

# Tourism Communication Strategy in Forming Village Branding Ecotourism at Watu Kandang Park, Pandean Village [Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Membentuk Village Branding Ekowisata Taman Watu Kandang Desa Pandean]

Mohamad Faiz Bilmukharom<sup>1)</sup>, Didik Hariyanto<sup>2\*)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: didikhariyanto@umsida.ac.id

**Abstract.** *Tourism is a rapidly growing industry in Indonesia and is currently a source of employment and livelihood for many people, especially in rural areas. This study uses a qualitative method that prioritizes data depth by observing and describing the situation in the Pandean tourist village. This study aims to determine tourism communication using village branding used by the Pandean tourist village so that it can achieve success as Hope 1 in the 2022 Tourism Village Award (ADWI), which is carried out by the ministry of tourism and creative economy. The results showed that the tourism communication strategy used was village branding, or what is commonly called village branding using social media, including websites, Youtube, TikTok, and Instagram, but researchers found that branding had the most influence on tourism visits through the testimonial method. directly from person to person or by word of mouth. The Pandean tourism village also collaborates with academics through the Ormawa PPK program.*

**Keywords** - communication strategy; tourism; village branding

**Abstrak.** *Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat di Indonesia dan saat ini menjadi sumber pekerjaan dan mata pencaharian bagi banyak orang terutama di daerah pedesaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mengutamakan kedalaman data, dengan mengamati dan menggambarkan situasi yang ada di desa wisata Pandean. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi pariwisata dengan menggunakan village branding yang dipakai oleh desa wisata Pandean sehingga bisa mencapai kesuksesan menjadi harapan 1 dalam Anugerah Desa Wisata (ADWI) 2022 yang dilaksanakan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang digunakan yaitu dengan branding desa atau yang biasa disebut village branding dengan menggunakan media social antara lain, websit, Youtube, tiktok dan Instagram, namun peneliti menemukan fakta bahwa branding yang paling berpengaruh terhadap kunjungan pariwisata melalui metode testimoni secara langsung person to person atau word of mouth. Desa wisata pandean juga melakukan kerja sama dengan akademisi melalui program PPK Ormawa.*

**Kata Kunci** - strategi komunikasi; pariwisata; village branding

## I. PENDAHULUAN

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.

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 [1].

Hingga saat ini Desa Pandean memiliki pariwisata yang sudah di kelola oleh warga lokal untuk meningkatkan daya tarik pariwisata yaitu, Wisata Taman Watu Kandang yang memiliki beberapa potensi wisata yaitu River tubing, Arum Jeram dan kuliner lokal khas Desa Pandean. Dengan potensi yang ada warga Pandean membuat Taman Watu

Kandang sehingga Desa pandean diakui menjadi Desa Wisata potensial di Trenggalek dan Desa Pandean dikunjungi oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif.

Fenomena *village branding* pernah diteliti oleh Soerjo Wido Minarto dkk, pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggalian potensi pertambangan menghasilkan sebelas aset lingkungan berupa air terjun, lima aset kuliner berupa sambal, nasi bakar, dan lauk sejenis lainnya, dan tiga aset budaya berupa hadrah, jaranan, dan tarian [2].

Penelitian *village branding* yang lainnya diteliti oleh Prayudi dan Heti Herastuti, pada penelitian tersebut menghasilkan bahwa Desa kadisobo II mempunyai potensi wisata desa berbasis Ecotourism dengan destinasi wisata alam yang dimiliki Desa Kadisobo II antara lain hamparan persawahan dan perkebunan salak yang asri serta di aliri oleh tiga alur sungai. Dengan itu Desa Wisata Kadisobo II biasa disebut dengan desa wisata pertanian [3]. Penelitian terdahulu mengenai *village branding* lainnya dilakukan oleh Prita Suci Nurcandrani dkk, pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Baluwarti Surakarta menjalankan *village branding* dengan menggunakan konsep potensi desa unik, alami, langka, bangunan kuno dan memiliki konsep pemberdayaan masyarakat serta menggunakan digital branding [4].

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. Penelitian mengenai Komunikasi pariwisata pernah diteliti oleh Arief Marziky, Munzaimah masril & Ian Pasaribu (2022) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kawasan pariwisata kabupaten Samsir 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 [5].

