

**PROSES PEMBENTUKAN CITRA PARIWISATA DAERAH MELALUI
PERAN *COMMUNITY DEVELOPMENT***

**(Studi Deskriptif Kualitatif Komunitas Pengrajin Batik Gumelem
di Kabupaten Banjarnegara)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh:

Amelia Widya Pangesti

12730087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2016**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Amelia Widya Pangesti
NIM : 12730087
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan pengaji.

Yogyakarta, 30 Mei 2016

Yang menyatakan,



Amelia Widya Pangesti
NIM. 12730087



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281



NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Amelia Widya Pangesti
NIM : 12730087
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**PERAN COMMUNITY DEVELOPMENT DALAM MENDUKUNG PEMBENTUKAN
CITRA PARIWISATA DAERAH**
**(Studi Deskriptif Kualitatif Komunitas Pengrajin Batik Gumelem
di Kabupaten Banjarnegara)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 Mei 2016

Pembimbing

Fatma Dian Pratiwi, M.Si
NIP :19750307 200604 2 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : Un.02/DSH/PP.00.9/183/2016

Tugas Akhir dengan judul : PROSES PEMBENTUKAN CITRA PARIWISATA DAERAH MELALUI PERAN COMMUNITY DEVELOPMENT (Studi Deskriptif Kualitatif Komunitas Pengrajin Batik Gumelem di Kabupaten Banjarnegara)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AMELIA WIDYA PANGESTI
Nomor Induk Mahasiswa : 12730087
Telah diujikan pada : Kamis, 16 Juni 2016
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji II

Fajah Iqbal, S.Sos., M.Si
NIP. 19730701 201101 1 002

Yogyakarta, 16 Juni 2016

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
D E K A N

MOTTO

-Man Jadda Wa Jadda-

Orang yang sukses bukanlah orang yang berhasil menggapai impiannya hanya dengan satu kali kegagalan, namun orang yang sukses adalah orang yang mampu bangkit dari banyak kegagalan.

-Mario Teguh-

Akan Ada Balasan yang Setimpal

Untuk Orang-Orang yang Mau Mengusahakan.

-Amelia Widya Pangesti-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Mamaku tersayang

Dan

Almamater Tercinta

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, kesehatan dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat penyelesaikan sekripsi ini. Shalawat dan salam senentiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammmad SAW, yang telah membawa kita dari zaman yang gelap penuju zaman yang terang, dipenuhi dengan cahaya islam dan ilmu pengetahuan.

Selama penyelesaian skripsi ini, penulis dibantu oleh berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. KH. Drs. Yudian Wahyudi, Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Kamsi, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Bono Setyo, M.Si, selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Fatma Dian Pratiwi, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar membimbing penulis mulai dari awal penelitian hingga penelitian ini selesai.
5. Para Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa membimbing penulis dan telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat untuk dunia dan akhirat. Semoga ilmu yang mereka ajarkan dapat bermanfaat untuk penulis dan menjadi pintu pahala yang terus mengalir sampai akhir hayat nanti.
6. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu dalam hal perizinan, khususnya kepada Ibu Nur Fadilah yang telah banyak membantu penulis dengan penuh kesabaran.
7. Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banjarnegara yang telah banyak memberikan banyak informasi mengenai potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Banjarnegara. Khususnya bidang Pariwisata kepada Bapak Eri, Bapak Yusuf, Bapak Enggar, Bapak Bayu, Mbak Dani, Mas Joko, Mbak Vivi. Bidang pemasaran dan Usaha Ibu Widy Tri Anggoro, Mbak Vivin dan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bapak Aziz Ahmad yang telah memberikan banyak informasi dan izin penelitian di Desa Wisata Batik Gumelem Banjarnegara.

8. Humas PT. Indonesia Power UBP Mrica Banjarnegara Ibu Rina Estriyani yang sangat ramah dan sabar dalam memberikan informasi kepada peneliti, serta Ketua *Community Development* Pengrajin Batik Gumelem “Giri Alam” Ibu Waridah yang telah memberikan banyak informasi dan mengajari penulis membuat batik tulis Gumelem saat penulis melakukan wawancara dan observasi ke tempat produksi batik Gumelem yang berada di Desa Gumelem Kabupaten Banjarnegara,
9. Kedua orang tua, Mama Sri Wahyuni, Bapak Enceng Rolis, Mbah Kakung, Mbah Putri, yang telah memberikan doa, motivasi, dukungan finansial dan tentunya kasih sayang yang sangat banyak kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai pada jenjang ini.
10. Adik tersayang Isni Mardika Ningsih dan Damar Nasabil Sukma yang memberikan doa dan semangat kepada penulis.
11. Om Widi, Om Jen, Tante Sani, Tante Santi, Bumi, Anggi, Rasyid, Om Santo, Tante Titi yang yang memberikan dukungannya lewat doa kalian.
12. Keluarga kedua di Jogja Om Uji, Om Arif, Tante Narni, Sasti, Mbah Ratem, Mbah Midi yang selalu penulis repotkan selama penulis menuntut ilmu di Jogja.
13. Sahabat *special* Zakaria Ashar Hanafi yang telah banyak membantu dan menemani peneliti mulai dari proses pra survei sampai megurus surat ijin penelitian selesai. Rela menemani bolak-balik Jogjakarta-Banjarnegara yang jaraknya tidaklah dekat.
14. Sahabat tersayang Kharolin Hilda Amazona partner nge-MC terbaik, patner berorganisasi terbaik, dan *partner in rempong situation* yang selalu memberikan motivasi untuk mewujudkan mimpi-mimpi kita yang sangat tinggi.
15. Sahabat-sahabat *tleveler* yang menamai diri kita sebagai “Geng Rumpi” karena selain kita *tleveling* kita juga sambil ngerumpi dan berbagi, saling memberikan semangat, saling berbagi hal yang positif khususnya membahas berbagai kesulitan kita dalam mengerjakan skripsi. Ani, Noni, Melcit, Kak

Nay, Revi, Bayu, Zen dan Suhu Kholil yang paling banyak memberikan saran ketika penulis mengalami kesulitan dalam mengerjakan penelitian.

16. Cahya Tunshorin alis "Ijo" teman seperjuangan saat mengurus segala persyaratan sidang sampai pada akhirnya kita dapat sidang munaqasyah di hari yang sama.
17. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2012 kelas A dan B. Khususnya kelas B yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
18. Teman-teman KKN kelompok 113 angkatan ke-86 Padukuhan XI, Desa Banaran, Kabupaten Kulon Progo yang telah memberikan semangat dan dorongan kepada penulis.
19. Titi purwanti, Eti Setya Ningrum, dan Mujtahidatul Masbuqina Aulia sahabat sejak lama yang selalu memberikan doa dan dukungan meskipun terpisah jarak dan waktu. Terima kasih.
20. Mbak Zaim, Mbak Anindya Arfiani, Mbak Tiwi, Widya Larasati, yang senantiasa memberikan nasehat dan arahan ketika penulis merasa kebingungan.
21. Para informan dan masyarakat yang telah meluangkan waktunya, dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
Semoga amal mereka mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua.

Yogyakarta, 7 Mei 2016

Peneliti,

Amelia Widya Pangesti



NIM. 12730087

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat	12
D. Tinjauan Pustaka.....	12
E. Telaah Pustaka	13
F. Landasan Teori.....	16
G. Kerangka pemikiran	37
H. Metode penelitian.....	38
BAB II: GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum Desa Batik Gumelem.....	44
B. Sejarah <i>Community Development</i> komunitas pengrajin batik Gumelem “Giri Alam” Banjarnegara.....	57
C. Struktur Keanggotaan Komunitas Pengrajin Batik Gumelem “Giri Alam” Banjarnegara.....	61
D. Ciri Khas dan Motif Batik Gumelem	62

E. Kegiatan <i>Community Development</i> Komunitas pengrajin batik Gumelem “ Giri Alam”	69
BAB III: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Komunitas Pengrajin Batik Gumelem “Giri Alam” Sebagai <i>Community Development</i>	81
B. Peran <i>Community Development</i> Komunitas Pengrajin Batik Gumelem”Giri Alam”	90
C. Proses Pembentukan Citra Pariwisata Daerah melalui Peran <i>Community Development</i>	108
BAB IV: PENUTUP	
A. Kesimpulan	129
B. Saran.....	131
C. Kata Penutup	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Unit Analisis	42
Tabel 2: SK Kelompok Sadar Wisata Desa Batik Gumelem.....	49
Tabel 3: Jumlah Penduduk Desa Gumelem Wetan.....	50
Tabel 4: Matapencaharian Penduduk Desa Gumelem Wetan.....	51
Tabel 5: Tingkat Pendidikan Penduduk Desa Gumelem Wetan.....	52
Tabel 6: Lembaga Pendidikan Formal di Desa Gumelem Wetan.....	53
Tabel 7: Lembaga Pendidikan nonformal di Desa Gumelem Wetan.....	54
Tabel 8: Etnis/Suku Penduduk Desa Gumelem Wetan.....	54
Tabel 9: Agama yang dianut Penduduk Desa Gumelem Wetan.....	55
Tabel 10: Usaha Jasa Hiburan Penduduk Desa Gumelem Wetan.....	55

DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Jalur Proses Komunikasi Pembangunan	19
Bagan 2: Proses Pembentukan Citra	28
Bagan 3: Kerangka Pemikiran	37
Bagan 4: Stuktur Keanggotaan Komunitas Pengrajin Batik Gumelem	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Batik Gumelem Motif Gilar-Gilar	4
Gambar 2: Batik Gumelem Motif Candi Arjuna.....	5
Gambar 3: Batik Gumelem Motif Cebong Kumpul.....	5
Gambar 4: Batik Gumelem Motif Dawet Ukel	6
Gambar 5: Batik Gumelem Motif Bakul Dawet Mata Deruk	64
Gambar 6: Batik Gumelem Motif Gaja Saba.....	65
Gambar 7: Batik Gumelem Motif Barong Kembang.....	65
Gambar 8: Batik Gumelem Motif Lombok 1.....	66
Gambar 9: Batik Gumelem Motif Lombok 2.....	66
Gambar 10: Batik Gumelem Motif Lumbun.....	67
Gambar 11: Batik Gumelem Motif Salakan	67
Gambar 12: Batik Gumelem Motif Strawberry	68
Gambar 13: Proses Membuat pola Batik Gumelem.....	70
Gambar 14: Proses Ngiseni.....	71
Gambar 15: Proses Ngiseni.....	72
Gambar 16: Proses Ngelir	73
Gambar 17: Proses Ngolorod	74
Gambar 18: Pemasaran Batik Gumelem Secara Online	76
Gambar 19: Pertemuan Rutin Komunitas	93
Gambar 20: Rumah Produksi Batik Gumelem “Giri Alam”	96
Gambar 21: Pameran “Gumelem Etnic Karnival”	99
Gambar 22: Com.Dev menjalankan peran pendidikan	102
Gambar 23: Kerjasama Com.dev dengan mitra	105
Gambar 24: Keterampilan membatik para anggota komunitas.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Interview Guide

Lampiran 2: Foto-foto Dokumentasi Penulis

Lampiran 3: SK POKDARWIS “Giri Indah” Desa Gumelem

ABSTRACT

The image is a very important thing for a region. Image is used as a measure of the existence of a region, if a region does not have a good image, the opportunity to compete with the other Regions are also getting smaller. The image can be established by various sectors, such as tourism sector in which involves all levels of society including the people who run businesses in the tourism industry. The tourism industry/service providers are all businesses operated by society who produce goods or services for the tourism such as souvenirs and typical handicrafts from certain regions. The handicraft is usually the production of the society who is living in the surrounding area of tourism. People who gather into a community and aim to achieve prosperity and independence can be called as the *Community Development*. In this study, the researcher wanted to investigate how the role of a Community Development can support the establishment of regional tourism image through the image forming elements according to John S. Nimpoeno which includes elements of motivation, cognition, attitudes and perceptions. This study aims to determine how the role of *Community Development* supports the establishment of a tourism image in the region. This type of research is qualitative by using descriptive method. The results of this study states that the role of *Community Development* in the form of facilitation, education, representation/networking and skills can support the tourism image forming elements such as motivation, cognition, attitudes and perceptions.

