
**Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi
Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata
Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon**

Subejo

Prodi S3 PKP Sekolah Pascasarjana UGM dan Prodi S1 PKP Fakultas Pertanian UGM
email: subejo@ugm.ac.id

Nurul Chamidah

Prodi S3 Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, SPS UGM
dan Universitas Muhammadiyah Cirebon
email: nurul.chamidah@mail.ugm.ac.id

Nirmalasari

Prodi S2 Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, SPS UGM
email: nirmala.sari@mail.ugm.ac.id

Suyoto

Prodi S2 Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, SPS UGM
email: suyoto.hs@ugm.ac.id

Sunarru Samsi Hariadi

Prodi S2-S3 PKP Sekolah Pascasarjana UGM dan Prodi S1 PKP Fakultas Pertanian UGM
email: sunarru_sh@ugm.ac.id

Muhamad

Prodi S2 dan S3 Kajian Pariwisata, PS UGM
email: drmuhammad@ugm.ac.id

Apredeah Monica Selvi

Prodi S2 Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan, SPS UGM
email: apredeah.monica@mail.ugm.ac.id

Dedi Muhammad Siddiq

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon
email: dedisiddiq@ugj.ac.id

Subejo, Nurul Chamidah, Nirmalasari, Suyoto, Sunarru Samsi Hariadi, Muhamad, Apredeah Monica Selvi, Dedi Muhammad Siddiq, Khaerudin Imawan, Isamayana -- Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19

Khaerudin Imawan

Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon

email:imawan7@gmail.com

Isamayana

Fakultas Hukum Universitas Swadaya Gunung Jati, Cirebon

email:ismayana.ugjfh@gmail.com

Dikirim: 03-12-2020; Direvisi: 04-05-2021; Diterima; 15-06-2021

ABSTRACT

The governance of tourism villages, synergy and coordination among tourism village stakeholders that were efficient and effective and strengthening the capacity and support capacity of stakeholders required a communication strategy for developing tourism villages which was right in line with advances in information technology possessing great potency to facilitated various tourism village development activities. In addition, the latest global developments with the Covid-19 pandemic appeared to had a significant impact on the development of tourism villages.

The study was conducted in three tourism villages at Jamblang District, Cirebon Regency, which had initiated the tourism village since 2016. Several research techniques used were FGDs, in-depth interviews and direct interviews with 95 respondents.

The study was able to mapped stakeholders based on status (internal and external) and stakeholders based on the level of interest and contribution (primary, secondary and tertiary). The main relationships between stakeholders included: socialization, training, extension, reports, coordination, promotion and assistance. Formally, there was no communication strategy document available, but related parties had practiced communication and interaction according to their interests. New media and several applications or platforms had begun to be used by the community in supporting the development of tourism villages. The development of tourism villages was significantly affected by the Covid-19 pandemic and the existing strategies were not yet adaptive enough to coped the arising problems. Several prospective tourism village development strategies included improving infrastructure aspects, improving human resource capacity, diversifying tourist attractions and strengthening promotions.

Keywords: Strategy; Communication; Information Technology; The Development and Resilience of tourism village; and Covid-19.

ABSTRAK

Tata kelola desa wisata, sinergi dan koordinasi antar *stakeholders* desa wisata yang efisien dan efektif serta penguatan kapasitas dan daya dukung *stakeholders* memerlukan suatu strategi komunikasi pengembangan desa wisata yang tepat sejalan dengan kemajuan teknologi informasi yang memiliki potensi besar untuk memfasilitasi berbagai aktivitas pengembangan desa wisata. Selain itu, perkembangan global terkini adanya pandemi Covid-19 nampaknya memiliki dampak signifikan pada pengembangan desa wisata.

Kajian dilakukan pada tiga desa wisata di Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon yang telah menginisiasi desa wisata sejak 2016. Beberapa teknik penelitian yang digunakan yaitu FGD, *indepth interview* dan *direct interview* dengan 95 responden.

Kajian dapat memetakan *stakeholders* berdasar status (internal dan eksternal) dan *stakeholders* berdasarkan tingkat kepentingan dan kontribusi (primer, sekunder dan tersier). Relasi utama antar *stakeholder* mencakup: sosialisasi, pelatihan, penyuluhan, pelaporan, koordinasi, promosi dan pendampingan. Secara formal belum tersedia dokumen strategi komunikasi, namun pihak terkait sudah mempraktikkan komunikasi dan interaksi sesuai dengan kepentingannya. Media baru dan beberapa aplikasi atau platform sudah mulai dimanfaatkan oleh masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata. Pengembangan desa wisata terdampak signifikan oleh pandemi Covid-19 dan strategi yang ada belum cukup adaptif terhadap problem-problem yang muncul. Beberapa strategi pengembangan desa wisata yang prospektif mencakup perbaikan aspek infrastruktur, kapasitas SDM, diversifikasi atraksi dan penguatan promosi.

Kata Kunci: Strategi; Komunikasi; Teknologi Informasi; Pengembangan dan Ketahanan Desa Wisata; dan Covid-19.

PENGANTAR

Pengembangan sektor kepariwisataan telah memberikan dampak positif bagi kemajuan ekonomi dan penghidupan masyarakat setempat. Salah satu jenis pariwisata yang berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia adalah desa wisata (*rural tourism*). Argumentasi tentang pentingnya pengembangan *rural tourism* adalah keberagaman potensi desa-desa yang tersebar pada berbagai wilayah di Indonesia yang berjumlah 74.954 desa sebagaimana dilaporkan oleh Anonim (2019) dalam Pusat Data Desa Indonesia. Selain itu juga potensi berbagai sumber daya pengembangan serta berbagai bentuk dukungan pemerintah pusat dan daerah. Implementasi kebijakan program dana desa dan alokasi dana desa dengan jumlah cukup besar memberikan peluang yang besar bagi pengembangan desa wisata di Indonesia.

Secara umum, desa wisata dipahami sebagai sebuah kawasan yang berkaitan dengan wilayah dan berbagai kearifan lokal seperti adat-istiadat, budaya, potensi, yang dikelola sebagai daya tarik wisata sesuai dengan kemampuannya, yang ditunjukkan untuk kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat. Potensi kearifan lokal desa menjadi salah satu sumber daya penting dalam pengembangan desa wisata. Secara umum, kearifan lokal atau sistem pengetahuan lokal dipahami sebagai pengetahuan yang khas yang milik suatu masyarakat atau budaya tertentu yang telah berkembang dalam waktu yang cukup lama, sebagai hasil dari proses hubungan timbal balik warga masyarakat dengan lingkungannya.

Pada pengembangan desa wisata, selain urgensi pemetaan dan pemanfaatan berbagai potensi sumber daya desa, juga diperlukan

pemetaan *stakeholders* yang terkait dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata. Keberhasilan pengembangan desa wisata sangat terkait dengan strategi pengelolaan yang melibatkan cukup banyak *stakeholders*. Mekanisme keterkaitan yang sinergis antar *stakeholders* secara bersama-sama sangat potensial mendukung pengembangan desa wisata untuk mencapai kemajuan wilayah dan memberikan kemanfaatan pada para pelaku dan masyarakat setempat. Dalam program pembangunan pariwisata, secara umum *stakeholders* yang terlibat dalam berbagai tahapan dan proses pembangunan pariwisata dikenal dengan *Penta Helix*. Kajian Hardianto (2019) tentang *Penta Helix* pengembangan pariwisata secara konseptual merupakan kolaborasi dari lima komponen yang terdiri dari pemerintah, akademisi, swasta, media dan lembaga pendukung. Sedangkan penelitian Susilo, dkk, (2016) dengan fokus pada jenis *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan desa wisata menggambarkan ada dua jenis *stakeholders* yaitu *stakeholders* primer yang terdiri dari: pengurus desa wisata, pemerintah daerah, pelanggan, masyarakat sekitar, *travel agent*; dan *stakeholders* sekunder yang terdiri dari: media masa, asosiasi dan generasi muda.

Tata kelola desa wisata, sinergi dan koordinasi antar *stakeholders* desa wisata yang efisien dan efektif serta penguatan kapasitas dan daya dukung *stakeholders* memerlukan suatu strategi komunikasi yang tepat sesuai dengan karakteristik sosial-ekonomi yang ada.

Startegi pengembangan dan pengelolaan desa wisata dapat dilakukan secara fleksibel namun terintegrasi dan mampu beradaptasi dengan perubahan orientasi pembangunan dan berbagai perubahan lingkungan strategis yang dinamis. Pada beberapa dasawarsa

terakhir terjadi perubahan orientasi dan fokus pembangunan global, nasional dan lokal yang sangat dinamis dan mengalami perubahan dari waktu ke waktu dari masyarakat agraris berkembang menjadi masyarakat industri dan tahapan berikutnya menuju masyarakat informasi. Pengembangan pariwisata termasuk desa wisata dengan salah satu cirinya memiliki literasi informasi untuk memanfaatkan berbagai potensi sumber daya yang tersedia merupakan proses perubahan sosial masyarakat. Perubahan sosial tersebut menuntut adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia sehingga dapat mengoptimalkan kapasitas sumber daya alam melalui berbagai inovasi dan teknologi. Efektivitas dan efisiensi berbagai sektor pembangunan termasuk pembangunan pariwisata memerlukan dukungan adanya desain strategi komunikasi yang efektif dan efisien. Hal yang sangat strategis terkait dengan pengembangan strategi komunikasi pembangunan adalah keragaman karakteristik *stakeholders* pembangunan yang secara umum mencakup tiga aktor yaitu negara, masyarakat dan swasta serta bagaimana relasi antar *stakeholders* akan menjadi isu yang penting dalam desain strategi komunikasi program pembangunan.