Selain komunikasi pariwisata, pada penelitian ini peneliti juga meneliti mengenai Village Branding, menurut Siswoprasetyo (2015) *village branding* adalah suatu strategi yang dilakukan Negara atau daerah untuk membuat positioning yang kuat dalam target pasar mereka seperti layaknya positioning produk atau jasa sehingga Negara atau daerah tersebut dapat dikenal secara luas di seluruh dunia.

Dengan melihat penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti di atas, bahwa penelitian yang sudah dilakukan telah memberikan hasil berbagai keilmuan mengenai pengembangan potensi desa. Dengan potensi alam yang di kelilingi keindahan dan keasrian alam, panorama bentangan sawah yang indah, aliran sungai yang asri dan bebatuan serta Pokdarwis yang aktif dalam mengembangkan potensi desa membuat sektor pariwisata di desa pandean berkembang dan bisa menjadi destinasi utama di kabupaten Trenggalek.

Komunikasi pariwisata menurut Bungin dalam [6] 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 persuasive, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan field kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan pariwisata.

Maka perlu kiranya bagi peneliti untuk mengetahui dan mencari data dari berbagai sumber tentang bagaimana cara mengembangkan *village branding* dengan komunikasi pariwisata agar bisa mengembangkan dan mewujudkan desa wisata dengan memiliki konsep ekowisata yang bisa membentuk identitas di desa wisata Pandean.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Ruslan dalam [1] 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 untuk membentuk *village branding*, Penelitian ini mengambil subjek di kabupaten trenggalek Lokasi tepatnya di desa Pandean kecamatan Dongko. Penelitian di ambil pada tanggal 14 januari 2023 hingga 17 januari 2023.

Informan penelitian ditentukan dengan cara *purposive sampling* menurut Dana P. Turner (2020) yang mana *purposive sampling* merupakan sebuah Teknik yang mencangkup orang-orang yang telah melalui proses seleksi atas dasar kriteria-kriteria yang telah peneliti putuskan. Peneliti menentukan informan berdasarkan beberapa kriteria yang sudah ditentukan peneliti, yang pertama informan adalah seorang yang ikut aktif dalam perencanaan dan pengembangan desa wisata Pandean, yang kedua informan diambil dari seorang yang sudah pernah berkunjung di desa wisata Pandean sebagai mitra kegiatan atau hanya sebatas pengunjung.

Informan pertama merupakan Ketua Pokdarwis Dewi Arum yang menjadi penggagas berdirinya taman watu kendang, serta ikut aktif dalam perencanaan dan pengembangan taman watu kendang hingga saat ini. Informan kedua yakni Kepala Desa pandean yang juga aktif dalam perencanaan dan pengembangan dan bisa menjelaskan secara rinci sejarah dari desa hingga dengan saat ini. Informan yang ketiga salah satu pengunjung dari taman watu kendang desa pandean sebagai salah satu pengunjung dari taman watu kendang dan juga sebagai mitra kegiatan PPK ormawa

mahasiswa Umsida. Sehingga pada penelitian ini Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung atau observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Pandean sebelum menjadi desa Wisata pernah menjadi pertambangan batu secara illegal dan menjadi tempat pembuangan pecahan kaca Sehingga menyebabkan kerusakan alam. Pokdarwis Desa Pandean yang dipimpin oleh Ibu Ririn Setyo Widiyastutik mempunyai gagasan untuk melindungi ekosistem di area aliran sungai desa pandean dengan melakukan bersih sungai secara rutin dan membuat trobosan baru dengan menjadikan aliran sungai itu menjadi Wisata. Sehingga bisa menjadi potensi wisata untuk meningkatkan pendapatan ekonomi bagi warga sekitar.

