kategori desa berkembang. Desa Pandean yang terletak di Kecamatan Dongko Kabupaten Trenggalek berada di lereng pegunungan Desa pandean yang memiliki keindahan dan keasrian alam, panorama bentangan sawah yang indah, aliran sungai yang asri dan bebatuan membuat Desa Pandean memiliki Potensi Pariwisata yang bagus. Potensi ini merupakan kelebihan yang tidak dimiliki oleh semua desa wisata. Misalnya, ada desa wisata yang berdiri di tanah milik swasta, sarana terbatas, dan tidak bisa mengelola secara mandiri (Apriyanti & Syahida, 2019).



Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

- Bagaimana Strategi komunikasi Pariwisata dalam membentuk village branding Ekowisata di desa Pandean?

Tinjauan Pustaka

- Penelitian mengenai Komunikasi pariwisata pernah diteliti oleh Arief Marziky, Munzaimah masril & Ian Pasaribu (2022) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kawasan pariwisata kabupaten Samosir belum menerapkan Sapta Pesona dan sadar wisata belum optimal dan belum ada ikon destinasi pariwisata berbasis ekowisata (ecotourism) dan kurangnya promosi khusus yang berbasis budaya local.
- Nur Fajri Apriliyanti dan Amanah Rakhim Syahida (2019) juga melakukan penelitian tentang village branding, pada penelitian tersebut berfokus kepada Public Relation untuk membentuk Village Branding dengan memaksimalkan kerja sama dengan pihak eksternal untuk membuat konten informasi dengan new media.

TEORI

Komunikasi pariwisata menurut Bungin dalam (Nugraha et al., 2017) komunikasi pariwisata berkembang dari disiplin ilmu di dalam kajian komunikasi dan pariwisata. Kajian komunikasi pariwisata memiliki kedekatan biologis dengan kajian komunikasi dan pariwisata. Yang di mana komunikasi menyumbangkan teori komunikasi persuasif, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan field kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan pariwisata.

Metode

Jenis Penelitian	Objek Penelitian	Fokus Penelitian
<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Ruslan dalam (Apriyanti & Syahida, 2019) Penelitian kualitatif adalah langkah yang sangat tepat untuk menganalisis peristiwa sosial yang terjadi. Pada Metode Penelitian kualitatif ini lebih mengutamakan kedalaman data, dengan mengamati dan menggambarkan situasi yang ada di desa wisata pandean sehingga kualitatif merupakan langkah yang cocok untuk penelitian Komunikasi Pariwisata dan <i>village branding</i>.</p>	<p>Informan penelitian ditentukan dengan cara purposive. Peneliti menentukan informan berdasarkan Informan pertama ialah Ibu Ririn Setyo Widiyastututik merupakan Ketua Pokdarwis Dewi Arum dan menjadi penggagas berdirinya taman watu kandang, serta ikut aktif dalam perencanaan dan pengembangan taman watu kandang hingga saat ini. Informan kedua Bapak Sumarni selaku Kepala Desa pandean yang juga aktif dalam perencanaan dan pengembangan dan bisa menjelaskan secara rinci data penelitian yang dibutuhkan. Informan yang ketiga ialah Asrofi yang merupakan pengunjung dari taman watu kandang desa pandean sebagai salah satu pengunjung dari taman watu kandang dan juga sebagai mitra kegiatan PPK ormawa mahasiswa Umsida.</p>	<p>Merujuk pada rumusan masalah yaitu Bagaimana Strategi komunikasi Bagaimana Strategi komunikasi Pariwisata dalam membentuk village branding Ekowisata taman watu kandang di desa Pandean? Maka fokus penelitian akan berfokus pada komunikasi pariwisata dalam membentuk village branding yang dilakukan desa wisata pandean sehingga dengan waktu satu tahun tersebut bisa menjadi 5 besar dalam ajang Anugerah Desa Wisata yang diadakan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif.</p>

