



Pemberdayaan Komunikasi pada Masyarakat Desa Wisata Kinahrejo Cangkringan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta

Empowerment of Communication in the Community of the Kinahrejo Tourism Village, Cangkringan, Sleman Regency, Yogyakarta

Andra Pahresi Kurniawan¹ & Puji Hariyanti²

*^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Sleman, Yogyakarta,
Indonesia*

Author's email:

¹Email:

14321039@students.uii.ac.id

² puji.hariyanti@uui.ac.id

Keywords:

Community Empowerment,

Communication of

Community Empowerment,

Tourism village.

Kata kunci:

*desa wisata, komunikasi
pemberdayaan masyarakat,
pemberdayaan masyarakat.*

Abstract: *This study aims to identify and analyze the communication process of community empowerment based on the opportunities and obstacles experienced by the people of Kinahrejo, Cangkringan, the Tourism Village, in Sleman Regency Yogyakarta. The results showed that community empowerment activities in Kinahrejo Tourism Village consisted of an awareness process, a capacity-building process, and a communication method empowerment process. The communication pattern built is interactive with the person-by-person treatment and simultaneous communication*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis proses komunikasi pemberdayaan masyarakat berdasarkan peluang dan hambatan yang dialami masyarakat Desa Wisata Kinahrejo Cangkringan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Kinahrejo terdiri dari proses penyadaran, proses peningkatan kapasitas, dan proses pemberdayaan cara komunikasi. Pola komunikasi yang dibangun adalah pola interaktif dengan *treatment person by person* dan komunikasi serentak.*

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata adalah potensi yang ada di Indonesia dan dapat dimanfaatkan sebagai pemasukan dana bagi pendapatan daerah. Selain sebagai pemasukan, dengan memaksimalkan potensi alam yang ada, pemerintah dan masyarakat dapat terus melestarikan dan mengembangkan potensi-potensi yang ada dalam sektor pariwisata Indonesia. Sektor pariwisata merupakan sebuah strategi yang dilakukan pemerintah, bertujuan memperkenalkan kekayaan alam Indonesia yang ditujukan untuk para wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara. Selain itu, pariwisata juga dianggap sebagai katalis pertumbuhan ekonomi suatu wilayah hingga level daerah (Bazher, 2016). Wujud nyata pariwisata di level daerah adalah adanya desa wisata (Durberry & Sinclair, 2003). Desa wisata merupakan sebuah desa yang memiliki ciri khas dan karakteristik yang dapat dimanfaatkan menjadi destinasi wisata. Aspek-aspek yang menyangkut desa wisata adalah tradisi dan budaya yang masih dilakukan masyarakatnya, makanan khas daerahnya, dan perekonomian yang menarik. Faktor terpenting dalam kegiatan pariwisata dan dapat menunjang sebagai kawasan wisata adalah fasilitas, atraksi, transportasi, dan akomodasi, karena wisatawan dan jasa adalah dua hal yang saling berkaitan (Fandeli, 2000).

Desa Wisata Kinahrejo adalah desa wisata yang terletak di Kinahrejo, Cangkringan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan ciri khas wisata alam, budaya, dan wisata yang memicu adrenalin. Terlebih, melihat Gunung Merapi dari Desa Wisata Kinahrejo terbilang relatif dekat sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Desa Wisata Kinahrejo merupakan tempat tinggal almarhum Mbah Maridjan. Sosok yang sangat dihormati di daerah itu karena perannya sebagai juru kunci Merapi. Setelah erupsi yang terjadi pada 2010, kondisi

desa Kinahrejo berbeda, semua fasilitas rusak, banyak reruntuhan maupun puing-puing rumah akibat terkena awan panas (Indrasana, 2018).

Pasca erupsi Merapi, warga bangkit dengan memanfaatkan potensi yang ada sebagai tempat pariwisata. Contohnya, rumah peninggalan Mbah Maridjan dijadikan museum, area yang terkena awan panas diubah menjadi wisata lava tour menggunakan kendaraan mobil jeep dan wisata alam lainnya. Situasi itu didukung dengan antusiasme masyarakat yang ingin melihat keadaan dan pemandangan yang ada di Desa Wisata Kinahrejo secara langsung.