Pada awalnya aliran sungai yang sekarang menjadi destinasi wisata mengalami kerusakan ekosistem karena adanya penambang batu liar dan terdapat banyak sampah dan pecahan kaca. Penambang batu liar tersebut tidak lain juga warga desa pandean, sampah yang menumpuk di aliran sungai tersebut sebenarnya bukan dari warga desa pandean namun limbah dari desa lain yang mengalir dan bertumpuk di aliran sungai di desa pandean. Hal tersebut yang membuat Pokdarwis dewi arum mempunyai rasa ingin memanfaatkan potensi dengan mengubah kebiasaan buruk yang merusak ekosistem aliran sungai dengan cara yang tidak saling menyebabkan pertengkaran sesama warga.

*“Dulunya sungai ini rusak karena sering ditambang batunya dan sampah kiriman dari desa sebelah, di lokasi yang sekarang jadi taman watu kandang juga dulu banyak pecahan kaca jadi dulu disini penuh sama beling gak bisa dibuat main sama sekali”* Ibu ririn setyo widiyastutik 15 januari 2023.

Menurut kepala desa Pandean Bapak Samsul Arifin langkah yang dilakukan oleh Pokdarwis yang dipimpin ibu Ririn sangat bijak sehingga terjadi perubahan kebiasaan pada warga nya tanpa membuat warga merasa diusir oleh pekerjaan yang selama ini mereka lakukan di sungai, di aliran sungai tersebut juga mempunyai nilai sejarah, ini berkaitan dengan nama taman yang menjadi destinasi wisata di desa wisata Pandean, yaitu Taman watu kandang. Pokdarwis memberikan kesempatan kepada semua warga untuk berkontribusi dengan kegiatan-kegiatan yang direncanakan. Dengan diawali bersih sungai yang dilakukan rutin setiap minggu oleh Pokdarwis dan akhirnya di ikuti oleh seluruh warga.

*“Pokdarwis dewi arum yang dipimpin ibu ririn ini sangat bagus karena dulunya sungai ini sangat kotor banyak pecahan kaca, padahal kalau di Tarik sejarah disitu ada situs sejarah ya yang kita kasih nama taman watu kandang ini, disini dulu tempat dimana ternak ternak warga saat ada perang disembunyikan disini. Dibalik batu besar ini mas, jadi ya saya selaku orang yang cukup mengerti kondisi disini sangat senang mas sekarang sudah menjadi salah satu wisata dan lebih terjaga kebersihannya sekarang serta bisa meningkatkan perekonomian daerah sini”* Bapak Samsul Arifin tanggal 15 Januari 2023

Fenomena di desa wisata Pandean juga pernah terjadi di kota malang. Ada Kampung yang dulunya kumuh di Kota malang Kampung jodipan Kampung yang padat dan berada di bantaran sungai brantas memiliki resiko terkena banjir yang disebabkan oleh sampah yang dibuang ke sungai dengan sembarangan sehingga membuat kampung jodipan menjadi kampung yang kumuh dan membuat sungai semakin keruh sehingga potensi banjir semakin tinggi. Namun kampung jodipan berhasil bangkit menjadikan kampung wisata yang menarik sehingga banyak wisatawan dari dalam negeri dan luar negeri yang berkunjung ke kampung wisata jodipan.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Achmad Yanu Alif Fianto dan Novan Andrianto [7]. Kampung wisata Jodipan memberikan contoh dalam mengembangkan potensi wisata lokal, adanya pemerataan ada kesempatan yang berusaha didorong oleh adanya pembangunan kepariwisataan, serta meningkatkan rekayasa sosial di Jodipan. Saat ini pemukiman kumuh sudah tidak menjadi sebutan Kampung Jodipan karena masyarakat yang sudah tidak merubahnya menjadi tempat pariwisata. Atau yang dikenal dengan kampung warna-warni. Ide mula Kampung Warna-Warni di kota Malang ini yang awalnya sebagai kampung kumuh, berasal dari sekelompok mahasiswa yang berupaya penuh dengan merubahnya menjadi terlihat lebih indah dan memiliki nilai jual visual. Sekelompok mahasiswa tersebut menerapkan konsep warna-warni yang ditirunya sepereti Desa Favela di Rio De Janeiro, Brazil. Upaya sekelompok mahasiswa tersebut berhasil membuat Kampung Warna-Warni Jodipan tidak jadi digusur oleh Pemerintah Kota Malang, sehingga Kampung Warna-Warni Jodipan diresmikan dan ditetapkan sebagai destinasi salah satu wisata baru di kota Malang. Pengembangan Kampung Wisata Jodipan oleh Upaya Strategi Pemerintah yang meningkatkan Status Sosial dan Perekonomian Masyarakat.

