

**Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban dalam  
Pengembangan Desa Wisata Terban sebagai Wisata  
Unggulan di Kabupaten Kudus**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya  
Universitas Islam Indonesia**

**Oleh:**

**MUHAMAD MUJIB  
18321153**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2022**

# SKRIPSI

## **Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban dalam Pengembangan Desa Wisata Terban sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Kudus**

Disusun Oleh

**MUHAMAD MUJIB**

**18321153**

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan  
dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 26 MEI 2022

Dosen Pembimbing



Anang Hermawan, S.Sos., M.A

**NIDN 0506067702**

## SKRIPSI

### Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban Dalam Pengembangan Desa Wisata Terban Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Kudus

Disusun Oleh

**MUHAMAD MUJIB**

**18321153**

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 28 JUL 2022

Dewan Penguji

1. Ketua : Anang Hermawan, S. Sos.,M.A  
NIDN 0506067702

  
(.....)

2. Anggota : Dr. Subhan Afifi  
NIDN 0528097401

  
(.....)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu social Budaya

Universitas Islam Indonesia



**Puji Harvanti, S.Sos., M.I.Kom**

**NIDN:0529098201**

## PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhamad Mujib

Nomor mahasiswa : 18321153

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 22 Juni 2022

Yang menyatakan,



**MUHAMAD MUJIB**

**18321153**

## BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN



**PEMERINTAH DESA TERBAN  
KECAMATAN JEKULO  
KABUPATEN KUDUS**

**SURAT KETERANGAN/ PENGANTAR**

Nomor : 66 / V / 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMAD MUJIB  
NIM : 18321153  
PRODI : ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS : PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA  
UNIVERSITAS : UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA  
Telah selesai melakukan penelitian di Desa Terban dari bulan Desember s/d april 2022  
Dengan judul skripsi.

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH DESA TERBAN DALAM  
PENGEMBANGAN DESA WISATA TERBAN SEBAGAI WISATA UNGGULAN  
DI KABUPATEN KUDUS.

Demikian Surat Keterangan ini Kami buat, Agar untuk dipergunakan sebagai mana  
mestinya

Kudus, 30 - 05 - 2022

Pemohon  
  
MUHAMAD MUJIB



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“perjalanan seribu mil dimulai dari satu langkah”  
(Lao Tzu)

### PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

**Orang tua Saya**

Bapak Sirat dan Ibu Kundarsi

**Kakak Perempuan Saya**

Noor hidayah

serta seluruh keluarga besar tercinta,

Terimakasih atas semua dukungan yang diberikan

المعجزة الباقية  
الاستدراك الباقية  
التي هي

## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban dalam Pengembangan Desa Wisata Terban Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Kudus” Secara umum, skripsi ini membahas tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Terban serta pihak yang terkait dalam melakukan pengelolaan dan pengembangan desa wisata terban agar menjadi desa wisata unggulan di Kabupaten. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Atas terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Sirat dan Ibu Kundarsi selaku orang tua saya yang selalu tulus memanjatkan doa serta memberi dukungan kepada semua anaknya.
2. Ibu Dr. Phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Sosial Budaya
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Ketua Pogram Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia serta segenap dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan seluruh tenaga akademik, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama dibangku perkuliahan.
4. Bapak Anang Hermawan, S.Sos., M.A. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, kesempatan konsultasi, koreksi serta sarannya dalam penyusunan tugas akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr Subhan Afifi., S.Sos., M.Si. Selaku Dosen Penguji Skripsi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Narayana Mahendra, P,S.Sos.,M.A. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu proses perkuliahan saya.
7. Bapak Supeno selaku Kepala Desa Terban serta seluruh narasumber yang berpartisipasi dalam penelitian saya.
8. Sahabat-sahabat saya selama di Jogja, Wahyu Adi P, M Fahmi Syahrizal, Daffa Arkha R, Yuana Sangaji, Izhar Alam, Chairul Umam dan masih banyak yang lainnya dan maaf tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Terima

- kasih telah menjadi saudara selama di Jogja.
9. Ibu Ratinem dan keluarga yang telah menerima saya dengan baik di kos Rambutan untuk menjadi tempat tinggal saya selama berkuliah. Terima kasih telah menjadi orang tua saya selama di Jogja.
  10. Seluruh teman-teman keluarga besar ilmu komunikasi universitas islam Indonesia terkhusus angkatan 2018.

