

KOMUNIKASI PARIWISATA DESA WISATA LANTAN KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Yulanda Trisula Sidarta Yohanes¹, Ni Made Dwi Aninda², Muhammad Fascal³, Muhammad Firdaus⁴, Novita Listyaningrum⁵

^{1,2,3,4} Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mataram

⁵ Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas 45 Mataram

email: yulandatrisula@unram.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (c) 2024 Sadar Wisata: Jurnal Pawirisata



Corresponding Author: Yulanda Trisula Sidarta Yohanes, Universitas Mataram, yulandatrisula@unram.ac.id

Received Date:

Revised Date:

Accepted Date:

Kata kunci:
Komunikasi
Pariwisata; Desa
Wisata; Desa Lantan;
Paket Wisata

Abstrak

Desa Wisata Lantan Terletak di Kecamatan Batuklian Utara. Desa wisata tersebut berdasarkan data Dinas pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2023, Desa Wisata Lantan berstatus berkembang. Berdasarkan pra survey terhadap 60 responden yang mengumpulkan jawaban, ditemukan bahwa 61,7% responden belum pernah melakukan kunjungan wisata ke Desa Wisata Lantan dan 38,3% pernah melakukan kunjungan. Rendahnya jumlah kunjungan tersebut berdampak bagi Pokdarwis Lantan dalam mengelola paket wisata. oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisa aktivitas komunikasi pariwisata Desa Wisata Lantan dalam penjualan paket wisata Desa Lantan. Jenis riset ini merupakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subyek riset ini merupakan aktivitas komunikasi pemasaran dalam menjual paket wisata, dan obyek penelitian adalah Pokdarwis Desa Wisata Lantan. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara dan dokumentasi. Temuan penelitian adalah Paket wisata Desa Lantan mencakup air terjun, cooking class, wisata bertani, hunting local food, bersepeda, eco rafting, dan wisata madu trigona. Komunikasi pariwisata Desa Wisata Lantan Komunikasi dilakukan secara terbuka (sosialisasi); Pemilik modal melibatkan pihak eksternal, yaitu NGO, pemerintah, akademisi, dan volunteer; Wisatawan dalam mendapatkan informasi dapat mengakses media social; Sumber daya manusia yang ada di pokdarwis belum optimal dikarenakan banyak anggotanya memilih bekerja ke luar daerah desa mereka; Destinasi yang ditawarkan memiliki kekhasan, yaitu ecorafting, downhill, cooking class, hunting local food, society activities; Pemasaran dilakukan secara online dengan media social (mencantumkan contact person); Aksesibilitas menuju desa wisata mudah dijangkau dan dapat akses melalui google maps untuk bisa mencari lokasi, sehingga wisatawan dengan mudah menemukan lokasi

Keyword:
Tourism
Communication,
Tourist Village,
Lantan village, Tour
Package

Abstract

Lantan Tourism Village is located in North Batuklian District. This tourist village is based on data from the West Nusa Tenggara Province Tourism Office for 2023, Lantan Tourism Village has developing status. Based on a pre-survey of 60 respondents who collected answers, it was found that 61.7% of respondents had never made a tourist visit to the Lantan Tourism Village and 38.3% had ever made a visit. The low number of visits has an impact on Pokdarwis Lantan in managing tour packages. Therefore, this research aims to analyze the tourism communication activities of the Lantan Tourism Village in selling Lantan Village tour packages. This type of research is qualitative with a descriptive approach. The subject of this research is marketing communication activities in selling tour packages, and the research object is the Lantan Tourism Village Pokdarwis. Data collection techniques are interviews and

documentation. The research conclusion is that the Lantan Village tour package includes a waterfall, cooking class, farming tour, hunting for local culinary delights, cycling, eco rafting, and Trigona honey tour. Lantan Tourism Village tourism communication Communication is carried out openly (socialization); Capital owners involve external parties, namely NGOs, government, academics and volunteers; Tourists can access social media to get information; The human resources in the Pokdarwis are not optimal because many members choose to work outside their village area; The destinations offered are unique, namely ecorafting, downhill, cooking class, hunting for local food, community activities; Marketing is done online using social media (include contact person); Accessibility to the tourist village is easy to reach and can be accessed via Google Map to search for the location, so tourists can easily find the location

PENDAHULUAN

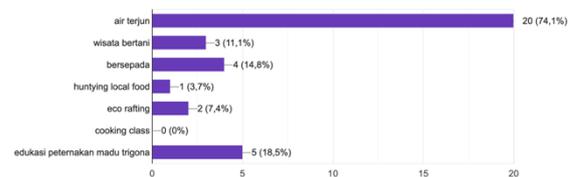
Desa wisata adalah bentuk pembauran antara pertunjukan, akomodasi dan fasilitas penunjang. Desa wisata ditampilkan dalam suatu struktur masyarakat yang melebur dengan tata cara dan kebiasaan yang berlaku (Nuryanti, 1993). Keberadaan desa wisata tidak bisa berjalan jika tanpa adanya dukungan dari beberapa pihak, seperti pemerintah desa, komunitas, serta masyarakat. Kolaborasi yang penting untuk dilakukan dalam mensejahterakan masyarakat local melalui desa wisata yang memiliki potensi alam serta kearifan local untuk bisa dijual kepada wisatawan nusantara maupun mancanegara dalam bentuk paket wisata.