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 disuguhi 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. 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 definisi Ekowisata sendiri adalah bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian alam (natural area), memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat.

Peneliti menemukan fakta dilapangan bahwa Konsep pariwisata saja tidak bisa membuat suatu desa mencapai tujuan untuk mensejahterakan masyarakat maka juga di perlukan strategi komunikasi pariwisata. Desa wisata Pandean juga melakukan upaya strategi komunikasi pariwisata. Dengan segala potensi yang telah ada di desa wisata pandean memalui Pokdarwis yang di pimpin oleh Ibu Ririn Setyo Widiyastutitik dan juga sebagai penggagas desa wisata Pandean membranding desa ini sebagai salah desa wisata terbaik di kabupaten trenggalek dan memiliki pencapaian yang sangat membanggakan dengan berhasil menjadi juara harapan 1 ADWI 2022 kategori desa berkembang.

*“Saya memperkenalkan desa wisata pandean ini dengan banyak cara salah satunya dengan membentuk konsep ekowisata lalu membranding dengan media social yaitu website itu dibantu sama kabupaten trenggalek, lalu untuk media social itu kita jalan sendiri lalu ada kegiatan ppk ormawa ini juga membantu kita dalam urusan branding. Ya seperti dari umsida ini juga membantu saya dan teman-teman untuk mempromosikan desa wisata pandean lewat video-video desain poster”* Ririn Setyo Widiyastutitik tanggal 16 Januari 2023.

Desa wisata Pandean telah melakukan upaya untuk memperkenalkan desa wisata Pandean. Komunikasi pariwisata sudah dilakukan sejak awal dari perencanaan hingga ke manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan dari desa wisata Pandean itu sendiri.

Komunikasi pariwisata menurut Bungin dalam [6] komunikasi pariwisata adalah 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 persuasive, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok. Sedangkan pariwisata menyumbangkan field kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan pariwisata.

Menurut kajian teori diatas ada beberapa komunikasi yang dapat dikembangkan antara lain, komunikasi persuasif, komunikasi massa, interpersonal, dan kelompok yang sudah dilakukan oleh desa wisata pandean, antara lain :

1. Komunikasi Persuasif menurut Bungin dalam jurnal yang ditulis hanana dkk, [9] ialah Keberhasilan komunikasi bergantung pada pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Komunikasi persuasif memiliki 2 Teknik untuk dapat lebih memaksimalkan strategi komunikasi dalam mengembangkan desa wisata Pandean antara lain:
  - a. One-side issue, yaitu teknik penyampaian pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu. Artinya komunikator atau dalam penelitian ini adalah Pokdarwis harus menyampaikan pesan dan memberikan tekanan akan keunggulan-keunggulan yang ada di desa wisata Pandean salah satunya yakni River tubing yang paling populer. Namun Pokdarwis juga memberi edukasi bahwa ada resiko dari River tubing namun Pokdarwis memberikan SOP untuk meminimalisir resiko tersebut.
  - b. Two-Side Issue, teknik penyampaian pesan di mana komunikator (pokdarwis) selain mengemukakan hal yang baik-baik juga menyampaikan hal yang kurang baik. Komunikator memberi kesempatan kepada khalayak untuk berpikir apakah ada keuntungan bagi mereka mendapatkan informasi yang disampaikan. Seperti halnya Pokdarwis memberikan kesempatan kepada calon pengunjung untuk memilih paket wisata yang sesuai dengan keinginan.
2. Komunikasi massa menurut Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam jurnal yang di tulis Ni Nyoman [10] , Communication Theories, Origins, Methods, Uses, mengatakan bahwa Komunikasi Massa adalah sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian Ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan media massa. Dalam halnya di dalam wisata desa Pandean, pokdarwis berusaha membuka berbagai macam media social seperti youtube, Tiktok, Instagram, dan memberikan akses kepada televisi nasional untuk meliput desa wisata Pandean ini dibuktikan pada saat Menteri Kemenkraf Bapak Sandiaga Uno berkunjung ke desa wisata Pandean.
3. Komunikasi interpersonal menurut Effendi dalam jurnal yang ditulis Suharsono [11] adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bersifat langsung dan dialogis. Dengan demikian maka respon atau tanggapan dapat langsung diberikan pada saat komunikasi sedang berlangsung sehingga lebih efektif. Salah satunya yakni testimoni yang dilakukan pengunjung dengan cara person to person atau wourth of mouth.
4. Komunikasi interpersonal menurut Effendi dalam jurnal yang ditulis Suharsono [11] adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang bersifat langsung dan dialogis. Dengan demikian maka respon atau