Dalam peningkatan sektor pariwisata, pengelolaan masyarakat adalah pondasi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri. Agar sektor pariwisata dapat berjalan, diperlukan pemberdayaan masyarakat yang bertujuan mengelola dan menjalankan pariwisata di daerah mereka. Dengan begitu, akan mendatangkan keuntungan bagi masyarakat sekitar, seperti pemasukan yang dihasilkan dari wisatawan yang datang. Adanya kunjungan dari wisatawan yang sering datang atau sekadar berkunjung, akan memberikan keuntungan juga bagi pemerintah, dalam hal pemerataan ekonomi masyarakat. Maka dari itu, peran aktif masyarakat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan dan memajukan pariwisata yang berbasis masyarakat. Selain itu, peran pemerintah juga dibutuhkan sebagai pemegang wewenang dalam memberdayakan warga sekitar yang menjadi pelaku pariwisata.

Program-program daerah wisata telah menarik banyak peneliti (Ohorella & Prihantoro, 2021; Tri Wijayanti, 2021), begitu juga dengan program pemberdayaan masyarakat di daerah wisata. Beberapa penelitian mengenai hal ini, misalnya, dilakukan oleh Andayani et al. (2017) dan Istiyanti (2020) yang meneliti pemberdayaan komunitas melalui pengembangan desa wisata,

dan Prihastha dan Suswanta (2020) yang mengkaji pemberdayaan desa wisata melalui optimasi sumber daya lokal. Di antara penelitian tersebut, proses pemberdayaan berlangsung belum mendapatkan perhatian yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini akan memperdalam proses pemberdayaan di desa wisata dengan melengkapinya dengan analisis SWOT. Dengan begitu, diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi proses pemberdayaan berbasis desa wisata.

KERANGKA TEORI

Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Wisata

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu konsep yang berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki masyarakat. Pemberdayaan masyarakat memiliki ciri khas dan latar belakang masyarakat, untuk menentukan potensi apa yang dapat dikembangkan. Tujuan pemberdayaan masyarakat adalah untuk menciptakan dan meningkatkan potensi yang dimiliki serta menimbulkan kesadaran masyarakat, untuk melestarikan kebudayaan yang ada di masyarakat dan dapat menaikkan taraf dan kualitas hidup (Sutoro, 2004).

Konsep pemberdayaan pada dasarnya lebih tertuju kepada komunitas-komunitas karena komunitas adalah dasar dari masyarakat. Ini karena masyarakat yang berada di dalam level komunitas paling tahu akan keadaan, masalah, dan kebutuhan mereka sendiri. Program pemberdayaan harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri agar dapat memaksimalkan peningkatan potensi yang mereka miliki (Sutoro, 2004).

Pada pemberdayaan masyarakat, di dalamnya, memiliki sasaran masyarakat yang berada di sebuah desa yang memiliki potensi menjadi desa wisata. Desa Wisata adalah suatu kawasan pedesaan yang menawarkan suasana pedesaan lengkap dengan keaslian budaya yang di dalamnya terdapat adat, kegiatan sehari-hari, sosial budaya, perekonomian, arsitektur-

arsitektur bangunan, dan juga tata ruang desa yang khas. Selain itu, sebuah desa bisa dikatakan sebagai desa wisata jika desa itu memiliki potensi untuk menarik para wisatawan datang ke desa tersebut. Desa wisata mempunyai sumber daya alam dan lingkungan alam yang masih terjaga, sehingga memiliki daya tarik dan menjadikannya faktor-faktor penting penunjang desa wisata.

Desa wisata akan berkembang dengan memperhatikan pengembangan desa wisata yang mengamati beberapa hal, yakni daya Tarik dan perbedaan dengan desa wisata yang lainnya sebagai karakteristik dari desa wisata tersebut. Pengembangan desa wisata juga tak lepas dari fasilitas yang memadai, akomodasi seperti penginapan, transportasi, dan telekomunikasi. Pengusaha pengembangan desa wisata dapat dilakukan dengan pembinaan desa wisata, meningkatkan mutu produk wisata, pemasaran, penyebaran, pelayanan, dan komunikasi dalam pengelolaan desa wisata (Fandeli, 2000).

Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat

Hubungan antara pengembangan desa wisata dengan komunikasi pemberdayaan sangat erat karena komunikasi pemberdayaan dapat diartikan sebagai sebuah komunikasi untuk tujuan pemberdayaan. Komunikasi pemberdayaan adalah komunikasi dengan pesan pembanguanan untuk masyarakat dengan proses penyampaian pesan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat (Indardi, 2010). Kajian komunikasi berfokus pada pesan-pesan komunikasi, konteks komunikasi, *treatment* di dalam kegiatan komunikasi. Selain itu, komunikasi pemberdayaan melihat bagaimana penggunaan media serta dimensi relationship yang dibangun dalam proses komunikasi pemberdayaan masyarakat.

Pesan pemberdayaan dalam sebuah komunikasi pemberdayaan disesuaikan dengan bahasa dan latar budaya masyarakat yang menjadi sasaran pemberdayaan. Komunikasi yang dilakukan harus sesuai dengan konteks pemberdayaan. Adapun *treatment* yang digunakan adalah berhubungan dengan

penggunaan media, serta dimensi hubungan yang digunakan mempengaruhi ketersediaan pesan pemberdayaan. Komunikasi pemberdayaan masyarakat merupakan kajian komunikasi dalam kegiatan pembangunan yang menekankan pada pentingnya partisipasi masyarakat.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dengan cara observasi dan wawancara langsung kepada informan. Pengamatan yang dilakukan peneliti secara langsung dan detil terhadap pola tingkah laku manusia dalam kegiatan sehari-hari. Analisis ini dilakukan agar dapat memberikan pemahaman dan penjelasan mengenai bagaimana pola tingkah laku sosial yang akan menciptakan, mengartikan, dan menjaga dunia sosial.

Data dianalisis sejak awal pengumpulan data dengan mengelompokkan data-data yang relevan. Selanjutnya, dilakukan koding sesuai dengan tema-tema yang relevan untuk kemudian diinterpretasi dan disajikan ke dalam sebuah laporan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan diuraikan dua hal pokok dalam program pemberdayaan desa wisata, yakni aktivitas pemberdayaan dan proses pemberdayaan itu sendiri.

Aktivitas Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Kinahrejo

Pemberdayaan masyarakat dilihat sebagai sebuah strategi pembangunan masyarakat yang berdimensi kerakyatan yang bertolak pada potensi masyarakat yang mampu dikembangkan (Kartasasmita, 1996). Desa Wisata Kinahrejo hadir karena melihat potensi masyarakat setempat yang mampu dikembangkan, yakni adanya sisa letusan Gunung Merapi dan juga nama besar Mbah Maridjan yang menjadi satu daya Tarik wisata tersendiri di Kinahrejo. Potensi tersebut bukan

serta merta, namun karena adanya keterpurukan yang hadir akibat erupsi Merapi pada 2010 hingga masyarakat setempat kehilangan aset dan mata pencaharian. Desa Wisata Kinahrejo hadir sebagai momentum kebangkitan masyarakat. Semula masyarakat Kinahrejo kehilangan harta benda serta ternak mereka akibat erupsi, namun kini mereka bangkit dengan mengandalkan pariwisata yang hampir keseluruhannya adalah pariwisata yang memperlihatkan sisa erupsi merapi. Desa Wisata Kinahrejo kini menjadi salah satu destinasi wisata di Yogyakarta yang cukup digemari oleh wisatawan.

Pemberdayaan (*empowerment*) muncul dengan dua premis mayor yakni kegagalan dan harapan. Pemberdayaan muncul akibat adanya kegagalan seperti gagalnya model pembangunan ekonomi, permasalahan kemiskinan hingga permasalahan lingkungan yang berkelanjutan. Premis kedua, yakni harapan adanya alternatif-alternatif pembangunan (Friedman, 2012). Sejalan dengan pendapat Friedman tersebut, pemberdayaan pada Desa Wisata Kinahrejo muncul akibat kegagalan yang mana di sini adalah kegagalan proses ekonomi masyarakat akibat adanya erupsi Merapi yang kemudian memunculkan harapan pulihnya perekonomian bahkan pusat perekonomian berbasis pariwisata. Berdasarkan wawancara dengan Adi Suyatno yang merupakan anggota Desa Wisata Kinahrejo, alasan bergabungnya masyarakat di dalam Desa Wisata adalah mayoritas karena menjadi korban erupsi Merapi tahun 2010.

Pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari berbagai sisi, *pertama* menciptakan iklim yang memungkinkan berkembangnya masyarakat. *Kedua* dalam upaya meningkatkan kemampuan masyarakat dapat melalui bantuan dana, pembangunan prasarana fisik atau sosial, dan juga pelatihan untuk pengembangan masyarakat tersebut. *Ketiga* membangun hubungan kemitraan yang seimbang untuk mencegah persaingan tidak sehat sesama

masyarakat (Mardikanto, 2010). Selain itu, proses pemberdayaan meliputi tiga proses, yakni proses penyadaran, proses peningkatan kapasitas, dan proses pemberdayaan (Mustangin et al., 2017).

Dalam proses penyadaran, diawali dengan proses survei untuk mengetahui potensi yang ada di dalam Desa Kinahrejo. Pada era 80-an, masyarakat mulai sadar adanya potensi wisata alam dan akhirnya masyarakat mulai membuat perkumpulan untuk mengurus bumi perkemahan Merapi. Untuk konteks terkini, proses penyadaran diawali dengan kesamaan nasib pasca letusan Gunung Merapi yang kemudian menyusun satu kepengurusan untuk membentuk Desa Wisata Kinahrejo. Proses ini dilakukan lebih kepada bagaimana masyarakat Kinahrejo menyadari potensi wisata yang ada dan turut serta berpartisipasi di dalamnya. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan survei dan penyadaran dari individu ke individu.

Proses peningkatan kapasitas individu di Desa Wisata Kinahrejo dimulai dengan pembangunan komunikasi antar warga. Dadang Saptaji, selaku *Human Research Development* Desa Wisata Kinahrejo, menyatakan bahwa proses peningkatan kapasitas individu pertama dilakukan dengan membangun komunikasi dengan masyarakat setempat dari semua dusun yang ada kemudian memetakan kapasitas sumber daya manusia untuk kemudian dijadikan pengurus di Desa Wisata Kinahrejo. Setelah para individu terkumpul, terbentuklah susunan pengurus Desa Wisata Kinahrejo yang disusun berdasarkan musyawarah mufakat. Adapun syarat menjadi anggota Desa Wisata Kinahrejo mudah, yakni siapa saja warga yang memiliki semangat dan keinginan untuk berkontribusi bagi kebaikan dan kemajuan Desa Wisata Kinahrejo namun diutamakan adalah warga Kinahrejo. Setelah keanggotaan terbentuk, mereka membentuk aturan yang disusun secara musyawarah untuk kemudian diaplikasikan ke dalam tubuh anggota desa wisata.

Proses pemberdayaan adalah proses terakhir dari pemberdayaan masyarakat. Proses pemberdayaan dapat diukur dari berjalannya desa wisata melalui sistem yang telah dibangun bersama dalam dua proses sebelumnya, yakni proses penyadaran dan peningkatan kapasitas. Proses pemberdayaan tidak akan terjadi tanpa adanya proses penyadaran dan pengkapsitan. Jika dikerucutkan kegiatan yang dilakukan dalam rangka pemberdayaan masyarakat terdiri dari organisasi, teknis lapangan, marketing, dan ekonomi. Secara umum semua kegiatan tersebut terhubung satu sama lain karena sama sama bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat desa wisata untuk perbaikan masyarakat.