Desa Wisata Lantan merupakan bagian dari 99 Desa Wisata yang telah memperoleh SK Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Barat tahun 2022 yang terletak di Kecamatan Batukliang Utara. Desa Wisata Lantan secara administrasi terletak di Kabupaten Lombok Tengah. Kabupaten Lombok Tengah itu sendiri memiliki potensi destinasi pantai dan juga desa wisata lainnya. Desa wisata yang terletak di Kabupaten Lombok Tengah ada 16 desa wisata. Desa Wisata lantan memiliki keunikan dari desa widsata lainnya, yaitu terletak pada atraksi yang ditawarkan melalui paket wisata. Adapun atraksi yang bisa ditawarkan oleh Desa Wisata Lantan adalah cooking class, soft tracking ke air terjun, wisata Bertani dengan warga local, hunting local food, eco rafting, downhill di sekitaran Desa Lantan, dan edukasi pertenakan madu trigona.

Berdasarkan pra penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui pengalaman kunjungan di Desa Wisata Lantan, bahwa 61,7% public belum pernah melakukan kunjungan ke Desa Wisata Lantan dan 38,3% pernah melakukan kunjungan. Sementara yang telah melakukan kunjungan ke Desa Wisata

Lantan dapat dilihat berdasarkan data di bawah ini

Tabel 1. Persentase Kunjungan Destinasi Di Desa Wisata Lantan



Sumber: Data Diolah Peneliti 2023

Berdasarkan data kunjungan di atas, bahwa masih minim jumlah kunjungan pada beberapa destinasi yang ditawarkan oleh Desa Wisata Lantan. Namun faktanya ada destinasi yang belum pernah dilakukan oleh wisatawan, yaitu cooking class. Berdasarkan data aktivitas kunjungan di atas, menunjukkan bahwa masih minim minat kunjungan, khususnya wisatawan local untuk melakukan kegiatan di Desa Lantan. Ditinjau dari data di atas, Desa Wisata Lantan juga perlu menarik minat wisatawan local maupun mancanegara, mengingat di Kabupaten Lombok Tengah memiliki 16 desa wisata tentunya mereka memiliki keunikan dan strategi untuk menarik perhatian konsumen agar datang melakukan kunjungan. Perlu adanya komunikasi yang dilakukan oleh pengelola desa wisata bukan hanya secara internal melainkan juga eksternal guna mendapatkan konsumen. Strategi-strategi guna menunjang promosi wisata di Desa Wisata Lantan.

Permasalahan di atas, tentu penelitian ini layak untuk dikaji karena penelitian dengan topik komunikasi pariwisata Desa Wisata Lantan Kabupaten Lombok Tengah ini belum ada yang melakukan riset. Namun ada penelitian lain yang dilakukan di Desa Lantan,

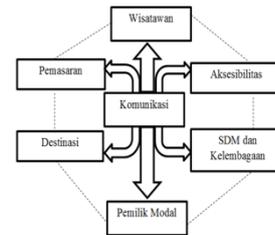
tapi dengan subyek yang berbeda. Penelitian yang dilakukan Inzana, et al (2021) dengan judul Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Desa Wisata Di Lantan Kabupaten Lombok Tengah. bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam pengembangan desa wisata di Desa Lantan Kabupaten Lombok Tengah. Hasil yang diperoleh adalah analisis strategi pemasaran yang dilakukan ada beberapa tahap, yaitu dengan melakukan SWOT; penentuan tujuan pemasaran; perencanaan strategis dengan melakukan beberapa analisa, seperti analisis nilai budaya, potensi wisata yang dikembangkan melalui informasi dan promosi; kebijakan pemerintahan; serta tindakan dalam mempromosikan desa melalui berbagai media.

Penelitian di atas tentu berbeda dengan penelitian saat ini. Permasalahan yang dihadapi oleh Desa Wisata Lantan adalah ketika desa tersebut menjadi salah satu dari 16 desa wisata di Kabupaten Lombok Tengah serta memiliki atraksi yang unik dari masing-masing desa. Hal tersebut tentu menjadi tantangan bagi Desa Wisata Lantan dalam mengkomunikasikan pariwisatanya pasca covid dan berupaya untuk mengelola desa wisata agar menjadi destinasi wisatawan. Oleh sebab itu, penelitian ini berupaya untuk menjelaskan mengenai aktivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Wisata Lantan guna mengoptimalkan kunjungan wisatawan. Riset ini tentu menganalisa aktivitas komunikasi pariwisata yang sudah dilakukan oleh Pokdarwis Desa Wisata Lantan ketika berdasarkan data di atas masih ada public local yang belum pernah melakukan kunjungan ke Desa Wisata Lantan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi Pokdarwis Desa Wisata Lantan untuk mengoptimalkan pengelolaan desa wisata.

Komunikasi pariwisata merupakan bagian dari ilmu komunikasi yang fokus pada individu-individu dalam suatu grup atau komunitas yang berdekatan dengan tema-tema yang berkaitan dengan pariwisata. Pusat pada komunikasi pariwisata adalah proses khusus pada tema-tema yang berhubungan dengan pariwisata dan faktor-faktor yang mempengaruhi transaksi tersebut. Proses tersebut berjalan baik secara kata-kata maupun bahasa tubuh, lisan atau tulisan, individu atau kelompok. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi pariwisata adalah implementasi ide dan teori komunikasi dalam proses yang berlangsung antar individu atau kelompok (Paramita, 2015).

Penerapan komunikasi pariwisata dapat berlangsung dengan adanya komponen-komponen komunikasi pariwisata. Menurut Bungin (2015) dalam penelitian Daluay (2019) menyebutkan ada 7 komponen sebagai berikut: (1). Komunikasi; (2). Pemilik modal; (3). Wisatawan; (4). Sumber daya manusia; (5). Destinasi; (6). Pemasaran; (7). Aksesibilitas.

