

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA
PENGELOLAAN DESA WISATA**

(Studi Diskriptif Kualitatif Kampung Anggur Plumbungan Sumbermulyo
Bambanglipuro Bantul)



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh :

**Dian Ayu Oktafiani
NIM 17107030130**

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

2021

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama Mahasiswa : Dian Ayu Oktafiani
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030130
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DARI PENGELOLA DESA WISATA KAMPUNG ANGGUR KEPADA WARGA DI PLUMBUNGAN SUMBERMULYO BAMBANGLIPURO BANTUL (Studi Kualitatif Desa Wisata Kampung Anggur Plumbungan) 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 plagiat dari karya/ penelitian orang lain.

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

Yogyakarta, 2 Desember2021

Yang menyatakan,



Dian Ayu Oktafiani
NIM. 17107030130

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



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 : Dian Ayu Oktafiani
NIM : 17107030130
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PENGELOLAAN DESA WISATA (Studi Deskriptif Kualitatif Kampung Anggur Plumbungan Sumbermulyo Bambanglipuro Bantul)

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 terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 7 Desember 2021
Pembimbing


Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I., M.A
NIP : 19840516 201503 2 001

HALAMAN PENGESAHAN



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 : B-60/Un.02/DSH/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PADA PENGELOLAAN DESA WISATA (Studi Diskriptif Kualitatif Kampung Anggur Plumbungan Sumbermulyo Bambanglipuro Bantul)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIAN AYU OKTAFIANI
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030130
Telah diujikan pada : Jumat, 24 Desember 2021
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
Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.
SIGNED

Valid ID: 61e93bce96eda



Penguji I
Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si
SIGNED

Valid ID: 61e98910b2776



Penguji II
Drs. Siantari Rihartono, M.Si
SIGNED

Valid ID: 61e64918342d6

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 24 Desember 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61ee35c81f353

MOTTO

“Natas, nitis, netes”

“ Dari Tuhan kita ada, bersama Tuhan kita hidup, dan bersatu dengan Tuhan kita kembali”

(Jawa kuno)



HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini Saya persembahkan Kepada :
Almamater Tercinta Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta**



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup didunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian tentang **Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pada Pengelolaan Desa Wisata** (Studi Deskriptif Kampung Anggur Plumbungan Sumbermulyo Bambanglipuro Bantul). Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag.,M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Humaniora
4. Ibu Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I,M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu meluangkan waktu dan mengarahkan penulis.
5. Ibu Dr. Diah Ajeng Purwani, M.Si. selaku dosen penguji I dan Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku dosen penguji II.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
7. Bapak dan Ibu beserta keluarga besar yang telah memberikan berbagai bentuk dukungan yang sangat berarti
8. Keluarga besar Desa Wisata Kampung Anggur Plumbungan yang telah menerima dan membantu penulis dengan baik dalam menyelesaikan tugas penelitian. Terima kasih atas ilmu, waktu, dan dukungan yang telah diberikan

9. Keluarga besar Ilmu Komunikasi 2017 yang telah menjalani berbagai momen kebersamaan dan berjuang bersama selama proses pembelajaran di UIN Sunan Kalijaga
10. Teman-teman kelas D (D'Academy) yang selalu memberikan warna baru, canda tawa, kehebohan, kekompakan, dan kebersamaan yang begitu sulit untuk dilupakan
11. Temen-temen Tim Kuno yang selalu memberikan keceriaan, kebahagiaan, dan segala dukungan yang diberikan
12. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima disisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, Amin.

Yogyakarta, 2 Desember 2021

Penyusun



Dian Ayu Oktafiani

NIM 17107030130

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

COVER	
SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
D. Telaah Pustaka	9
E. Landasan Teori	11
1. Strategi Komunikasi	11
2. Strategi Pemberdayaan Masyarakat	15
3. Desa Wisata	18
4. Pengembangan Desa Wisata	19
F. Metode Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Lokasi Penelitian	22
3. Subjek Dan Objek Penelitian	22
4. Teknik Pengumpulan Data	23
5. Analisis Data	26
6. Uji Keabsahan Data	27
BAB II GAMBARAN UMUM	29
A. Gambaran Umum Dusun Plumbungan	29

B. Profil Desa Wisata Kampung Anggur	32
1. Desa Wisata Kampung Anggur	32
2. Sejarah Berdirinya Kampung Anggur	33
3. Kondisi Desa Wisata Kampung Anggur	35
C. Struktur Kepengurusan Kampung Anggur.....	38
D. Potensi Desa Wisata Kampung Anggur	39
E. Data Kunjungan Kampung Anggur	43
BAB III PEMBAHASAN.....	45
A. Pengelolaan Desa Wisata Kampung Anggur	46
B. Analisis.....	51
BAB IV PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tahap Observasi	24
Tabel 2 : Tahap Wawancara	25
Tabel 3 : Tahap Dokumentasi.....	26



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Pembagian Wilayah Di Kapanewon Bambanglipuro.....	29
Gambar 2 : Peta Wilayah Di Kapanewon Bambanglipuro.....	30
Gambar 3 : Jumlah Penduduk Di Kabupaten Bantul	31
Gambar 4 : Berbagai Tanaman Anggur Yang Dibudidayakan	32
Gambar 5 : Salah Satu Jenis Tanaman Anggur Krasnaya Pulya.....	33
Gambar 6 : Salah Satu Jenis Tanaman Anggur Yang Dibudidayakan.....	35
Gambar 7 : Kunjungan Wisata Di Kampung Anggur	36
Gambar 8 : Parkiran, Salah Satu Fasilitas Di Kampung Anggur	37
Gambar 9 : Struktur Pengelolaan Kampung Anggur	38
Gambar 10: Berbagai Jenis Tanaman Anggur Dibudidayakan	40
Gambar 11: Salah Satu Tanaman Anggur Berjenis GOZ V	42
Gambar 12: Bagan Kunjungan Wisatawan Kampung Anggur	43
Gambar 13:Salah Satu Rumah Warga Membudidayakan Anggur.....	47
Gambar 14: Berbagai Jenis Tanaman Anggur Yang Dibudidayakan	49
Gambar 15: Berbagai Jenis Tanaman Anggur Yang Dibudidayakan	50
Gambar 16:Salah Satu Rumah Warga Membudidayakan Anggur.....	54
Gambar 17: Salah Satu Jenis Tanaman Anggur Yang Dibudidayakan.....	56
Gambar 18: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	61
Gambar 19: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	62
Gambar 20: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	64
Gambar 21: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	66
Gambar 22: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	67
Gambar 23: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	69
Gambar 24: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	71
Gambar 25: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	72
Gambar 26: Salah Satu Produk Lokal Kampung Anggur	74
Gambar 27: Kunjungan Wisatawan Di Kampung Anggur	75

ABSTRACT

This study discusses the communication strategy of community empowerment carried out by the management of Kampung Anggur in developing village tourism. This study was conducted in village tourism of Kampung Anggur Plumbungan, Sumbermulyo, Bambanglipuro, Bantul. This study aims to describe the communication strategy of community empowerment carried out by the management of Kampung Anggur. The target community empowerment is the community in Plumbungan consisting of youth, men, and housewives who have the spirit to develop the village. This study used the descriptive qualitative method. The results show that the management of Kampung Anggur uses 4 communication strategies to approach the community, namely, information dissemination, persuasion, education, and advocacy. Then, the management uses 3 stages of strategies in community empowerment, namely, awareness, capacity, and empowerment. The communication strategy of community empowerment in Plumbungan has managed to change the community awareness in developing their area through the grape cultivation program that can improve the local community economics conditions.