Hasil Penelitian

- Dilansir dari laman Jadesta Kemenparekraf (2022) Desa wisata Pandean merupakan daerah pegunungan yang berhawa sejuk, di lintasi sungai dengan kontur bebatuan yang eksotik. Desa Pandean terdiri dari 5 dusun yang masing-masing memiliki potensi alam yang menarik untuk dikunjungi. Salah satu potensi alam yang sangat recommended untuk didatangi adalah sungai Konang. Air yang jernih membuat orang betah berlama lama bermain air dengan sensasi jeram yang cantik. Sungai ini dikembangkan oleh Pokdarwis Dewi Arum untuk kegiatan river tubing, river boarding dan canyoning dengan disugahi sensasi pemandangan alami dari atas bukit disebelah kanan dan kiri sungai. Dengan potensi yang ada di desa wisata Pandean maka desa wisata pandean mengangkat konsep pariwisata Ekowisata

EKOWISATA

- Dalam jurnal yang ditulis oleh Yulinda Adharani dkk (Adharani et al., 2020). setiap daerah memiliki potensi untuk mensejahterahkan masyarakat dengan cara meningkatkan potensi sumber daya alam melalui ekowisata. Yang meliputi strategi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, penguatan kelembagaan, dan pemberdayaan masyarakat dengan memperhatikan kaidah-kaidah social, ekonomi, dan ekologi. Sehingga merujuk pada penjelasan diatas maka definsi Ekowisata sendiri adalah bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian alam (natural area), memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat.

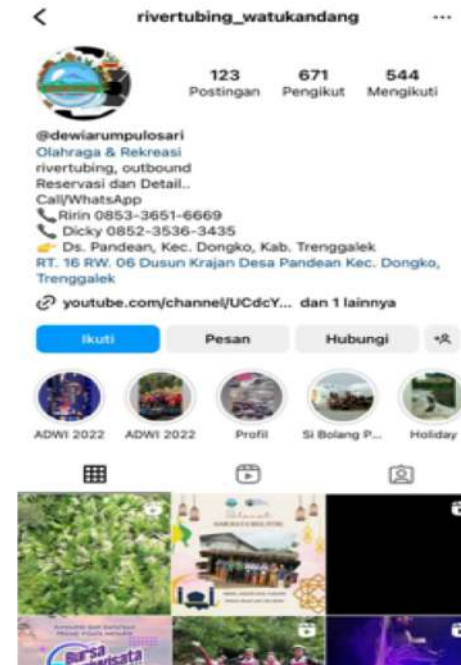
Komunikasi pemasaran

- Komunikasi pemasaran Dalam jurnal yang ditulis Didik Hariyanto (Hariyanto, Dharma, et al., 2021) menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran sendiri adalah suatu kegiatan yang terintegrasi antara pengemasan, pemasaran, dan rancangan wisata untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pengemasan dalam penelitian ini menuju pada bagaimana konsep yang dibuat oleh Pokdarwis Dewi Arum untuk menarik para wisatawan untuk datang ke desa wisata Pandean. Sedangkan rancangan wisata meliputi destinasi wisata yang dibuat agar wisatawan mempunyai kesan yang menarik yang tidak bisa didapat di tempat lain.
- Komunikasi pemasaran menurut Kotler dan Keller dalam jurnal yang ditulis oleh Virgina dkk (Sinuhaji et al., 2019) komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merk. Dalam konteks pemasaran pariwisata inti dari komunikasi pariwisata adalah memperkenalkan konsep pariwisata yang telah dibuat dengan memanfaatkan potensi lokal. Seperti di desa wisata Pandean yang telah mengangkat *village branding* dengan konsep Ekowisata yang diperkenalkan secara langsung melalui *wourth of mouth* atau *visual branding* yang di sebar luaskan di media social.

VILLAGE BRANDING

- Branding desa atau *Village Branding* adalah cara untuk memperkenalkan desa wisata Pandean dengan membuat konsep yang unik serta bisa menjadi identitas suatu desa. Sehingga terjadi. Bentuk *village branding* yang dijalankan oleh desa wisata pandean adalah penggunaan media social yang dilakukan sendiri oleh Pokdarwis, dan di dukung penggunaan media massa dengan kerja sama oleh pihak swasta serta menjalin kerja sama dengan akademisi. Pengertian *village branding* sendiri menurut Anholt dalam jurnal Endik Hidayat (Hidayat et al., 2022). *Village branding* yakni suatu usaha untuk membuat suatu tempat (desa) dapat bersaing secara global dengan mencari dan menemukan nilai superior dari desa tersebut yang bisa menjadi potensi wisata.