Bagan 1. Komponen Komunikasi Pariwisata



Sumber: Bungin (2015)

Komponen pariwisata tersebut merupakan hal yang menarik dalam membuat wilayah yang memiliki potensi pariwisata. Suatu wilayah dengan keunikan budaya menjadi dasar terbentuknya kegiatan pariwisata pada sebuah desa. Desa dapat menjadi potensi wisata karena memiliki keunikan melalui budaya dan atraksi social yang mampu menciptakan desa wisata. Desa wisata adalah daerah administrative desa yang memiliki daya tarik dan ciri khas wisata dengan cara menuai pengetahuan dan ciri khas kehidupan dan budaya masyarakat di pedesaan dengan seluruh sumber dayanya (Aryani et al, 2019).

Desa wisata sebagai obyek wisata alternatif yang dapat menunjang keberlangsungan hidup masyarakat membutuhkan pemahaman yang terpadu tentang kekhasan yang dapat menjadi keunggulan atraksi sebagai desa wisata. Dalam menunjang kekhasan desa wisata diperlukan beberapa indicator untuk bisa menunjukkan desa wisata yang dapat menunjang keberlangsungan hidup masyarakat, yaitu Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Aktivitas, SDM Unggul Ariani (2018) dalam Wirdayanti (2019). Berikut adalah penjelasan mengenai komponen tersebut.

1. SDM Unggul

Kenaikan kemampuan dan wawasan masyarakat desa/komunitas sebagai poros utama desa menjadi kapasitas pertama yang dimiliki desa sebagai tuan rumah desa wisata sebagai kesatuan yang utuh ekosistem;

2. Atraksi
Aktivitas yang memberikan pengalaman mengunjungi tempat wisata untuk bisa menikmati alam, busaya, serta keunikan proses berkarya dari penduduk desa;
3. Aktivitas
Kegiatan sehari-hari sebagai bentuk interaksi budaya dan pengalaman pertukaran tradisi sebagai bentuk aktivitas berwisata yang bisa dikenang oleh wisatawan;
4. Amenitas
Pendukung pemuasan kebutuhan wisatawan untuk bisa menghayati kegiatan dengan pengetahuan yang optimal;
5. Aksesibilitas
Keluasan yang diterima kepada pengunjung untuk dapat mendalami desa sebagai tempat wisata yang ramah dan mudah untuk pengunjung melaksanakan aktivitas wisatanya dengan aman dan damai.

Pengembangan desa wisata perlu melibatkan masyarakat setempat sebagai keberlangsungan ekosistem desa wisata. Desa wisata dengan menegdepankan masyarakat local berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa wisata perlu mengkomunikasi setiap atraksi masyarakat, sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman yang unik untuk bisa diingat. Oleh sebab itu, dalam mengkomunikasikan atraksi desa wisata penting mengedepankan wisata berbasis masyarakat atau yang dikenal dengan istilah *community based tourism* (CBT).

Pengelola desa wisata dalam mengkomunikasikan destinasi wisata kepada wisatawan, perlu mempertimbangkan kriteria dari CBT. Mengutip dari 8 kriteria CBT Asean (Wirdayanti, 2019) menyebutkan sebagai berikut:

1. Kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat
 - a. Adanya manajemen yang efisien dan terbuka;
 - b. kesahian lembaga/kelompok desa wisata
 - c. mempunyai kemitraan yang efisien
 - d. BUMDesa merupakan badan usaha mengelola Desa Wisata dengan bekerja sama dengan pokdarwis;
 - e. Kepemilikan yang manajemennya melalui kolaborasi antara pemerintah desa dengan calon pengelola desa wisata;
 - f. Kepemilikan yang manajemennya

- membuat lembaga baru yang mengatur dan meningkatkan desa wisata dengan menyertakan beberapa komponen.
2. Kontribusi terhadap kesejahteraan social
 - a. Melestarikan derajat manusia;
 - b. Pendistribusian biaya dan profit yang merata;
 - c. Mempunyai koneksi ke ekonomi lokal dan regional
 - d. Melestarikan sumber daya alam
3. Peranan untuk mengelola dan menaikkan kualitas kawasan
 - a. Melestarikan sumber daya alam
 - b. Aktifitas konservasi untuk meningkatkan kualitas lingkungan
4. Mendorong terjadinya peran serta interaktif antara penduduk lokal dengan pengunjung (wisatawan)
 - a. Adanya komunikasi antara pengunjung dan penduduk lokal
 - b. Keberlanjutan produk-produk wisata berbasis masyarakat
 - c. Peningkatan kemampuan perangkat desa dan masyarakat desa oleh pemerintah desa
5. Jasa akomodasi wisata dan pramuwisata yang bermutu.
 - a. Mutu dan kompetensi pramuwisata desa wisata;
 - b. Menegaskan mutu akomodasi perjalanan wisata berkualitas;
 - c. Peninjauan kinerja dari akomodasi perjalanan wisata dan pramuwisata oleh pemerintah desa;
 - d. Jasa destinasi wisata dan pramuwisata harus mengimplementasikan standar kesehatan adaptasi kebiasaan baru sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Mutu makanan dan minuman
 - a. Mutu pelayanan makanan dan minuman;
 - b. Menegaskan makanan dan minuman yang bermutu.
7. Mutu akomodasi
 - a. Kualitas pelayanan akomodasi
 - b. Memastikan pengelolaan akomodasi yang berkualitas
8. Kinerja Friendly Tour Operator
 - a. Tanggung jawab kepada nilai-nilai ideal desa wisata
 - b. Partisipasi pada perlindungan penduduk dan alam
 - c. Sokongan terhadap ekonomi lokal
 - d. Mempromosikan indahnya penemuan, pengetahuan dan penghargaan