Keywords: *Community Development*, image, tourism



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ada banyak destinasi wisata yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Setiap destinasi wisata, biasanya memiliki cenderamata (oleh-oleh) yang khas dari sebuah objek wisata tersebut. Kota Yogyakarta dikenal dengan cenderamata khasnya yaitu Batik Jogja, Kerajinan Perak, dan Bakpia Pathuk begitupun dengan daerah-daerah lain yang memiliki objek wisata biasanya juga memiliki cenderamata khas daerah masing-masing. Berbagai cendamata yang dihasilkan oleh masing-masing daerah tersebut di produksi oleh masyarakat yang biasanya berkumpul dalam suatu komunitas/perkumpulan untuk menghasilkan cendramata yang akan dijual di objek wisata.

Dalam rangka memajukan suatu daerah, baik di bidang pembangunan maupun di bidang ilmu pengetahuan. Berbagai usaha telah dilakukan oleh pemerintah, namun hal itu akan sia-sia jika masyarakat sendiri tidak ikut bergerak untuk memajukan daerah tersebut. Komunitas pengrajin cenderamata tersebut merupakan salah satu langkah masyarakat dalam mencapai kemandirian karena tidak tergantung dengan lapangan pekerjaan yang diberikan oleh pemerintah. Komunitas pengrajin cenderamata tersebut dalam ilmu komunikasi dekat hubunganya dengan istilah *Community Development*. *Community Development* mempunyai peranan penting dalam proses pembangunan masyarakat di daerah

tertentu. Hal ini karena melalui *Community Development*, pesan dari pemerintah kepada masyarakat maupun pesan dari masyarakat kepada pemerintah dapat terkomunikasikan dengan baik. Dengan kata lain *Community Development* menjadi jembatan antara masyarakat dengan pemerintah dalam mencapai kemandirian dan mendukung terbentuknya citra daerah yang positif.

Setiap Daerah baik di tingkat provinsi maupun di tingkat Kabupaten, pasti menginginkan citra yang baik. Citra menjadi sangat penting dalam sebuah daerah untuk terus berkembang dan di kenal oleh daerah-daerah lain. Salah satu usaha untuk meningkatkan pembentukan citra suatu daerah dapat dilakukan dengan berbagai upaya. Salah satunya melalui bidang pariwisata yang pada prakteknya pariwisata dapat melibatkan seluruh lapisan masyarakat, mulai dari pemerintah sampai pada pelaku pariwisata yaitu masyarakat yang tergerak untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan objek wisata tersebut.

Jawa Tengah termasuk dalam salah satu daerah RIPARNAS (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata) artinya daerah tersebut memiliki peluang yang lebih besar untuk mengembangkan pariwisatanya baik di tingkat nasional maupun Internasional, dengan objek wisatanya Candi Borobudur yang berada di Magelang yang sudah berhasil menyedot banyak wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia. Selain Candi Borobudur Kawasan Wisata Dataran Tinggi Dieng (KWDT) Dieng yang berada di Kabupaten Banjaregara, juga termasuk dalam daerah

RIPARNAS yang pada saat ini perkembangannya juga tidak kalah dengan Candi Borobudur dalam menyedot wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia (Sumber: Hasil wawancara pra survei dengan saudara Lee dari bidang pemasaran produk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah pada tanggal 5 November 2015).

Kawasan wisata dataran tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara, pernah menjadi juara pertama desa wisata tingkat nasional tahun 2014. Desa wisata Dieng Kulon memiliki berbagai potensi alam, budaya, sejarah, dan keunikan lokal yang sekarang ini mampu menjadi sumber pendapatan untuk Kabupaten Banjarnegara. Kawasan Wisata Dataran Tinggi Dieng memberikan kontribusi ke APAD (Anggaran Pendapatan Asli Daerah) sebanyak Rp. 2.969. 685.000 pada tahun 2014 lalu (Sumber:<http://budparbanjarnegara.com/2015/01/22/komisi-ii-dprd-kab-banjarnegara-tinjau-obyek-dieng/#more-4387> diunduh pada 25 November 2015 pukul 10.45 WIB).

Masuknya kawasan Dataran Tinggi Dieng ke dalam RIPARNAS juga mempengaruhi daerah-daerah lain yang ada di Kabupaten Banjarnegara untuk dikunjungi, seperti Desa Wisata Gumelem yang dikenal dengan kekhasan batik Gumelemya. Seperti batik-batik dari daerah lain batik Gumelem juga memiliki Motif khas batik Gumelem Banjarnegara antara lain:

1. Motif Gilar- Gilar, dimana kata "Gilar- Gilar" ini merupakan semboyan dari Kabupaten Banjarnegara yaitu "Banjarnegara Gilar-

Gilar". Motif ini mengkreasikan alam wisata yang ada di Banjarnegara diantaranya adalah minuman khas Dawet Ayu, yang masuk motifnya adalah memikul dawet ayu atau rombing dawet. Ada motif salak pondoh yang berjajar lima untuk mengingatkan akan kelima sila dari Pancasila sebagai falsafah hidup bernegara.

2. Motif Candi Arjuna, filosofinya mengenalkan objek wisata yang ada di Banjarnegara yaitu di Dieng dengan bentuk motif candi Arjuna.
3. Motif kecebong Kumpul. Sebenarnya adalah motif watu dari Mataram atau batu Pecah yang sudah dimodifikasi di Gumelem, dinamakan Cebong Kumpul untuk melambangkan masyarakat Gumelem yang selalu berkumpul dan bersatu dalam menyelesaikan segala hal.

Berikut ini motif dari batik Gumelem Banjarnegara yang ada di Desa Gumelem Banjarnegara, Jawa Tengah:

Gambar 1
Motif Gilar- Gilar



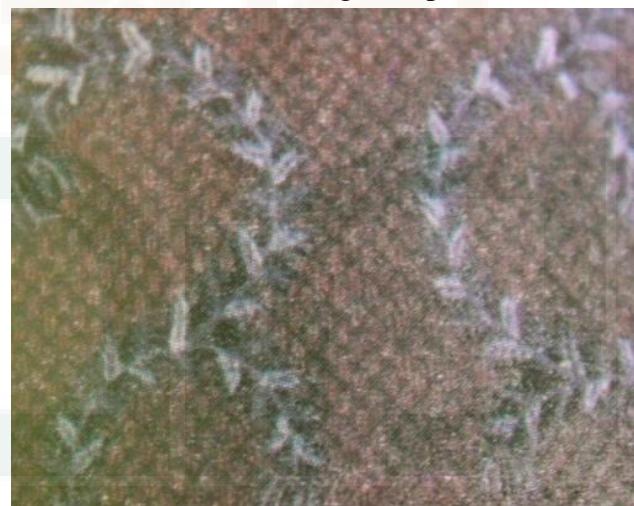
(Sumber: Rachman dkk, 2010:35)

Gambar 2
Motif Candi Arjuna



(Sumber: Rachman dkk, 2010:35)

Gambar 3
Motif Cebong Kumpul



(Sumber: Rachman dkk, 2010:36)

Gambar 4
Motif Dawet Ukel



Sumber: www.batikgirialam.com
Diunduh pada tanggal 27 Januari 2016

Batik gumelem tersebut di produksi di desa wisata Gumelem. Desa wisata Gumelem ini memiliki daya tarik dari sisi nilai-nilai kekayaan lokal, seperti syarat idealnya sebuah desa wisata yaitu ada dua. Pertama, memiliki objek artinya wisata tersebut memiliki benda peninggalan seperti Candi, Air terjun, kawah dan lain sebagainya, yang dapat dijadikan sebagai sebuah desa wisata. Kedua, memiliki nilai-nilai kekayaan lokal yakni punya nilai sejarah yang berpengaruh untuk generasi berikutnya, misalnya objek itu merupakan daerah bekas jajahan atau bekas kerajaan, yang dapat dijadikan sebagai suatu objek pariwisata (Sumber: Hasil wawancara pra survei dengan Aziz Ahmad selaku Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banjarnegara pada tanggal 14 Oktober 2015) .

Desa wisata Gumelem memiliki *point* kedua tersebut yakni memiliki nilai-nilai kekayaan lokal yaitu Desa tersebut merupakan lingkungan Kademangan yang masih ada hubungannya dengan kerajaan di Surakarta. Pendapat tersebut senada dengan Lina Rachman dkk yang menyebutkan bahwa Desa Gumelem tersebut dari sisi sejarahnya merupakan tanah perdikan (bebas pajak) di bawah pengaruh keraton Mataram (Rachman dkk, 2010: 30). Hal ini diperkuat dengan adanya peninggalan berupa batik Gumelem yang melambangkan kekuasaan sebuah kerajaan di suatu daerah. Batik Gumelem memiliki berbagai motif yang menggambarkan kekhasan dari sebuah daerah yang menaunginya dalam hal ini desa wisata Gumelem masuk dalam pemerintahan Kabupaten Banjarnegara.

Menurut Suwandi salah satu tokoh masyarakat yang ada di desa Gumelem, awalnya desa Gumelem menjadi desa *Independence* yang belum masuk dalam Daerah Banjarnegara karena masih menggunakan budaya keraton, baru pada sekitar tahun 1950 desa Gumelem masuk ke Kabupaten Banjarnegara (Sumber: Hasil wawancara pra survei dengan Suwandi tokoh masyarakat di Desa Gumelem pada 11 Oktober 2015). Motif atau corak batik lebih menonjolkan khas Banjarnegara misalnya Candi Dieng, Dawet Ayu, dan Salak Pondoh dimana produk- produk tersebut merupakan beberapa produk unggulan dari Kabupaten Banjarnegara (Rachman dkk, 2010: 33).

Salah satu pengrajin batik Gumelem yang sampai saat ini masih memproduksi batik tulis Gumelem yaitu pengrajin batik Gumelem “Giri Alam”. Pengrajin batik “Giri Alam” ini merupakan salah satu pengrajin batik tulis asli khas Gumelem Banjarnegara yang benar-benar mempertahankan khas batik Gumelem, yaitu menggunakan bahan pewarna alami dari ramuan berbagai tanaman yang ada di lingkungan sekitar. Selain itu Pengrajin batik “Giri Alam” tersebut juga merupakan salah satu *Community Development* hasil binaan dari PT. Indonesia Power UBP Mrica melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) (Sumber: Hasil wawancara pra survei dengan Waridah selaku Ketua komunitas pengrajin batik Gumelem “Giri Alam” pada 19 Januari 2016). Perusahaan tersebut merupakan perusahaan pembangkit tenaga listrik yang berada di Kabupaten Banjarnegara dengan induk perusahaan di Jakarta.

PT. Indonesia Power memiliki visi yaitu menjadi perusahaan publik dengan kinerja kelas dunia dan bersahabat dengan lingkungan, maka PT Indonesia Power selalu berupaya untuk memperhatikan pelestarian lingkungan dalam setiap kegiatan usahanya (Sumber: <http://.indonesiapower.co.id/sitepages/environment.a> Diunduh pada tanggal 2 Januari 2016 pukul 11.03 WIB). Sampai dengan saat ini Indonesia Power terus berusaha untuk mendapatkan peringkat yang lebih tinggi untuk seluruh pembangkitnya dengan terus menerus meningkatkan atau minimal mempertahankan pengelolaan lingkungan yang telah

dilaksanakan serta berupaya untuk meningkatkan kegiatan-kegiatan *Community Development*.

Batik tulis Gumelem hasil produksi dari *Community Development* binaan PT. Indonesia Power tersebut mampu menghasilkan produk-produk yang diminati sampai ke mancanegara. Batik tulis Gumelem ini disukai di beberapa negara seperti Jepang karena terbuat dari bahan yang alami sehingga cocok untuk kulit orang Jepang yang sensitif (Sumber: Hasil wawancara pra survei dengan Rina Estriyani selaku Humas PT. Indonesia Power pada tanggal 11 Oktober 2015). Berdasarkan hal tersebut peneliti berpendapat bahwa sebenarnya kegiatan *Community Development* tersebut dapat digunakan sebagai salah satu upaya dalam membentuk citra pariwisata Banjarnegara karena selama ini citra baik pariwisata Kabupaten Banjarnegara masih belum ter-expose secara maksimal di mata publik.