Dalam penyusunan strategi komunikasi akan melibatkan aspek cukup rinci yang secara umum mencakup fungsi manajemen yaitu penilaian, analisis, desain, penetapan atau tindakan dan evaluasi. UNICEF dalam Subejo (2020) telah mengembangkan konsep desain strategi komunikasi yang dikenal dengan ACADA. Model strategi komunikasi ACADA mencakup: *Assessment, Communication Analysis, Design, Action*. Selain desain dasar dalam program komunikasi pembangunan, hal yang sangat penting dalam

menentukan keberhasilan komunikasi program pembangunan adalah pendekatan komunikasi. Rao (2013) secara garis besar memilah pendekatan komunikasi menjadi tiga yang mencakup: *advocacy, social mobilization, dan behavior change communication (behavior development) communication*.

Penguatan strategi komunikasi pengembangan desa wisata perlu memanfaatkan secara optimal berbagai kemajuan teknologi terkini. Salah satu inovasi teknologi terkini yang berkembang sangat pesat dan dapat diakses dengan relatif mudah oleh masyarakat perdesaan adalah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) atau sering dikenal sebagai *digital technologies*. Dengan pertimbangan aktivitas pengembangan desa wisata membutuhkan berbagai informasi, promosi dan transaksi dengan berbagai *stakeholders* maka pengembangan desa wisata tidak dapat lepas dari media baru yang secara luas dikenal dengan media digital. Penggunaan media baru memiliki potensi besar untuk memfasilitasi berbagai aktivitas pengembangan desa wisata misalnya mendukung kecepatan dan efektivitas koordinasi dan komunikasi antar *stakeholders*, promosi dan pemasaran potensi dan daya tarik wisata, penguatan efektivitas tata kelola administrasi dengan sistem informasi digital. Burman, dkk, (2013) melaporkan teknologi komunikasi modern sangat penting bagi pembangunan perdesaan terutama untuk mendorong partisipasi, mendiseminasikan informasi serta untuk *sharing* pengetahuan dan keterampilan baru.

Meskipun tidak terkait langsung dengan pemanfaatan TIK untuk pembangunan desa wisata, kajian Subejo (2011) dan Subejo (2013) menggambarkan potensi pemanfaatan TIK untuk mendukung

efektivitas pembangunan perdesaan dan pertanian. Kisah sukses pemanfaatan TIK untuk pembangunan perdesaan dan pertanian terjadi di perdesaan Jepang, model *Cyber Extension* tersebut dinamakan *Extension Information Network* (EI-net). Sistem integrasi yang menggabungkan *stakeholders* seperti pemerintah pusat, provinsi, lembaga penelitian, perusahaan pertanian, pasar, penyuluh dan petani dianggap mampu memberikan dampak pada keberhasilan pembangunan pertanian di Jepang. Analisis pemanfaatan media digital atau TIK untuk pembangunan perdesaan melalui sudut pandang sektor pertanian juga telah diteliti oleh Yadav (2015) yang melaporkan terdapat beberapa media yang memiliki pengaruh penting pada pembangunan perdesaan, yaitu televisi, radio, internet dan *smartphone*.

Salah satu media yang perkembangannya sangat pesat diantara media elektronik yang tersedia dan telah berkembang di Indonesia adalah internet. Anonim (2018) melaporkan pengguna internet di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Jika pada tahun 2000 jumlah pengguna hanya 1,9 juta jiwa, pada tahun 2010 meningkat menjadi 42 juta jiwa dan pada tahun 2017 meningkat lebih dari 300 persen dibanding tahun 2010 jumlah tersebut menjadi 143,3 juta jiwa. Pengguna internet akan terus bertambah seiring makin luasnya jangkauan layanan internet pada berbagai daerah di Indonesia. Peningkatan pembangunan menara *Base Transceiver Station* (BTS) yang dibangun oleh para operator maupun penyedia jasa layanan seluler, pembangunan jaringan kabel fiber optik Palapa Ring akan meningkatkan layanan internet di Indonesia, terutama bagian timur.

Studi tentang munculnya media baru dalam proses pembangunan perdesaan dan

pertanian juga dilaporkan Subejo, dkk. (2017) yang ditandai dengan pemanfaatan internet untuk mendukung usaha tani komoditas hortikultura komersial di daerah pesisir selatan Yogyakarta menunjukkan internet mulai populer di kalangan petani komersial dengan karakteristik sebagian besar petani berumur muda, memiliki pendidikan yang relatif baik, komoditas yang dikembangkan bersifat komersial dan cepat rusak (hortikultura) serta kondisi infrastruktur (telekomunikasi, listrik dan jalan sangat baik). Karakteristik sosial, ekonomi dan fisik tersebut membutuhkan solusi kecepatan dan ketepatan arus informasi dan internet merupakan salah satu media informasi dan komunikasi yang mampu menjawab problematika tersebut. Selain itu, Subejo (2019) menekankan bahwa pada dasarnya belum semua masyarakat desa di seluruh daerah perdesaan memiliki akses yang baik terhadap internet. Pada beberapa wilayah masih sulit mendapatkan sarana prasarana seperti sinyal telekomunikasi, begitupun juga terkadang menghadapi kesulitan akses terhadap listrik. Petani yang telah memiliki akses terhadap internet juga terkadang belum tentu bersedia atau dapat memanfaatkan media yang dimiliki untuk mendapatkan informasi baru yang terkait dengan kebutuhannya dalam pengembangan sektor agro atau untuk mendukung pembangunan perdesaan. Terkadang internet masih diutamakan untuk pemenuhan kebutuhan hiburan. Karakteristik sosial-budaya masyarakat dan problem geografis serta kondisi keterbatasan ekonomi nampaknya mempengaruhi tingkat akses dan penggunaan internet oleh masyarakat pertanian. Petani memiliki beragam perbedaan akses untuk memperoleh informasi pertanian melalui internet, serta terdapat berbagai motif yang mendorong petani menggunakan internet

sesuai dengan karakteristik keadaan pertanian dan latarbelakang keseharian petani.

Subejo dan Jamhari (2018) mengadvokasi pentingnya peran teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aktivitas pembangunan perdesaan dan pertanian dengan dukungan strategi yang tepat dan komprehensif dapat meningkatkan daya saing produk dan jasa pertanian dan perdesaan sehingga memiliki kualitas tinggi yang mampu menarik minat orang kota untuk melakukan transaksi pembelian berbagai produk primer, produk sekunder dan jasa yang berkembang di perdesaan melalui berbagai aplikasi teknologi informasi dan komunikasi termasuk media sosial.

Kajian pengembangan agrowisata dengan memanfaatkan teknologi komunikasi digital dilakukan oleh Lestari, (2019) menunjukkan bahwa: (1). Kapasitas petani untuk memanfaatkan teknologi komunikasi digital sangat tinggi dalam mengakses, mengelola, membuat, dan mengkomunikasikan informasi terkait agrowisata untuk mengatasi masalah dalam bisnis agrowisata. Ini terjadi karena dukungan kelompok yang efisien dan ketersediaan infrastruktur teknologi digital yang memadai. Hal ini menjadi perhatian karena semua agrowisata bisnis masih dikelola oleh anggota perintis dan (2). Kapasitas kelompok sadar wisata (pokdarwis) dalam mengembangkan usaha agribisnis berada pada level sedang karena hanya sedikit petani yang mengejar bisnis pengolahan makanan. Petani tidak memiliki kapasitas untuk memasarkan pasokan makanan olahan dan buah-buahan tidak memadai. Faktor yang mempengaruhi kapasitas petani untuk memanfaatkan teknologi komunikasi digital adalah profil mereka yang terdiri dari pendidikan formal dan non-formal, dan motivasi bisnis; ketersediaan teknologi

digital itu termasuk biaya infrastruktur dan komunikasi, dan dukungan kelompok yang terdiri dari pemasaran, kolaborasi dengan para *stakeholder*, inovasi bisnis. Sedangkan Andari, dkk, (2017) yang melakukan kajian terkait dengan *ICT readiness* pada desa wisata menunjukkan bahwa agar desa wisata dapat bersaing secara global, maka desa wisata perlu menerapkan *smart tourism* yang tidak hanya *smart* dalam pengelolaan sumber daya (alam, budaya, manusia) tetapi juga *smart* dalam pemanfaatan teknologi informasi.