- e. Mempromosikan pengalaman yang memuaskan dan aman bagi wisatawan dan masyarakat
 - f. Masyarakat lokal yang sadar wisata
 - g. Masyarakat lokal yang memahami sapta pesona dan menerapkannya
9. Pemanfaatan Teknologi
- a. mengimplementasikan teknologi sebagai media penyebaran informasi dan promosi
 - b. mengimplementasikan teknologi dalam pengelolaan desa wisata

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Riset ini merupakan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan aktivitas riset social untuk memperoleh data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Senada yang disampaikan oleh Moleong (2007:11) bahwa data yang dihasilkan pada penelitian ini berupa kata-kata, gambar, bukan angka. Definisi lain menurut Sugiyono (2013:29) penelitian kualitatif merupakan teknik riset yang dilakukan untuk mendeskripsikan dan analisis suatu hasil riset, tapi tidak bermaksud menciptakan konklusi yang melebar. Riset ini menjelaskan dalam bentuk narasi mengenai aktivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Wisata Lantan guna mengoptimalkan kunjungan wisatawan melalui paket wisata.

Metode Memilih Informan

Metode pemilihan informan dalam riset ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan berdasarkan atas strata, random atau daerah tetapi berdasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto, 2010:183). Adapun informan dalam penelitian ini adalah Sri Trisnadewi (Pokdarwis Desa Wisata Lantan). Kriteria informan yang telah dipilih adalah

1. Ketua pokdarwis
2. Mengetahui perencanaan komunikasi untuk pariwisata Desa Wisata Lantan
3. Koordintor dalam menyusun tindakan komunikasi untuk mempublikasikan destinasi wisata Desa Wisata Lantan.

Metode Menghimpun Data

Adapun metode menghimpun data dalam riset ini adalah sebagai berikut, Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam semi terstruktur kepada Pokdarwis Desa Wisata Lantan. Selain itu, tim peneliti akan mengumpulkan data dengan menggunakan dokumentasi, baik dalam bentuk foto maupun dokumen yang dimiliki oleh pokdarwis.

Metode Analisis Data

Metode analisis data pada riset ini menggunakan model Miles and Hubberman. Menurut Miles and Hubberman Teknik analisis data ini dilaksanakan secara komunikatif dan berlangsung secara berkelanjutan sampai selesai, sehingga datanya jenuh. Adapun proses model ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data
Data-data yang telah terkumpul oleh peneliti akan dipilih untuk disederhanakan berdasarkan hasil temuan di lapangan yang kemudian dikelompokkan berdasarkan permasalahan penelitian.
2. Data display
Setelah melakukan reduksi data, step berikutnya adalah menyajikan data. Dalam penyajian data ini akan menampilkan foto, uraian singkat, grafik, bagan selama proses penelitian.
3. Penarikan kesimpulan
Penarikan kesimpulan digunakan dengan cara menganalisa hasil temuan di lapangan (hasil wawancara, dokumentasi) dengan menggunakan teori yang ada di kajian pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Pokdarwis Desa Wisata Lantan Berbasis Masyarakat

Pokdarwis sebagai komunitas yang peduli terhadap pariwisata dapat membantu untuk menunjang promosi destinasi wisata. Pokdarwis Desa Wisata Lantan merupakan komunitas yang dapat membantu untuk penyambung aktivitas atau atraksi di Desa Lantan kepada wisatawan. Hal tersebut dapat ditinjau dari hasil wawancara berikut ini.

“Yang secara SK 25 anggota. Gak ada, soalnya kan mereka ada yang kerja ke Malaysia terus ada ke Kalimantan, terus ada juga yang sudah menikah, ada juga yang diterima kerja di tempat lain. Tapi

secara SK mereka masih dan kami masih terima kalau mereka balik lagi, nah untuk solusi tersebut kami ada program namanya volunteer pokdarwis dalam masa 3 bulan, kami memberikan adik-adik SMA atau diluar pokdarwis yang ingin mengikuti jadi pokdarwis. Tapi untuk volunteer pokdarwis ini kami baru hanya buka untuk masyarakat desa, bukan secara umum, rencananya mau buka itu karena banyak yang ingin pengabdian dan mungkin kita akan menyediakan sertifikat saja. “

(Hasil wawancara dengan Mbak Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Lantan, 30 Juli 2023)

Pokdarwis di Desa Lantan memiliki anggota, namun tidak semua aktif, sehingga pokdarwis melakukan kolaborasi dengan pemuda setempat asli Desa Lantan untuk memberikan kontribusi kepada desa wisata. peneliti menganalisa pada pengurus yang sudah mendapatkan SK Pokdarwis. Berdasarkan hasil wawancara tersebut masih ada kekurangan terkait komitmen pengurus pokdarwis sehingga sampai mencaai sukarelawan dalam membantu pengelolaan desa wisata. dengan kata lain, masih belum ada kesadaran wisata. tidak bisa dipungkiri bahwa bekerja di pokdarwis berbeda dengan pekerjaan tetap yang memang memiliki salary, sehingga banyak yang memilih pekerjaan tetap lain. Tentu kolaborasi dengan pemuda desa yang masih berstatus sekolah, peneliti menganalisa perlu pendampingan karena tidak semua aktivitas dalam desa wisata diserahkan ke pemuda yang masih sekolah. Selain itu kepedulian masyarakat terhadap kondisi pokdarwis juga dilibatkan dalam forum diskusi. Peneliti menganalisa keterlibatan yang ditunjukkan oleh masyarakat, khususnya kelapa dusun dirasa perlu guna keterbukaan informasi atau permasalahan yang dihadapi oleh pokdarwis dapat dicarikan solusi.