Keywords: Communication Strategy of Community Empowerment, Type of Community Empowerment, Tourism, Communication, Grape

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki memiliki berbagai macam suku, ras, dan etnis yang berbeda-beda dan kekayaan alam yang berlimpah. Potensial alam yang dimiliki sangat menguntungkan dalam bidang kepariwisataan. Potensi tersebut menjadi modal utama bangsa Indonesia untuk menuju negara maju dan berkembang. Mengingat pentingnya peran pariwisata dalam membangun masyarakat, maka Pemerintah menggalakkan pariwisata dalam pembangunan alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, selama ini kemajuan sebuah daerah wisata belum menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Salah satu penyebabnya partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan desa masih rendah baik karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen pengembangan pariwisata maupun peran stakeholders lain yang mendominasi sehingga meminggirkan peran masyarakat lokal. Oleh karena itu, diperlukan konsep pembangunan pariwisata yang pada gilirannya akan bermuara pada kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat lokal (Wahyuni, 2018). Berdasarkan Laporan Kerja Kementerian Pariwisata tahun 2018 sumbangan devisa dari sektor pariwisata terus meningkat mencapai 15,4 persen secara setahun, dengan demikian pariwisata mampu mempercepat pemerataan pembangunan daerah urban, meningkatkan produk hasil kesenian dan kebudayaan, membuka lapangan pekerjaan, serta memperluas pasar produk kecil ke dunia internasional (Budhiana, 2020).

Dampak wabah virus corona bagi Indonesia sangat memukul berbagai sektor kehidupan manusia dari kesehatan, sosial, dan ekonomi. Salah satu sektor ekonomi yang terdampak pandemi adalah pariwisata. Padahal ditahun 2019 sektor pariwisata pada perekonomian Indonesia mencapai 1.200 T. Pandemi ini mengharuskan hotel, akomodasi, destinasi, cafe, tempat makan ditutup sementara dan mall retail menurun omsetnya (Fransiskus, 2020). Meningkatnya jumlah kasus Covid-19 disejumlah

daerah di Indonesia, sejumlah Pemkot dan Pemkab di Indonesia menutup sementara objek wisata di daerah masing-masing. Objek wisata yang telah ditutup sementara dilakukan demi menekan Covid-19 yang semakin meluas. Aturan yang berlaku, objek wisata yang berada di daerah zona merah dianjurkan untuk tutup sementara sesuai PPKM Mikro (Haryanto, 2021). Salah satu yang terdampak akibat pembatasan sosial yaitu Desa Wisata Kampung Anggur, menurunnya pengunjung mengakibatkan pendapatan masyarakat menurun, kegiatan-kegiatan yang semestinya berjalan terhambat. Dalam membangkitkan pariwisata, maka sektor pariwisata harus mencoba berdamai dengan situasi ini dengan membuat inovasi, adaptasi, dan kolaborasi salah satunya mengembangkan dan memajukan desa wisata diseluruh Indonesia. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat dan selalu mengutamakan protokol kesehatan, desa wisata akan maju berkembang dan dapat mensejahterakan masyarakat (Damhuri, 2021).

Pengembangan masyarakat merupakan sebuah proses. Dalam mengevaluasi proyek pengembangan masyarakat harus melihat proses, merencanakan dan menerapkan program pengembangan masyarakat senantiasa merupakan proses bukan hasil yang harus dipertimbangkan secara mendalam. Pengembangan masyarakat yang didasari oleh pengembangan personal dari masing-masing masyarakat maka memulai dengan pengembangan dari sisi masyarakat desa. Pengembangan desa berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) merupakan model pengembangan wisata yang mengedepankan peran serta masyarakat dalam pengembangan wisata. CBT menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga manfaat kepariwisataan sepenuhnya diperuntukkan bagi masyarakat lokal. Masyarakat sangat berperan pada pembangunan desa wisata, selain itu pengelola memberikan arahan dan dorongan atas berdirinya desa wisata (Noor, 2011).

Proses pengembangan desa wisata ini harus memperhatikan kemampuan dan tingkat penerimaan masyarakat setempat yang akan

dikembangkan menjadi desa wisata. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui karakter dan kemampuan masyarakat yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan desa wisata, menentukan jenis dan tingkat pemberdayaan masyarakat terhadap kegiatan pengembangan desa wisata. Peran pengelola, pemerintah, dan masyarakat dalam pengembangan sangat penting. Desa wisata merupakan salah satu pengembangan potensi desa yang menjanjikan bagi segala pihak. Terbentuknya desa wisata dapat menjadi contoh bagi pemerintah daerah lain untuk dapat mengembangkan program pengembangan desa secara berkelanjutan (Masterplandes.com, 2021).

Mengolah potensi desa menjadi desa wisata merupakan hal yang cukup sulit jika seluruh masyarakat tidak ikut mengambil peran dalam mengelola. Meskipun memiliki potensi yang sangat baik tetapi lingkungan masyarakat tidak mendukung bisa jadi seluruh potensi tersebut bisa tidak memiliki hasil. Dalam proses perintisan desa wisata, selain pengelola masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangannya, karena sumberdaya, kearifan lokal dan budaya yang melekat pada masyarakat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Sumber daya manusia masih perlu diadakan pemberdayaan masyarakat melalui pengelola memberikan pembinaan secara intensif agar memiliki kemampuan dalam memanfaatkan dan mengelola sumber daya alam sangat berperan penting dalam pengimplementasikan pemberdayaan masyarakat. Karena pada dasarnya kemampuan sumber daya manusia akan menentukan keberhasilan realisasi pengembangan. Dengan begitu pemberdayaan masyarakat yang tujuannya untuk memberi daya (kemampuan dan kekuasaan) agar bisa mengelola desa wisata dan mengembangkan desa menjadi desa wisata yang menarik untuk dikunjungi. Atas dasar itulah untuk mengembangkan desa wisata perlu adanya pemberdayaan masyarakat agar masyarakat bisa paham dan memiliki ruang untuk ikut berpartisipasi mengelola desa wisata.

Pemberdayaan adalah proses menyeluruh, suatu proses aktif antara motivator, fasilitator, dan kelompok masyarakat yang perlu diberdayakan melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, pemberian berbagai

kemudahan, serta peluang untuk mencapai akses sistem sumber daya kesejahteraan sosial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat merupakan modal pembangunan berakar kerakyatan adalah upaya untuk meningkatkan harkat serta martabat sebagian dari masyarakat kita yang terperangkap pada kemiskinan dan keterbelakangan (Noor, 2011). Upaya ini meliputi mendorong, memotivasi, meningkatkan kesadaran akan potensinya dan menciptakan iklim atau suasana untuk berkembang, memperkuat daya potensi yang dimiliki dengan langkah-langkah positif memperkembangkannya, penyediaan berbagai masukan dan pembukuan akses ke peluang-peluang. Pemberdayaan tak serta merta dilakukan begitu saja, harus ada sebuah strategi untuk pengembangan selanjutnya. Karena pada dasarnya pemberdayaan merupakan sesuatu yang dilakukan secara berkelanjutan hingga terciptanya kemandirian pada masyarakat (Amelia, 2021).