Salah satu daerah yang sangat serius dan intensif mengembangkan desa wisata sejak tahun 2016 adalah Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat dengan dukungan berbagai pihak antara lain Pemerintah Daerah, Sultan Keraton Kasepuhan Cirebon, potensi sumber daya alam, potensi sumber daya budaya dan seni, potensi SDM seperti pemuda, pokdarwis dan juga Lembaga Swadaya Masyarakat pendamping.

Desain dan strategi pengembangan desa wisata nampaknya cukup terpengaruh oleh perkembangan global yang terjadi sejak awal tahun 2020 yaitu pandemi Covid-19 yang memiliki dampak sosial-ekonomi yang cukup signifikan pada berbagai daerah di Indonesia. Ferdiansyah, dkk, (2020) melaporkan pandemi Covid-19 telah menyebabkan kondisi krisis di desa wisata dan sektor pariwisata secara umum sehingga diperlukan langkah-langkah strategis dalam memitigasi risiko dan memulihkan kondisi layanan wisata.

Pada kondisi pandemi, penerapan *social distancing* atau kadang disebut sebagai *physical distancing* dan pembatasan mobilisasi warga masyarakat di berbagai daerah nampaknya menjadi isu strategis yang perlu disiasati dan diadaptasi dalam strategi pengembangan desa wisata. Keberhasilan pengembangan

strategi komunikasi antar *stakeholders* yang efektif dan terpola sangat prospektif untuk dapat mempercepat kemampuan adaptasi *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan desa wisata sehingga pada gilirannya dapat memperkuat ketahanan atau resiliensi *stakeholders* untuk tetap dapat mempertahankan ketahanan sosial-ekonomi *stakeholders* dan masyarakat yang berbasis pada pengembangan desa wisata.

Diperlukan suatu kajian terkait dengan pemetaan *stakeholders* dalam pengembangan desa wisata, strategi komunikasi yang telah dikembangkan dan bagaimana pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung pengembangan desa wisata pasca pandemi Covid-19 di Kabupaten Cirebon. Hal menjadi langkah strategis untuk dilakukan sehingga pada tahap selanjutnya dapat digunakan sebagai *benchmarking* untuk pengembangan desa wisata di Kabupaten Cirebon pada masa mendatang. Tujuan penelitian ini, yaitu (1). Memetakan *stakeholders* (*stakeholders mapping*) yang memiliki peran penting dalam pengembangan desa wisata pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cirebon berdasarkan tingkat peran atau kepentingannya (*primary, secondary* dan *tertiary stakeholders*), (2). Memetakan strategi komunikasi dan keterkaitan antar *stakeholders* dalam pengembangan desa wisata pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cirebon dan (3). Menganalisis pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (*digital media*) oleh *stakeholders* terkait dalam pengembangan desa wisata pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cirebon.

Metode dasar penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis dengan teknik survei. Kajian dilakukan pada 3 (tiga) desa wisata yang berlokasi di Desa Bakung Kidul,

Desa Bakung Lor, dan Desa Sitiwinangun yang secara administratif termasuk dalam wilayah Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. Pengumpulan data primer dilakukan *direct interview* menggunakan kuesioner semi terstruktur pada 95 responden. Selain itu dilakukan FGD pendahuluan secara virtual dengan *stakeholders* terkait yang melibatkan Pemerintah Daerah (OPD teknis terkait), UGJ dan UMC Cirebon, NGO, Perwakilan Media dan Komunitas Bisnis; juga dilakukan dan *in-depth interview* pada informan kunci di 3 (tiga) desa lokasi kajian dan perwakilan *stakeholders* serta FGD di desa lokasi kajian. Data yang terkumpul dianalisis secara deksriptif kualitatif dan statistik deskriptif.

PEMBAHASAN

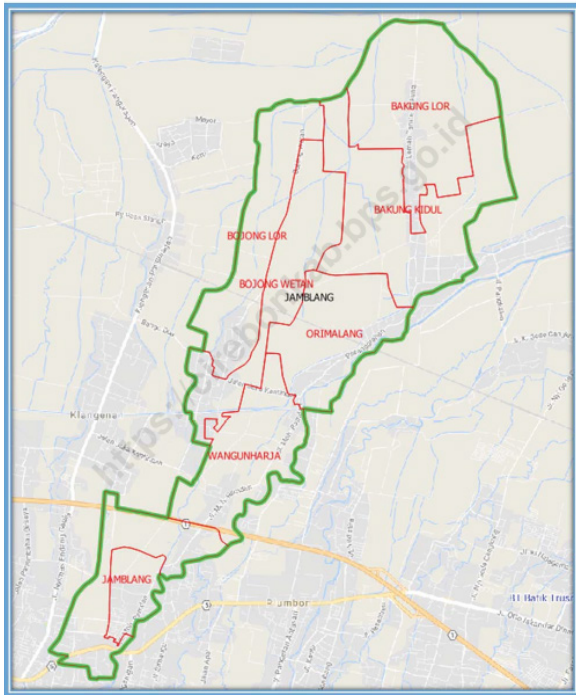
Potensi Wilayah Dan Pengembangan Desa Wisata Cirebon

Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon telah merintis program desa wisata sejak tahun 2016. Kondisi sumber daya cukup mendukung pengembangan desa wisata di Kecamatan Jamblang yang secara geografis berada di kawasan Cirebon bagian utara. Wilayah Kecamatan Jamblang memiliki potensi sumber daya untuk pengembangan sektor agro atau pertanian yang berupa areal persawahan dan perkebunan.

Di antara ketiga desa lokasi kajian, aksesibilitas Desa Sitiwinangun paling baik (15,5 km dari ibukota kecamatan) diikuti Desa Bakung Kidul (22,3 km) dan Desa Bakung Lor (23,4 km). Luas wilayah Desa Bakung Lor paling besar diikuti Desa Bakung Desa Kidul dan Desa Sitiwinangun. Sedangkan ditinjau dari kepadatan penduduk, Desa Sitiwinangun merupakan desa yang penduduknya paling padat (7.307 jiwa/km²), diikuti Desa Bakung Lor (2.231 jiwa/km²) dan Desa Bakung Kidul

(2.046 km²). Informasi tentang peta wilayah, akses, luas wilayah dan kepadatan penduduk di tiga desa wisata lokasi kajian disajikan pada Gambar 1 dan Tabel 1.

Gambar 1
Peta Wilayah Kecamatan Jamblang



Sumber: BPS Kabupaten Cirebon, 2020.

Tabel 1
Akses, Luas Wilayah Dan Kepadatan Penduduk Di Tiga Desa Wisata Lokasi Kajian

Nama Desa	Akses dari Ibukota kecamatan (km)	Luas wilayah (Km ²)	Kepadatan penduduk (jiwa/km ²)
Sitiwinangun	15,5	0,65	7.307
Bakung Kidul	22,3	2,89	2.046
Bakung Lor	23,4	2,95	2.231

Sumber: Dianalisis dari BPS Kabupaten Cirebon, 2020.

Tingkat pendidikan masyarakat di Desa Sitiwinangun relatif paling baik dimana lulusan SMP ke atas sebanyak 41,9 persen dan diikuti oleh Desa Bakung Kidul (42,2 persen) sedangkan di Desa Bakung Lor hanya 28,5 persen. Secara rinci struktur penduduk

menurut variasi pendidikan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2
Tingkat Pendidikan Masyarakat Di Tiga Lokasi Kajian

Nama Desa	SD (%)	SMP (%)	SMA (%)	PT (%)	Jumlah (orang)
Sitiwinangun	57.1	15.8	23.2	3.9	4.408
Bakung Kidul	66.8	12.4	17.4	3.4	5.733
Bakung Lor	71.5	10.7	14.8	2.9	6.362

Sumber: Dianalisis dari BPS Kabupaten Cirebon, 2020.

Ditinjau dari potensi sektor agro, industri pengolahan dan jasa, dapat diketahui bahwa Desa Bakung Lor memiliki potensi agro (sawah) yang paling besar yaitu 241 ha yang diikuti Desa Bakung Kidul (212 ha) serta Desa Sitiwinangun (30 ha). Industri pangan mulai berkembang di Desa Bakung Lor dan Desa Bakung Kidul. Sedangkan jasa sudah cukup berkembang di Desa Bakung Lor (23 unit) diikuti Desa Bakung Kidul (5 unit) dan Desa Sitiwinangun (3 unit) Secara rinci potensi dasar sektor agro (sawah), industri pengolahan dan jasa disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3
Akses, Luas Wilayah Dan Kepadatan Penduduk Di Tiga Desa Wisata Lokasi Kajian

Nama Desa	Luas Sawah (ha)	Jumlah Industri Olahan Pangan (unit)	Jumlah Jasa (unit)
Sitiwinangun	30	0	3
Bakung Kidul	212	4	5
Bakung Lor	241	4	23

Sumber: Dianalisis dari BPS Kabupaten Cirebon, 2020.