Dalam menunjang kompetensi pengurus Pokdarwis Desa Wisata Lantan, perlu adanya keterlibatan pihak luar dalam kolaborasi membentuk karakter pengurus pokdarwis yang mampu memiliki pengetahuan dan wawasan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara berikut ini:

“Iya, kita selalu melakukan kolaborasi atau bekerjasama dengan pemerintah, seperti dinas pariwisata, lalu travel agent, NGO, untuk meningkatkan dan

mengembangkan desa Lantan sendiri.”
(Hasil wawancara dengan Mbak Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Lantan, 30 Juli 2023)

Keterlibatan dengan pihak eksternal penting untuk dilakukan guna meningkatkan pengetahuan sumber daya manusia serta pengembangan Desa Wisata Lantan. Di sisi lain, dengan adanya pihak eksternal dapat membantu menunjang promosi desa wisata sekaligus memperkenalkan produk-produk unggulan masing-masing desa. Kolaborasi antara pihak eksternal dengan pokdarwis pun dapat mengembangkan desa wisata. Hasil kolaborasi dengan pihak eksternal tentu dapat bermanfaat dalam menjalankan pengelolaan destinasi di Desa Wisata Lantan. Pokdarwis Desa Lantan secara terbuka dan melibatkan warga setempat untuk mengelola paket wisata, seperti yang disampaikan Ketua Pokdarwis Desa Lantan berikut ini:

“Jelas itu, honestly tranparansi kami sangat tidak ada ketutupan, artinya misalnya untuk yang jadi masak segini bagiannya, yang guide untuk hunting local food segini bagiannya, berapa yang masuk ke pokdarwis segini bagiannya, tapi itu apa ya pembagiannya tidak secara gamblang kami jelaskan, kan itu rahasia dapur ya, tapi kami jelaskan ke masyarakat nih kami akan kasih upah segini mau gak atau segini upahnya dulu, sesuai gak sih, rugi gak sih, untung gak sih, kayak gitu, justru mereka senang, soalnya kan kadang mereka ke sawah itu 12 jam cuma dapat 25 ribu, tapi cuma nemenin tamu sejam dapat segitu juga kayak gitu. Tidak ada dalam artian yang hanya menguntungkan pribadi, misalnya saya sendiri contohnya, saya mengambil segini nih gak seperti itu, harus bagi rata sesuai dengan apa yang dikerjakan, mau kamu cewe mau kamu cowo, kalau dulu ya cewe itu pasti gak dapat apa-apa, terus banyakan cowo yang dapat. Kalau sekarang gak seperti itu, dibagi rata sesuai bidang kerjanya dan waktu yang dihabiskan berapa lama nih, contohnya yang nemenin tamu gak mungkin sama dengan yang tukang masak, kami benar-benar bagi rata sesuai porsi masing-masing.” (Hasil wawancara dengan Mbak

Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Lantan, 30 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan Ketua Pokdarwis Desa Lantan, dalam mengelola desa wisata diatur dalam perdes dan ketetapan yang sudah disepakati dengan masyarakat setempat melalui aktivitas musyawarah. Mekanisme yang telah ditetapkan di desa wisata tersebut tertuang dalam perdesa Desa Lantan, sehingga dalam menjalankan kegiatan di desa wisata Lantan pokdarwis tidak bisa keluar dari koridor yang telah ditetapkan dan diketahui oleh pihak-pihak terkait. Pengelolaan desa wisata oleh Pokdarwis Desa Lantan bekerja sama dengan agen-agen tour sehingga wisata di desa tersebut dapat dikenal oleh wisatawan yang baru pertama kali menikmati paket wisata di Desa Lantan. Pendistribusian paket wisata yang ada di Desa Lantan telah dikelola secara manajemen, sehingga antara agen tour dengan pihak pokdarwis sudah tahu porsinya masing-masing. Pokdarwis dalam mengelola manajemen wisatanya juga mengedepankan keterbukaan terhadap pembagian profit dengan masyarakat desa yang dilibatkan dalam paket wisata. keterbukaan yang telah dilakukan oleh pokdarwis ini tidak membedakan gender, sehingga semua sesuai dengan tupoksinya.

Destinasi wisata yang dimiliki oleh Desa Wisata Lantan bukan hanya atraksi saja, melainkan juga wisata alam. Pokdarwis Desa Lantan memberikan wawasan kepada wisatawan untuk bisa mengolah hasil bumi dan menjaga ekosistem alam dengan aktivitas yang unik dan belum pernah dirasakan oleh wisatawan, khususnya wisatawan asing. Menjaga ekosistem alam dapat dilakukan oleh wisatawan dengan kegiatan soft tracking. Hal tersebut seperti dokumentasi



Gambar 3. Soft Tracking Desa Wisata Lantan

Pokdarwis Desa Lantan juga memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk bisa melakukan trip menginap di desa.

Pokdarwis Desa Wisata Lantan menawarkan akomodasi penginapan di rumah warga dengan harga terjangkau, sehingga wisatawan tidak kesusahan untuk melakukan trip beberapa hari. Hal tersebut dapat dilihat melalui gambar di bawah ini.