Citra pariwisata Banjarnegara pernah mendapat citra buruk untuk objek wisata Taman Rekreasi Margasatwa Serulingmas (TRMS). Objek wisata yang berupa kebun binatang satu-satunya yang ada di karasidenan Banyumas ini, saat ini mulai sepi pengunjung dan kondisinya sangat memprihatinkan untuk tempat tinggal hewan-hewan yang ada di kebun binatang tersebut. Seperti pada berita yang dimuat dalam Tribunjogja.com berikut ini:

TRIBUNJOGJA.COM, BANJARNEGARA - Lontaran nada keprihatinan tak hanya disampaikan mengomentari kematian gajah Dona yang tewas tersengat arus listrik di Taman Rekreasi Margasatwa Serulingmas (TRMS) Banjarnegara pada Rabu (28/11/2012) lalu. Nada keprihatinan juga dialamatkan pada kondisi kebun binatang yang diresmikan 1997 lalu."Kondisinya

diakui memang memprihatinkan. Tapi kami melakukan pemberahan kok," kata Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banjarnegara, Aziz Achmad ditemui di Baturraden, Minggu (2/12/2012).

Dari pantauan Tribun Jogja, kondisi Kebun binatang yang diresmikan Menparpostel almarhum Soesilo Sudarman yang saat itu Ketua Yayasan "Seruan Eling Banyumas" (Serulingmas) pada 24 Agustus 1997 ini umumnya hanya ramai saat liburan atau akhir pekan. Kondisi yang memprihatinkan terlihat dari kerusakan di beberapa kandang satwa seperti berbagai jenis burung serta jalan *paving* setapak yang rusak dan taman yang tak terawat.

Kebun binatang satu-satunya di eks Karesidenan Banyumas ini menjadi sorotan akibat tewasnya Dona, gajah betina yang tersengat arus listrik belum lama ini. Tercatat, sejak 2006 sudah tiga kali peristiwa gajah mati di kandang.

Berita tersebut menjadi peringatan keras kepada pemerintah Banjarnegara dalam mengelola objek wisata yang dimiliki. Padahal upaya-upaya pembangunan dan perbaikan objek wisata sebenarnya telah dilakukan oleh pemerintah, namun hal tersebut akan sia-sia jika upaya pembangunan dan perbaikan tersebut tidak didukung oleh partisipasi masyarakat Banjarnegara demi kemajuan daerah yang mereka tinggali. Seperti yang sudah Allah firmankan dalam surat Ar-Ra'd ayat 11 berikut: (Al Quran dan Terjemahnya, 1993: 370).

لَهُ مَعْقِبَتُو مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ تَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا

يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ

لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٰ

Artinya: “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Tuhan tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, jika kaum tersebut tidak mengubah kemunduranya sendiri. Dengan kata lain perubahan suatu daerah ke arah yang lebih maju dan mendapatkan citra positif akan sulit dilakukan jika masyarakatnya tidak mau bersatu dan bergerak demi kemajuan daerah yang mereka tinggali. Salah satu upaya untuk mendapatkan citra pariwisata yang positif dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya dengan melibatkan pertisipasi masyarakat Banjarnegara melalui kegiatan yang mereka lakukan dan tergabung dalam *Community Development* pengrajin batik Gumelem. Dalam upaya untuk membentuk citra pariwisata yang baik, pasti ada sebuah proses yang terjadi. Proses tersebut yang nantinya akan menentukan bagaimana *Community Development* memiliki peran dalam membentuk citra pariwisata Daerah.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai proses pembentukan citra pariwisata daerah melalui peran *Community Development* komunitas pengrajin batik Gumelem di Daerah Kabupaten Banjarnegara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana proses pembentukan citra pariwisata daerah melalui peran *Community Development* komunitas pengrajin batik Gumelem?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan citra pariwisata daerah melalui peran *Community Development* komunitas pengrajin batik Gumelem.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan peneliti dalam mengetahui teori *Community Development* dan citra yang di peroleh oleh sebuah daerah yang sedang berkembang.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi mahasiswa ilmu komunikasi yang tertarik dengan *Community Development*.

3. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan oleh pemerintah Kabupaten Banjarnegara sebagai masukan dan bahan FGD (*Focus Group Discussion*) dalam mengembangkan *Community Development* pengrajin batik Gumelem agar lebih berkembang dan produktif dan dapat mendukung pembentukan citra pariwisata Daerah melalui peran *Community Development*.

E. Telaah Pustaka

Untuk mengetahui dan membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, peneliti menemukan beberapa judul penelitian tentang *Community Development* yang diantaranya adalah:

Pertama, Tesis yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Hotel Suly Resort Yoga & Spa melalui Yayasan Bali Global, Ubud Bali”. Penelitian ini di tulis oleh I Putu Mariana Adiputra, pada program Magister Program Studi Kajian Pariwisata Universitas Udayana Denpasar Bali pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk pemberdayaan masyarakat miskin yang dilakukan Hotel Suly Resort Yoga & Spa. Penelitian yang dilakukan oleh saudari I Putu Mariana tersebut menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa bentuk-bentuk pemberdayaan masyarakat miskin yang dilakukan Hotel Suly Resort Yoga & Spa berupa penyelenggaraan panti asuhan, sekolah gratis, pelatihan kewirausahaan dan pertunjukan seni budaya. Dari bentuk-bentuk pemberdayaan masyarakat tersebut Hotel Suly Resort Yoga & Spa ini memiliki tujuan untuk mempertahankan eksistensi hotel, citra yang baik, dan mendapatkan keuntungan jangka panjang sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar Hotel Suly Resort Yoga & Spa.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama mengangkat tentang pemberdayaan masyarakat atau *Community Development* yang pengaruhnya dapat menjaga eksistensi dan

citra yang baik. Penelitian ini juga sama-sama menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Perbedaan penelitian ini yaitu ada pada subjek penelitian, penelitian ini meneliti *Community Development* yang dilakukan oleh Hotel Suly Resort Yoga & Spa, sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan subjek penelitiannya adalah *Community Development* komunitas pengrajin batik Gumelem yang ada di Kabupaten Banjarnegara Jawa Tengah.

Kedua, skripsi yang berjudul “*Community Development* Melalui Sekolah Magang Indocement dalam Rangka Pembentukan *Corporate Image*” oleh saudara Zam Zam Mubarok (2011) program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk *Community Development* melalui sekolah magang Indocement dengan *Corporate Image* di PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan lakukan terletak pada metode yang digunakan yakni metode deskriptif kualitatif, dan sama- sama meneliti mengenai *Community Development*. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada objek penelitian, dalam penelitian yang telah dilakukan oleh saudara Zam Zam Mubarok itu lebih menekankan pada bentuk *Community Development* dalam membentuk *Corporate Image* di PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk, sedangkan penelitian yang peneliti

lakukan lebih menekankan pada peran *Community Development* dalam mendukung pembentukan citra pariwisata daerah.

Ketiga, Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pembangunan dalam *Community Development* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Seksi Kebersihan dan Lingkungan hidup di Dusun Sukunan Banyuraden, Gamping, Sleman Yogyakarta), yang disusun oleh Nur Hasnah Afdillah (2014) Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Memfokuskan riset pada strategi komunikasi pembangunan yang digunakan dalam *Community Development* yang dalam hal ini komunitas yang dimaksud adalah PSM (Pengelola Sampah Mandiri) yang berada di Dusun Sukunan Banyuraden, Gamping, Sleman Yogyakarta. Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa strategi komunikasi pembangunan melalui media rakyat dapat berhasil dengan adanya *Community Development* di Dusun Sukunan. Terbukti perilaku warga di Dusun Sukunan yang sedikit demi sedikit sudah mulai berubah dalam penanganan sampah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yakni metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif dan sama-sama mengangkat tentang *Community Development*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu penelitian ini memfokuskan strategi komunikasi pembangunannya, sedangkan penelitian yang lakukan peneliti, lebih memfokuskan pada peran *Community Development* dalam mendukung pembentukan citra pariwisata daerah.

Perbedaanya juga terletak pada subjek penelitiannya yaitu penelitian ini subjek yang digunakan adalah Komunitas PSM (Pengelola Sampah Mandiri) di Dusun Sukunan Banyuraden, Gamping, Sleman Yogyakarta, sedangkan subjek yang peneliti gunakan adalah Pengrajin Batik Gumelem yang ada di Desa Wisata Gumelem Kabupaten Banjarnegara Jawa Tengah.

F. Landasan Teori

1. Komunikasi pembangunan

Komunikasi merupakan proses pertukaran informasi diantara individu melalui sistem lambang-lambang, tanda-tanda, atau tingkah laku (Ardianto, Harun: 2012: 20). Menurut Thomas M. Scheidel (Mulyana, 2010: 4) mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama kita untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun konteks sosial dengan orang disekitar kita, untuk mempengaruhi orang lain, agar merasa berpikir dan per perilaku seperti yang kita inginkan. Dari paparan diatas peneliti dapat menggaris bawahi bahwa komunikasi berperan sebagai alat untuk mempengaruhi orang lain agar orang tersebut berpikir dan berperilaku seperti yang kita inginkan.

Komunikasi sebagai ilmu sosial memiliki beberapa bidang salah satunya komunikasi pembangunan sejarah komunikasi pembangunan dimulai sejak tahun 1960-an dikalangan ilmu komunikasi telah berkembang suatu spesialis tentang penerapan teori dan konsep komunikasi secara khusus untuk keperluan pelaksanaan program

pembangunan. Semenjak dari hal itu kemudian dikenal dengan sebutan komunikasi pembangunan (Nasution, 2012: 1). Mengacu kepada pentingnya komunikasi diatas, komunikasi juga dibutuhkan dalam komunikasi pembangunan karena komunikasi berperan sebagai media/alat dalam menyampaikan ide/gagasan yang berhubungan dengan pembangunan.

Pengertian komunikasi pembangunan menurut Quebral dan Gomez (1978) dalam (Nasution, 2012: 142) diartikan sebagai berikut:

“Komunikasi Pembangunan merupakan disiplin ilmu dan praktikum komunikasi dan konteks negara-negara sedang berkembang. Terutama kegiatan untuk komunikasi perubahan sosial yang berencana Komunikasi pembangunan dimaksudkan untuk secara sadar meningkatkan pembangunan manusiawi, dan itu berarti komunikasi yang akan menghapuskan kemiskinan, pengangguran, dan ketidakadilan”.

Berdasarkan pengertian tersebut peneliti dapat mengartikan bahwa komunikasi pembangunan bertujuan untuk melakukan suatu perubahan sosial yang dilakukan oleh negara berkembang, namun dalam konteks ini kegiatan komunikasi pembangunan juga dapat di terapkan pada daerah yang sedang atau ingin berkembang kearah yang lebih baik.