Akhirnya, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan Penulis mohon maaf, dengan besar harapan semoga skripsi yang ditulis oleh Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi Penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Yogyakarta, Mei 2022

Penulis



Muhamad Mujib



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR &amp; TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4
1. Manfaat Akademis .....	4
2. Manfaat Sosial.....	4
E. Tinjauan Pustaka .....	5
1. Penelitian Terdahulu .....	5
2. Kerangka Teori .....	9
a. Strategi Komunikasi.....	9
b. Komunikasi Pemerintahan .....	12
c. Komunikasi Pemasaran Pariwisata .....	13
d. Public Relations .....	14
e. Teori Mendapatkan Kepatuhan ( <i>Compliance Theory</i> ).....	15
f. Manajemen Komunikasi Desa Wisata .....	16
F. Metode Penelitian .....	18
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	18
2. Objek dan Lokasi .....	19
3. Waktu Penelitian .....	19

4. Teknik Pengumpulan Data.....	19
5. Teknik Analisis Data.....	20
<b>BAB II</b>	
<b>DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
A. Profil Desa Terban .....	22
B. Struktur Organisasi.....	24
C. Objek Wisata.....	25
1. Museum Purbakala Situs Patiayam.....	25
2. Gua Jepang & Sendang Duren .....	27
3. Gua Dalem .....	29
4. Sendang Pengilon.....	30
5. Air Terjun Grenjengan .....	33
6. Gardu Atraksi Perlindungan Fosil.....	34
D. Tingkat Kunjungan.....	36
<b>BAB III</b>	
<b>TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. Pemilihan Strategi Komunikasi.....	37
1. Strategi Komunikasi Internal Pengembangan Desa Wisata.....	37
2. Strategi Eksternal Pengembangan Desa Wisata.....	43
B. Pengembangan Destinasi dan Tata Kelola Wisata Desa Terban.....	50
1. Pengembangan Destinasi Wisata .....	50
2. Pengembangan Tata Kelola dan Sumber Daya Manusia .....	64
C. Faktor pendukung dan penghambat .....	70
1. Faktor Pendukung .....	70
2. Faktor Penghambat.....	72
<b>BAB IV</b>	
<b>PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Keterbatasan Penelitian.....	77
C. Saran Peneliti .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR GAMBAR & TABEL

Gambar 2. 1 Peta Desa Terban.....	22
Gambar 2. 2 Struktur Pokdarwis.....	24
Gambar 2. 3 Museum Purbakala Patiayam, .....	25
Gambar 2. 4 Museum Purbakala Patiayam .....	26
Gambar 2. 5 Gua Jepang (Gua T) .....	27
Gambar 2. 6 Sendang Duren .....	28
Gambar 2. 7 Gua Dalem .....	29
Gambar 2. 8 Sendang Pengilon.....	30
Gambar 2. 9 Sedekah Bumi di Sendang Pengilon .....	31
Gambar 2. 10 Bekas Papan Nama SD N 5 Terban.....	32
Gambar 2. 11 Air Terjun Grenjengan, Desa Terban.....	33
Gambar 2. 12 Gardu Pandang .....	34
Gambar 2. 13 Gua Kancilan yang tertutup.....	35
Gambar 3. 1 Sebuah papan pengumuman.....	40
Gambar 3. 2 Rapat pemberian apresiasi untuk warga penemu fosil .....	43
Gambar 3. 3 perwakilan Desa Terban dalam acara karnaval di Alun-Alun Kudus .....	45
Gambar 3. 4 Contoh media sosial yang dikelola warga Desa Terban.....	47
Gambar 3. 5 Contoh pemberitaan mengenai Desa Terban yang dimuat di media online .....	48
Gambar 3. 6 Contoh pemberitaan mengenai Desa Terban yang dimuat di media online .....	48
Gambar 3. 7 Pamflet promosi museum purbakala .....	49
Gambar 3. 8 Media sosial (instagram) Museum Purbakala Patiayam .....	50
Gambar 3. 9 Sejumlah siswa belajar tentang lapisan tanah .....	54
Gambar 3. 10 Pembangunan Kolam renang di Taman Kemuning .....	56
Gambar 3. 11 Penanaman tanaman buah di kebun buah kemuning.....	57
Gambar 3. 12 Pembangunan gazebo di puncak Patiayam .....	58
Gambar 3. 13 Gazebo di puncak Patiayam .....	59
Gambar 3. 14 Penanaman pohon buah di lahan konservasi puncak Patiayam.....	59
Gambar 3. 15 Pembangunan surau di sekitar komplek gua jepang.....	60
Gambar 3. 16 Surau gondhang di sekitar komplek Gua Jepang .....	61
Gambar 3. 17 Salah satu gua jepang yang masih tertimbun .....	62
Gambar 3. 18 Penggalian gua jepang bersama warga desa terban.....	63
Gambar 3. 19 Gua jepang selesai digali.....	63
Gambar 3. 20 Gua jepang selesai digali.....	64
Gambar 3. 21 Upacara bendera di puncak Bukit Cangkraman .....	65
Gambar 3. 22 Proses Pendirian Tiang Bendera Raksasa .....	66
Gambar 3. 23 Pengibaran bendera raksasa .....	66
Gambar 3. 24 Pokdarwis Terban mengikuti pelatihan pemandu wisata .....	68
Gambar 3. 25 Model Pengembangan Desa Wisata Terban.....	69
Gambar 3. 26 Salah satu produk UMKM warga Desa Terban .....	71
Gambar 3. 27 Masyarakat menyerahkan fosil yang ditemukan .....	71
Gambar 3. 28 Akses jalan menuju air terjun Grenjengan .....	73
Gambar 3. 29 Papan penunjuk objek wisata .....	75
Gambar 3. 30 Persimpangan jalan di perbukitan Patiayam .....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 penelitian terdahulu.....	8
Tabel 1. 2 Daftar narasumber.....	19
Tabel 1. 3 Jadwal kegiatan.....	21
Tabel 2. 1 Tingkat Kunjungan Wisatawan.....	36
Tabel 3. 1 Demografis sumber daya manusia pemerintah desa .....	46