Kabupaten Bantul memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Salah satunya yaitu Kampung Anggur di Dusun Plumbungan Sumbermulyo Bambanglipuro Bantul. Desa Plumbungan pada saat ini sedang pada taraf pengembangan sebagai kampung desa wisata pembudidaya tanaman anggur. Usaha budidaya tanaman anggur ini telah mendapatkan sertifikasi resmi dari Pusat Perlindungan Varietas Tanaman dan Perizinan Pertanian pada Januari 2020. Tanaman anggur yang ditanam mendapatkan nama Satriya Tamansari 1 (Kartyadi, 2020). Selain membudidayakan anggur, juga membudidayakan pisang dan anggrek. Kampung Anggur menjadi contoh pengembangan desa yang bagus dalam menumbuhkan minat budidaya sekaligus menjadi wisata alternatif di Yogyakarta (Wicaksono, 2020). Kelembagaan adalah kunci awal pengembangan desa wisata. Terbentuknya kelembagaan pengelola desa wisata melalui surat keputusan agar memaksimalkan potensi yang ada didaerahnya. Melalui SK pengelola desa wisata memudahkan dalam pengembangan (newmalangpos, 2020). Kampung Anggur belum mempunyai SK kelembagaan dan masih dalam proses sehingga menyulitkan desa untuk mengembangkan potensi sebab belum memiliki akses kerja sama dan penerimaan bantuan khususnya dari pemerintah.

Dalam memaksimalkan pengelolaan warga, pengelola membagi kedalam beberapa bidang, setiap bidangnya memiliki tugas dan tanggungjawab sendiri. Setiap bidang memberikan pembinaan kepada warga khususnya budidaya anggur dengan cara berkeliling ke rumah-rumah warga.

Desa wisata pada umumnya memiliki potensi sumber daya alam, sumber daya manusia dan budaya yang bisa menarik perhatian wisatawan. Desa wisata perlu dikelola dengan baik agar bermanfaat dalam meningkatkan perekonomian bagi masyarakat desa, tingkat hidup masyarakat maju dan budaya lokal dapat lestari, meningkatkan industri kecil menengah, dan promosi produk lokal. Pengelola harus berupaya mengembangkan desa wisata secara maksimal agar masyarakat dapat berdaya dan sejahtera. Namun pengelola tidak dapat berdiri sendiri tanpa kesadaran dan partisipasi dari masyarakat. Pengelola dan masyarakat harus menjalin hubungan dan komunikasi yang baik agar tujuan yang ingin dicapai dapat terwujud. Desa wisata memiliki dampak positif pada suatu wilayah seperti membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan penjualan produk lokal desa, dan meningkatkan pembangunan infrastruktur desa (Maukemana, 2020).

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan vital manusia. Komunikasi sebagai proses penyampaian pesan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media yang bertujuan untuk mempengaruhi pemikiran orang lain, mengubah sikap, dan mempengaruhi orang lain untuk bertindak. Peran komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat persuasive, edukatif, dan informatif. Komunikasi dilakukan untuk mendapatkan *feedback* yang diharapkan oleh komunikator. Manajemen komunikasi hadir dalam menjembatani hal tersebut, yang bertujuan pemanfaatan optimal sumber daya manusia dan teknologi untuk meningkatkan percakapan dengan orang lain.

Komunikasi menjadi salah satu alat penyampaian pesan pengelola ke masyarakat. Komunikasi menjadi sumber daya utama selain sumber

daya manusia yang kemudian menjadi alat dalam proses upaya pemberdayaan masyarakat desa. Meski peran masyarakat begitu besar, namun peran pengelola dalam menggalakkan pembangunan juga sangat penting. Pada proses pengembangan dan pengelolaan pembangunan program desa wisata komunikasi dilakukan dalam upaya membangun dan mengelola program tersebut sehingga pola kolaborasi dari berbagai pihak untuk pembangunan bisa terlaksana. Hal ini bisa dilakukan dengan cara seperti bantuan dana, pelatihan, pembangunan sarana dan prasarana. Dalam pembangunan atau pengembangan akan ada komunikasi pemberdayaan masyarakat yang berfokus terhadap proses pengembangan dengan memperkirakan peran ikut serta seluruh lapisan masyarakat. Komunikasi pemberdayaan guna memberikan kesempatan terhadap masyarakat dalam memberikan ide dan memakai haknya dalam pengelolaan desa wisata (Trisnawati, 2021). Untuk itu, penggunaan komunikasi serta penerapan strategi komunikasi yang tepat perlu diupayakan agar terwujud pola pembinaan desa wisata antara pengelola dan warga secara sinergis dapat dibuat perencanaan serta penyusunan program pemberdayaan masyarakat yang bermanfaat bagi warga. Komunikasi yang baik antar pihak maka harmonisasi social dalam pengembangan desa wisata akan tercapai. Strategi digunakan sebagai perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai petunjuk arah saja melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Jadi, dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak (Rodiah, 2018).

Pemberdayaan dalam Islam, Islam memandang suatu pemberdayaan atas masyarakat madani sebagai suatu hal yang penting sehingga pemberdayaan dalam pandangan Islam akan memiliki pendekatan-pendekatan yang holistik dan strategis. Islam telah memiliki paradigma strategi dan holistik dalam memandang suatu pemberdayaan. Menurut Istiqomah dalam Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam bahwa pemberdayaan dalam konteks pengembangan masyarakat Islam merupakan sebuah pembelajaran kepada masyarakat agar mereka dapat

secara mandiri melakukan upaya-upaya perbaikan kualitas kedepannya baik yang menyangkut tentang kesejahteraan dan keselamatan didunia maupun kesejahteraan dan keselamatannya di akhirat (Matthoriq, 2017).

Kemiskinan dalam pandangan Islam bukanlah sebuah kutukan dari Tuhan, namun disebabkan oleh pemahaman manusia yang salah terhadap distribusi pendapatan atau rezeki yang diberikan. Perbedaan taraf hidup manusia adalah sebuah rahmat sekaligus pengingat bagi kelompok manusia yang lebih "berdaya" untuk saling membantu dengan kelompok yang kurang mampu. Pemahaman seperti ini harus ditanamkan dikalangan umat Islam, sikap simpati dan empati terhadap sesama harus dipupuk sejak awal. Kemiskinan dalam Islam lebih banyak dilihat dari kaca mata non-ekonomi seperti kemalasan, lemahnya daya juang, dan minimnya semangat kemandirian. Konsep pemberdayaan yang dicontohkan Rasulullah SAW. mengandung pokok-pokok pikiran sangat maju, yang dititik beratkan "menghapuskan penyebab kemiskinan" bukan pada "penghapusan kemiskinan" seperti halnya dengan memberikan bantuan-bantuan yang sifatnya sementara. Dalam mengatasi masalah, Rasulullah S.A.W. juga memberikan nasehat, anjuran, dan tuntutan berusaha menyelesaikan permasalahannya sesuai keahliannya. Kesadaran tersebut akan menjadi sebuah tindakan nyata apabila individu tersebut sadar dan mau berubah, sebagaimana firman Alloh S.W.T. dalam Al-quran surah Ar-Ra'd ayat 13:11 yaitu sebagai berikut :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Ar-ra'd 13:11, n.d.).

Surat Ar-Ra'd ayat 11 ini menggambarkan bahwa Allah SWT tidak akan mengubah nasib seseorang menjadi lebih baik kecuali dengan usaha dan jerih payahnya sendiri. Pada diri seorang manusia terdapat beberapa

malaikat dihadapan serta belakang dirinya yang mengikuti orang tersebut atas perintah Allah SWT. Sesungguhnya Allah SWT, tidak akan mengubah keadaan suatu kaumnya sampai kaum itu sendiri yang mengubah sesuatu yang berada pada diri mereka sendiri apabila Allah SWT menghendaki keburukan terhadap suatu kaum maka tiada yang dapat meluputkan diri terhadap hal tersebut bahwa tiada pelindung untuk kaum itu selain Allah SWT. Ayat tersebut sebagai ayat memotivasi diri dan orang lain agar mau berbuat baik dan berjuang merubahah menjadi lebih baik dari sebelumnya. Ayat diatas menunjukkan bahwa hakikat manusia itu sebagai orang yang berhak mendapatkan kenkmatan penuh karena pada dasarnya mereka adalah suci. Berbeda dengan pemahaman jika semua nasib orang itu buruk, untuk mendapatkan nasib yang baik harus mengubahnya. Dalam ayat ini memberitahukan bahwa Allah SWT tidak akan mengubah suatu kaum sehingga ada salah satu diantara mereka ada yang mengubahnya (Ar-ra'd 13:11, n.d.).