Adapun sumber lain menyatakan bahwa komunikasi pembangunan dalam arti sempit diartikan sebagai berikut (Dilla, 2007: 116):

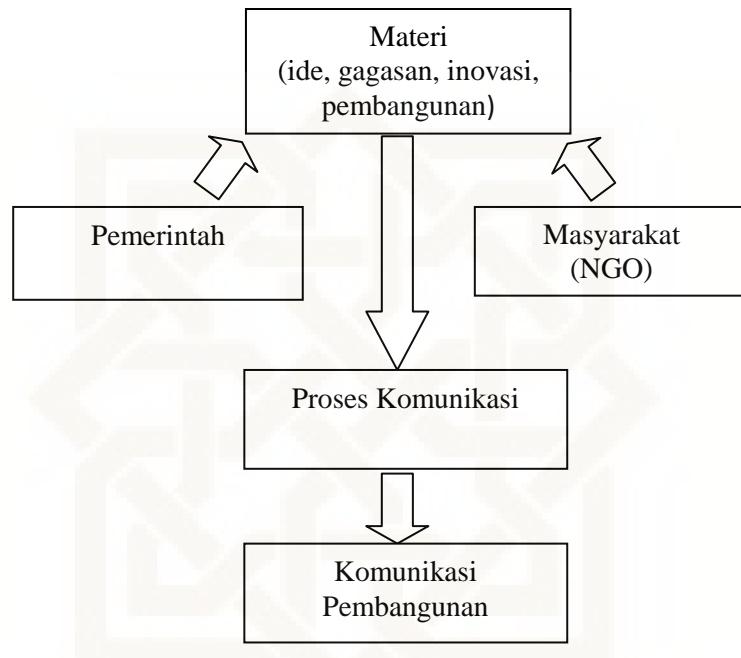
“Komunikasi Pembangunan adalah segala upaya, cara dan teknik penyampaian gagasan dan keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai kepada masyarakat yang menjadi sasaran, agar dapat memahami, menerima dan berpartisipasi dalam

pembangunan”. Secara keseluruhan komunikasi pembangunan dapat diartikan sebagai proses penyebaran informasi penerangan, pendidikan, dan keterampilan, rekayasa sosial dan perubahan perilaku” (Dilla, 2007: 125).

Berdasarkan pengertian komunikasi pembangunan diatas, peneliti dapat mengartikan bahwa komunikasi pembangunan merupakan media atau cara yang di gunakan oleh komunikator untuk melakukan komunikasi dengan komunikan agar komunikan dapat memahami dan menerima gagasan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pembangunan yang akan dilakukan demi mencapai tujuan yang diharapkan oleh komunikator.

Adapun jalur proses komunikasi pembangunan dalam (Dilla, 2007:120) sebagai berikut:

Bagan 1
Jalur Proses Komunikasi Pembangunan



Sumber: (Dilla, 2007:120).

Berdasarkan pada bagan diatas, jalur proses komunikasi pembangunan dapat berjalan dengan adanya peran masyarakat yang tergabung dalam sebuah komunitas. Komunitas tersebut yang nantinya berperan dalam proses pembangunan masyarakat. Tanpa adanya partisipasi masyarakat maka proses komunikasi pembangunan tidak dapat berjalan dengan lancar. Bentuk dari partisipasi masyarakat dapat dilihat dengan adanya *Community Development*.

2. *Community Development*

Istilah *Community Development* bersal dari dua kata bahasa Inggris yaitu *community* artinya komunitas/masyarakat dan *development* artinya berkembang. Menurut Bell dan Newby (1971) dalam (Ife dan Tesoriero, 2008: 191-193) pengertian komunitas sangat problematis dan dari banyak pengertian yang telah dikemukakan hanya sedikit yang memiliki kesamaan. Komunitas dimengerti sebagai suatu bentuk organisasi sosial dengan lima ciri-ciri terkait berikut ini:

“Sebuah perkumpulan untuk dapat dikatakan sebagai komunitas maka harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. *Skala Manusia*

Komunitas tidak bersifat pribadi dan terpusat, komunitas melibatkan interaksi- interaksi pada suatu skala yang mudah dikendalikan dan digunakan oleh individu-individu. Komunitas miliki struktur yang cukup kecil sehingga orang mampu memiliki dan mampu mengendalikannya.

b. *Identitas dan kepemilikan*

Adanya perasaan saling memiliki antar anggota. Komunitas memberikan rasa identitas kepada seseorang. Komunitas tersebut dapat menjadi bagian dari konsep diri seseorang.

c. *Kewajiban – kewajiban*

Setiap anggota berkontribusi kepada ‘kehidupan komunitas’ dengan berpartisipasi dengan paling sedikit beberapa dari kegiatan- kegiatanya dan anggotanya akan berkontribusi kepada pemeliharaan struktur organisasinya.

d. *Gameinschaft*

Komunitas akan memungkinkan orang berinteraksi dengan sesamanya dalam keragaman peran yang lebih besar, yang peran tersebut kurang dibedakan dan bukan berdasarkan kontrak.

e. Kebudayaan

Suatu komunitas menyediakan sebuah kesempatan bagi kultur masal. Kebudayaan masyarakat modern di produksi dan dikonsumsi dalam tingkat massal. Suatu komunitas memungkinkan pemberian nilai, produksi dan ekspresi dari suatu kebudayaan lokal atau berbasis masyarakat yang akan mempunyai ciri-ciri unik yang berkaitan dengan komunias yang bersangkutan”.

Menurut Bell dan Newby (1971) dalam (Ife dan Tesoriero, 2008: 191-193) tidak semua suatu perkumpulan dapat dikatakan sebagai komunitas. Dari paparan diatas untuk dapat dikatakan sebagai sebuah komunitas maka ada lima ciri-ciri yang harus dimiliki agar perkumpulan tersebut dapat dikatakan sebagai sebuah komunitas.

Adapun pengertian komunitas dari sumber yang berbeda menyebutkan bahwa, makna “komunitas” sangat beragam tergantung pada konteks kalimatnya (Iriantara, 2004: 21-22), misalnya: pertama, “komunitas ilmuwan yang mendukung yang mendukung teori evolusi”, kedua, dalam pemberitaan media juga sering muncul ungkapan “komunitas Muslim di Kasmir”, ketiga dalam konteks ilmu Public Relations “membina hubungan baik dengan komunitas” atau terlibat dalam “program pengembangan komunitas (*Community Development*) yang dilakukan suatu organisasi.

Makna kata komunitas dalam tiga contoh diatas berbeda-beda.

Dalam kalimat “komunitas ilmuwan” komunitas dimaknai sebagai kelompok manusia yang bisa saja tinggal di berbagai lokasi yang berbeda atau mungkin saja berjauhan jaraknya, namun dipersatukan kepentingan dan minat yang sama. Sedangkan dalam komunitas ungkapan “komunitas Muslim” lebih menunjuk pada satu kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik dan kesamaan keyakinan yang tinggal ditengah penduduk dengan karakteristik dan keyakinan yang berbeda. Sedangkan komunitas dalam contoh ketiga diatas “ program pengembangan komunitas (*Community Development*)” lebih dekat dengan makna kumpulan individu yang mendiami lokasi tertentu dan biasanya terkait dengan kepentingan yang sama,

Arti dari *development* adalah perkembangan atau juga dapat diartikan sebagai pembangunan. Arti perkembangan (*development*) disini berbeda dengan pertumbuhan (*Growth*) (Phillip, Pittman, 2008: 9). *Development* merupakan kegiatan yang dengan sengaja untuk mendatangkan perubahan struktur yang diinginkan, sedangkan pertumbuhan lebih memfokuskan pada aspek kuantitatif dari jumlah pekerjaan, pembangunan fasilitas dan lain sebagainya.

Berdasarkan pada pengertian *Community* dan *Development* diatas maka, pengertian *Community Development* dalam *elektronik book (e-book)* yang berjudul “*In Introduction to Community Development*” oleh Rhonda Phillip dan Robert H. Pittman (Phillip, Pittman, 2008: 6) pengertian *Community Development* secara umum dapat diartikan sebagai berikut:

“Definition of *Community Development* is:

The *Community Development* literature generally refers to this as social capital or social capacity, which describes the abilities of residents to organize and mobilize their resources for the accomplishment of consensual defined goals (Christenson and Robinson 1989 cited in Mattessich and Monsey 2004: 6”).

Dari pernyataan diatas peneliti menterjemahkan bahwa *Community Development* secara umum kembali kepada sosial *capital* atau kapasitas sosial yang menggambarkan kemampuan dari masyarakat untuk berorganisasi dan menggerakan akal mereka untuk pencapaian tujuan yang sudah ditentukan. Ada pendapat lain dalam sumber yang sama yang mengatakan bahwa: “*Community Development* the resources embedded in social relationships among persons and organizations that facilitate cooperation and collaboration in communities (Committee for Economic Development 1995 cited in Mattessich and Monsey 2004: 62).”

Dari pernyataan diatas peneliti menterjemahkan bahwa *Community Development* merupakan hasil melekatkan hubungan sosial antara perseorangan atau organisasi untuk memudahkan kerjasama

dalam komunitas/kelompok. Berdasarkan sumber diatas peneliti dapat memaknai bahwa dalam kegiatan *Community development* dibutuhkan sebuah kerjasama antar anggota komunitas.

Menurut sumber lain Christenson dan Robinson mendefinisikan *Community Development* sebagai suatu proses, masyarakat yang tinggal pada lokasi tertentu mengembangkan prakarsa untuk melaksanakan suatu tindakan sosial (dengan atau tanpa intervensi) untuk mengubah situasi ekonomi, sosial, kultural dan lingkungan (Alfitri, 2011: 32). Adapaun menurut Jim Ife dan Frank Tesoreiro (2008) dalam (Alfitri, 2011: 105) Partisipasi masyarakat menjadi kata kunci dalam menunjang keberhasilan program pengembangan masyarakat.

Menurut Dunham tidak semua komunitas dapat disebut sebagai *Community Development*. Ada empat unsur-unsur *Community Development* yang harus dipenuhi untuk dapat disebut sebagai *Community Development*. Menurut Athur Dunham unsur-unsur *Community Development* yaitu antara lain (Dunham, 1958:26): “A plan program with a focus on the total needs of the village community, Technical Assistance, Integrating various specialities for the help of the community, A major emphasis upon self –help and participation by the resident of the community”. Berdasarkan sumber tersebut peneliti dapat mengartikan bahwa unsur-unsur *Community Development* menurut Athur Dunham meliputi:

- a. Suatu program rencana dengan suatu fokus pada total kebutuhan masyarakat desa
- b. Adanya Bantuan Teknis
- c. pengintegrasian berbagai kekhususan untuk bantuan masyarakat.
- d. suatu penekanan utama atas bantuan dari dan partisipasi masyarakat.

Agar sebuah komunitas dapat disebut sebagai *Community Development* maka komunitas tersebut harus memiliki salah satu bentuk dari *Community Development*. Adapun bentuk komunitas yang sering di sebut sebagai *Community Development* menurut Rhonda Phillip dan Robert H. Pittman (Phillip, Pittman, 2008: 6) yaitu:

“There are four other forms of “community capital” often mentioned in the Community Development literature (Green and Haines 2002: viii):

- a. Human capital: labor supply, skills, capabilities and experience, etc.
- b. Physical capital: buildings, streets, infrastructure, etc.
- c. Financial capital: community financial institutions, micro loan funds, Community Development banks, etc.
- d. Environmental capital: natural resources, weather, recreational opportunities, etc”

Sebuah komunitas dapat disebut sebagai *Community Development* apabila memiliki salah satu bentuk diatas. Suatu komunitas yang tidak memiliki salah satu dari keempat bentuk *Community Development* diatas maka komunitas tersebut tidak dapat disebut sebagai *Community Development*.

3. Peran *Community Development*

Menurut Aziz Muslim (Muslim, 2008: 70-71) *Community Development* atau yang dapat juga diartikan dengan pengembangan masyarakat pada dasarnya memiliki empat peran dasar yang harus dilakukan oleh sebuah *Community Development*. Peran-peran tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Fasilitatif, yaitu peran-peran yang dijalankan pengembang masyarakat dengan cara memberi stimulan dan dukungan kepada masyarakat. Peran ini meliputi: *social animation* (memberi semangat atau mengaktifkan), *mediation and negotiation* (menengahi dan menghubungkan), grup fasilitasi (memfasilitasi atau memperlancar kelompok), *utilization of skil and resources* (penggunaan keterampilan dan sumber-sumber).
- b. Pendidikan yaitu peran-peran kependidikan. Dalam pengembangan masyarakat terjadi proses pembelajaran terus menerus dari masyarakat maupun pekerja kemasyarakatan untuk selalu memperbaiki keterampilan, cara berpikir, cara berinteraksi, cara mengatasi masalah, manambah wawasan masyarakat dan lain sebagainya. Peran ini meliputi: *informing* (memberi penjelasan, dan *training* (pelatihan).
- c. Perwakilan, peran ini dijalankan oleh pengembang masyarakat dalam interaksinya dalam dengan lembaga luar, atas nama masyarakat dan untuk kepentingan masyarakat. Peran ini meliputi

usaha mendapatkan sumber-sumber, membuat mitra atau *networking*.