Perintisan desa wisata di Kecamatan Jamblang dilakukan sejak 2016 dengan mendapatkan dukungan dari berbagai *stakeholders*, yaitu Sultan Sepuh XIV Cirebon, Organisasi Perangkat Daerah/ Pemerintah Daerah, Forum Bisnis Cirebon (FBC), *Non-Government Organization (NGO)*

Grow Up Institute serta dukungan *Corporate Social Responcibility (CSR)* dari PT. Telkom Indonesia dan PT. Astra Internasional.

Secara umum Kecamatan Jamblang dikenal sebagai “mini Cirebon” karena memiliki banyak keragaman budaya yang merupakan suatu potensi pariwisata yang bisa menjadi daya tarik serta memiliki potensi lain yang berupa pemandangan alam dan pertanian serta berbagai potensi kuliner. Di Desa Sitiwinangun sangat potensial untuk pengembangan kearifan lokal, grup seni gamelan, kerajinan yang tutun temurun dan nilai sejarah sebagai identitasnya. Kartono, dkk, (2019) menyatakan potensi wisata penting yang ada di wilayah Cirebon adalah gerabah Sitiwinangun. Desa Gerabah Sitiwinangun merupakan pusat gerabah yang sudah ada sejak ratusan tahun yang lalu telah menjadikan Desa Sitiwinangun dikenal sebagai pusat penghasil gerabah di Kabupaten Cirebon. Gerabah Sitiwinangun juga merupakan salah satu produk *local genuine* selain beberapa produk unik lainnya yang ada di Cirebon seperti empal gentong, nasi jamblang, kerupuk lambak, tape ketan dan yang lainnya.

Desa Bakung Kidul memiliki sungai yang sangat potensial menjadi daya tarik, situs bersejarah, taman bermain anak-anak, kuliner khas yaitu tape dan memiliki tempat *Balasuring* (makam Suran) makam Ki Buyut Bakung dan Suranenggala. Selain itu di Desa Bakung Kidul juga terdapat kampung jangkrik yang juga mengolah makanan khas berupa rempeyek jangkrik. Desa Bakung Lor memproduksi makanan khas berupa tape ketan, memproduksi kerajinan rotan serta memiliki *view* alam dan lahan pertanian yang luas.

Mendasarkan pada FGD dan *in-depth interview*, dapat diidentifikasi berbagai daya tarik wisata (atraksi) yang mencakup kondisi alam, kuliner, kerajinan dan seni-budaya serta religi dan sejarah. Tabel 4 menggambarkan secara garis besar potensi daya tarik wisata desa wisata berdasarkan lokasi kajian.

Pemetaan *Stakeholders* Dan Peran *Stakeholders* Dalam Pengembangan Desa Wisata

Berdasarkan hasil FGD virtual, FGD di desa lokasi kajian dan *in-depth interview* dapat diidentifikasi 2 (dua) kelompok *stakeholders*

Tabel 4
Potensi Daya Tarik Wisata Desa Wisata Berdasarkan Lokasi Kajian

Desa Lokasi	Potensi Wisata yang Mulai Berkembang	Keterangan
Sitiwinangun	<ul style="list-style-type: none"> • Situs sejarah (Masjid tua) • Seni budaya khas (kuda lumping, tari topeng) • Kerajinan gerabah • Kuliner (<i>kapel, apem</i>) • Pemandangan alam dan pertanian (sawah, mata air) 	Unggulan daya tarik: kerajinan gerabah dan sutus sejarah
Bakung Kidul	<ul style="list-style-type: none"> • Makam leluhur • Budidaya jangkrik • Kuliner (tape ketan dan rempeyek jangkrik) • Pemandangan alam dan pertanian (sawah, jambu biji) • Sungai dan waduk 	Unggulan daya tarik: wisata sejarah dan kuliner
Bakung Lor	<ul style="list-style-type: none"> • Kulier (tape ketan) • Kerajinan Rotan • Pemandangan alam dan pertanian • Perkebunan jambu • Industri prosesing beras (<i>huller</i>) skala besar 	Unggulan daya tarik: kuliner dan pemandangan alam

Sumber: FGD dan *in-depth interview*, 2020

yaitu *stakeholders internal* dan *stakeholders eksternal*. *Stakeholders internal* merupakan *stakeholders* terkait yang berada di dalam wilayah desa, sedangkan *stakeholders eksternal* merupakan *stakeholders* terkait yang berada di luar desa wisata.

Stakeholders internal terdiri dari aparatur desa (Kepala Desa, perangkat desa, LMD), Karang Taruna, Pokdarwis, PKK, BUMDES, Perajin, Produsen Kuliner, Petani. Sedangkan *stakeholders eksternal* terdiri dari: Dinas Pariwisata, Bappeda, Disperindagkop, Dinas

Pertanian, Dinas Perhubungan, Diskominfo, Kasultanan Cirebon, Pemerintah Kecamatan, Forum Bisnis Cirebon, ASTRA, Perguruan Tinggi, Bandar, Asosiasi Hotel dan Restoran, Agen Travel, Media Partner dan Pengunjung.

Berdasarkan kategori jenis *stakeholders*, dapat dilakukan pemetaan jenis, kategori peran dan intensitas peran dari masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Cirebon sebagaimana disajikan dalam Tabel 5.

Tabel 5
Pemetaan Jenis, Kategori Peran Dan Intensitas Peran *Stakeholders* Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Cirebon

Jenis <i>Stakeholders</i>	Kontribusi dan Peran	Intensitas Peran	Status <i>Stakeholders</i>
<i>Stakeholders Internal</i>			
• Aparatur desa (Kepala Desa, perangkat desa dan LMD)	• Fasilitasi • Pendampingan dan sosialisasi • Pembinaan • Perencanaan • Pengorganisasian	****	Primer
• Karang Taruna	• Pendampingan dan sosialisasi • Pelatihan	**	Sekunder
• Pokdarwis	• Fasilitasi • Pendampingan dan sosialisasi • Pengorganisasian • Pembinaan • Pelatihan	****	Primer
• PKK	• Fasilitasi • Pendampingan dan sosialisasi • Pembinaan • Pelatihan	**	Sekunder
• BUMDES	• Pendampingan pengembangan usaha	*	Tersier
• Perajin	• Pemasok produk dan jasa	***	Primer
• Produsen kuliner	• Pemasok produk dan jasa	***	Primer
• Petani	• Pemasok produk dan jasa	***	Primer
<i>Stakeholders Eksternal</i>			
• Dinas Pariwisata	• Promosi (pameran, baliho, media digital) • Fasilitasi • Pendampingan dan sosialisasi • Penyuluhan dan Pembinaan • Pelatihan	****	Primer
• Bappeda	• Mendukung perencanaan pembangunan terkait desa wisata • Mendukung kebijakan perencanaan anggaran	***	Primer

• Disperindagkop	• Fasilitasi • Pendampingan dan sosialisasi • Pelatihan • Pembinaan	**	Sekunder
• Dinas Pertanian	• Penyuluhan • Pelatihan • Pendampingan • Bantuan dana	**	Sekunder
• Dinas perhubungan	• Fasilitasi	*	Tersier
• Diskominfo	• Fasilitasi	*	
• Kasultanan Cirebon	• Fasilitasi • Pembinaan	***	Primer
• Pemerintah Kecamatan	• Fasilitasi • Pembinaan	***	Primer
• Forum Bisnis Cirebon	• Promosi • Pendampingan • Pelatihan	***	Primer
• NGO-ASTRA	• Promosi • Pendampingan • Pelatihan	**	Sekunder
• Perguruan Tinggi	• Pendampingan (KKN) • Penelitian • Kerja lapangan dan magang • Pelatihan	***	Primer
• Bandar	• Promosi • Fasilitasi	**	Sekunder
• Asosiasi Hotel dan Restoran	• Promosi	**	Sekunder
• Agen Travel	• Promosi	**	Sekunder
• Media partner	• Promosi	**	Sekunder
• Pengunjung	• Mitra • Customer	****	Primer

Sumber: FGD virtual, *in-depth interview* dan FGD di desa, 2020

Mendasarkan pada rincian intensitas peran dan status *stakeholders* pada Tabel 5, selanjutnya dapat dikategorikan posisi masing-masing *stakeholder* eksisting, sehingga menjadi informasi penting untuk desain dan penataan ke depan sesuai dengan dinamika dan kepentingan pengembangan desa wisata. Tabel 6 menggambarkan posisi masing-masing *stakeholder* eksisting berdasarkan tingkat kepentingan dan kontribusinya. *Stakeholders* yang saat ini dipandang telah memberikan peran dan kontribusi paling signifikan dalam pengembangan desa wisata (*stakeholders* primer) adalah: Aparatur desa, Pokdarwis, Perajin, Produsen kuliner, Petani, Dinas

Pariwisata, Bappeda, Kasultanan Cirebon, Pemerintah Kecamatan, Forum Bisnis Cirebon, Perguruan Tinggi, Pengunjung. Sedangkan *stakeholder* yang cukup penting (*stakeholder* sekunder) mencakup: Karang Taruna, Dinas Pertanian, Disperindagkop, ASTRA, Bandar, Asosiasi hotel dan restoran, Agen travel dan Media partner. Sementara BUMDES, Dinas Perhubungan dan Diskominfo sampai dengan saat ini dipandang belum memberikan kontribusi yang intens dan signifikan dalam pengembangan desa wisata (*stakeholders* tersier).