Kegiatan organisasi di Desa Wisata Kinahrejo dijalankan berdasarkan kesepakatan bersama dengan anggota atau pengurus organisasi. Pemberdayaan tanpa sokongan organisasi yang kuat adalah satu pemberdayaan yang sia-sia. Kunci dari keberhasilan pemberdayaan masyarakat adalah dalam tubuh organisasi. Mengajarkan dan membimbing masyarakat didalam program-program pemberdayaan serta mengikutsertakan para masyarakat kedalam program-program tersebut mulai dari proses perencanaan sampai dengan proses akhir adalah kunci dari keberhasilan pemberdayaan masyarakat (Pratiwi, 2017). Di Kinahrejo, dalam rangka membangun desa wisata yang kuat, dilakukan pelatihan di internal organisasi maupun masyarakat karena sebagai objek pembangunan, masyarakat berhak menerima berbagai program pembangunan tanpa adanya eksploitasi. Sebagai sasaran pembangunan, masyarakat berhak mendapatkan informasi, kursus, pelatihan, proyek-proyek pembangunan yang mengarah pada peningkatan ketrampilan fisik maupun ketrampilan berfikir dalam berusaha untuk perbaikan kehidupan dan kesejahteraannya, harkat dan martabatnya sebagai manusia (Indardi, 2010). Adapun bentuk pelatihan di Desa Wisata Kinahrejo, yakni pelatihan K3 dan pelatihan tanggap bencana, serta pelatihan internal organisasi.

Kedua, program teknis lapangan adalah proses pemberdayaan masyarakat untuk memastikan berjalannya kegiatan pemberdayaan di lapangan pada Desa Wisata Kinahrejo dari sisi infrastruktur. Kegiatan yang dilakukan adalah pengecekan dan pembangunan infrastruktur jalan dan penerangan hingga objek wisata. Pengadaan infrastruktur di Desa Wisata Kinahrejo dengan memanfaatkan anggaran dari retribusi pariwisata karena adanya penetapan wilayah KRB III (Kawasan Rawan Bencana) oleh pemerintah Kabupaten Sleman berdasarkan pada itikad untuk melindungi dan memberikan rasa aman pada masyarakat, agar terhindar dari bahaya erupsi Merapi. Kebijakan tersebut diimplementasikan sejak 2015 melalui peraturan Bupati Kabupaten Sleman tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2015-2025. Perda yang diterbitkan tidak lagi mengakomodasi Desa Wisata Kinahrejo dalam perencanaan tujuan wisata yang berdampak tak ada bantuan dana dari Pemerintah. Atas peraturan tersebut, terdapat negosiasi dengan syarat bahwa tetap menjaga keamanan berpariwisata dan juga kemandirian anggaran pengelolaan pariwisata di bawah koordinasi pemerintah desa. *Ketiga*, *marketing* atau pemasaran dilakukan bersama oleh pengurus melalui mulut ke mulut dan juga via media sosial pengurus. *Keempat*, ekonomi, kegiatan ekonomi diawali dengan pencarian potensi dan juga pelatihan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah di Kinahrejo. Kemudian, setelah disortir, akan dipilih beberapa UMKM yang dijadikan produk unggulan salah satunya adalah jahe instan Merapi dan juga pernak-pernik khas Yogyakarta yang diperjualbelikan. Pelatihan UMKM juga dilaksanakan agar tidak menimbulkan kecemburuan social, akibat hanya produk tertentu yang dianggap unggulan. Potensi ekonomi yang hadir akibat dari pemberdayaan masyarakat desa wisata adalah terbentuknya unit usaha yang meningkatkan pendapatan masyarakat desa, seperti dari Jeep

Lava Tour, ojek Merapi, penyewaan motor trail, dan juga tour guide, serta dari uang retribusi parkir.

Semua retribusi diurus sedemikian rupa dengan melibatkan pemerintah desa. Selain perekonomian yang timbul dari wisata yang dikelola oleh pengurus desa wisata, mereka juga menggandeng masyarakat sekitar untuk terlibat dengan menjual produk, seperti makanan yang tentunya berdampak terhadap perekonomian mereka.

Proses Pemberdayaan Komunikasi Masyarakat Desa Wisata Kinahrejo

Proses komunikasi di Kinahrejo fokus pada bagaimana desa wisata dapat terbangun dan bertahan dengan melibatkan peran serta masyarakat seluas-luasnya. Pernyataan tersebut sejalan dengan pendapat dari Indardi (2010). Ia menyatakan bahwa proses-proses komunikasi pemberdayaan masyarakat lebih menekankan proses yang sifatnya transaksional serta interaktif dari pada linear. Pola komunikasi linear walau secara teoritis tidak terlihat dalam sebuah komunikasi pemberdayaan masyarakat namun dari pernyataan anggota Desa Wisata Kinahrejo masih ada sistem hierarkis walau sebenarnya sifatnya hanya seruan, sedangkan pola komunikasi interaktif sebenarnya telah terbangun ketika terjadi kegiatan baik rapat bulanan atau rapat lainnya dalam proses perencanaan, pelaksanaan maupun evaluasi desa wisata mereka terbuka untuk menyampaikan pesan atau masukan bagi pemberdayaan masyarakat desa wisata. *Treatment* yang digunakan adalah melalui pembangunan komunikasi dengan *person by person* atau komunikasi serentak artinya sebagian besar interaksi komunikasi yang terjadi dalam kelompok berlangsung dari orang ke orang atau diadik.