- d. Keterampilan teknik, yaitu peran pengembangan masyarakat dalam menerapkan keterampilan teknis untuk mengembangkan masyarakat.

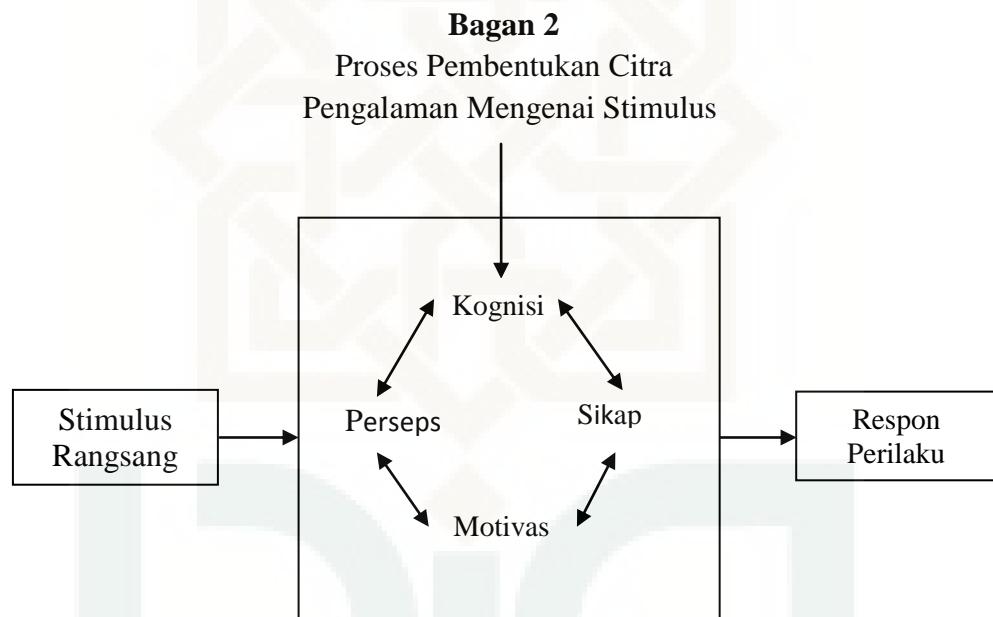
Community Development pada dasarnya dibentuk oleh masyarakat, dikelola oleh masyarakat dan hasilnya juga untuk masyarakat. Hal ini juga memberikan pengaruh terhadap pembangunan secara ekonomi suatu daerah, yang nantinya jika suatu daerah roda perekonomianya sudah berputar maka akan timbul kebutuhan lain yaitu kebutuhan untuk mendapatkan citra yang baik.

4. Citra

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (Soemirat, Ardianto. 2010: 111-112). Citra adalah “*Image: the impression, the feeling, the conception, which the public has of a company; concioussly created creted impression of an object person or or organization*” (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek orang atau organisasi.

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations Technique* menyimpulkan secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Dalam buku *Essential of Public*

Relations, Jefkins menyebut bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan (Soemirat, Ardianto. 2010:114). Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Adapun proses pembentukan citra menurut John S. Nimpoeno dalam laporan penelitian tentang “Tingkah Laku Konsumen” seperti yang dikutip Dinasaputra sebagai berikut:



Sumber: (Soemirat, Ardianto. 2010:114).

Empat komponen Persepsi- Kognisi- Motivasi- Sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. **Persepsi** (Soemirat, Ardianto, 2010: 116) diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan, dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. **Kognisi** yaitu suatu keyakinan diri dari individu

terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi – informasi cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. **Motif** adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan- kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. **Sikap** adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan, merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Menurut Linggar Anggoro (Anggoro, 2008: 59-63) ada beberapa jenis citra, antara lain: citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra harapan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*) serta citra majemuk (*multiple image*). Penjelasan jenis citra, sebagai berikut:

“Adapun jenis-jenis citra yang dimaksud adalah sebagai berikut:

a. Citra bayangan (*mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi (biasanya adalah pemimpinnya) mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Citra ini cenderung positif, bahkan terlalu positif karena kita biasa membayangkan hal yang serba hebat mengenai diri sendiri.

b. Citra yang berlaku (*current image*)

Citra ini kebalikan dari citra banyangan, citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi namun, tidak selamanya sesuai dengan kenyataan.

c. Citra harapan (*wish image*)

Citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Biasanya citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan dari pada citra yang ada, biasanya di rumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relatif baru yakni ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai.

d. Citra perusahaan (*corporate image*)

Citra perusahaan merupakan citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, bukan citra atas produk atau pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup suatu perusahaan yang gemilang.

e. Citra majemuk (*multiple image*)

Setiap perusahaan atau organisasi pasti mempunyai banyak unit dan pegawai (anggota. Jumlah citra yang dimiliki oleh suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya.

Citra dan reputasi memiliki makna yang hampir sama (Iriantara, 2011: 102), namun citra dan reputasi sebenarnya berbeda seperti yang di kutip oleh Yosal Iriantara dalam bukunya yang berjudul “Media Relations”, menyebutkan definisi reputasi yang dibuat oleh Gaotsi dan Wilson (2001) adalah “evaluasi semua stakeholder terhadap organisasi sepanjang waktu yang didasarkan atas pengalaman stakeholder. Sedangkan citra umumnya berkenaan dengan pandangan pihak luar terhadap organisasi”. Jadi dapat dikatakan bahwa antara reputasi dan citra adalah hal yang berbeda.

Citra menjadi hal yang sangat penting bagi setiap daerah. khususnya bagi sektor pariwisata di tiap-tiap daerah. Sektor pariwisata disetiap daerah memiliki potensi yang sangat berpengaruh demi kesejahteraan masyarakatnya. Melalui pariwisata roda perekonomian suatu daerah dapat berjalan dengan lancar. Hal ini sependapat dengan Prof. Darsiharjo, M.S Guru besar di bidang Ilmu Geografi Sumber Daya Alam pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial yang menyatakan bahwa: “ Banyak negara yang mengandalkan pariwisata sebagai sumber pendapatan negaranya. Pariwisata dapat mempromosikan citra Indonesia di mata dunia dan pariwisata juga merupakan media promosi produk-produk expor Indonesia”. (Sumber: http://file.upi.edu/Direktori/PIDATO/1._PIDATO_PENGUKUHAN_DARSIHARJO.pdf diunduh pada 27 April 2016 pukul 13.25 WIB).

Berdasarkan pernyataan diatas peneliti berpendapat bahwa sektor pariwisata memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses pembentukan citra suatu daerah. Hal ini diperkuat dengan pendapat William Gartner yang mengatakan bahwa “Proses pembentukan citra dalam industri pariwisata menjadi sangat penting, lebih penting dari industri lainnya, sebab pariwisata merupakan sebuah “*amorphous mass of experiences*”. Tidak ada kesempatan untuk mengambil sampel produk terlebih dahulu sebelum membelinya” (Sumber: Garthner, 1996: 487).

Berdasarkan pada peryataan Gartner tersebut, peneliti berpendapat bahwa citra pariwisata suatu daerah, menjadi hal yang penting yang harus dimiliki oleh suatu daerah. proses pembentukan citra pariwisata tidak dapat dilakukan hanya dengan mengandalkan pemerintah namun juga melibatkan peran dari pengusaha dan masyarakat dalam proses pembentukan citra pariwisata tersebut

5. Pariwisata

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa sektor pariwisata merupakan hal yang sangat penting dalam proses pembentukan citra. Baik atau buruknya sebuah citra daerah dapat ditentukan melalui sektor pariwisata yang dimiliki oleh daerah tersebut. Dikalangan birokrasi pariwisata didengungkan sebagai “obat mujarab” yang mampu menyulap belantara kemiskinan menjadi kemakmuran material. Pandangan ini dapat dilacak dengan mudah dari visi-misi pengembangan pariwisata ditingkat lokal maupun internasional. Didalam rumusan itu pariwisata dinobatkan sebagai sektor unggulan untuk mengangkat kesejahteraan rakyat (Sumber: Damanik, 2013:2).

Dalam dunia pariwisata ada yang dikenal dengan istilah pelaku pariwisata, yang dimaksud dengan pelaku pariwisata adalah sebagai berikut (Sumber: Rahim, 2011:10-11):

“Adapun pelaku pariwisata yang ada dalam dunia pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi.
- b. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- c. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
- d. Industri pariwisata/penyedia jasa adalah semua usaha yang menghasilkan barang atau jasa bagi pariwisata, ada dua yaitu: pelaku langsung dan pelaku tidak langsung. Pelaku langsung adalah usaha-usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan, meliputi hotel, restoran, biro perjalanan, atraksi hiburan dan lain-lain. Pelaku tidak langsung adalah usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata misalnya: usaha kerajinan tangan, penerbit buku, atau lembaran panduan wisata dan sebagainya.

Kegiatan pembangunan kepariwisataan sebagaimana pembangunan pada sektor lain pada hakekatnya melibatkan peran dari seluruh pemangku kepentingan yang ada. Pemangku-pemangku kepentingan yang nantinya akan menjalankan peranan dan fungsinya demi berlangsungnya perkembangan pariwisata di suatu Daerah.

Pemangku kepentingan yang dimaksud meliputi tiga pihak yaitu: Pemerintah, Swasta dan masyarakat tentunya dengan segenap peran dan fungsinya masing-masing yaitu (Sumber: Rahim, 2011: 2):

“Adapun peran pemangku kepentingan yang meliputi tiga pihak antara lain: pemerintah, kalangan swasta dan masyarakat, berikut penjelasanya:

- a. Pemerintah sesuai dengan tugas dan kewenangannya berfungsi sebagai pembuat peraturan (*regulator*) dan pendukung pelaksanaan pembangunan.

- b. Kalangan Swasta (pelaku industri pariwisata) berfungsi sebagai pengembang dan atau pelaksana pembangunan kegiatan kepariwisataan.
- c. Masyarakat dengan sumber daya yang dimiliki baik berupa kekayaan adat, tradisi dan budaya serta kapasitasnya berperan sebagai tuan rumah dan pelaku pengembangan kepariwisataan”.

Menurut pendapat peneliti, di dalam uraian tersebut menunjukan bahwa ada hubungan yang sangat erat antara pemerintah, pengusaha dan masyarakat. Pemerintah yang berfungsi sebagai *regulator* (membuat segala peraturan dan penentu kebijakan), kalangan swasta yang berperan dalam pengembangan dan sebagai pelaksana pariwisata, dan yang paling penting adalah peran serta masyarakat.

Masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan membangun arti bahwa masyarakat menjadi pelaku penting yang harus terlibat secara aktif dalam proses perancanaan dan pembangunan kepariwisataan. Dengan kata lain Masyarakat harus memiliki kesadaran penuh dalam upayanya bertindak sebagai pelaku pembangunan, khususnya pembangunan dalam bidang pariwisata, sehingga dalam dunia pariwisata ada istilah yang di sebut dengan “Sadar Wisata”.

Istilah “Sadar Wisata” menurut Firmansyah Rahim dalam bukunya yang berjudul “Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata Di Destinasi Pariwisata”, bidang pariwisata dapat diartikan sebagai kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam dua hal yang mendasar yaitu masyarakat menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai “tuan

rumah” yang baik bagi tamu dan wisatawan, dan masyarakat menyadari akan hak dan kebutuhannya untuk menjadi palaku pariwisata (Rahim, 2011: 4-5), Jika masyarakat sudah berhasil menerapkan “Sadar Wisata” tersebut, maka secara tidak langsung hal itu akan mempengaruhi perkembangan suatu objek wisata di sebuah daerah akan berkembang sesuai seperti apa yang diharapkan.

Menurut pendapat peneliti masyarakat memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan khususnya pembangunan di sektor pariwisata. Masyarakat juga yang dapat memberikan pandangan, penilaian atau gambaran terhadap suatu objek wisata yang ada di sebuah Daerah, yang nantinya dari penilaian, kesan dan gambaran yang dimiliki oleh masyarakat tersebut itulah, yang memungkinkan menjadi penentu dalam proses pembentukan citra pariwisata di sebuah Daerah.