Penelitian ini dilakukan karena adanya masalah yang ditemukan di Desa Wisata Kampung Anggur Plumbungan pada komunikasi antara pengelola dan warga yang kurang maksimal dalam upaya mengembangkan potensi desa wisata. Hal ini menarik peneliti untuk melakukan penelitian. Maka peneliti berminat melakukan penelitian yang berfokus mengenai bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat dari pengelola kepada masyarakat dalam upaya pengembangan Kampung Anggur dengan judul “Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pada Pengelolaan Desa Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif Kampung Anggur Plumbungan Sumbermulyo Bambanglipuro Bantul)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka disusunlah rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pengelola kepada warga untuk mengembangkan Desa Wisata Kampung Anggur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pengelola kepada warga untuk mengembangkan Desa Wisata Kampung Anggur agar warga sadar akan potensi yang ada.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ada tersebut maka manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembangan keilmuan pada bidang Ilmu Komunikasi, memberikan sumbangan terhadap khasanah keilmuan dan pengetahuan bagi penulis dan pembaca khususnya berkaitan dengan strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat dalam upaya pengembangan Desa Wisata Kampung Anggur Plumbungan.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat dalam upaya pengembangan Desa Wisata Kampung Anggur Plumbungan, menjadi bahan evaluasi dan pengembangan pengelola Desa Wisata Kampung Anggur. Serta penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti lainnya yang akan atau sedang melakukan penelitian yang sama.

D. Telaah Pustaka

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Penelitian pertama yang ditemukan yaitu penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa (Implementasi Program PKK P Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2018

Di Desa Tambakselo, Grobogan”. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh peserta PKK 2018. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa penelitian ini menunjukkan kontribusi nyata dan positif dalam membangun pemuda desa dalam berbagai bidang, baik sosial, ekonomi, ataupun pendidikan. Program Kepeloporan dan Kepedulian Pemuda (PKK 2018) menjadi salah satu program unggulan dari Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah dengan menggandeng para pemuda Jawa Tengah untuk terjun dalam masyarakat dan bertugas sebagai fasilitator dan mendampingi para pelaku usaha atau UKM yang ada di desa di seluruh Jawa Tengah. Persamaan dari penelitian ini adalah fokus penelitian membahas mengenai strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat. Perbedaan dari penelitian ini adalah memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian masyarakat (Damsuki, 2019).

Penelitian terkait selanjutnya yaitu penelitian yang berjudul “ Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata Di Kabupaten Pangandaran”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hak komunikator, perencanaan pesan, media komunikasi yang digunakan, dan analisis khalayak sasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (studi kasus) dan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara, diskusi kelompok, dan studi literatur. Hasil dari penelitian ini yaitu hak komunikator adalah seorang tokoh masyarakat yang didukung oleh aparatur pemerintah melalui pembangunan yang berkelanjutan sesuai dengan keahliannya masing-masing. Pesan perencanaan dilakukan melalui transfer ide-ide dalam kemasan informasi yang terintegrasi dengan nilai-nilai luhur yang ada di masyarakat. Media komunikasi yang digunakan adalah proposal kegiatan, poster dan spanduk yang dipasang ditempat strategis, dan dapat disampaikan kepada pihak-pihak yang mempunyai visi dan misi yang sama. Persamaan dari penelitian ini adalah dalam proses pengembangan menggunakan strategi komunikasi. Perbedaan

dari penelitian ini adalah tujuan penelitian dari penelitian ini (Rodiah, 2018).

Penelitian yang terakhir yaitu penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Kelompok Swadaya Wanita Di Yayasan Sosial Bina Sejahtera Cilacap)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat pada studi kasus program KSW di YSBS Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (studi kasus). Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat perpaduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi yaitu pemberdayaan masyarakat dengan proses mengembangkan, menswadayakan, memandirikan, dan memfasilitasi warga masyarakat. Persamaan dari penelitian ini adalah fokus penelitian membahas mengenai strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat. Perbedaan dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan berbeda yaitu menggunakan strategi momong, hati nurani, dan tanggung renteng (Visnu, 2014).

E. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata Latin “communicatio” bersumber dari kata “communis” yang artinya sama. Sama maksudnya adalah sama makna, komunikasi akan terjadi selama ada kesamaan makna mengenai apa yang diucapkan. Komunikasi adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka (Saputra, 2013). Terdapat dua proses komunikasi yaitu proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran

dan perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Rahayu, 2016).

Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang (Effendy, 2011). Strategi komunikasi yang diungkapkan oleh Rogers adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Sedangkan strategi menurut Middleton komunikasi merupakan kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima, sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi pembangunan (Cangara, 2013). Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (communication planning), dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi (Riadi, 2020).

Dalam menyusun strategi komunikasi harus memperhatikan komponen-komponen komunikasi, faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Korelasi antar komponen dalam strategi komunikasi yakni mengenali sasaran komunikasi, mengenali siapa-siapa yang menjadi sasaran komunikasi dilakukan agar strategi komunikasi berhasil. Strategi komunikasi yang mudah diterima pihak lain dimasyarakat adalah yang didasari oleh keinginan baik dari semua pihak yang terlibat didalam strategi komunikasi tersebut. Pemilihan media komunikasi, media komunikasi dapat

berupa cetak atau elektronik. Untuk mencapai sasaran komunikasi dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Pengkajian tujuan pesan komunikasi, pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Dalam melancarkan komunikasi, kita harus berupaya menghindari pengucapan kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus dikatakan karena tidak ada perkataan lain yang tepat maka kita diduga mengandung pengertian konotatif tersebut perlu diberikan penjelasan mengenai makna yang dimaksud.

Tujuan dari strategi komunikasi adalah memberitahu, memotivasi, mendidik, menyebarkan informasi, mendukung pembuatan keputusan. Memberitahu, strategi merupakan tujuan untuk menginformasikan inti dari pesan yang ingin disampaikan untuk menarik incaran yang gunanya esok akan memberitahu informasi-informasi penunjang lainnya ke bidang yang sesuai. Memotivasi, melakukan aktivitas yang diawali dengan sebuah dorongan memotivasi yang telah dia ciptakan, bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal yang berhubungan dengan maksud dan tujuan pesan yang hendak diinformasikan. Mendidik, strategi yang bertujuan untuk menyimpulkan melalui pesan atau amanat yang akan disampaikan hingga warga dapat membandingkan baik dan buruknya menerima pesan yang disampaikan. Menyebarkan informasi, strategi ini bertujuan untuk memperluas informasi atau berita secara kategoris yang sesuai dengan target komunikasi yang telah jelas. Mendukung pembuatan keputusan, strategi yang bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang diduplikasinya (Muhaimin, 2021).

Strategi komunikasi merupakan salah satu cara bagi seseorang, pemimpin suatu pemerintahan maupun perusahaan untuk mencapai Visi dan Misi dalam membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih sehingga dapat mencapai suatu perencanaan sehingga

menghasilkan perubahan yang lebih baik, pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi komunikasi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Strategi sering dikaitkan dengan Visi dan Misi, walaupun strategi biasanya lebih terkait dengan jangka pendek dan jangka panjang. Pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia, menurut salah satu pakar Ilmu Komunikasi Jiwanta, bahwa persentase waktu yang digunakan dalam proses komunikasi adalah sangat besar, berkisar 75% sampai 90% dari waktu kegiatan kita (Ardial, 2018).