Tabel 6
Posisi *Stakeholder* Eksisting Berdasarkan Tingkat Kepentingan Dan Kontribusinya

<i>Stakeholders</i> Primer	<i>Stakeholders</i> Sekunder	<i>Stakeholders</i> Tersier
<ul style="list-style-type: none"> • Aparatur desa • Pokdarwis • Perajin • Produsen kuliner • Petani • Dinas Pariwisata • Bappeda • Kasultanan Cirebon • Pemerintah Kecamatan • Forum Bisnis Cirebon • Perguruan Tinggi • Pengunjung 	<ul style="list-style-type: none"> • Karang Taruna • Dinas Pertanian • Disperindagkop • NGO-ASTRA • Bandar • Asosiasi hotel dan restoran • Agen travel • Media partner 	<ul style="list-style-type: none"> • BUMDES • Dinas Perhubungan • Diskominfo

Sumber: *In-depth interview* dan FGD, 2020

Jenis Relasi Dan Komunikasi Antar *Stakeholder* Dalam Pengembangan Desa Wisata

Secara garis besar, relasi utama antar *stakeholder* dalam pengembangan desa wisata di Cirebon dapat dikelompokkan dalam beberapa tipe atau pola relasi yang mencakup: (1). Sosialisasi, (2). Pelatihan, (3). Penyuluhan, (4). Laporan, (5). Koordinasi, (6). Promosi, dan (6). Pendampingan.

Mendasarkan pada hasil FGD *stakeholders* secara virtual, wawancara responden, *indepth interview* dengan informan kunci dan FGD di desa, dapat dilakukan pemetaan jenis relasi antar *stakeholder* dalam pengembangan desa wisata di Cirebon. Tabel 7 menunjukkan jenis relasi antar *stakeholder* dimana terdapat variasi relasi baik antar lembaga pemerintah, lembaga pemerintah dengan kelompok masyarakat maupun lembaga pemerintah dengan swasta, swasta dengan swasta dan swasta dengan kelompok masyarakat yang nampaknya tergantung pada tugas dan fungsi masing-masing *stakeholder*.

Berdasarkan Tabel 7, secara ringkas ditunjukkan adanya pola relasi yang cukup kompleks yang melibatkan banyak pihak dengan beberapa aktivitas relasi (lebih dari

dua jenis relasi di antara sosialisasi, pelatihan, penyuluhan, laporan, koordinasi, promosi, dan pendampingan) telah dilakukan oleh Perangkat Desa, Pokdarwis, Karang Taruna, PKK, BUMDES, perajin, pelaku kuliner, petani, dan Dinas Pariwisata.

Strategi Komunikasi Pengembangan Desa Wisata

Analisis dari hasil FGD *stakeholders* secara virtual dan *in-depth interview* dengan informan kunci para *stakeholders* terkait, dalam pengembangan desa wisata di Cirebon teridentifikasi bahwa secara formal belum tersedia dokumen strategi komunikasi dalam format standar. Dokumen atau strategi komunikasi institusi yang standar secara umum dikenal dengan ACADA yang dapat menjadi pedoman dasar bagi semua *stakeholders* yang terkait. Dokumen formal yang mengikat semua *stakeholders* terkait memiliki posisi dan peran strategis dalam pengembangan suatu program pembangunan. Tidak tersedianya dokumen strategi komunikasi yang formal yang merupakan komitmen bersama, maka peran dan kontribusi *stakeholders* yang telah eksis belum merupakan komitmen bersama yang mengikat dalam pengembangan desa

Tabel 7

Jenis Relasi Utama Antar *Stakeholders* Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Cirebon

	Perangkat Desa	Pokdarwis	Karang Taruna	PKK	Bundes	Perajin	Kuliner	Petani	Din pariwisata	Bappeda	Disperindagkop	Distan	Dishub	Disko-minfo	Ksultanan	Kecamatan	Forbis	ASTRA	Universitas	Bandar	Ass Hotel-Res	Agen Trav	Pengun-jung
Perangkat Desa																							
Pokdarwis	S,K																						
Karang Taruna	S,K	K																					
PKK	S,K	K	K																				
BUMDES	K	K	K																				
Perajin	Py,iPD	Py, PD	K,S	PD,i,PM	K,i,PM																		
Kuliner	Py,PD	Py, PD	K,S	PD,i,P,PM	K,PM	K																	
Petani	Py,iPD	Py, PD	K,S	PD,i,PM	K,PM	K																	
Din Pariwisata	Py,iPD,i,L	Py,iPD,i,PM	PD,i,PM	PD,i,Py	K	Py,PM,PD	Py,PM,PD	K,i,PD															
Bappeda	K	K	K	K	K,L	K	K	K	K,S														
Disperindagkop	K,L	K,P	P,i,PD	K	K	K	K	K,i,PD	K,S	K													
Distan	K,L	K,P	P,i,PD	K	K	K	K	Py,i,PD	K,S	K	K,S												
Dishub	K,L	K,L	K	K	K	K	K	K	K,S	K	K,S	K,S											
Diskominfo	K,L	K,L	K	K	K	K	K	K	K,S	K	K,S	K,S	K,S										
Kasultanan	K,L	PM,PD	P,i,PD	PD	K	PD	PD	PD,i,PM	K,S	K	K,S	K,S	K,S	K,S									
Kecamatan	K,L,S	K,S,PD	P,i,PD	PD,Py	K,i,PD	PD	PD	S,L	K,S,P	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S								
Forbis	K,PM,PD	K,S,PD	P,i,PD	PD,Py	K,PD	PD	PD	PD,i,PM	K,S	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S							
NGO-ASTRA	K,S	K,PD	P,i,PD	PD,PM	K,PD	PD	PD	PD,i,PM	K,S	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K						
Universitas	K,S,PD	K,PD,PM	PD,i,PM	PD,PM	K,PD	PD	PD	PD,i,PM	K,S	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K						
Bandar	K	K,PM	PM	PM	K	PM	PM	PM	K	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K	K					
Ass Hotel-Res	K	K,PM	PM	PM	K	PM	PM	PM	K,S	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K	K					
Agen Travel	K	K,PM	PM	PM	K	PM	PM	PM	K,S	K	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K,S	K	K					
Pengunjung	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	S,PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM	PM

Keterangan: S=Sosialisasi, P=Pelatihan, Py=Penyuluhan, L=Laporan, K=Koordinasi, PM=Promosi, PD=Pendampingan

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

wisata di Cirebon, namun masih merupakan inisiatif dan komitmen parsial setiap pihak.

Meskipun belum tersedia dokumen strategi komunikasi formal, dalam praktiknya masing-masing *stakeholders* telah melakukan komunikasi dan relasi dengan mendasarkan pada praktik koordinasi dan komitmen sesuai kebutuhan masing-masing pihak yang mendukung pengembangan desa wisata di Cirebon.

Secara ringkas, praktik komunikasi dari masing-masing *stakeholders* dalam pengembangan desa wisata di Cirebon yang mencakup tipe media, penggunaan dan pola penggunaannya disajikan pada Tabel 8.

Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK)

Secara umum, televisi dan radio merupakan media masa konvensional yang telah dimanfaatkan masyarakat secara luas dalam memenuhi berbagai kebutuhan

informasi. Namun demikian sejak 4 tahun terakhir, penggunaan media baru yang diwakili oleh *handphone* dan *smartphone* semakin berkembang. Meskipun masih terbatas, sebagian masyarakat mulai memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi dan kebutuhan sosial sehari-hari. Tabel 9 menunjukkan gambaran umum tentang pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh masyarakat di lokasi kajian.

Secara garis besar TIK yang sudah eksis di lokasi kajian dan dimanfaatkan oleh masyarakat di lokasi kajian dapat dikelompokkan menjadi dua kategori (lihat Tabel 9) yaitu pada nomor 1-5 merupakan *hardware* TIK yang telah dimanfaatkan, sedangkan nomor 6-10 merupakan aplikasi atau *platform* digital yang telah dimanfaatkan oleh masyarakat.