6. Citra Pariwisata

Citra Pariwisata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ekspresi, gambaran, atau bayangan semua yang diketahui secara objektif, kesan, praduga perseorangan atau keompok mengenai tempat tujuan wisata, kebudayaan, keindahan alam, dan hasil kerajinan Daerah tertentu (Sumber: <http://www.kamusbesar.com/49504/citra-wisata> diunduh pada 17 Mei 2016). Citra pariwisata melekat dalam sebuah Daerah yang menaungi sebuah objek wisata, jika objek wisata

yang di miliki oleh sebuah Daerah tertentu itu baik, maka secara tidak langsung juga akan mempengaruhi citra Daerah yang menaunginya.

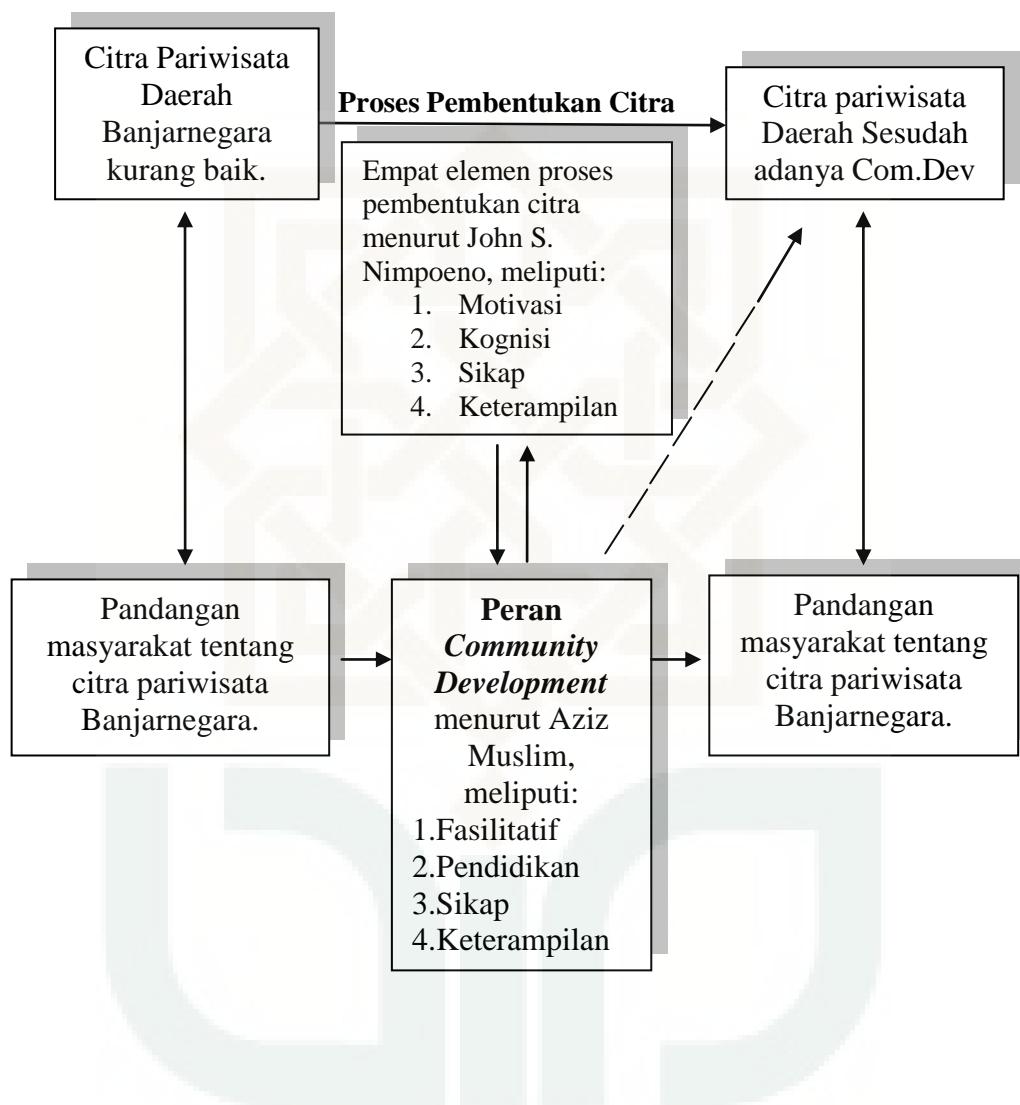
Jadi citra wisata/citra pariwisata menurut pendapat peneliti adalah penilaian, kesan atau gambaran yang dimiliki seseorang terhadap objek wisata.

Citra pariwisata yang ada disuatu daerah, menurut pendapat menulis sebenarnya tidak hanya dilihat dari objek wisatanya saja tapi juga dari cenderamata yang di produksi misalnya hasil kerajinan tangan seperti batik, pernak-pernik dari kayu, bambu dan bisa juga perak, sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin mengungkap bagaimana proses pembentukan citra pariwisata daerah melalui peran *Community Development* komunitas pengrajin batik Gumelem.



G. Kerangka Pemikiran

Bagan 3
Kerangka Pemikiran



(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

H. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian dibutuhkan metode agar penelitian tersebut dapat berjalan secara sistematis, sehingga penelitian tersebut menghasilkan penjelasan yang akurat. Penelitian merupakan cara-cara ilmiah untuk memahami dan memecahkan masalah sehingga dapatkan kebenaran yang sifatnya kebenaran ilmiah (idrus, 2009: 9). Berikut adalah pemaparan metodologi penelitian yang akan digunakan oleh peneliti.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam penelitian kualitatif data dapat diartikan sebagai segala keterangan (Informasi) mengenai semua hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian (idrus. 2009: 61). Penelitian dengan metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) situasi atau kelompok tertentu (Ruslan, 2006: 12)

Alasan peneliti menggunakan metode ini karena peneliti ingin menjelaskan lebih dalam mengenai permasalahan yang peneliti angkat. Metode deskripsi ini juga sesuai dengan permasalahan yang peneliti angkat.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menurut Amrin dalam (idrus, 2009: 91)

adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin di peroleh keterangan. Dalam penelitian yang peneliti lakukan subjek penelitiannya yaitu komunitas pengrajin batik Gumelem “Giri Alam” di Kabupaten Banjarnegara.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah susuatu yang ingin diketahui atau diteliti dari subjek penelitian, maka dari itu objek penelitian dalam penelitian ini adalah proses pembentukan citra pariwisata daerah melalui peran *Community Development*.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang akan di kumpulkan, yaitu data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber- sumber lain yang relevan.

Adapun metode- metode pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara mendalam (*depth interview*) adalah suatu cara pengumpulan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data yang

lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2006: 98). Informan yang akan diwawancara adalah pengrajin batik Gumelem “Giri Alam”, Humas PT. Indonesia Power UPB Mrica Banjarnegara dan masyarakat. Demi kelancaran wawancara yang akan dilakukan maka peneliti juga mempersiapkan *interview guide* agar wawancara berjalan dengan lancar dan sistematis.

b. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati tanpa mediator sesuatu objek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek yang diteliti (Kriyantono, 2006:106). Observasi yang akan peneliti lakukan meliputi observasi ke pengrajin batik Gumelem di Desa Gumelem dan PT. Indonesia Power UPB Mrica Banjarnegara.

c. Dokumentasi

Metode Dokumentasi atau (*Dokumentary Historical*) dilakukan oleh peneliti untuk melakukan kontak dengan pelaku atau sebagai partisipan yang terlibat pada metode dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan informasi yang yang dapat mendukung metode wawancara dan observasi, peneliti akan memperoleh data sekunder dari dokumen – dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen tersebut dapat berupa catatan laporan tertulis, foto, atau Video.

4. Metode Analisis Data

Data-data yang telah peneliti peroleh selanjutnya akan di analisis dengan menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Idrus, 2009: 147).

a. Reduksi Data

Tahap pertama : editing, pengelompokan dan peringkasan data.

Tahap kedua : penyusunan catatan- catatan mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan unit analisis yang diteliti sehingga ditemukan pola- pola dan tema- tema data.

Tahap ketiga : konseptualisasi tema- tema dan pola- pola.

b. Penyajian Data

Pengorganisasian data dengan menjalin atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan yang lain sehingga seluruh data yang dianalisis terlibat dalam satu kesatuan.

c. Penarikan atau Pengujian Kesimpulan

Tahapan ini dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan.

5. Unit Analisis

Bersadarkan objek yang akan diteliti dan teori yang sudah dipaparkan diatas, pada penelitian ini unit analisisnya adalah proses pembentukan citra pariwisata daerah melalui peran *Community Development* (Komunitas Pengrajin Batik Gumelem “Giri Alam”).

Berikut tabel unit analisis hasil olahan peneliti:

Tabel 1
Unit Analisis

Elemen Pembentukan Citra	Peran Com. Dev
Motif/ Motivasi	Fasilitatif
Kognisi	Pendidikan
Sikap	Perwakilan
Persepsi	Keterampilan

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti)

Berdasarkan tabel unit analisis diatas, peneliti membatasi satu peran *Community Development* hanya dapat membentuk satu elemen pembentukan citra. Hal tersebut nantinya akan diperkuat dengan adanya hasil analisis yang mengkolaborasikan antara hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

6. Metode Keabsahan Data

Teknik keabsahan data merupakan upaya untuk menunjukkan validitas dan reabilitas data penelitian. Konsep validitas penelitian ini bermakna adanya kesesuaian hasil- hasil simpulan sebuah penelitian dengan kondisi senyatanya di lapangan, sedangkan reabilitas

merupakan ketepatan atau *consistency* atau dapat dipercaya (Idrus, 2009: 145).

Metode keabsahan data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber (triangulasi data) adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan sebuah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda (Kriyantono, 2006: 70-71). Proses triangulasi dilakukan secara terus menerus sepanjang proses pengumpulan data dan analisis data, sehingga peneliti merasa yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan informasi maupun sesuatu yang perlu di konfirmasi kepada informan (Bungin, 2007: 252).

Peneliti akan menguji data yang diperoleh dari berbagai sumber, baik dari data yang diperoleh dari wawancara, dokumentasi maupun observasi yang telah dilakukan sehingga data yang diperoleh benar-benar valid dan teruji kebenaranya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Citra merupakan hal yang sangat penting bagi suatu Daerah. Citra menjadi tolak ukur eksistensi sebuah daerah. Citra dapat di bentuk malalui berbagai sektor, khususnya sektor pariwisata yang di dalamnya melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Masyarakat yang dimaksud disini adalah masyarakat yang bergerak di bidang industri pariwisata, seperti masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin batik tulis Gumelem. Masyarakat tersebut dapat di sebut sebagai bentuk *Community Development*. Berdasarkan pada hasil analisis melalui wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa proses pembentukan citra dapat di bentuk melalui peran *Community Development*, sebagai berikut:

1. Pertama, proses pembentukan citra yang berupa motivasi dapat tebentuk melalui peran *Community Development* yang berupa fasilitasi. Adanya semangat masyarakat yang sampai saat ini masih memproduksi batik Gumelem, hal ini dikarenakan dorongan dan dukungan yang diberikan oleh *Community Development* untuk terus mencintai dan melestarikan batik Gumelem.
2. Kedua, proses pembentukan citra yang berupa kognisi dapat tebentuk melalui peran *Community Development* yang berupa pendidikan. Kegiatan yang berupa kunjungan ke sekolah-sekolah dan pelatihan

yang di berikan kepada masyarakat serta penyebaran informasi melalui internet, dapat menambah pengetahuan masyarakat baik masyarakat Banjarnegara maupun masyarakat dari luar Banjarnegara terhadap batik Gumelem yang secara tidak langsung hal tersebut menambah kecintaan dan menjaga eksistensi batik Gumelem.