## ABSTRAK

**Muhamad Mujib, 18321153. *Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban Dalam Pengembangan Desa Wisata Terban Sebagai Wisata Unggulan di Kabupaten Kudus. (Skripsi Sarjana). Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia***

Penelitian ini dilatarbelakangi dari program pengembangan desa wisata yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Terban tidak berjalan dengan optimal. Akibat adanya Tumpang Tindih Kewenangan Rumusan Masalah penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Pemerintah Desa Terban dalam mengembangkan Desa Wisata Terban sebagai wisata unggulan di Kabupaten Kudus serta apa faktor yang menjadi penghambat dan pendukung pengembangan. Manfaat dalam penelitian ini sekiranya dapat menambah wawasan dan kemampuan berpikir mengenai strategi komunikasi pemerintah dalam mengembangkan objek wisata dan menjadi masukan bagi pengelola Desa Wisata Terban. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini untuk Mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Terban dalam mengembangkan Desa Wisata Terban menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus dan mendeskripsikan apa faktor penghambat dan pendukung pengembangan. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori mendapatkan kepatuhan sedangkan narasumbernya terdiri dari delapan orang. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang dianalisis berdasarkan kategorisasi penelitian. Hasil penelitian atau kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Pemerintah Desa Terban menggunakan strategi komunikasi internal dan eksternal. Strategi komunikasi internal berfokus pada tata kelola diantaranya pemilihan fasilitator komunikasi, pemilihan pesan, pemilihan media, komunikasi serta feedback yang akan menjadi bahan evaluasi. Strategi komunikasi eksternal berfokus pada promosi, promosi yang dilakukan oleh pemerintah desa melalui teknik *word of mouth* dan pengiriman delegasi karnaval/kirab kebudayaan. Pemerintah desa belum berfokus pada penggunaan media sosial maupun website karena SDM yang belum mumpuni serta kesiapan objek wisata yang dirasa masih kurang. Untuk faktor pendukung pengembangan faktor pendukung pengembangan adalah: letak yang strategis, jenis wisata yang beragam, dukungan warga serta desa terban yang juga menjadi daerah industri dan faktor penghambat adalah: Akses jalan belum memadai, keterbatasan dana, papan penunjuk jalan ke objek wisata kurang lengkap, tumpang tindih kewenangan, serta promosi belum maksimal.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Desa Wisata, Kabupaten Kudus, Desa Terban

## ABSTRACT

**Muhamad Mujib 18321153** *Communication Strategy Of Terban Village Government in Developing Terban Tourism Village as Featured Tourism in Kudus Regency . Communication Program Studies. Faculty of Psychology and Socio Cultural Islamic University of Indonesia.*