Berdasarkan kategori fungsi media, pemanfaatan TIK oleh masyarakat di lokasi kajian cukup beragam. Tabel 10

Tabel 8
Jenis Media, Fungsi Dan Penguunaan Serta Pola Penggunaannya Dalam Pengembangan Desa Wisata Di Cirebon

Tipe Media	Fungsi atau Penguunaan	Pola Penggunaan
Media Konvensional		
• Surat	Peraturan, sosialisasi, koordinasi	Insidental
• Rapat/pertemuan	Koordinasi, pembahasan, sinkronisasi	Rutin/insidental
• Rembug desa	Koordinasi, pembahasan, sinkronisasi	Rutin/insidental
• Kunjungan lapangan	Pengawasan, pendampingan	Rutin/insidental
• Pelaporan	Pengawasan, monitoring dan evaluasi	Rutin/insidental
Media Massa		
• Baliho	Promosi	Insidental
• Spanduk	Promosi	Insidental
• TV	Promosi	Insidental
• Radio	Promosi	Insidental
• Pameran	Promosi, informasi, transaksi	Insidental
Media Baru		
• Whatsapp	Promosi	Insidental
• Instagram	Promosi, informasi, transaksi	Insidental
• Website	Promosi, informasi, transaksi	Rutin
• Youtube	Promosi	Insidental
• Facebook	Promosi	Insidental

Sumber: Analisis data primer, FGD dan *in-depth interview*, 2020

Tabel 9
Pemanfaatan TIK Oleh Masyarakat Desa Wisata Di Lokasi Kajian (n=95)

No.	Jenis TIK	Jumlah (%)	Rerata Lama Penggunaan (Tahun)
1.	Televisi	91,58	17,0
2.	Radio	30,53	4,7
3.	Komputer/Laptop	9,47	0,6
4.	Handphone	50,53	4,3
5.	Smartphone (Android)	54,74	3,4
6.	Facebook	44,21	2,3
7.	Twitter	2,11	0,1
8.	Instagram	15,79	0,6
9.	Whatsapp	49,47	1,9
10.	Youtube	26,32	1,0

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

menunjukkan TV, handphone dan smartphome merupakan TIK yang penting untuk fungsi informasi, sedangkan TV, radio, komputer dan smartphone memiliki peran penting sebagai media hiburan. Media TIK belum memberikan fungsi yang penting bagi fungsi edukasi masyarakat.

Analisis lebih spesifik terkait pemanfaatan media baru oleh masyarakat sebagaimana disajikan pada Tabel 11 menunjukkan beberapa aplikasi atau *platform* memiliki peran penting dalam fungsi informasi yaitu Youtube, Whatsapp dan Facebook. Sedangkan fungsi hiburan juga mulai diperankan oleh Facebook, Whatsapp dan Youtube.

Mendasarkan pada intensitas penggunaan TIK dalam mendukung pengembangan desa wisata, Tabel 12 menunjukkan bahwa media TV, radio dan smartphone mulai memiliki peran yang cukup penting bagi masyarakat di lokasi kajian.

Terkait dengan pemanfaatan media baru utamanya *platform* media sosial, meskipun sejak 10 tahun terakhir secara umum media baru telah mewarnai berbagai kehidupan sosial-ekonomi masyarakat di desa pada berbagai wilayah, namun pemanfaatan untuk mendukung pengembangan desa wisata di Cirebon masih sangat terbatas. Tabel 13

Tabel 10
Proporsi Penggunaan TIK Berdasarkan Fungsi Media Di Lokasi Kajian (%)

Fungsi Media	Persentase Responden (N=95)*					Rerata	Ranking
	TV	Radio	Komputer	Handphone	Smartphone		
Informasi	40,0	9,5	9,5	47,4	48,4	30,9	2
Edukasi	8,4	1,1	1,1	4,2	10,5	5,1	3
Hiburan	78,9	25,3	25,3	7,4	26,3	32,6	1

Sumber: Analisis data primer, 2020

Catatan: Responden bisa menjawab penggunaan satu media elektronik untuk lebih dari satu fungsi

Tabel 11
Proporsi Penggunaan Media Baru/Media Sosial Berdasarkan Fungsi di Lokasi Kajian (%)

Fungsi Media	Persentase Responden (N=95)*					Rerata	Ranking
	Facebook	Twitter	Instagram	Whatsapp	Youtube		
Informasi	29,5	-	-	47,4	47,4	24,8	1
Edukasi	4,2	-	-	3,2	3,2	2,1	3
Hiburan	28,4	2,1	2,1	17,9	17,9	13,7	2

Sumber: Analisis data primer, 2020

Catatan: Responden bisa menjawab penggunaan satu aplikasi media baru untuk lebih dari satu fungsi

Tabel 12
Intensitas Penggunaan Media Elektronik Untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata Di Lokasi Kajian (% , n=95)

Media Elektronik	TP	JR	KD	S	SS	Jumlah
TV	8,4	4,2	37,9	44,2	5,3	100,0
Radio	69,5	3,2	18,9	8,4	-	100,0
Komputer/laptop	90,5	-	5,3	2,1	2,1	100,0
Hand phone	49,5	1,1	20,0	24,2	5,3	100,0
Smart phone	45,3	1,1	13,7	27,4	12,6	100,0
Rerata	52,6	1,9	19,2	21,3	5,1	100,0
Sumber: Analisis data primer, 2020						
Catatan: TP=Tidak Pernah, JR= Jarang, KD= Kadang-kadang, S= Sering, SS= Sangat Sering						

Tabel 13
Intensitas Penggunaan Media Baru Atau Media Sosial Untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata Di Lokasi Kajian (% , n=95)

Media Baru/Media Sosial	TP	JR	KD	S	SS	Jumlah
FB	55,8	-	21,1	20,0	3,2	100,0
Twitter	97,9	-	-	1,1	1,1	100,0
Instagram	84,2	-	7,4	6,3	2,1	100,0
Whatsapp	50,5	-	15,8	24,2	9,5	100,0
Youtube	73,7	1,1	9,5	11,6	4,2	100,0
Rerata	72,4	0,2	10,7	12,6	4,0	100,0
Sumber: Analisis data primer, 2020						
Catatan: TP=Tidak Pernah, JR= Jarang, KD= Kadang-kadang, S= Sering, SS= Sangat Sering						

menggambarkan aplikasi media sosial seperti Whatsapp, Facebook dan Youtube mulai dimanfaatkan untuk mendukung desa wisata namun masih cukup terbatas (intensitas sering dan sangat sering baru dilakukan oleh 30-40 persen responden).

Terkait pemanfaatan TIK untuk mendukung pengembangan desa wisata, dapat dilihat dari jenis aspek pemanfaatan sebagaimana disajikan pada Tabel 14 dimana digambarkan pemanfaatan masih terbatas. Pemanfaatan tertinggi dicapai untuk fungsi teknologi informasi sebagai media menjual produk khas desa wisata dengan capaian skor 22 persen (jarang). Beberapa fungsi lain sudah mulai ada tapi masih sangat rendah (capaian skor 10-20 persen) yaitu fungsi

untuk: melayani wisatawan yang berkunjung, promosi wisata, aspirasi pengembangan desa wisata, koordinasi antar warga dan koordinasi antar institusi yang terkait di tingkat desa.

Dampak Pandemi Covid-19 Dan Strategi Mempertahankan Ketahanan Desa Wisata

Dampak negatif pandemi Covid-19 tidak hanya terjadi di kawasan perkotaan namun juga menyebar secara signifikan di wilayah perdesaan Kabupaten Cirebon (termasuk di lokasi kajian). Berdasarkan hasil FGD virtual dengan *stakeholders*, *in-depth interview* dan FGD di lokasi kajian, dapat diidentifikasi dampak negatif dengan adanya pandemi Covid-19 yang secara rinci dapat disajikan pada Tabel 15.

Tabel 14
Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan
Desa Wisata Di Kabupaten Cirebon

No	Indikator	Interval Skor	Skor Rerata	Tingkat Pemanfaatan TIK (%)	Kategori Capaian
1.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk mencari informasi atau materi yang berkaitan dengan pengembangan desa wisata berbasis budaya/potensi lokal	0-4	0,39	9,75	Tidak Pernah
2.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk mengakses informasi tentang cara melayani wisatawan yang berkunjung ke desa wisata	0-4	0,42	10,50	Tidak Pernah
3.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi dalam promosi desa wisata	0-4	0,46	11,50	Tidak Pernah
4.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk menerima pesanan paket wisata	0-4	0,27	6,75	Tidak Pernah
5.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk menjual produk khas desa wisata	0-2	0,44	22,00	Jarang
6.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk menyampaikan ide/masukan mengenai pengembangan desa wisata	0-3	0,33	11,00	Tidak Pernah
7.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk berkomunikasi atau berkoordinasi sesama anggota masyarakat desa wisata	0-4	0,46	11,50	Tidak Pernah
8.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk berkomunikasi dengan Ketua Kelompok Sadar Wisata atau Kuwu Desa Wisata	0-4	0,48	12,00	Tidak Pernah
9.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk berkomunikasi dengan penyuluh atau pendamping desa wisata	0-4	0,35	8,75	Tidak Pernah
10.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk melakukan pendataan yang berkaitan dengan kegiatan desa wisata	0-3	0,30	10,00	Tidak Pernah
11.	Masyarakat menggunakan teknologi informasi untuk menerima kritik dan saran dari wisatawan	0-4	0,27	6,75	Tidak Pernah
	Jumlah	0-40	4,15		
	Rerata			10,95	Tidak Pernah

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Kunjungan wisatawan ke wilayah Cirebon sangat menurun dengan adanya pandemi covid-19, Nurul Diva Kausar (2020) menyatakan sebagai respon atas penyebaran covid-19 dimana semakin kuat anjuran pemerintah pada masyarakat untuk tidak melakukan aktivitas di luar atau *Physical Distancing* telah menurunkan tingkat kunjungan wisata ke Cirebon hingga mencapai 90 persen.