3. Ketiga, proses pembentukan citra yang berupa sikap dapat terbentuk melalui peran *Community Development* yang berupa perwakilan/*networking*. Kecenderungan masyarakat untuk mencari tahu lebih jauh tentang batik Gumelem dan kecenderungan untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Banjarnegara dapat terjadi malalui berbagai kegiatan promosi dan pemasaran yang di lakukan *Community Development* seperti mengikuti pameran-pameran yang ada di Banjarnegara ataupun luar Banjarnegara.
4. Keempat, proses pembentukan citra yang berupa persepsi dapat terbentuk melalui peran *Community Development* yang berupa penguasaan keterampilan. Keahlian yang dimiliki oleh anggota *Community Development* dalam membuat batik Gumelem menjadi penentu pendapat masyarakat dalam menentukan jenis batik yang akan di beli. Hasil produksi dari *Community Development* komunitas pengrajin batik Gumelem cukup diminati di kalangan masyarakat baik masyarakat dalam negeri maupun luar negari.

Berdasarkan pada analisis diatas, peneliti dapat menyimpulkan secara keseluruhan bahwa proses pembentukan citra pariwisata daerah dapat terbentuk melalui peran *Community Development* Komunitas pengrajin batik Gumelem. Hal ini dikarenakan batik Gumelem yang diproduksi oleh *Community Development* dapat dijadikan sebagai ciri khas sebuah Daerah. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa tidak semua daerah memiliki batik, sehingga hal ini tentu menjadi peluang tersendiri bagi Daerah yang memiliki batik untuk lebih mengoptimalkan batik sebagai media promosi dan pemasaran, khususnya pemasaran di bidang pariwisata Daerah.

B. Saran

Community development memiliki peran utama untuk mencapai kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. disamping peran utama yang harus dijalankan oleh *Community Development* tersebut, sebenarnya *Community Development* juga memiliki peluang yang cukup besar dalam membantu masyarakat untuk menjaga eksistensi daerah melalui kegiatan dan produk-produk yang dihasilkan oleh *Community Development* tersebut. Berdasarkan hal tersebut, sudah semestinya pihak-pihak eksternal seperti pemerintah dan juga pengusaha turut serta membantu *Community Development* untuk mencapai tujuannya. Bukan hanya untuk menggugurkan kewajiban sebagai pemerintah setempat ataupun memenuhi tanggung jawab perusahaan tetapi juga harus didasari dengan rasa empati sebagai

sesama masyarakat yang tinggal di wilayah yang sama dan demi kemajuan daerah bersama.

C. Kata Penutup

Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT, kerena berkat pertolonganNya skripsi ini dapat diselesaikan pada waktu yang sudah di rencanakan. Dalam penelitian skripsi ini, peneliti telah berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan hasil yang terbaik, meskipun tentu masih banyak sekali kekurangan dalam penelitian ini. oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan inspirasi kepada orang lain. Amin Ya Robbal Alamin.



Daftar Pustaka

Al Quran dan Terjemahnya. 1993. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al Quran. Semarang: CV. Alwaah.

Buku

- Alfitri. 2011. *Community Development Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- Anggoro, Linggar. 2008. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Damanik, Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Dunham, Athur. 1958. *Community Welfare Organization principles and practice*. Houghton: Crowell.
- Garhner, William C. 1996. *Tourism Development: Principles, prosesses, and policies*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Harun, Rochajat. Ardianto, Elvinaro. 2012. *Komunikasi Pembangunan Perubahan Sosial Perspektif Dominan Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Ife, Jim dan Tesoriero , Frank. 2008. *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi Community Development*. Yogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Iriantara, yosal. 2011. *Media Relations*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- . 2004. *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Muslim, Aziz. 2010. *Metodologi Pengembangan Masyarakat*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga.
- Nasution, Zulkarnaen. 2012. *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rachman, Lina, dkk. 2010. *Banjarnegara Punya Batik Pesona Batik Gumelem*. Banjarnegara: Banjarnegara Corner Dindikpora Banjarnegara.
- Rahim, Firmansyah. 2011. *Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata di Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Ruslan, Rusadi. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Phillip, Rhonda dan Pittman, Robert. 2008. *In Introduction to Community Development*. New York: Taylor and Fancis.

Tesis dan Skripsi

- Adiputra, I Putu Mariana, (2013). *Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Hotel Suly Resort & Spa melalui Yayasan Bali Global Ubud Bali*. Tesis. Program Studi Kajian Pariwisata Universitas Udayana Denpasar Bali.
- Afdilah, Nur Hasnah, (2014). *Strategi Komunikasi Pemangunan dalam Community Development (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Seksi Kebersihan dan Lingkungan Hidup di Dusun Sukunan Banyuraden, Gamping, Sleman Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mubarok, Zam Zam, (2011). *Community Development Melalui Sekolah Magang Indo cement dalam Rangka Pembentukan Corporate Image*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dokumen

- Dokumen Balai Desa Gumelem Wetan. 2015. *Profil dan perkembangan Desa Gumelem Wetan*.

Internet

<http://budparbanjarnegara.com/2015/01/22/komisi-ii-dprd-kab-banjarnegara-tinjau-obyek-dieng/#more-4387> Di unduh pada 25 November 2015 pukul 10.45 WIB.

<http://www.indonesiapower.co.id/SitePages/environment.a> Di unduh pada tanggal 2 Januari 2016 pukul 11.03 WIB.

[gambar batik tulis gumelem produksi giri alam - Google Search](http://www.google.com/search?q=gambar+batik+tulis+gumelem+produksi+giri+alam+-+Google+Search) Di unduh pada tanggal 8 Maret 2016 pukul 10.25 WIB.

http://file.upi.edu/Direktori/PIDATO/1._PIDATO_PENGUKUHAN_DARSIHA_RJO.pdf diunduh pada 27 April 2016 pukul 13.25 WIB).

Sumber:<http://www.suaramerdeka.com//smcetak/harmoni-alam-dalam-sehelai-batik-gumelem/> diunduh pada tanggal 22 Juni 2016 pukul 10.05

Interview Guide

Narasumber 1

Nama : Waridah
Pekerjaan : Pembatik (Ketua Komunitas Pengrajin Batik Tulis Gumelem)
Usia : 32 tahun
Alamat : Gumelem Wetan RT 01/04, Kec. Susukan, Kab.Banjarnegara.

Informasi umum

1. Apakah batik Gumelem itu?
2. Apa perbedaan antara batik Gumelem dengan batik-batik yang lain?
3. Apa saja motif batik Gumelem ini bu?
4. Siapakah pendiri komunitas/kelompok usaha batik ini?
5. Kapan Komunitas batik Gumelem ini diresmikan?
6. Ada berapa anggota pengrajin batik Gumelem Giri Alam ini?
7. Bagaimana struktur organisasi komunitas batik Gumelem?
8. Bagaimana sistem dari penjualan batik Gumelem ini? Apakah menjulnya sendiri-sendiri per pengrajin atau dikumpulkan dahulu jadi satu baru dijual, atau secara online?
9. Apakah komunitas batik Gumelem ini pernah mendapatkan bantuan baik dari swasta atau pemerintah?
10. Dalam bentuk apa saja bantuan tersebut diberikan?
11. Apakah masyarakat desa Gumelem ini sepenuhnya mendukung adanya kegiatan membatik ini?
12. Bagaimana bentuk dukungan yang diberikan masyarakat terhadap kegiatan membatik paguyuban batik Gumelem ini?

Peran *Community Development*

PERAN FASILITATIF

Social animation:

1. Bagaimana cara anda memberikan dorongan kepada masyarakat agar mau mencintai dan melestarikan batiknya sendiri (Batik Gumelem) ?

Mediations and Negosiation:

2. Bagaimana cara anda menjembatani antara masyarakat dengan pemerintah apabila sedang ada suatu permasalahan?

Grup Fasilitation:

3. Apa saja fasilitas yang anda sediakan demi berlangsungnya kegiatan membatik tulis Gumelem ini?

Utilization of skill resources:

4. Bagaimana anda bisa membatik tulis Gumelem ini?
5. Bagaimana anda memanfaatkan sumber-sumber alam yang ada di lingkungan sekitar untuk membuat batik?

PERAN PENDIDIKAN

Consciousness raising:

6. Bagaimana cara anda membangun kesadaran masyarakat desa Gumelem untuk melestarikan batik Gumelem?

Informing:

7. Bagaimana cara anda memberikan atau menyebarkan informasi mengenai batik tulis Gumelem khususnya untuk masyarakat Banjarnegara?

Training:

8. Bagaimana cara anda memberikan kegiatan pelatihan kepada masyarakat?

PERAN PERWAKILAN/NETWORKING

9. Siapa saja yang menjadi mitra usaha anda dalam menjalankan usaha batik tulis Gumelem ini?
10. Keuntungan apa saja yang anda dapatkan dari *networking* tersebut?

PERAN PENGUASAAN KETERAMPILAN

11. Apakah semua anggota menguasai teknik membatik tulis Gumelem?
12. Apakah ada pembagian tugas untuk keterampilan teknik dasar dalam mengelola usaha batik?

Narasumber 2

Nama : Rina Estriyani

Pekerjaan : Humas PT. Indonesia Power UPB Mrica Banjarnegara

Usia : 43 tahun

Alamat : Gayam, Kuta Banjar RT01/05 Banjarnegara

1. Apakah PT. Indonesia Power itu?
2. Apakah PT. Indonesia Power ini memiliki program CSR atau *Community Development*?
3. Apa saja program Com.dev yang pernah dilakukan PT. Indonesia Power?
4. Benarkan pengrajin batik tulis “Giri Alam” yang ada di desa Gumelem Wetan Banjarnegara merupakan com.dev hasil binaan PT. Indonesia Power?
5. Apakah yang melatarbelakangi PT. Indonesia Power memilih kelompok tersebut untuk dijadikan sebagai com.dev?
6. Kapan Com.dev pengrajin batik tulis “Giri Alam” yang ada di Gumelem diresmikan?
7. Bantuan apa saja yang pernah dilakukan atau diberikan PT. Indonesia Power kepada pengrajin batik tulis ”Giri Alam”?
8. Apakah ada kegiatan pemantauan dari PT. Indonesia Power untuk melihat perkembangan dari Com.dev “Giri Alam” tersebut?
9. Bagaimana proses pemasaran batik tulis yang di produksi oleh Com.dev tersebut?
10. Menurut pendapat Bapak/Ibu apakah kegiatan Com.Dev seperti komunitas pengrajin batik Gumelem “Giri Alam” tersebut dapat ikut mendukung pembentukan citra pariwisata daerah kabupaten Banjarnegara? kenapa?

Narasumber 3

Nama : Ratri

Pekerjaan : Ibu rumah tangga

Usia : 36 tahun

Alamat : Gumelem wetan RT01/01 Kec. Susukan, Kab. Banjarnegara

1. Apa yang anda ketahui tentang batik Gumelem?
2. Menurut anda apakah kegiatan yang dilakukan oleh komunitas pengrajin batik Giri alam dapat menumbuhkan kesadaran untuk lebih mencintai batik Gumelem?
3. Apakah anda pernah mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas pengrajin batik Gumelem?
4. Menurut anda apakah kelebihan batik Gumelem dibandingkan dengan batik-batik yang berasal dari Daerah lain?

Narasumber 4

Nama : Siti

Pekerjaan : Pelajar

Usia : 17 tahun

Alamat : Gumelem Wetan

1. Apa yang anda ketahui tentang batik Gumelem?
2. Menurut anda apakah kegiatan yang dilakukan oleh komunitas pengrajin batik Gumelem “Giri alam” dapat menumbuhkan kesadaran untuk lebih mencintai batik Gumelem?
3. Apakah anda pernah mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas pengrajin batik Gumelem?
4. Apakah manfaat yang anda dapat dari mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas pengrajin batik tersebut?
5. Menurut anda apakah kelebihan batik Gumelem dibandingkan dengan batik-batik yang berasal dari Daerah lain?