tanggapan dapat langsung diberikan pada saat komunikasi sedang berlangsung sehingga lebih efektif. Salah satunya yakni testimoni yang dilakukan pengunjung dengan cara person to person atau *wourth of mouth*.

Hasil temuan diatas bahwa Pokdarwis desa wisata Pandean sudah menjalankan aspek komunikasi yang dikemukakan oleh Bungin baik secara sengaja atau tidak sengaja. Tidak hanya diatas, pokdarwis juga menjalankan konsep pariwisata dengan menggunakan strategi komunikasi pariwisata. Strategi komunikasi pariwisata yang dibangun oleh Pokdarwis sendiri antara lain melakukan branding dengan menggunakan perkembangan teknologi yang sudah ada. Dunia digital antara lain Website, media social seperti Instagram, dan youtube. Selain dengan teknologi desa wisata Pandean juga bekerja sama dalam event. dengan pemerintah kabupaten trenggalek maupun dari pihak Perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur.

#### A. Komunikasi Pemasaran

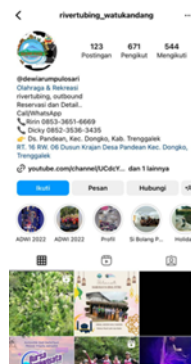
Komunikasi pemasaran Dalam jurnal yang ditulis Didik Hariyanto [12] menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran sendiri adalah suatu kegiatan yang terintegrasi antara pengemasan, pemasaran, dan rancangan wisata untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pengemasan dalam penelitian ini menuju pada 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 Virginia dkk [13] 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.

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 [14]. *Village branding* yakni suatu usaha untuk membuat suatu tempat (desa) dapat bersaing secara global dengan mencari dan menemukan nilai superior dari desa tersebut yang terdiri dari enam elemen. Enam komponen adalah kehadiran, tempat, potensi, orang, denyut nadi, dan prasyarat, digunakan sebagai unit analisis teori *village branding* pada penelitian.

Strategi komunikasi yang dibangun oleh Pokdarwis dalam melakukan *village branding* dengan menggunakan perkembangan teknologi new media. Dunia digital antara lain Website, media social seperti Instagram, dan youtube. Selain dengan teknologi desa wisata Pandean juga bekerja sama dalam event. dengan pemerintah kabupaten trenggalek maupun dari pihak Perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur.



**Gambar 1.** Website Desa Wisata Pandean  
**Sumber:** <https://desawisatapandean.com/>



**Gambar 2.** Instagram Desa Wisata Pandean  
**Sumber:** @Rivertubingwatukandang

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.

*“untuk website kita ada tapi untuk website ini tidak terlalu berpengaruh kepada kunjungan wisata, ya website ini hanya untuk kontak informasi saja mas, kita banyak jalan di media social yang buat anak muda sekarang seperti Instagram, youtube dan tiktok”* Ibu ririn setyo widyastutik 13 januari 2023

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.

*“untuk media social kita masih kurang maksimal karena kurangnya sumber daya manusia yang bisa bikin konten, kita biasanya dibantu sama mahasiswa-mahasiswa yang bermitra kegiatan Bersama kita, kayak kemaren Bersama mahasiswa umsida dalam kegiatan ppk ormawa”*

Bentuk 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.