Untuk merespon dampak negatif Covid-19 terhadap lesunya aktivitas desa wisata dan dunia pariwisata di Kabupaten Cirebon, beberapa pihak telah melakukan beberapa terobosan strategi sebagai upaya mitigasi risiko dan mempertahankan ketahanan desa wisata. Secara khusus strategi mitigasi untuk mendukung ketahanan desa wisata belum didesain secara terintegrasi dan belum menunjukkan kemajuan yang cukup

Tabel 15
Dampak Negatif Dengan Adanya Pandemi Covid-19 Di Lokasi Kajian

Jenis Dampak	Keterangan
Hambatan mobilitas orang	Pembatasan kerumunan masa dan mobilitas orang menyebabkan mobilitas warga masyarakat dan pengunjung menurun
Hambatan mobilitas barang atau produk	Pembatasan mobilitas barang menyebabkan hambatan distribusi produk dari dalam dan luar desa sehingga terjadi gap harga yang tinggi antara produsen dan konsumen serta di sisi yang lain barang menumpuk tidak dapat didistribusikan
Pembatalan pameran dan expo pariwisata dan produk unggulan daerah	Ekspo dan pameran yang sudah direncanakan akan dilakukan tahun 2020 di Kecamatan Jamblang batal dilakukan sehingga melemahkan promosi desa wisata dan produk unggulan daerah
Pengunjung wisata berkurang	Tingginya risiko penyebaran Covid-19 dan pembatasan mobilitas orang mengurangi minat pengunjung untuk berkunjung ke desa wisata
Permintaan produk dan jasa berkurang	Menurunnya jumlah pengunjung secara signifikan mengurangi permintaan produk dan jasa yang dikembangkan di desa wisata
Pendapatan masyarakat menurun	Akibat penurunan permintaan dan hambatan distribusi produk maka pendapatan yang diterima masyarakat menurun
Aktivitas desa wisata menurun	Hambatan mobilitas, penurunan pengunjung dan berbagai hambatan terkait pandemi Covid-19 menyebabkan kegiatan desa wisata kurang bergairah dan menurun signifikan

Sumber: FGD dan *in-depth interview*, 2020

Tabel 16
Strategi Mitigasi Terkait Desa Wisata Merespon Pandemi Covid-19 Dan Mempertahankan Ketahanan Desa Wisata

Strategi Mitigasi	Keterangan
Pembentukan forum desa wisata	Forum desa yang melibatkan semua kepala desa telah memanfaatkan <i>Whatsapp group</i> untuk mempercepat koordinasi dan bertukar gagasan tentang pengembangan desa wisata
Pembentukan forum seni	Forum seni telah dibentuk untuk mempercepat koordinasi dan bertukar gagasan tentang pengembangan seni-budaya dalam mendukung desa wisata
Pembentukan forum hotel-pariwisata	Forum hotel telah dibentuk untuk mempercepat koordinasi dan bertukar gagasan tentang peran perhotelan dana agen wisata dalam mendukung pengembangan desa wisata
Penyediaan WiFi Desa	Sejak tahun 2020, desa telah menyediakan WiFi yang bisa diakses gratis oleh masyarakat dengan tujuan meningkatkan akses masyarakat terhadap berbagai informasi dan mempromosikan desa wisata

Sumber: FGD dan *in-depth interview*, 2020

signifikan dengan indikasi belum mampu mengembalikan jumlah kunjungan wisata atau mendorong stabilitas permintaan (*demand*) produk dan jasa di desa wisata. Beberapa strategi yang telah dicoba dalam mitigasi dan adaptasi terhadap pandemi Covid-19 secara garis besar disajikan pada Tabel 16.

Aspek, Problem Dan Solusi Prospektif Pengembangan Desa Wisata

Hasil analisis dari dokumen FGD pendahuluan secara virtual dengan *stakeholders* terkait, pengumpulan data primer terhadap 95 responden, *in-depth interview* pada informan kunci di lokasi kajian serta FGD di desa lokasi kajian, dapat teridentifikasi aspek, problem dan usulan solusi prospektif dalam pengembangan desa wisata yang secara rinci

Tabel 17
Aspek, Problem dan Solusi Prospektif Pengembangan Desa Wisata di Cirebon

Aspek	Problem yang Ada	Solusi Prospektif
Infrastruktur pendukung	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas rendah • Hambatan jaringan telekomunikasi • Stabilitas jaringan listrik 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaiki infrastruktur pendukung (jalan, jembatan, pengelolaan sampah) • Perluasan jaringan telekomunikasi • Perluasan jaringan listrik • Pemerataan WiFi di desa wisata
Kapasitas SDM	<ul style="list-style-type: none"> • Lemahnya Inovasi dan kreativitas • Jaringan terbatas 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyuluhan • Pelatihan • Pendampingan • Studi banding • Perbaiki tata kelola
Ragam dan atraksi obyek wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Atraksi belum terpadu • Atraksi kurang beragam • Pengemasan atraksi masih kurang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Merancang dan memadukan atraksi (alam, kuliner, seni-budaya, sejarah) • Menggali potensi atraksi di desa wisata
Promosi dan pemasaran wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Promosi masih terbatas (lokal) • Pemanfaatan media baru masih terbatas • <i>Event</i> promosi yang khas belum dilakukan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan promosi terpadu (desa wisata, dinas pariwisata, swasta) • Pelatihan pemanfaatan media baru untuk promosi bagi pihak terkait di desa • Perancangan <i>event</i> promosi khusus • Penguatan kerjasama dengan agen travel, asosiasi hotel restoran dan media lokal-nasional

Sumber: FGD dan *indepth interview*, 2020

disajikan pada Tabel 17. Peninjauan problem dan solusi prospektif dapat dikelompokkan berdasarkan empat aspek pengembangan desa wisata, yaitu infrastruktur pendukung, kapasitas SDM, ragam dan atraksi obyek wisata, dan promosi dan pemasaran wisata.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, kajian ini memberikan kontribusi akademik dalam bentuk *stakeholders mapping*, memetakan strategi komunikasi dan keterkaitan antar *stakeholders* dalam pengembangan desa wisata dan memetakan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi oleh *stakeholders* terkait dalam pengembangan desa wisata pada masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Cirebon. Topik dan fokus yang komprehensif yang memotret kondisi desa wisata yang dievaluasi pada saat pandemi Covid-19

nampakanya menjadi *novelty* dari kajian ini. Secara lebih rinci, simpulan yang dapat ditarik dari kajian ini adalah sebagai berikut.

Pertama, karakteristik sosial ekonomi dan kondisi sumberdaya pendukung di tiga lokasi kajian menunjukkan keragaman yang dapat dikelompokkan menjadi 2 pola: (1). Desa Sitiwinangun memiliki luas wilayah kecil, aksesibilitas bagus, kepadatan penduduk tinggi dan pendidikan relatif baik dengan keunggulan atraksi pada gerabah, kuliner dan seni-budaya, (2). Desa Bakung Kidul dan Bakung Lor memiliki luas wilayah besar, aksesibilitas kurang bagus, kepadatan penduduk relatif rendah dan pendidikan relatif kurang baik dengan keunggulan atraksi pada kuliner dan sumber daya alam (pertanian).

Kedua, pemetaan *stakeholders* berdasarkan status pada lokasi kajian dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) *stakeholders*

yaitu (1). *Stakeholders internal* yang terdiri dari aparat desa (Kepala Desa, perangkat desa, LMD), Karang taruna, Pokdarwis, PKK, BUMDES, Perajin, Produsen Kuliner, Petani dan (2). *Stakeholders eksternal* yang terdiri dari: Dinas Pariwisata, Bappeda, Disepindagkop, Dinas Pertanian, Dinas Perhubungan, Diskominfo, Kasultanan Cirebon, Pemerintah Kecamatan, Forum Bisnis, ASTRA, Perguruan Tinggi, Bandar, Asosiasi hotel dan restoran, Agen travel, Media dan pengunjung.

Ketiga, berdasarkan tingkat kepentingan dan kontribusinya, *stakeholders* yang saat ini dipandang telah memberikan peran dan kontribusi paling signifikan dalam pengembangan desa wisata (*stakeholders primer*) adalah: Aparatur desa, Pokdarwis, Perajin, Produsen kuliner, Petani, Dinas Pariwisata, Bappeda, Kasultanan Cirebon, Pemerintah Kecamatan, Forum Bisnis, Perguruan Tinggi, Pengunjung. Sedangkan *stakeholder* yang cukup penting (*stakeholder sekunder*) mencakup: Karang Taruna, Dinas Pertanian, Disepindagkop, ASTRA, Bandar, Asosiasi hotel dan restoran, Agen travel dan Media partner. Sementara BUMDES, Dinas Perhubungan dan Diskominfo sampai dengan saat ini dipandang belum memberikan kontribusi yang intens dan signifikan dalam pengembangan desa wisata (*stakolders tersier*).