Penyebaran pesan serentak biasanya merupakan komunikasi yang bersifat instruksi atau himbauan. Penyebaran informasi melalui komunikasi serentak dapat dilihat dari disampaikannya informasi, mulai dari

perencanaan hingga pelaksanaan di sebuah forum rapat bulanan ataupun evaluasi tiga bulanan. Kemudian, ditransformasikan kepada seluruh pengurus ataupun anggota juga masyarakat luas melalui *person by person* maupun pemanfaatan media sosial.

Berdasarkan analisis SWOT (*strengths, Weaknesses, opportunity, threats*) serta strategi dalam pemberdayaan komunikasi masyarakat Desa Wisata Kinahrejo, ditemukan analisis sebagai berikut.

1. *Strength (S)* = Kekuatan

Kekuatan dari Desa Wisata Kinahrejo di antaranya adalah sebagai berikut.

- a. Masyarakat Desa Wisata Kinahrejo yang mulai sadar akan pentingnya organisasi,
- b. Masyarakat memiliki keinginan dan kepedulian dan harapan yang besar mengenai Desa Wisata Kinahrejo,
- c. Masyarakat sadar diri untuk bergotong-royong membangun desa wisata melalui pembangunan infrastruktur,
- d. Masyarakat mengelola keuangan desa wisata untuk kepentingan bersama.

2. *Weaknesses (W)* = Kelemahan

Kelemahan yang terdapat dalam pemberdayaan Desa Wisata Kinahrejo terdiri dari beberapa hal.

- a. Masih terdapat pertentangan kepentingan antar masyarakat seperti masyarakat tani dan pengelola desa wisata. Dengan kata lain komunikasi pemberdayaan masyarakat masih kurang. Wawancara dengan Warsito warga Desa Wisata Kinahrejo menyatakan bahwa dengan adanya desa wisata memang menambah uang dengan menyediakan lahan parkir namun mengganggu peternakan karena harus dipindahkan,
- b. Masyarakat desa yang berusia muda masih memilih meninggalkan desa untuk bekerja di Kota yang menyebabkan terhambatnya

reorganisasi dan minimnya SDM profesional,

- c. Terdapat perbedaan pandangan antara pemerintah dan masyarakat desa mengenai keberadaan Desa Kinahrejo, dimana Pemkab Sleman menerbitkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 20 Tahun 2011 tentang KRB (Kawasan Rawan Bencana) Gunung Api Merapi.

3. *Opportunity (O)* = Peluang

Peluang yang didapat dalam pemberdayaan desa, diantaranya adalah sebagai berikut.

- a. Permintaan Pasar yang tinggi akan pariwisata adrenalin di Kinahrejo. Kegiatan wisata alam dan adrenalin di Desa Wisata Kinahrejo adalah jelajah Merapi dan jelajah sungai, trekking dan hiking, offroad dan motor cross, flying fox dan lava tour. Potensi wisata alam dan adrenalin dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengunjung yang berantusias untuk mengunjungi wisata adrenalin di lereng Merapi. Ketua Asosiasi Jip Wisata Lereng Merapi (AJWLM) mengatakan, masa puncak liburan akhir tahun 2019 terjadi pada 23 Desember 2019 terdapat enam ribu pengunjung, bahkan di tahun 2018 wisatawan yang menggunakan jasa Jip Lava Tour mencapai 9 ribu wisatawan per hari. Peluang yang besar ini harus didukung dengan parkir kendaraan, toilet umum, gardu pandang, petunjuk jalan dan ruang terbuka. (<https://kumparan.com/kumparannews/libur-tahun-baru-2019-6-ribu-wisatawan-nikmati-jip-lava-tour-merapi-1546325095559312024> akses 19 Juli 2020),
- b. Peluang wisata di Desa Wisata Kinahrejo dengan tiga tipe wisata, yakni wisata budaya dan religi, wisata alam dan adrenalin, wisata agrowisata dan kuliner,
- c. Pemanfaatan teknologi melalui media sosial sebagai media komunikasi antar