Gambar 4. Homestay Di Desa Wisata Lantan

Pengelolaan Desa Wisata Lantan tidak bisa berjalan dengan optimal tanpa adanya dukungan dari Pokdarwis sebagai penggerak untuk bisa memandu wisatawan yang melakukan trip. Sumber daya manusia dalam mengelola desa wisata perlu melakukan control guna aktivitas wisatawan. Dalam mengontrol kebutuhan informasi wisatawan. Pokdarwis Desa Wisata Lantan memanfaatkan media social, seperti Instagram, google, website jadesta. Hal tersebut dilakukan untuk mendukung kebutuhan informasi wisatawan agar mendapatkan pengetahuan awal ketika mengambil keputusan untuk melakukan trip.

Di sisi lain, ketika Pokdarwis Desa Lantan menjual destinasi wisata, juga melibatkan warga setempat untuk mendukung kearifan local desa. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh warga untuk bisa dinikmati oleh wisatawan. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah membina hubungan yang hangat antara warga dengan wisatawan, sehingga tidak ada jarak untuk bisa saling mengenal dan memahami budaya yang berbeda. Hal tersebut dapat dilihat melalui gambar di bawah ini.



Gambar 5. Interaksi wisatawan dengan warga local Desa Lantan

Aktivitas Komunikasi Pariwisata Pokdarwis Dalam Mengoptimalkan Destinasi

Komunikasi pariwisata merupakan proses interaksi individu dengan individu lain dalam membahas isu-isu pariwisata. Dalam membahas isu-isu pariwisata, perlu adanya keterlibatan beberapa elemen masyarakat. Community based tourism atau dikenal dengan istilah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menjadi poros dalam membantu mempromosikan desa wisata. Pokdarwis perlu mengkomunikasikan dengan masyarakat setempat dalam menjual potensi wisata.

“Pertama pokdarwis, kami kan terbentuk di 2021 ya, nah dalam pembentukan pokdarwis ini kami mengundang seluruh dusun, remaja, pelaku, siapapun, bapak ibu, pokoknya segala usia kita libatkan untuk sebagai anggota pokdarwis diluar dari keaktifan atau tidak keaktifannya sekarang ini, itu salah satunya. Kemudian untuk pembuatan paket wisata, kami melibatkan masyarakat atau pelaku wisata, contohnya KWT kelompok wirausaha tani dalam pembuatan kripik sama kopi, kita libatkan untuk ekowisatanya. Kemudian untuk pengelolaan destinasi air terjun itu kami menyerahkan ke dusun masing-masing contohnya di babak Pelangi dikelola oleh dusun itu sendiri, pokdarwis hanya sebagai fasilitator saja. Lalu kemudian beberapa kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat, inak-inak, bapak-bapak, contohnya kayak cooking class, hunting local food, di sawah pokoknya kegiatan kayak gitu kita berusaha untuk libatkan masyarakat, karenakan konsep kami ekowisata, dimana kami memberdayakan masyarakat untuk salah satunya meningkatkan nilai ekonomi.”
(Hasil Wawancara dengan Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Lantan, 30 Juli 2023)

Komunikasi dalam konteks pariwisata perlu melibatkan individu-individu untuk membahas isu-isu terkait pariwisata. Ketiga desa wisata tersebut membahas isi dari potensi desa yang hendak dijadikan obyek wisata, seperti yang telah disebutkan oleh informan di atas yaitu wisata pertanian, wisata alam, atraksi sosial. Oleh sebab itu, pokdarwis dapat terbentuk karena adanya kepedulian masyarakat terhadap potensi wisata di masing-masing desa, sehingga perlu adanya kerjasama

atau komunikasi antara pokdarwis dengan masyarakat setempat.

Komunikasi yang dilakukan pokdarwis dengan masyarakat dalam memajukan pariwisata memiliki berbagai cara. Komunikasi pariwisata dalam memperkenalkan potensi obyek wisata perlu melibatkan sumber daya manusia yang mampu memberikan kontribusi dalam menjual potensi wisata. Keberadaan sumber daya manusia dapat memberikan dampak bagi pariwisata untuk mempromosikan desa wisata. Namun keberadaan sumber daya manusia dirasakan memiliki perbedaan di antara ketiga desa tersebut. Berikut adalah hasil wawancara dengan Ketua Pokdarwis Desa Lantan:

konsistennya itu masih kurang, karena sifatnya kamu sedang membangun suatu hal yang sudah tertidur beberapa tahun karena pandemi dan gempa, konsisten karena teman-teman perlu biaya hidup gitu-gitukan sementara tamu belum sekonsisten itu datang ke Lantan, maksudnya konsisten paling dalam sebulan mungkin dua atau tiga, bukan yang dalam seminggu empat, ini sebulan, tapi adalah progressnya nih dari tamu sebelumnya yang gak ada sama sekali tamu datang gitu kan. Konsistennya itu menjadi tantangan, kalau mengelolanya kita banyak dibantu sebenarnya baik dari NGO, Poltekpar, dari Unram juga, dari teman-teman KKN juga yang volunteering di Lantan juga yang bantu, kemudian dari dinas pariwisata Lombok Tengah, kemudian dari provinsi kementerian itukan ada pelatihan-pelatihan, itu sebenarnya banyak dari pihak luar yang membantu, problemnya itu ada di internal, konsistennya saja, kalau bagaimana cara mengelolanya ya beri pelatihan terus bagaimana management organisasi, nah apa penyebab konsisten ini kurang, yaitu entah perempuan nikah keluar desa, lalu kemudian laki-laki harus bekerja keluar kota, kita tidak bisa menyalahkan itu, ini prosesnya kayak gitu, itu sih tantangannya.” (Hasil wawancara dengan Mbak Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Lantan, 30 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Pokdarwis Desa Wisata Lantan mengalami