Branding melalui visual dengan memanfaatkan media sosial



Temuan Village branding

- Dari gambar diatas hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata Pandean sudah menggunakan media social untuk branding desa, namun pada pelaksanaannya website tidak begitu berpengaruh pada kunjungan pariwisata.hal ini menjadikan website sebagai sarana informasi bagi wisatawan. Hasil temuan menunjukkan media social yang di jalankan juga belum maksimal karena kurangnya followers serta kurangnya konten-konten yang menarik. Hal ini disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang menguasai desain grafis dan konten creator. Maka dari itu ada bentuk alternative Kegiatan yang bekerja sama dengan akademisi, kegiatan PPK Ormawa dengan desa wisata pandean menjadi salah satu kegiatan yang menarik bagi mahasiswa untuk membantu branding desa melalui branding desa dengan konten-konten menarik yang bertujuan agar desa wisata Pandean bisa mandiri dalam proses branding melalui media social.

Destinasi wisata

- berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Pokdarwis dewi arum Ibu Ririn Setyo Widiyastutik menjelaskan bahwa Desa Wisata Pandean menyediakan berbagai paket wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan yakni Paket River Camp, Paket Dewi, Paket Arum, dan Paket Jadul Ayu. Aktivitas tersebut seperti pertanian, peternakan, UMKM, dan kesenian yang terdapat di Desa Pandean. Salah satunya paket River Camp merupakan keunggulan Desa Wisata Pandean dengan menawarkan destinasi wisata memperlihatkan kemegahan tatanan alamnya, dengan dihiasi pegunungan serta sungai alami yang mengalir mengikuti desa.

Fasilitas Penunjang

- SEKRETARIAT POKDARWIS
- HOMESTAY



Kesimpulan

- Berdasarkan pembahasan di atas, terdapat kesimpulan bahwa di Kabupaten Trenggalek terdapat salah satu desa wisata yang telah dibangun, yaitu desa Wisata Pandean dengan konsep Ekowisata. Desa wisata Pandean berhasil mendapat penghargaan pada ajang Anugerah Desa Wisata (ADWI) pada tahun 2022. Hal ini menjadi suatu kemajuan dengan seiringnya desa wisata pandean membuat akan adanya lapangan kerja baru yang bisa dimanfaatkan oleh warga desa pandean. Dengan kontribusi Pokdarwis Dewi arum yang menggandeng seluruh aspek dari Pemerintah desa dan Pemerintah kabupaten serta pihak akademisi membuat desa wisata bisa menunjang kegiatan wisata yang ada di desa wisata Pandean. Fasilitas yang ada di desa wisata pandean antara lain, Sekretariat Pokdarwis desa wisata Pandean, Homestay, Destinasi wisata antara lain, Taman watu kandang, River tubing, River Camping, Kesenian budaya, Peternakan dan Pertanian. Destinasi tersebut di paketkan dengan nama-nama yang unik sehingga bisa memikat para wisatawan untuk hadir dan memiliki banyak pilihan pariwisata.
- Dari nama nama paket yang ditawarkan oleh desa wisata pandean, diidentifikasi bahwa desa wisata pandean telah melakukan komunikasi pariwisata dengan menggunakan village branding yang di konsep Ekowisata. Fasilitas yang di berikan juga menjadi daya Tarik tersendiri dari adanya homestay, makanan khas lokal desa pandean serta keramahan warga desa pandean membuat desa wisata Pandean berhasil menjadi salah satu desa wisata terbaik di Indonesia, hal ini dibuktikan dari penghargaan yang didapat oleh Desa wisata Pandean pada ajang Anugerah Desa Wisata (ADWI) pada tahun 2022
- Ternyata secara tidak disengaja, Pokdarwis sudah melakukan komunikasi pariwisata melalui village branding. Dengan penamaan paket wisata yang ditawarkan, branding melalui media social antara lain Instagram, youtube dan tiktok. Serta penggunaan metode person to person melalui pengunjung yang bertestimoni kepada orang lain. Menunjukkan bahwa Pokdarwis desa Pandean telah berhasil menjadikan desa pandean sebagai desa wisata menggunakan strategi komunikasi village branding.