warga sekaligus ruang promosi. Selama ini pemanfaatan teknologi untuk menunjang komunikasi masih kurang, namun dengan adanya era internet sangat terbuka lebar peluang untuk memajukan Desa Wisata Kinahrejo.

4. *Threats* (T) = Ancaman

Ancaman dalam komunikasi pemberdayaan di Desa Wisata Kinahrejo adalah

- a. Bencana alam meletusnya merapi,
- b. Kepentingan pebisnis yang membuat persaingan tidak sehat padahal desa wisata harusnya dikelola secara kolektif,
- c. Tidak adanya dana dari pemerintah akibat perbedaan status penetapan Desa Kinahrejo,
- d. Hilangnya kesadaran generasi muda yang mengancam keberlangsungan desa wisata karena minimnya SDM di masa depan.

Adapun Strategi yang bisa dilakukan dengan melihat analisis SWOT adalah dengan melakukan pendekatan berikut.

1. Strategi SO (*Strength* dan *Opportunity*)

- a. Memberikan ruang partisipasi secara demokratis bagi masyarakat desa untuk mengembangkan potensi diri dalam rangka membangun Desa Wisata Kinahrejo,
- b. Mendorong pemanfaatan teknologi sebagai basis untuk memperkuat komunikasi organisasi,
- c. Memajukan kesadaran kolektif masyarakat melalui pertemuan rutin sekaligus sebagai ruang evaluasi organisasi.

2. Strategi WO (*Weaknesses* dan *Opportunity*)

- a. Perlunya pendekatan komunikasi dalam organisasi untuk menghilangkan egosentris antar masyarakat,

- b. Potensi wisata yang ada harus lebih dikelola untuk terwujudnya kesejahteraan dari segi ekonomi, untuk memutus mata rantai urbanisasi pemuda Desa Kinahrejo sekaligus membuka peluang pekerjaan,
- c. Perlunya komunikasi melalui pendekatan program untuk kemudian terbangun persepsi antara organisasi dengan pemerintah termasuk mengenaiantisipasi jika terjadi erupsi Merapi. Serta standarisasi keselamatan dalam pengelolaan desa wisata,
- d. Memaksimalkan penggunaan teknologi dengan rekrutmen pemuda sebagai garda terdepan media promosi dan komunikasi.

3. Strategi ST (*Strength* dan *Threats*)

- a. Mengadakan pelatihan tanggap bencana secara rutin,
- b. Membuat konsensus antar organisasi dan pelaku bisnis supaya tidak ada monopoli bisnis,
- c. Mengadakan sub organisasi bidang kepemudaan khusus mengelola satu bidang misalnya pariwisata adrenalin.

4. Strategi WT (*Weaknesses* dan *Threats*)

- a. Membuat pengelolaan desa wisata berbasis satu pintu supaya tidak ada penyelewengan,
- b. Memberdayakan pemuda dalam pelatihan tanggap bencana,
- c. Melaporkan perkembangan desa wisata kepada Pemerintah jika terjadi bencana guna mengantisipasi resiko.

KESIMPULAN

Aktivitas pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Kinahrejo terdiri dari proses penyadaran, proses peningkatan kapasitas, dan proses pemberdayaan. Proses penyadaran diawali dengan survey yang berlatar atas kesamaan nasib akibat sama-sama menjadi korban erupsi Merapi, sedangkan proses

peningkatan kapasitas dalam pemberdayaan masyarakat, diawali dengan proses membangun komunikasi antar warga dan pembentukan aturan organisasi.

Setelah proses peningkatan kapasitas selesai, proses pemberdayaan yang terdiri dari tiga tahapan yakni perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kegiatan proses perencanaan adalah pemilihan potensi wisata dan pelaksanaan perencanaan pemberdayaan melalui rapat bulanan. Sesudah tahapan perencanaan selesai, maka tahapan pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan program pengorganisasian masyarakat, pelatihan, teknis lapangan, dan ekonomi. Adapun kegiatan terakhir adalah evaluasi yang dilaksanakan setiap tiga bulanan dengan model rapat.