permasalahan terkait konsistensi anggota pokdarwis. Secara personal, Pokdarwis memiliki sumber daya manusia, namun belum memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan desa wisata, sehingga konsistensi keterlibatan dirasa kurang. Di sisi lain, berdasarkan hasil wawancara juga, informan menjelaskan mengenai kurang optimalnya anggota pokdarwis dikarenakan kegiatan anggota di luar aktivitas pengelolaan desa wisata, seperti berumah tangga di luar desa atau mendapat pekerjaan yang pasti di luar kota. Secara pengelolaan desa wisata, Pokdarwis Desa Wisata Lantan banyak terbantu dari pihak eksternal seperti yang sudah disampaikan oleh informan pada hasil wawancara di atas.

Pengelolaan sumber daya manusia pada masing-masing desa telah melibatkan pihak eksternal untuk memberikan pelatihan agar dapat mengelola desa wisata secara maksimal. Namun yang perlu dioptimalkan adalah komitmen anggota pokdarwis dalam membantu pengelolaan desa wisata.

Komunikasi pariwisata dalam mengelola destinasi di desa wisata juga perlu adanya keterlibatan pemilik modal. Pemilik modal ini menjadi komponen penting juga dalam mengelola desa wisata karena berkaitan dengan operasional yang akan dilakukan dalam setiap aktivitas kegiatan di desa wisata. Adapun pemilik modal di masing-masing desa dapat dijelaskan oleh informan berikut ini

“Belum ada untuk saat ini di Lantan, karena pertama mungkin tipikal masyarakat itu kan dia melihat satu dulu pasti semua ngikut nih, kan sebenarnya kan perkembangan desa di Lantan dari tahun 2017 bekerjasama dengan NGO Jepang, 2018 dapat bantuan dari Australia dan Dispar, 2020 keluar SK Desa Wisata, setelah pandemi bangkit kembali nih. Dan tamu belum terlalu rame, karena kami sedang sedang tahap bangkit kembali dari covid gak kayak dulu banyak tamu dari luar, ada beberapa masyarakat juga yang bergerak sendiri membawa tamu, kadang ada juga yang meminjam sepeda karena ada bawa tamu asing nih, tapi untuk penyebabnya itu apa ya, ya belum liat buktinya secara mluas, seperti itu sih penyebabnya, kalo masyarakat udah ngeliat hasilnya pasti dia mau dan menawarkan seperti pakai tanah saya saja nih, seperti ini nih kan modelnya pribadi kan yang ini basecamp sama homestaynya

bekerja sama dengan pokdarwis yang pengelolanya, belum ada kayak gini di Lantan.” (Hasil wawancara dengan Mbak Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata lantan, 30 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dalam menjalankan operasional dana mendapatkan bantuan dari pihak eksternal seperti NGO, Dinas Pariwisata. Dana yang diperoleh kemudian dimanfaatkan untuk pengelolaan desa wisata. Hasil yang diperoleh dari dana tersebut dapat menjadi bukti keseriusan pokdarwis dalam mengelola desa wisata kepada masyarakat. Masyarakat memberikan kepercayaan terhadap hasil yang sudah dicapai oleh pokdarwis dalam mengelola wisata, sehingga masyarakat pada akhirnya ikut berpartisipasi untuk memberikan kontribusi seperti peminjaman lahan masyarakat untuk dijadikan tempat operasional desa wisata.

Dalam komunikasi pariwisata, wisatawan sebagai pengunjung dalam melakukan destinasinya perlu mempertimbangkan akses kemudahan dalam menjangkau lokasi wisata. Akses lokasi wisatawan dalam berkunjung, oleh pokdarwis sangat dioptimalkan dalam menggunakan media virtual.

“Kita di sosial media sudah taruh nomor whatsapp, cuma belum buat linktree nya aja, insyaallah secepatnya kita buat linktree.” (Hasil wawancara dengan Mbak Tiwi, Ketuas Pokdarwis Desa Lantan, 30 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menunjukkan bahwa dalam mempermudah akses pengunjung untuk bisa mengetahui informasi mengenai obyek wisata yang dituju memanfaatkan media sosial maupun google maps. Hal ini bertujuan untuk kemudahan pengunjung bisa dengan cepat mengakses informasi dan lokasi destinasi wisata di masing-masing desa wisata. destinasi wisata yang menjadi obyek tujuan wisatawan tidak lepas dari perencanaan dalam menyusun paket wisata. perencanaan penyusunan paket wisata dilakukan guna wisatawan dalam melakukan kunjungan sesuai arah dan tujuan datang ke desa wisata. berikut merupakan hasil wawancara dengan pokdarwis:

“Ada perencanaannya, tapi tidak serapi yang mungkin yang kayak oh berapa tahun mau ngapain nih, kayak gitu. Tapi

perencanaannya itu lebih kepada gini kami kayak survei dulu di masing-masing dusun, kira-kira dusun ini potensinya apa ya, itu yang kita susun. Kalau kemarin itu kita fokus di apa yang ada kayak sepeda terus camping, nah sekarang ke ekowisata dan soft trackingnya, paket barunya ya itu sama beberapa kegiatan masyarakat local yang sekarang fokusnya disana.” (Hasil wawancara dengan Mbak Tiwi, Ketua Pokdarwis Desa Lantan, 30 Juli 2023)

Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi yang sudah peneliti kumpulkan di atas, maka peneliti menganalisa berdasarkan kajian yang diungkapkan oleh Bungin (2015) mengenai komponen komunikasi pariwisata yang sudah dilakukan oleh Pokdarwis Desa Wisata Lantan, maka dapat diketahui bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pokdarwis adalah secara terbuka dengan melibatkan masyarakat untuk mensosialisasikan destinasi yang ditawarkan kepada wisatawan. Keterbukaan informasi yang sudah dilakukan oleh Pokdarwis Desa Lantan merupakan kepedulian dalam membangun desa wisata, sehingga setiap progress yang dilakukan oleh pokdarwis dalam mengelola desa wisata dapat diketahui oleh warga.