Pada tahun 2022 bulan November hingga januari 2023. desa wisata Pandean bekerja sama dengan Ukm Himpas dalam kegiatan PPK Ormawa. Kemitraan ini di danai oleh kementerian Pendidikan dan kebudayaan. Dalam kegiatan tersebut terdapat beberapa kegiatan antara lain pengembangan jenis wisata yang ditawarkan yaitu dengan bertambahnya wisata Camping ground. Menurut asrofi ketua PPK Ormawa umsida desa pandean memiliki potensi yang sangat bagus apalagi untuk teman-teman pecinta alam, desa wisata pandean memiliki kelembagaan yang terbuka bagi mahasiswa mahasiswi yang ini bekerja sama sebagai mitra kegiatan maupun untuk kegiatan kampus lainnya.

*“Menurut saya desa wisata pandean adalah salah satu desa dengan potensi yang sangat bagus, saya sendiri adalah mahasiwa umsida yang asli dari trenggalek juga, jadi saya juga ini bekerja sama dengan desa wisata pandean karena orang disini sangat terbuka terhadap kami para mahasiswa sehingga kami pun juga semangat untuk berkegiatan disini”* Asrofi tanggal 15 Januari 2023



**Gambar 3.** PPK Ormawa Desa Wisata Pandean  
**Sumber:** Dokumentasi (foto)



Village Branding yang bagus, unik dan sudah didukung oleh konsep pariwisata yang bagus juga harus didukung oleh destinasi wisata yang unik. Dalam dunia pariwisata yang dibutuhkan antara lain adalah destinasi, destinasi yang menarik dan unik dapat mengundang masyarakat untuk datang. Kerja sama dengan akademisi juga bentuk dari village branding.

### **B. Destinasi Wisata di Desa Wisata Pandean**

Penulisan bab di bagian isi artikel, yaitu Pendahuluan, Metode dan Bahan, Hasil dan Pembahasan, dan simpulan, harus diberi nomor urut format **angka Romawi** berurut dimulai dari angka satu. Bab ditulis dengan huruf tebal dengan format *Title Case* dan disusun rata tengah tanpa garis bawah 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.



**Gambar 4.** River Tubing Desa Wisata Pandean  
**Sumber:** Dokumentasi (foto)

Banyak paket wisata yang ditawarkan oleh desa wisata pandean, Paket Jadul Ayu merupakan paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman mengenai hasil upaya konservasi alam dengan menawarkan keindahan sungai yang terjaga dan bersih dengan arus yang deras serta jeram yang bergelombang. Tidak hanya wisata alam saja yang ditawarkan, para tamu disambut dengan pertunjukan Tabung Lesung, setelah itu para tamu dipersilahkan menyantap makanan tradisional, para tamu juga bisa mencoba untuk memainkan Tabuh Lesung sembari di bimbing para pemain. Selanjutnya, para tamu menggembala kambing ke pinggir sungai. Para tamu bisa menikmati pemandangan sekaligus memberi makan kambing. Lalu para tamu akan diarahkan ke kebun ciplukan untuk memetik dan menikmati buah ciplukan. Selapas itu, para tamu diperkenalkan dan diperbolehkan mengangkat Bengkeng yang sudah dipasang sebelumnya untuk bisa merasakan dan melihat bagaimana cara menangkap ikan dengan alat tradisional Bengkeng. Dan terakhir, para tamu diajak ke pinggir sungai untuk Koceh Kali, sedangkan bila keadaan arus air sungai terlalu kecil, maka Koceh Kali akan diganti dengan Umbah-umbah. Pada paket ini biasanya ditujukan kepada wisatawan yang berasal dari sekolah dasar atau siswa dari Playgroup maupun Taman Kanak-kanak maka dari itu banyak destinasi yang sifatnya edukasi. Fenomena destinasi wisata yang berfokus edukasi juga banyak ditawarkan antara lain pada jurnal yang ditulis oleh Didik Hariyanto dkk [15] Pada penelitian ini berfokus untuk mewujudkan kampung literasi, dimana salah satu destinasinya adalah wisata Teras Baca Ibuku yang dikelola oleh komunitas Bait Kata Desa Tebel. Lokasi tersebut sudah memiliki koleksi buku bacaan untuk anak-anak.