Penggunaan komunikasi serta penerapan strategi komunikasi yang tepat sangat perlu diupayakan agar dapat terwujud pola pembinaan desa wisata Kampung Anggur antara pengelola dan masyarakat secara sinergis dapat dibuat perencanaan dan penyusunan program yang bermanfaat bagi masyarakat. Sehingga diperlukan komunikasi yang baik antar pihak. Dengan terjalinnya komunikasi yang baik antar pihak maka harmonisasi sosial dan pengembangan Desa Wisata Kampung Anggur akan tercapai. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai petunjuk arah, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Strategi juga merupakan keseluruhan keputusan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang (Effendy, 2011).

Untuk itu, dalam merumuskan strategi komunikasi diperlukan perumusan tujuan yang jelas serta memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Komunikasi pemberdayaan masyarakat jika mengacu pada pengertian pemberdayaan yang diungkapkan oleh Ginanjar Kartasasmita bahwa komunikasi pemberdayaan masyarakat merupakan kajian yang lebih fokus dari komunikasi pembangunan. Komunikasi pemberdayaan masyarakat merupakan kajian komunikasi dalam kegiatan pembangunan yang menekankan pada pentingnya pelibatan masyarakat atau partisipasi masyarakat. Sehingga proses-proses komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat lebih menekankan pada proses yang bersifat transaksional dan interaktif dari pada linier (Indardi, 2016).

2. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan merupakan upaya untuk memampukan atau mendirikan masyarakat yang dilakukan dengan upaya *Enabling* atau menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang, *Empowering* atau meningkatkan kapasitas dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat, *Protecting* yaitu melindungi kepentingan dengan mengembangkan sistem perlindungan bagi masyarakat yang menjadi subjek pengembangan (Fahrudin, 2012). Pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan harkat dan martabat golongan warga tertentu yang ada di dalam kondisi kemiskinan dan keterbelakangan. Upaya tersebut dimaksudkan guna membangun kemampuan masyarakat dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran mereka, serta mengembangkan potensi (Maarif, 2020).

Konsep pemberdayaan muncul dari kegiatan dan upaya penguatan modal social yang ada disuatu kelompok. Konsep pemberdayaan pada dasarnya adalah transfer kekuasaan melalui penguatan modal social pada kelompok masyarakat, untuk menjadikan mereka lebih produktif dan menghindari kebiasaan-kebiasaan yang kurang produktif. Disisi lain,

pemberdayaan masyarakat juga termasuk konsep pembangunan ekonomi yang berisi nilai-nilai social. Konsep tersebut mencerminkan cara pembangunan yang bersifat peoplecentered, participatory, empowering, dan sustainable. Konsep peoplecentered adalah pembangunan yang berorientasi pada masyarakat. Sedangkan empowering dan sustainable merujuk pada strategi pembangunan yang berorientasi ke pemberdayaan masyarakat (komunitas) dan sifatnya berkelanjutan (Maarif, 2020).

Tujuan pemberdayaan masyarakat yaitu perbaikan kelembagaan, perbaikan usaha, perbaikan pendapatan, perbaikan lingkungan, perbaikan kehidupan, dan perbaikan masyarakat. Perbaikan kelembagaan, dengan perbaikan kegiatan/tindakan yang dilakukan diharapkan akan memperbaiki kelembagaan termasuk pengembangan jejaring kemitraan usaha. Perbaikan usaha, perbaikan pendidikan, aksesibilitas, kegiatan, kelembagaan diharapkan akan memperbaiki bisnis yang dilakukan. Perbaikan pendapatan, dengan terjadinya perbaikan bisnis yang dilakukan diharapkan akan dapat memperbaiki pendapatan yang diperolehnya termasuk pendapatan keluarga dan masyarakat. Perbaikan lingkungan, perbaikan pendapatan diharapkan dapat memperbaiki lingkungan fisik dan social karena kerusakan lingkungan seringkali disebabkan oleh kemiskinan atau pendapatan yang terbatas. Perbaikan kehidupan, tingkat pendapatan dan keadaan yang membaik diharapkan dapat memperbaiki keadaan kehidupan setiap keluarga dan masyarakat. Perbaikan masyarakat, kehidupan yang lebih baik yang didukung oleh lingkungan fisik dan social yang lebih baik diharapkan akan terwujud ke kehidupan masyarakat yang lebih baik pula (Theresia, 2012).

Tahapan pemberdayaan yang harus dilalui dalam rangka pemberdayaan masyarakat meliputi tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri pada tahap ini pihak pemberdaya atau actor berusaha menciptakan prakondisi supaya

dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang efektif. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran didalam pembangunan. Pada tahap ini masyarakat akan belajar menjalani proses tentang pengetahuan dan kecakapan keterampilan yang memiliki relevansi dengan apa yang menjadi tuntutan kebutuhan mereka. Didalam tahap ini masyarakat akan memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah, yaitu sebagai pengikut atau objek pembangunan saja. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian merupakan tahap pengayaan atau peningkatan intelektual dan kecakapan yang diperlukan, masyarakat telah mencapai tahap ini berarti dapat secara mandiri melakukan pembangunan, pada kondisi seperti ini masyarakat seringkali didudukkan sebagai subyek pembangunan atau pemeran utama (Susilowati, 2019).

Prinsip pemberdayaan mencakup mengerjakan, akibat, asosiasi, penggunaan metoda yang sesuai, spesialis yang terlatih, segenap keluarga, dan kepemimpinan. Mengerjakan, kegiatan pemberdayaan harus sebanyak mungkin melibatkan masyarakat untuk mengerjakan, menerapkan sesuatu. Karena dengan proses tersebut mereka akan mengalami proses belajar, baik dengan menggunakan pikiran, perasaan, maupun keterampilannya. Akibat, kegiatan pemberdayaan harus memberikan akibat atau pengaruh yang baik atau manfaat. Asosiasi, setiap kegiatan pemberdayaan harus dikaitkan dengan kegiatan lainnya, sebab setiap orang cenderung untuk mengaitkan kegiatan dengan peristiwa lainnya. Penggunaan metoda yang sesuai, pemberdayaan harus dilakukan dengan penerapan metoda yang selalu disesuaikan dengan kondisi. Spesialis yang terlatih, seorang penyuluh harus benar-benar pribadi yang telah memperoleh latihan khusus tentang segala sesuatu yang sesuai dengan fungsinya sebagai penyuluh. Segenap keluarga,

penyuluh harus memperhatikan keluarga sebagai satu kesatuan dari unit social. Kepemimpinan, penyuluh harus mampu menumbuhkan pemimpin-pemimpin lokal atau memanfaatkan pemimpin lokal untuk membantu kegiatan pemberdayaan (Susilowati, 2019).