Dari ketiga tahapan pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Kinahrejo, cara komunikasi yang dibangun adalah pola komunikasi interaktif dengan *treatment person by person* dan komunikasi serentak. Ini ditandai dengan sebagian besar penyebaran informasi

melalui komunikasi dalam kelompok organisasi pengurus yang kemudian disebar kepada orang-orang.

Faktor peluang dan hambatan berdasarkan SWOT dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari *Strength* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan). Kekuatan timbul dari sisi masyarakat yang mulai sadar akan pentingnya organisasi desa wisata. Adapun kelemahannya adalah timbul akibat pertentangan kepentingan antar masyarakat baik antara petani dan pengurus desa maupun generasi muda dan tua, serta terjadi perbedaan persepsi mengenai desa wisata antara masyarakat dengan pemerintah.

Faktor eksternal terdiri dari *Opportunity* (peluang), yakni peluang tingginya minat wisata adrenalin di Kinahrejo dan juga adanya era internet untuk memudahkan komunikasi dan pemasaran. Faktor eksternal selain peluang juga ada ancaman atau *Threats*, yakni ancaman erupsi Merapi dan hilangnya minat generasi muda untuk menetap dan memilih urbanisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata dan implikasinya terhadap ketahanan sosial budaya wilayah (studi di desa Wisata Penglipuran Bali). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Bazher, S. S. (2016). Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Wisatawan Mancanegara Asal Singapura Melalui Program Wonderful Indonesia Tahun 2011-2014. *Global & Policy*, 4(1).
- Durbarry, R., & Sinclair, M. T. (2003). Market shares analysis. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 927–941. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00058-6)
- Fandeli, C. (2000). Pengusahaan ekowisata. In *Universitas Gadjah Mada*.
- Friedman, J. (2012). Empowerment: The politics of alternative development. In *Wiley-Blackwell*.
- Indardi. (2010). Komunikasi pemberdayaan masyarakat. In *Unpad Press*.

- Indrasana, P. (2018). Potensi wisata Kinahrejo yang berkelanjutan, dusun Kinahrejo, Umbulharjo, Sleman, Yogyakarta. *Jurnal Arsitektur KOMPOSISI*, 12(1), 27. <https://doi.org/10.24002/jars.v12i1.1644>
- Istiyanti, D. (2020). Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata di Desa Sukawening (Community empowerment through development of tourist villages in Sukawening Village). *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(1), 53–62.
- Kartasasmita, G. (1996). Pembangunan untuk rakyat memadukan pertumbuhan dan pemerataan. In *PT. Pustaka Cidesindo*. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=451199>
- Mardikanto, T. (2010). Konsep-konsep pemberdayaan masyarakat. In *UNS Press* (1st ed.).
- Mustangin, Kusniawati, D., Setyaningrum, B., Prasetyawati, E., & Islami, N. P. (2017). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal melalui program desa wisata di desa Bumiaji. *Sosioglobal : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.24198/jsg.v2i1.15282>
- Ohorella, N. R., & Prihantoro, E. (2021). Pengembangan branding pariwisata Maluku berbasis kearifan lokal. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 89–99. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art7>
- Pratiwi, H. (2017). Strategi pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata mandiri di desa Wanurejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang [Universitas Negeri Semarang]. In *Universitas Negeri Semarang*. <http://lib.unnes.ac.id/29722/>
- Prihastha, A. K., & Suswanta, S. (2020). Pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan masyarakat desa wisata kaki langit padukuhan mangunan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7, 221. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v07.i01.p10>
- Sutoro, E. (2004). Reformasi politik dan pemberdayaan masyarakat. In *APMD Press*. APMD Press. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=boufxIIAAAAJ&citation_for_view=boufxIIAAAAJ:YsrPvIHIBpEC
- Tri Wijayanti, Y. (2021). Komunikasi pemasaran wisata Halal di Banyuwangi dan Gunungkidul. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 63–72. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss1.art5>