Keempat, relasi utama antar *stakeholder* dalam pengembangan desa wisata di Cirebon dapat dikelompokkan dalam beberapa tipe atau pola relasi yang mencakup: (1). Sosialisasi, (2). Pelatihan, (3). Penyuluhan, (4). Pelaporan, (5). Koordinasi, (6). Promosi, dan (6). Pendampingan.

Kelima, belum tersedia dokumen strategi komunikasi dengan standar strategi

komunikasi institusi sebagaimana secara umum dikenal dengan ACADA (*Assesment/situation analysis—Communication analysis—Design strategy plan—Action/implementation plan*) yang dapat menjadi pedoman semua *stakeholders* terkait dalam pengembangan desa wisata di Cirebon. Oleh karenanya peran dan kontribusi *stakeholders* dalam batas tertentu dapat dimaknai sebagai komitmen masing-masing pihak dan belum merupakan komitmen bersama yang mengikat dalam pengembangan desa wisata di Cirebon.

Ketujuh, mendasarkan pada intensitas penggunaan TIK dalam mendukung pengembangan desa wisata diketahui bahwa TV, radio dan *smartphone* mulai memiliki peran yang cukup penting bagi masyarakat. Sedangkan dari aspek aplikasi atau *platform* diketahui Whatsapp, Facebook dan Youtube mulai dimanfaatkan untuk mendukung desa wisata namun masih terbatas.

Kedelapan, dampak negatif dengan adanya pandemi Covid-19 pada desa wisata, yaitu hambatan mobilitas orang, hambatan mobilitas barang atau produk, pembatalan pameran dan expo pariwisata dan produk unggulan daerah, pengunjung wisata berkurang, permintaan produk dan jasa berkurang, pendapatan masyarakat menurun dan aktivitas desa wisata menurun.

Kesembilan, beberapa strategi mitigasi terkait desa wisata merespon pandemi Covid-19 di lokasi kajian, yaitu pembentukan forum desa wisata, pembentukan forum seni, pembentukan forum hotel-pariwisata, penyediaan WiFi desa.

Mendasarkan pada simpulan tersebut di atas, maka direkomendasikan hal-hal sebagai berikut.

Pertama, perlu strategi integrasi dan optimalisasi potensi sumber daya dan atraksi

yang dimiliki dengan dukungan perbaikan aksesibilitas dan peningkatan kapasitas SDM

Kedua, perlu ada perancangan pendekatan komunikasi yang tepat (*behavioral change communication, social mobilization dan advocacy*) dengan mempertimbangkan status *stakeholders* dan tingkat kepentingan serta kontribusi masing-masing *stakeholder*.

Ketiga, pola relasi antar *stakeholders* perlu memperhatikan tingkat kepentingan dan kontribusi *stakeholder*. Antara *stakeholder* primer perlu mengembangkan pola relasi yang lebih intensif misalnya penyuluhan, pendampingan dan pelatihan.

Keempat, perlu disusun dokumen strategi komunikasi dengan standar strategi komunikasi institusi sebagaimana secara umum dikenal dengan ACADA yang dapat menjadi pedoman semua *stakeholders* terkait dalam pengembangan desa wisata di Cirebon dengan inisiatif dari Kepala Daerah melalui Dinas Pariwisata dan Bappeda dengan melibatkan semua *stakeholders* terkait.

Kelima, selain memanfaatkan media konvensional, efektivitas tata kelola, koordinasi dan promosi pengembangan desa wisata dapat memanfaatkan media baru secara lebih terstruktur seperti Whatsapp, Facebook, Instagram dan Youtube. Diperlukan pelatihan teknis dan kreativitas penggunaan berbagai *platform* media sosial untuk mendukung pengembangan desa wisata.

Keenam, sebagai upaya merespon pandemi Covid-19 diperlukan strategi mitigasi yang mengkombinasikan kepentingan pengembangan desa wisata dengan tetap mematuhi standar protokol kesehatan misalnya promosi wisata dengan berbagai media baru yang menggambarkan cara wisata yang menarik namun tetap aman misoanya melalui perintisan wisata virtual serta mengoptimalkan promosi

dan pemasaran produk dan jasa unggulan lokal melalui media baru yang cepat, fleksibel serta meminimalkan risiko kontak fisik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, F.R.,; P.I. Santosa, dan W.W. Winarno, 2017, Analisis *ICT Readiness* Dewi Ayu dalam Penerapan Smart Tourism, *Prosiding Seminar Nasional SENATIB 2017*.
- Anonim, 2018, *Data Pengguna Internet di Indonesia (1998-2017)*. Kata Data. <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>>. (Diakses 22 September 2018).
- Anonim, 2019, *Jumlah Desa di Indoensia, Pusat Data Desa Indonesia tahun 2019*, <<https://pddi.kemendesa.go.id/provinsi>> (Diakses 27 April 2021).
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Cirebon, 2020, *Kecamatan Jamblang Dalam Angka 2019*
- Burman, R., Dubey S.K. Roy, JP. Sharma, K. Vijayaragavan, V. Sangeetha, dan Ishwari Singh, 2013, Information Dynamics for Designing Cyber Extension Model for Agricultural Development, *Journal of Community Mobilization and Sustainable Development*, Vol. 8, No. 2, hh.182-185, July-Dec 2013.
- Ferdiansyah, H., D.Suganda, E. Novianti, dan U.L. Khadijah, 2020, Pengelolaan Mitigasi Krisis Pariwisata Akibat Pandemi Covid-19 dalam Menghadapi Fase *New Normal* (Studi Kasus di Desa Wisata Nglanggeran Yogyakarta), *Media Bina Ilmiah* Vol.15, No. 3, hh. 4133-4140.
- Hardianto, T.W, 2019, PentaHelix Synergy on Tourism Development in Batu,

- Subejo, Nurul Chamidah, Nirmalasari, Suyoto, Sunarru Samsi Hariadi, Muhamad, Apredeah Monica Selvi, Dedi Muhammad Siddiq, Khaerudin Imawan, Isamayana -- Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 East Java, *International Journal of Innovation, Creativity and Change* Vol. 10, No. 6, 2019.
- Kartono, Siswoyo Mukarto, dan Harmono, 2019, Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi Produk Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Bagi UKM Gerabah Sitiwinangun, Jamblang Cirebon, *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat IV Tahun 2019*, LPPM Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Lestari, Niken, 2019, The Capacity of Agritourism Farmers in Utilizing Digital Communication Technology In Malang and Bojonegoro Regencies, *IJSSER* Vol. 4. No. 2. Feb. 2019.
- Rao, S.K., 2013, *Social and Behavior Change Communication (SBCC) Training for Information, Education, and Communication (IEC) Officers*, National Institute of Health and Family Welfare (NIHFW) India in Collaboration with USAID.
- Subejo, 2011, Babak Baru Penyuluhan Pertanian dan Perdesaan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, Juli 2011, Vol. 7, No. 1 (61-70). Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Yogyakarta.
- Subejo, 2013, *Cyber Extension: A New Hope for Agriculture and Rural Extension*, Opinion The Jakarta Post, Paper Edition June 4, 2013.
- Subejo, 2019, Desain Model Pemanfaatan Informasi dan Komunikasi Digital dalam Pembangunan Pertanian dan Perdesaan, *Jurnal Suluh Pembangunan Pascasarjana UNILA* Vol.1, No. 1.
- Subejo, 2020, *Quo Vadis* Strategi Komunikasi Pembangunan Pertanian di Indonesia, dalam Handoyo Mulyo, J. dkk. (eds), *Bunga Rampai Pembangunan Pertanian Indonesia: Peningkatan Daya Saing dan Penguatan Kelembagaan Pertanian untuk Keberlanjutan Pertanian Indonesia*, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian UGM bekerjasama dengan IMPULSE Yogyakarta.
- Subejo dan Jamhari, 2018, Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Kesejahteraan Petani, Artikel Analisis Surat Kabar *Kedaulatan Rakyat*, Yogyakarta
- Subejo, D.W. Utari, R. Ineke Wati, dan G. Mewasdinta, 2017, *The Emerging Modern Information System in Agricultural Development: A Case Study on ICT Use for Supporting Agricultural Activities in Rural Yogyakarta Indonesia*, Information (International Information Institute, Japan) Vol. 23, No. 3 (2017), hh. 280-299.
- Susilo, M.E., Prayudi dan H. Erawati, 2016, Pendekatan *Stakeholders Engagement* dalam Pengembangan Desa Wisata, *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta*, Vol.14 No. 2.
- Yadav, K.B., 2015, A Critical Study and Analysis of Electronic Media and Rural Development. *International Journal of English Language, Literature, and Humanities*. Vol. 3 , No. 9.