3. Desa Wisata

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakter khusus yang menjadi daerah tujuan wisata. Menurut Nuryanti desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Desa wisata adalah bentuk industri pariwisata yang berupa kegiatan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan produk dari wisata tersebut atau melakukan perjalanan wisata ke desa wisata. Unsur produk wisata terdiri dari angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi wisata (Kusumastuti, 2020). Pada dasarnya, desa wisata lebih menonjolkan kearifan lokal dan budaya setempat. Dalam pengelolaannya dimotori oleh masyarakat setempat dengan memanfaatkan potensi yang ada seperti alam, sosial, ekonomi, budaya, sejarah maupun tata ruang yang ada. Komponen utama dalam desa wisata adalah akomodasi dan atraksi. Secara umum, akomodasi adalah upaya yang dilakukan dalam melakukan penyelesaian masalah maupun konflik yang terjadi antara dua pihak maupun lebih sehingga tercapai suatu keadaan yang lebih kondusif. Sedangkan atraksi adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata. Menurut Cooper daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu : attraction (atraksi), accessibilities (aksesibilitas), amenities (fasilitas), dan ancillary service (jasa pendukung pariwisata) (Febrina, 2015).

Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah mereka agar dapat berperan sebagai tuan rumah yang baik bagi wisatawan yang berkunjung, serta memiliki kesadaran akan peluang dan kesiapan menangkap manfaat yang dapat dikembangkan dari kegiatan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Tujuan dari pembentukan desa wisata untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan, serta dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan di daerah, membangun dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta pesona bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di daerah dan manfaatnya bagi pembangunan daerah maupun kesejahteraan masyarakat dan memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada di masing-masing daerah. Fungsi desa wisata merupakan sebagai wadah langsung bagi masyarakat akan kesadaran adanya potensi wisata dan sebagai unsur kemitraan baik bagi pemerintah provinsi maupun pemerintah daerah dalam upaya perwujudan dan pengembangan kepariwisataan di daerah.

4. Pengembangan Desa Wisata

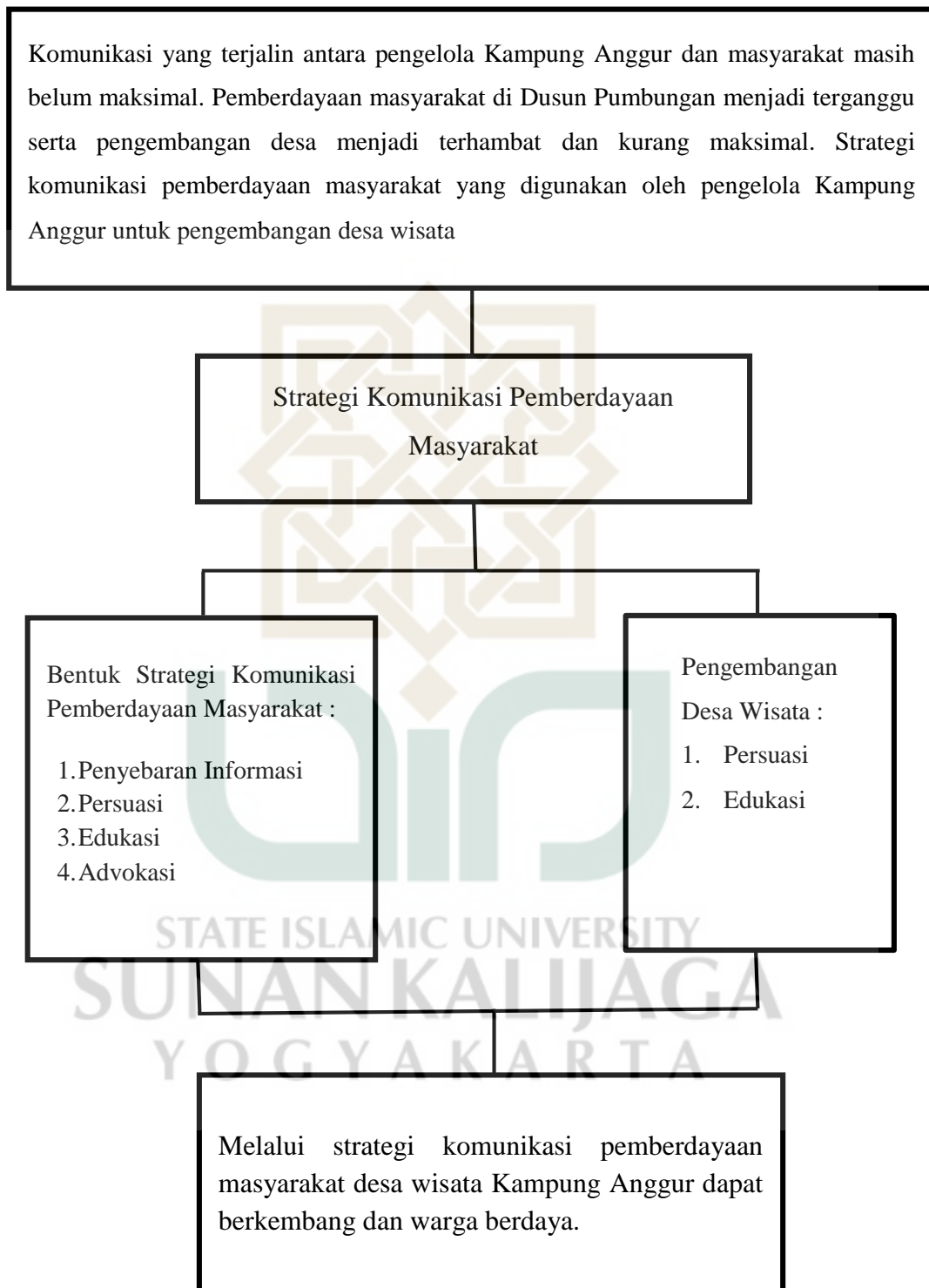
Pengembangan merupakan sebuah usaha yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk meningkatkan kemampuan, moral, teoritis, dan konseptual melalui latihan. Pembangunan sebagai upaya peningkatan kapasitas untuk mempengaruhi masa depan. Pengembangan (development) meliputi kesempatan belajar yang bertujuan untuk lebih meningkatkan pengetahuan (knowledge) dan keahlian (skill) yang diperlukan dalam pekerjaan yang sedang dijalani. Pengembangan lebih fokuskan untuk jangka panjang.

Selanjutnya digunakan untuk mempersiapkan karyawan sesuai dengan pertumbuhan dan perubahan organisasi (Siagiaan, 2012).

Dalam upaya pengembangan suatu objek wisata strategi-strategi dalam pelaksanaannya diperlukan untuk membuat suatu objek wisata menarik dan memiliki daya jual yang tinggi. Adapun strategi-strategi yang dilakukan adalah strategi promosi keseluruhan paket wisata baik objek wisata alam maupun objek wisata buatan melalui program pengembangan seperti promosi menyebarkan brosur ke hotel atau tempat umum, bekerja sama dengan pihak hotel-hotel untuk mempromosikan objek wisata kepasar internasional, promosi melalui media internet yang dapat dilakukan oleh pihak Sub Dinas Pariwisata bekerjasama dengan pihak sponsor yang memiliki jaringan bisnis dibidang pariwisata (Ibrahim, 2019).

Terdapat tiga factor yang dapat menentukan berhasilnya pengembangan pariwisata sebagai industry. Ketiga factor tersebut adalah tersedianya obyek dan atraksi wisata yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang yang mengunjungi suatu daerah wisata. Misalnya keindahan alam, hasil kebudayaan, tata cara hidup masyarakat, festival tradisional, dan upacara keagamaan. Kedua, adanya accessibility yaitu prasarana dan sarana dengan segala fasilitas sehingga memungkinkan para wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata tersebut. Ketiga, tersedianya sarana kepariwisataan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan selama dalam perjalanan wisata yang dapat dilakukan baik didalam maupun diluar negeri (Jayanti, 2019).