Sedangkan Paket Pulosari memberikan pengalaman bagi wisatawan melalui penawaran aktivitas wisata dengan memberikan rencana perjalanan wisata pada hari pertama, wisatawan akan disambut di sekretariat dan diiringi oleh musik Tabuh Lesung. Saat penyambutan, wisatawan melakukan Briefing sebelum menjalankan agenda (River Tubing/Tracking Pulosari). Selanjutnya, wisatawan diajak mengunjungi Watu Lumpang, melakukan Edu Wisata (mengunjungi dan belajar tentang buah Ciplukan), Koceh Kali (bermain di sungai sambil diberikan pemahaman mengenai sungai), dan memasang Bengkeng (perangkat ikan). Dihadari kedua, sembari jalan-jalan, wisatawan mengangkat Bengkeng yang sudah dipasang. Setelah sarapan, dilanjutkan dengan jelajah desa Minangkori atau susur sungai. Kemudian, agenda hari kedua ditutup dengan pertunjukan Terbang Elo.

Selanjutnya, ada Paket Arum yang memberikan pengalaman bagi wisatawan disambut dengan diberikan welcome drink dan snack serta diiringi dengan Tabuh Lesung, setelah itu wisatawan akan dipandu oleh pemandu

menuju start spot river tubing, selanjutnya wisatawan akan dilanjutkan perjalanan wisata ke Taman Watu Kandang untuk berganti pakaian dan menikmati musik dari Terbang Elo. Setelah dari Taman Watu Kandang, wisatawan akan diarahkan ke spot karawitan dan sisuguhkan makan siang serta beberapa lagu kas jawa dan belajar kesenian karawitan.

Desa wisata Pandean memiliki Fasilitas penunjang selain dengan destinasi wisata yang di tampilkan, antara lain Kantor Sekretariat Pokdarwis, kantor sekretariat memiliki fungsi sebagai basecamp sementara sebelum para pengunjung menjalani rangkaian destinasi wisata. Di sekretariat akan dijelaskan oleh tour guide mengenai agenda kegiatan yang akan di laksanakan, memberi arahan terhadap Standart operasional yang wajib di patuhi oleh para pengunjung.

Fasilitas yang kedua yaitu penginapan atau yang biasa disebut homestay Widodari, selain ada area camp terdapat juga penginapan di area desa wisata Pandean. Yang membuat unik penginapan ini adalah rumah warga yang dikhususkan bilamana ada tamu akan berubah menjadi penginapan. Ada 3 penginapan di desa wisata pandean kapasitas yang di tawarkan juga cukup banyak satu rumah penginapan bisa untuk 10-15 orang. Biaya yang ditawarkan adalah 75rb perkamar itu sudah meliputi makan 3 kali sehari. Cukup murah untuk sekelas penginapan dengan 3 kali servise makan.

Ada juga Tempat Makan dengan sensasi diatas batu, nah area ini yang disebut Taman Watu kandang, ditempat ini terdapat tempat makan yang sangat sejuk dan indah. Memiliki spot foto yang unik serta dilengkapi dengan gazebo-gazebo untuk duduk santai dengan didampingi makanan-makanan khas desa Pandean. Area ini juga di lengkapi dengan kamar mandi serta adanya mushola yang sangat layak untuk kategori fasilitas yang memadai. Apabila tempat wisata mempunyai fasilitas yang sudah memadai dan memenuhi pelayanan yang memuaskan wisatawan, maka akan dapat menarik banyak wisatawan yang akan dating selanjutnya karena kesan baik dari pengunjung yang sudah datang sebelumnya [16].

#### IV. SIMPULAN

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.