Narasumber 5

Nama : Sani

Pekerjaan : Wiraswasta

Usia : 28 tahun

Alamat : Jakarta

1. Apakah anda pernah membeli batik Gumelem?
2. Kenapa anda tertarik dengan batik tulis Gumelem?
3. Apa yang anda ketahui tentang batik Gumelem?
4. Darimana anda mengetahui informasi mengenai batik Gumelem?
5. Apakah anda ingin membeli batik Gumelem lagi lain waktu?
6. Menurut anda apakah kelebihan batik Gumelem dibandingkan dengan batik-batik yang berasal dari Daerah lain?
7. Apakah anda tertarik menunjungi Desa Wisata Batik Gumelem setelah membeli batik Gumelem?

Narasumber 6

Nama : Wiwin

Pekerjaan : Guru SD

Usia : 30 tahun

Alamat : Klampok Banjarnegara.

1. Apa yang anda ketahui tentang batik Gumelem?
2. Menurut anda apakah kegiatan yang dilakukan oleh komunitas pengrajin batik Giri alam dapat menumbuhkan kesadaran untuk lebih mencintai batik Gumelem?
3. Apakah anda pernah mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas pengrajin batik Gumelem?
4. Menurut anda apakah kelebihan batik Gumelem dibandingkan dengan batik-batik yang berasal dari Daerah lain?

Narasumber 7 (Ahli)

Pekerjaan : Dosen Ilmu Komunikasi Atmajaya Yogyakarta

Alamat : Yogyakarta.

1. Menurut Bapak pengertian *Community Development* itu seperti apa?
2. Menurut Bapak apa saja peran-peran dari *Community Development*?
3. Menurut Bapak apakah kegiatan seperti membuat pelatihan -pelatihan mengenal dan membuat batik yang dilakukan oleh *Community Development* komunitas pengrajin batik itu dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat akan pentingnya batik itu sendiri pak?
4. Apa keuntungan yang didapatkan oleh *Community Development* dari keberhasilannya menjalankan *networking* pak yang dalam hal ini kaitanya dengan komunitas pengrajin batik Gumelem?
5. Apakah produk yang dihasilkan *Community Development* seperti batik Gumelem dapat mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai daerah yang menaunginya Pak?
6. Menurut Bapak apakah peran *Community Development* dapat mendukung pembentukan citra pariwisata Daerah?

Narasumber 8

Nama : Aziz Ahmad

Pekerjaan : Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banjarnegara

Alamat : Banjanegara.

1. Apakah batik Gumelem itu Pak?
2. Apakah ciri khas dari batik Gumelem itu?
3. Dimana batik Gumelem tersebut diproduksi?
4. Apakah ada dasar hukum atau hak paten dari batik Gumelem bahwa batik Gumelem adalah milik Kabupaten Banjarnegara pak?
5. Bagaimana perkembangan batik Gumelem saat ini pak?
6. Ada berapa komunitas yang memproduksi batik Gumelem saat ini?
7. Kira-kira komunitas mana yang paling aktif dalam memproduksi batik Gumelem pak?
8. Apakah batik Gumelem dapat mendukung pembentukan citra pariwisata Daerah?
9. Bagaimana peran *Community Development* dalam mendukung pembentukan citra pariwisata Banjarnegara?



1. Foto-foto Wawancara dengan Narasumber







2. Foto-foto kegiatan *Community Development* komunitas pengrajin Batik Gumelem “Giri Alam”



















PEMERINTAH KABUPATEN BANJARNEGARA
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
Alamat : Jalan. Selamanik No. 35 Telp.(0286) 592753, 594913 FAC. 594913
BANJARNEGARA 53415

www.budpar-banjarnegara.com
info@budpar-banjarnegara.com

Email : [info@budpar-](mailto:info@budpar-banjarnegara.com)

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KABUPATEN BANJARNEGARA**

NOMOR : 556 / 031 TAHUN 2010

**TENTANG
PENGUKUHAN KELOMPOK SADAR WISATA " GIRI INDAH "
DESA GUMELEM KECAMATAN SUSUKAN
KABUPATEN BANJARNEGARA**

**KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN
BANJARNEGARA**

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka penerapan budaya Sapta Pesona di lingkungan Desa Gumelem, peran serta masyarakat khususnya para pelaku pariwisata di lingkungan Desa Gumelem perlu dibentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS);
b. bahwa dalam rangka upaya menerapkan budaya Sapta Pesona maka perlu ditingkatkan peran aktif masyarakat pelaku pariwisata di lingkungan Desa Gumelem sebagai Kelompok Sadar Wisata;
c. bahwa untuk hal tersebut perlu ditetapkan dengan Keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Provinsi Jawa Tengah (Berita Negara RI Tahun 1950 Nomor 42);
2. Undang - undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan (Lembaran Negara RI Tahun 1990 Nomor 78); Tambahan lembaran Negara RI No 3427;
3. Undang- undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara RI Nomor 60 Tahun 1999 tambahan lembaran Negara Nomor 59);
4. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan (Lembaran Negara RI Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 4966);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1950 tentang penetapan mulai berlakunya Undang-undang Nomor 13 Tahun 1950 (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 1950 Nomor 59) tentang Daerah-daerah Kabupaten Dalam Lingkungan Provinsi Jawa Tengah;

6. Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 2006 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataan (Lembaran Negara RI tahun 2006 Nomor 101, Tambahan Lembaran Negara RI nomor 3658);
7. Instruksi Presiden nomor 3 tahun 1991 tentang Kunjungan Wisata Indonesia;
8. Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor KM,5/UM.209/MPT.89 tentang penyelenggaran Sapta Pesona.
9. Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi nomor KM,52/HM.601/MPPT.89 tentang Penyelenggaraan Kampanye Nasional Sadar Wisata;

M E M U T U S K A N :

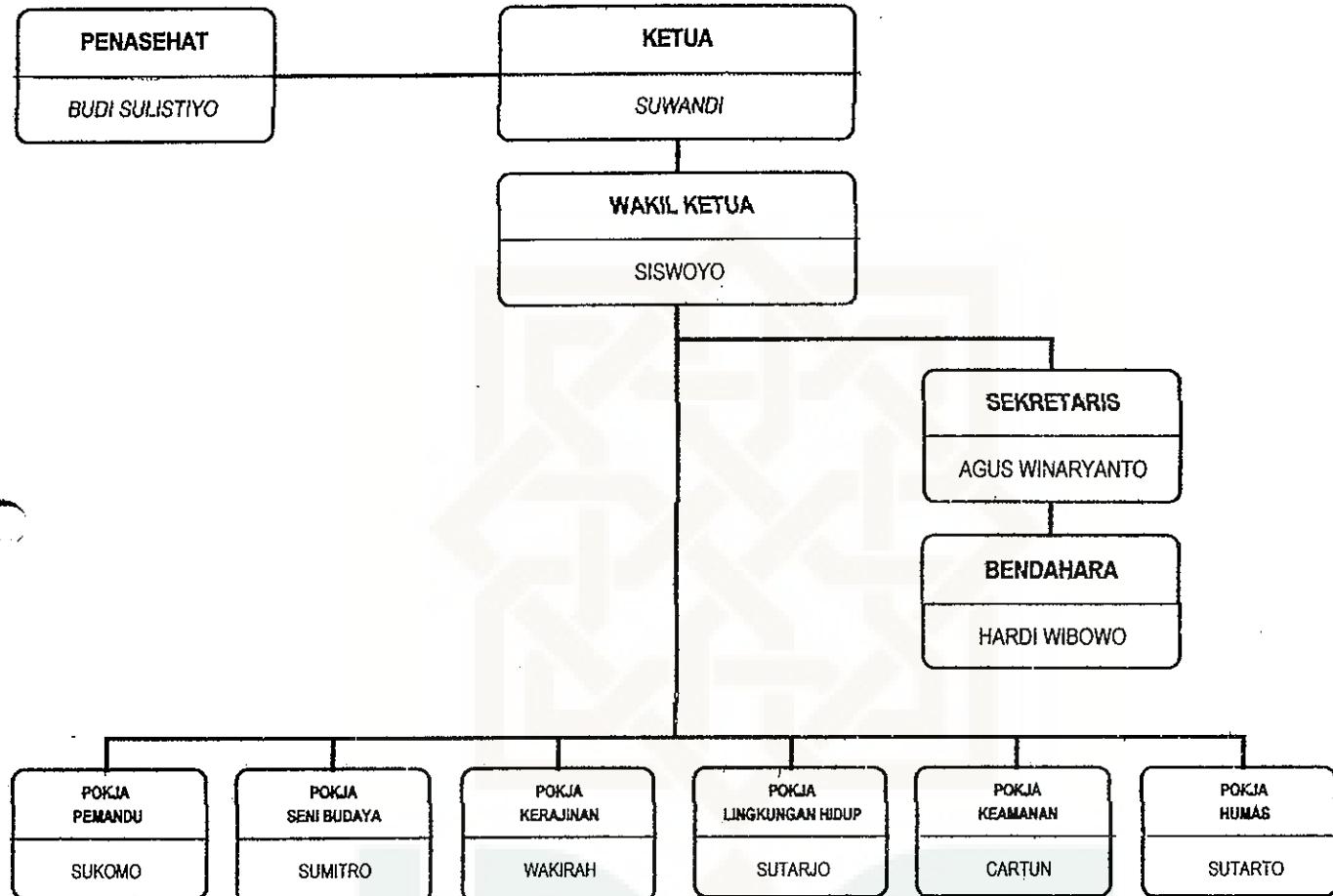
- Menetapkan :
- PERTAMA** : Mengukuhkan Kegiatan Kelompok Pemuda Desa Gumelem menjadi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) " GIRI INDAH " Desa Gumelem Kecamatan Susukan yang susunan pengurusnya sebagaimana tersebut dalam lampiran Keputusan ini
- KEDUA** : Kelompok Sadar Wisata sebagaimana dimaksud dalam DIKTUM PERTAMA keputusan ini mempunyai tugas :
 1. Membantu menciptakan budaya Sapta Pesona dan Sadar Wisata kepada anggota kelompok serta masyarakat sekitarnya
 2. Memasyarakatkan Sapta Pesona dan Sadar Wisata kepada anggota kelompok serta masyarakat sekitarnya
 3. Meningkatkan kesejahteraan anggotanya dengan berbagai kegiatan usaha
 4. Menjadi tuan rumah yang baik bagi wisatawan
- KETIGA** : Melaporkan kegiatan kelompoknya kepada Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- KEEMPAT** : Semua biaya akibat dikeluarkannya Keputusan ini dibebankan kepada :
 1. Swadaya anggota Kelompok Sadar Wisata yang bersangkutan;
 2. Sumber dana lain yang sah.
- KELIMA** : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di : Banjarnegara
Pada tanggal : 04 Desember 2010

KEPALA DINAS
KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KABUPATEN BANJARNEGARA

SUYATNO

STRUKTUR ORGANISASI
KELOMPOK SADAR WISATA " GIRI INDAH "
DESA GUMELEM KECAMATAN SUSUKAN
KABUPATEN BANJARNEGARA



Ditetapkan di : Banjarnegara
Pada tanggal : 4 Desember 2010

KEPALA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA
KABUPATEN BANJARNEGARA

SUYATNO



Nama	: Amelia Widya Pangesti
TTL	: Banjarnegara, 3 April 1994
Jenis kelamin	: Perempuan
Alamat	: Karanganyar RT03 RW02, Kec. Purwanegara, Kab. Banjarnegara.
Alamat Jogja	: Perum Puri Ambarukmo No.15, Catur tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta
Agama	: Islam
No.Telp	: 085647828860
Gol darah	: A
Alamat email	: Ameliatsaqla@gmail.com atau ameliawidya585@yahoo.co.id

2012-2016	: S1 Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2009-2012	: MAN 2 Banjarnegara
2006-2009	: MTs. Muhammadiyah Merden, Banjarnegara.
2001-2006	: SDN 1 Karanganyar
1998-2001	: TK Pertiwi Karanganyar

- (PRO) Public Relations Oriented UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- IMIKI (Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia)
- FOKASI (Forum Komunitas Ilmu Komunikasi) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- PMII (Persatuan Mahasiswa Islam Indonesia)
- KEMBARA (Keluarga Mahasiswa Banjarnegara)
- AMM (Angkatan Muda Muhammadiyah)