Bagan I : Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk menafsirkan fenomena yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moloeng, 2016). Metode penelitian kualitatif umumnya digunakan untuk meneliti keadaan objek yang alamiah, dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci, pengumpulan datanya dilakukan melalui teknik triangulasi, serta hasil penelitiannya lebih mengutamakan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2012).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Desa Wisata Kampung Anggur, beralamat di Dusun Plumbungan, Sumbermulyo, Bambanglipuro, Bantul, Yogyakarta. Alasan dipilihnya lokasi penelitian ini karena Desa Wisata Kampung Anggur adalah desa wisata yang relatif masih baru. Kedua, saya tertarik dengan desa wisata yang mampu melaksanakan pemberdayaan masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan di Dusun Plumbungan.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian sumber utama peneliti, yaitu memiliki data-data mengenai variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2012). Subjek dalam konsep ialah informan yang hendak digali data dan informasi yang dibutuhkan dalam mengumpulkan data penelitian. Informan subjek penelitian dari penelitian ini adalah pengelola wisata dan masyarakat Dusun Plumbungan. Sedangkan objek penelitian ini adalah strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat dan bentuk-bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang dilakukan oleh pengelola Kampung Anggur melalui pengembangan desa wisata (*tourism village*).

4. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2018). Data primer didapatkan dengan cara melakukan observasi di Objek Wisata Desa Wisata Kampung Anggur dan melakukan wawancara dengan pengelola dan masyarakat Dusun Plumbungan. Data sekunder yaitu data yang digunakan peneliti untuk membantu dan mendukung data primer. Data sekunder peneliti mengambil dari buku, data-data, foto-foto, laporan, dokumen dan lain-lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti pada penelitian ini adalah :

a. Observasi

Poerwandi mengatakan observasi merupakan proses mengamati memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, serta mempertimbangkan hubungan sudut pandang dalam fenomena tersebut (Gunawan, 2013). Dalam melakukan penelitian ini, peneliti terlebih dahulu melakukan observasi di Desa Wisata Kampung Anggur serta terlibat langsung dalam kegiatan mencari data-data yang diperlukan melalui pengamatan menggunakan metode observasi, sehingga data-data yang diperoleh akurat, lebih jelas, lengkap tajam, dan mengetahui sampai pada tingkat makna dari setiap perilaku atau gejala yang muncul. Pada tahapan observasi ini, peneliti terjun langsung ke masyarakat untuk melihat apa saja strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pihak pengelola Desa Wisata Kampung Anggur dalam menunjang pengembangan pariwisata di Dusun Plumbungan. Metode ini memiliki hasil pengamatan bahwa terdapat beberapa strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang menunjang pengembangan pariwisata.

Tabel 1.1 Tahap Observasi

NO	TAHAP	WAKTU
1.	Observasi di Objek Wisata Desa Wisata Kampung Anggur	13 Maret 2021
2.	Observasi dan wawancara dengan Ibu Kustiyah (Pengurus Kampung Anggur dan Ketua KWT)	14 Maret 2021
3.	Observasi ketiga di Objek Wisata Desa Wisata Kampung Anggur	12 September 2021
4.	Wawancara dengan Ibu Kustiyah (Pengurus Kampung Anggur dan Ketua KWT, wawancara dengan Ibu Septi (masyarakat), wawancara dengan Bapak Haris (masyarakat)	26 September 2021
5.	Wawancara dengan Bapak Rio Aditya (Pelopor Kampung Anggur, Masyarakat)	18 Oktober 2021
6.	Wawancara dengan Bapak Suyatin (Pengelola Kampung Anggur)	20 Oktober 2021

b. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah proses bertemunya dua orang atau lebih untuk melakukan Tanya jawab yang berlangsung secara lisan dan bertatap muka mengenai suatu topik. Dalam penelitian ini peneliti memberikan pertanyaan kepada informan guna menggali informasi secara tepat dan terbuka. Wawancara yang peneliti lakukan yaitu kepada pihak-pihak yang terkait seperti pengelola Kampung Anggur dan masyarakat Plumbungan.

Tabel 1.2 Tahap Wawancara

NO	TAHAP	WAKTU
1.	Wawancara pertama dengan Ibu Kustiyah (Pengurus Kampung Anggur dan Ketua KWT)	14 Maret 2021
2.	Wawancara kedua dengan Ibu Kustiyah (Pengurus Kampung Anggur dan Ketua KWT)	26 September 2021
3.	Wawancara dengan Ibu Septi (Masyarakat)	26 September 2021
4.	Wawancara dengan Bapak Haris (Masyarakat)	26 September 2021
5.	Wawancara dengan Bapak Rio Aditya (Pelopor Kampung Anggur, masyarakat)	18 Oktober 2021
6.	Wawancara dengan Bapak Suyatin (Pengelola Kampung Anggur)	20 Oktober 2021

c. Dokumentasi

Studi dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2012). Proses dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari sumber lain seperti catatan harian, naskah, notulensi, gambar, video, foto, surat-surat, dan lain-lainnya dari Desa Wisata Kampung Anggur di Dusun Plumbungan. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi yang dapat menjelaskan keadaan lapangan tanpa mengurangi keabsahan data. Untuk mendapatkan data sekunder, pada penelitian ini peneliti melakukan kajian beberapa dokumen yang terkait dengan program desa wisata Kampung Anggur.

Tabel 1.3 Tahap Dokumentasi

NO	TAHAP	WAKTU
1.	Dokumentasi gambar di Desa Wisata Kampung Anggur	13 Maret 2021
2.	Dokumentasi gambar di Desa Wisata Kamung Anggur	12 September 2021
3.	Dokumentasi gambar di Desa Wisata Kamung Anggur	26 September 2021
4.	Dokumentasi gambar di Desa Wisata Kampung Anggur	18 Oktober 2021
5.	Dokumentasi gambar di Desa Wisata Kampung Anggur	20 Oktober 2021

5. Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah kualitatif, berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori/struktur klarifikasi. Menurut Miles dan Huberman dalam kegiatan analisis terdapat tiga alur kegiatan yaitu reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Silalahi, 2010).

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sedemikian rupa hingga kesimpulan, finalnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi juga diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan pada

penyederhanaan, pengabstraksian, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan (Silalahi, 2010). Data yang diperoleh dilapangan akan berjumlah banyak sehingga perlu dicatat secara rinci dan teliti. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses yang dilakukan setelah reduksi data. Penyajian data dilakukan dalam bagan, tabel, grafik, dan sebagainya tetapi yang paling sering digunakan dalam penelitian ini adalah teks naratif. Data-data yang telah dikelompokkan kemudian dilakukan pengkondisian sesuai dengan fokus penelitian (Muharni, 2019).

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Verifikasi data dilakukan dengan cara mengacu pada pola-pola keterhubungan antar data yang diperoleh dalam penelitian. Kesimpulan harus dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah serta menghasilkan temuan baru dibidang ilmu yang sebelumnya pernah ada (Wulandari, 2020).

6. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk mengetahui derajat penelitian dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi dalam mengumpulkan data, sehingga data yang diperoleh akan lebih konsisten dan menjadi suatu data yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan. Teknik triangulasi memanfaatkan sesuatu diluar data itu untuk pembimbing terhadap data yang ada (Moloeng, 2012).