## REFERENSI

- [1] N. F. Apriyanti and A. R. Syahida, "Strategi Public Relation Dalam Membentuk Village Branding Wisata Kungkuk Kota Batu," *JISIP J. Ilmu Sos. dan Ilmu ...*, vol. 8, no. 4, p. 249, 2019, [Online]. Available: [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- [2] S. W. Minarto, R. A. Zandra, and A. I. Ismail, "Art, Nature, and Culinary as Leverage of Village Branding at the Foot of the Mountain," *Dewa Ruci J. Pengkaj. dan Pencipta. Seni*, vol. 16, no. 2, pp. 67–74, 2021, doi: 10.33153/dewaruci.v16i2.3620.
- [3] Prayudi and H. Herastuti, "Branding Desa Wisata Berbasis Ecotourism," *J. Ilmu Komun.*, vol. 16, no. 3, p. 227, 2018, doi: 10.31315/jik.v16i3.3204.
- [4] P. S. Nurcandrani, A. T. Turistiati, S. Andhriany, and D. I. Nurulina, "Blue Ocean Strategy (BOS) Public Relations of Kampung Wisata Baluwarti Surakarta in Developing Village Branding," *Maj. Ilm. Bijak*, vol. 17, no. 2, pp. 154–169, 2020, doi: 10.31334/bijak.v17i2.1007.
- [5] A. Marizki, M. Masril, and I. Pasaribu, "Konsep Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera Utara The Concept of Tourism Communication Based on Local Assistance in Lake Toba Samosir District North Sumatera," *J. Simbolika*, vol. 8, no. 1, pp. 42–50, 2022, doi: 10.31289/simbolika.v8i1.5715.
- [6] A. R. Nugraha, S. Perbawasari, and F. Zubair, "Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal," *J. Messenger*, vol. 9, no. 2, p. 231, 2017, doi: 10.26623/themessenger.v9i2.468.
- [7] A. Y. Alif Fianto and N. Andrianto, "Strategi Komunikasi Pengembangan Wisata Jodipan dan Kampung Topeng Kota Malang," *Commun. Sph.*, vol. 1, no. 2, pp. 47–51, 2021, doi: 10.55397/cps.v1i2.7.
- [8] Y. ADHARANI, Y. S. Zamil, N. Astriani, and S. S. Afifah, "Penerapan Konsep Ekowisata Di Kecamatan Cihurip Kabupaten Garut Dalam Rangka Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan," *Pros. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 7, no. 1, p. 179, 2020, doi: 10.24198/jppm.v7i1.25235.
- [9] A. Hanana, N. Elian, and R. Marta, "Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang," *J. Ilmu Sos. Mamangan*, vol. 6, no. 1, pp. 34–46, 2017, doi: 10.22202/mamangan.v6i1.1886.
- [10] N. N. A. Wilantari and -- Memoriance, "Komunikasi Massa dalam Manajemen Pariwisata," *Dharma Duta*, vol. 16, no. 1, 2018, doi: 10.33363/dd.v16i1.139.
- [11] S. Suharsono, "Komunikasi Interpersonal Pokdarwis Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Homestay," *J. Ris. Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 161–176, 2020, doi: 10.38194/jurkom.v3i2.158.
- [12] D. Hariyanto, F. A. Dharma, and ..., "Pemanfaatan teknologi integrated marketing communication bagi pelaku usaha mikro sayur organik terdampak pandemi," ... *J. Pengabd. Kpd. ...*, vol. 4, pp. 780–788, 2021.
- [13] V. V. Sinuhaji, N. Siti, S. Siregar, and B. Jamil, "Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Wisata Bukit Gundaling Berastagi) Marketing Communication Activities of the Karo District Tourism and Culture," *Diterima 11 Agustus*, vol. 1, no. 2, pp. 105–118, 2019.
- [14] E. Hidayat, D. Susilo, and A. I. Baihaqi, "The practice of village branding and marginalisation in Mojokerto, Indonesia," *J. Stud. Komun. (Indonesian J. Commun. Stud.)*, vol. 6, no. 3, pp. 805–826, 2022, doi: 10.25139/jsk.v6i3.5313.
- [15] D. Hariyanto, M. Abror, M. Yani, and F. A. Dharma, "Pembudayaan Permainan Tradisional sebagai Wahana Belajar Luar Ruang bagi Anak," *Berdikari J. Inov. dan Penerapan Ipteks*, vol. 9, no. 1, pp. 56–68, 2021, doi: 10.18196/berdikari.v9i1.9265.
- [16] S. Yetti, "Pengaruh Strategi Promosi dan Fasilitas Terhadap Pemilihan Tempat Wisata Anai Land," *J. Pundi*, vol. 04, no. 03, pp. 431–440, 2020, doi: 10.31575/jp.v4i3.332.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*