Komunikasi yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Wisata Lantan dalam menarik perhatian pemilik modal sudah mendapatkan progress, yaitu keterlibatan pihak NGO, pemerintah, akademisi dapat membantu, baik dari segi kompetensi sumber daya manusia maupun pendanaan dalam mengelola desa wisata.

Pokdarwis Desa Wisata Lantan dalam mengkomunikasikan destinasi sudah memenuhi kebutuhan public, yaitu penggunaan social media. Namun yang perlu dioptimalkan adalah konten yang ada di Instagram perlu diperbanyak dengan menampilkan feed aktivitas pengunjung setelah mereka melakukan kegiatan langsung diunggah pada hari berikutnya, sehingga wisatawan dapat melihat hasil dokumentasi kegiatan mereka.

Sumber daya manusia yang ada di Pokdarwis Desa Wisata Lantan berdasarkan hasil wawancara di atas jumlah keanggotaannya cukup banyak, namun yang menjadi permasalahan adalah komitmen. Hal ini berkaitan dengan salary yang lebih diperoleh di luar kegiatan pokdarwis. Peneliti menganalisa bahwa secara teknis berbicara

“kebutuhan perut” tidak bisa dipaksakan, sehingga pilihan untuk mencari pekerjaan di luar lebih menghasilkan. Namun hal tersebut dapat disiasati dengan cara

Pemasaran yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Lantan secara online, namun media online tersebut pokdarwis mencantumkan contact person. Peneliti menganalisa dengan mencantumkan contact person secara online dapat menjangkau public. Selain itu, menggunakan media sosial maupun e commerce dalam memasarkan destinasi di desa wisata. Peneliti menganalisa yang telah dilakukan oleh pokdarwis telah memiliki kesadaran kebutuh saat ini serba cepat, konsumen menginginkan cepat, sehingga perlu melakukan penguasaan teknologi agar informasi yang dibutuhkan oleh konsumen bisa dengan mudah mengaksesnya.

Dalam hal pencarian informasi, karena ketiga desa sudah menggunakan secara virtual, sehingga informasi mudah diakses melalui media sosial desa wisata. selain pemanfaatan akses internet, akses menuju lokasi di masing-masing desa mudah diakses berdasarkan maps yang ada di google.

KESIMPULAN

Komunikasi pariwisata sebagai multi disiplin ilmu telah menghasilkan kontribusi dalam pengembangan desa wisata. Pokdarwis Desa Wisata Lantan dalam mengkomunikasikan destinasi mencakup komponen komunikasi pariwisata. yaitu (1). Komunikasi dilakukan secara terbuka (sosialisasi); (2). Pemilik modal melibatkan pihak eksternal, yaitu NGO, pemerintah, akademisi; (3). Wisatawan dalam mendapatkan informasi dapat mengakses media social; (4). Sumber daya manusia yang ada di pokdarwis belum optimal dikarenakan banyak anggotanya memilih bekerja ke luar daerah desa mereka; (5). Destinasi yang ditawarkan memiliki kekhasan, yaitu ecrafting, downhill, cooking class, hunting local food, society activities; (6). Pemasaran dilakukan secara online dengan media social (mencantumkan contact person); (7). Aksesibilitas menuju desa wisata mudah dijangkau dan dapat akses melalui google maps untuk bisa mencari lokasi, sehingga wisatwan dengan mudah menemukan lokasi

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rinea Cipta.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata*. Jakarta: Prenada Group.
- Daulay, Listiyana Safitri. (2019). *Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Padangsidempuan*. (Thesis Magister, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan).
<http://repository.umsu.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/256/MODEL%20KOMUNIKASI%20PARIWISATA%20BERBASIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Inzana, N., Mayunita, S., & Jumaah, S. H. (2021). *Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Desa Wisata di Lantan Kabupaten Lombok Tengah*. *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer (Rapik)*, 1(2), 110–120.
<https://doi.org/10.47134/rapik.v1i2.15>
- Jakarta Pusat. Kementerian Parwisata. (2019). *Buku Pedoman Desa Wisata*.
https://biroadpim.ntbprov.go.id/wp-content/uploads/2020/07/002-BUKU-PANDUAN-DESA-WISATA-2020_compressed.pdf
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Ade. (2019). *Ekonomi Kreatif*.
<https://sucedes.wordpress.com/ekonomi-kreatif-2/>
- Paramita, S. (2017). *Lokal Perspektif Komunikasi Pariwisata Masyarakat Di Desa Sade Lombok*. *Jurnal Visi Komunikasi*, 146-156.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Widayanti, et al. (2019). *Pedoman Desa Wisata*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
<https://jadesta.kemenparekraf.go.id/getdata/file/Buku-Membangun-Desa.pdf>