Triangulasi sumber merupakan analisis dengan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan informan yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek yang telah diperoleh melalui beberapa sumber untuk selanjutnya dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama dan yang berbeda, mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut (Moloeng, 2016). Triangulasi salah satu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk dijadikan pembanding terhadap data itu (Moloeng, 2012).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan kesimpulan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat menurut peneliti yaitu perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi yaitu pemberdayaan masyarakat dengan proses mengembangkan, memandirikan, dan mendayakan warga. Pengupayaan perubahan tingkah laku dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, penyuluhan, dan pertemuan. Kegiatan yang berlangsung menciptakan interaksi langsung antara pengelola dan warga, hal ini membuat pengelola dan warga dapat memahami dan mengenal satu sama lain. Pengelola berusaha membangun komunikasi yang baik sehingga menimbulkan kedekatan setiap individu. Kedekatan individu dapat meningkatkan rasa keinginan untuk berkontribusi dalam pengembangan desa sehingga meningkatkan kesadaran dan partisipasi warga. Membangun komunikasi dilakukan pada kegiatan sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, dan pertemuan. Sosialisasi, penyuluhan, dan pelatihan sebagai komunikasi informasi yang dilakukan pengelola Kampung Anggur secara terencana dalam upaya pengembangan kemampuan, keterampilan, sikap, dan pengetahuan warga. Penerapan strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat yang digunakan pengelola Kampung Anggur merupakan strategi yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan kepada warga karena pengelola telah mendapatkan dukungan positif dari warga. Serta penerapan strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat telah mampu menciptakan pengembangan desa sesuai tujuan yang telah ditetapkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang berjudul Strategi Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Pada Pengelolaan Desa Wisata (Studi Deskriptif Kualitatif Kampung Anggur Plumbungan Sumbermulyo Bambanglipuro Bantul, maka saran dari peneliti sekiranya dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut :

1. Pada masa pandemi ini hendaknya pengelola Kampung Anggur berusaha untuk tetap mengadakan kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk mengoptimalkan sumber daya dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat.
2. Selain itu, pengelola Kampung Anggur dapat meningkatkan sarana, prasarana, dan fasilitas-fasilitas yang memadai bagi wisatawan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amelia. (2021). *Dalam Pengembangan Desa Ekowisata*.
- Ar-ra'd 13:11. (n.d.). *Surah Ar-Ra'd*. 1–2.
- Ardial. (2018). *Ardial. (2018). Fungsi Komunikasi Organisasi*. Medan : Lembaga Penelit. 2022.
- Bambanglipuro. (2021). Profil Kapanewon Bantul. *Pemerintah Kabupaten Bantul*, 1–4. <https://kec-bantul.bantulkab.go.id/hal/profil>
- Budhiana. (2020). Menghitung Kontribusi Sektor Pariwisata Bagi Ekonomi RI. *CNN Indonesia*, 1–4. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200226121314-532-478265/menghitung-kontribusi-sektor-pariwisata-bagi-ekonomi-ri>
- Cangara. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi – Ha ed Cangara Related products*. 978–979.
- Damhuri. (2021). Membangkitkan Desa Wisata di Tengah Pandemi Covid. *Republika.Co.Id*, 1–8. <https://www.republika.co.id/berita/qw6fzd440/membangkitkan-desa-wisata-di-tengah-pandemi-covid>
- Damsuki. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA (Implementasi Program PKK P Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2018 di Desa Tambakselo, Grobogan). *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 57–68. <https://doi.org/10.34001/an.v11i1.936>
- Effendy. (2011). *Teknik Strategi Komunikasi*. 1–8.
- Fahrudin. (2012). *PEMBERDAYAAN, PARTISIPASI DAN PENGUATAN MASYARAKAT, KAPASITAS*.
- Febrina. (2015). *febriana.pdf*.
- Fransiskus. (2020). Dampak Covid-19 di Sektor Pariwisata Hingga Akhir 2020, 15 Juta Orang Terancam Kehilangan Pekerjaan. In *Tribun News*.
- Gunawan. (2013). *BAB III METODE PENELITIAN 3 . 1 . Pendekatan Penelitian Dalam penelitian yang dilakukan ini memakai metode penelitian kualitatif (naturalistik), yaitu*. 1–19.
- Haryanto. (2021). *Efek COVID-19 pada Sektor Pariwisata*. 1–7.

- Ibrahim. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Objek Wisata Topejawa di Kabupaten Takalar. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699.* www.journal.uta45jakarta.ac.id
- indardi. (2016). *indardi BAB 2.pdf*.
- Jayanti. (2019). Pengembangan Objek Wisata Pantai Gandorih Kota Pariaman. *Jurnal Pariwisata, 6(2), 141–146.* <https://doi.org/10.31311/par.v6i2.5691>
- Kartyadi. (2020). *Inilah Kampung Anggur di Bantul yang Lagi Viral.* 1–7.
- Kusumastuti. (2020). *kusumastuti BAB II dalam yulianti dan suwandono.pdf*.
- Maarif. (2020). Mengenal Teori Pemberdayaan Masyarakat Menurut Para Ahli. In *Tirto.Id*.
- Masterplandes.com. (2021). *Pengembangan Desa Menjadi Desa Wisata Lestari.* 1–4.
- Matthoriq. (2017). Aktualisasi Nilai Islam Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Studi Pada Masyarakat Bajulmati, Gajahrejo, Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya, 2(3), 426–432.*
- Maukema. (2020). *Dampak Positif Pengembangan Desa Wisata Author : Viki Maukema. 2020–2022.*
- Moloeng. (2012). *Moloeng .pdf*.
- Moloeng. (2016). *moloeng 2016.pdf*.
- Muhaimin. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI | Pengertian , Proses , Tujuan , De*

nisi , Komunikasi. 1–12.
- Muharni. (2019). *muharni.pdf*.
- newmalangpos. (2020). *Wujudkan Desa Wisata Masih Belum Maksimal.* 1–4.
- Noor. (2011). Pemberdayaan Masyarakat. *Dedikasi: Journal of Community Engagment, I(2), 87–99.* <https://doi.org/10.31227/osf.io/weu8z>
- Rahayu. (2016). *Bab.pdf*.
- Riadi. (2020). *Penyuluhan (Pengertian , Tujuan , Program , Metode dan Media).* 1–11.
- Rodiah. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata Di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Signal, 6(2), 1–13.*

<https://doi.org/10.33603/signal.v6i2.1321>

- Saputra. (2013). *Aktualisasi Nilai Islam dalam Pemberdayaan Masyarakat Pesisir (Studi pada Masyarakat Bajulmati, Gajahrejo, Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang) Matthoriq Jurnal Administrasi Publik.pdf.*
- Siagiaan. (2012). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Pengertian Pengembangan Menurut Hasibuan (2011:68) Pengembangan (. 9–47.*
- Silalahi. (2010). *silalahi 2010.pdf.*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Alfabeta, Bandung, Cet ke-19, 2014, Hlm PDF Free Download (p. 32).*
<https://docplayer.info/52782910-Sugiyono-metode-penelitian-pendidikan-pendekatan-kuantitatif-kualitatif-dan-r-d-alfabeta-bandung-cet-ke-19-2014-hlm-3-2.html>
- Sugiyono. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 35–54.*
- Susilowati. (2019). *Kader Motekar.*
- Theresia. (2012). Aprillia Theresia, dkk. *Molucca Medica, 11(April), 13–45.*
<http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Trisnawati. (2021). *KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA STUDI KASUS PADA PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN DESA WISATA AGRO EDUKASI DEWI KEMANG DI DESA KEDUNG MALANG, KECAMATAN PAPAR, KABUPATEN KEDIRI. 4(1), 6.*
- Visnu. (2014). *strategi komunikasi pemberdayaan masyarakat. 1–13.*
- Wahyuni, D. (2018). *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata ... 2014, 1–3.*
- Wicaksono. (2020). *Wisata Kampung Anggur di Yogyakarta, Bermula Isabela Sukses di Ninel - Travel Tempo.co.pdf.*
- Wulandari. (2020). *BAB III.pdf.*