*This research is motivated by the tourism village development program carried out by the Terban Village Government that does not run optimally due to overlapping authorities. The problem formulation of this research is how the Terban Village Government Communication Strategy in developing Terban Tourism Village as a leading tourism in Kudus Regency and what factors be an obstacle and supporter of development. The benefits of this research are that it can add insight and ability to think about government communication strategies in developing tourist objects and become input for managers of Terban Tourism Village. Thus, the purpose of this study is to describe the communication strategy carried out by the Terban Village Government in developing Terban Tourism Village into a leading tourism in Kudus Regency and to describe the inhibiting and supporting factors of development. of eight people. The method used in this research is a qualitative descriptive method. The data obtained through interviews, observations and documentation were analyzed based on research categorization. The results or conclusions of this study are that the Terban Village Government uses internal and external communication strategies. The internal communication strategy focuses on governance including the selection of communication facilitators, message selection, media selection, communicants and feedback that will be used as evaluation material. The external communication strategy focuses on promotions, promotions carried out by the village government through word of mouth techniques and sending carnival/cultural carnival delegations. The village government has not focused on the use of social media and websites because of inadequate human resources and the lack of readiness of tourist objects. Supporting factors for the development of development supporting factors are: strategic location, various types of tourism, support from residents and terban villages which are also industrial areas and inhibiting factors are: inadequate road access, limited funds, incomplete signboards to tourist objects, overlapping authority, and promotion has not been maximized.*

**Keywords:** *communication strategy, Tourism Village, Kudus regency, Terban village*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kabupaten Kudus terkenal sebagai kota kretek karena di kota ini terdapat industri rokok baik skala besar maupun skala kecil. Selain itu di Kabupaten Kudus terdapat banyak tempat wisata baik wisata religi, wisata alam maupun wisata lainnya. Dalam upaya memperkenalkan pariwisata selain wisata religi, Pemerintah Kabupaten Kudus telah membentuk dan menetapkan 15 desa sebagai desa wisata dengan berbagai keunikan dan kekhasan tersendiri.

Dikutip dari portal resmi Pemerintah Provinsi Jawa Tengah ([jatengprov.go.id](http://jatengprov.go.id)), pada tahun 2020 Pemerintah Kabupaten Kudus menerbitkan SK (Surat Keputusan) tentang penetapan 15 desa wisata di Kabupaten Kudus. 15 desa wisata tersebut antara lain: Desa Jepang, Temulus, Kaliputu, Loram Kulon, Tanjung Rejo, Kandang Mas, Wates, Ternadi, Dukuh Waringin, Wonosoco, Jurang, Rahtawu, Terban, Margorejo, dan Desa Padurenan. Dengan diberikannya SK desa wisata maka 15 desa wisata tersebut maka akan memiliki kesempatan untuk mengakses dukungan dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah berupa bantuan keuangan untuk mengembangkan desa wisatanya.

Penetapan 15 desa wisata ini telah melalui beberapa mekanisme maupun indikator-indikator yang harus terpenuhi di antaranya: infrastruktur, paket wisata, home stay, kelembagaan partisipasi masyarakat dan banyaknya wisatawan yang berkunjung merupakan indikator-indikator yang dinilai. Setiap tiga tahun akan ada evaluasi dari pemerintah kabupaten untuk desa wisata yang telah diputuskan dalam surat keputusan desa wisata. Dalam evaluasi itu akan dilihat apakah desa wisata tersebut terjadi peningkatan atau mengalami penurunan baik kualitas maupun kunjungan wisatawan (<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/15-desa-di-kudus-jadi-desa-wisata/>).

Dari ke 15 desa wisata yang ada di Kabupaten Kudus, salah satu desa wisata menarik untuk diteliti adalah Desa Terban. Dari pusat pemerintahan Kabupaten Kudus, Desa Terban berjarak 12 KM ke arah timur atau jika di tempuh membutuhkan waktu sekitar 30 menit perjalanan. Jika dihitung dari Pusat Pemerintahan Kecamatan Jekulo maka jaraknya sekitar tiga KM. Desa Terban dilewati jalan nasional Pantura sehingga sangat potensial terhadap



perkembangan kawasan wisata. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah wisatawan yang datang ke Desa Terban setiap bulannya berkisar antara dua sampai tiga ribu orang setiap bulan yang mayoritas didominasi oleh pelajar.

(<https://www.murianews.com/2020/10/14/197834/kunjungan-di-museum-purbakala-patiayam-kudus-masih-sepi/>)

Museum Purbakala Patiayam merupakan destinasi utama pariwisata di Desa Terban. Museum Purbakala Patiayam terdapat lebih dari 7000 fosil berbagai spesies hewan, terutama hewan darat dan laut. Museum ini merupakan bagian dari Situs Purbakala Patiayam. Keunggulan Situs Purbakala Patiayam di Desa Terban dibandingkan dengan Situs Purbakala lain adalah fosilnya mayoritas lengkap dan bisa dikenali, hal ini disebabkan tanah di sekitar Desa Terban merupakan abu Vulkanik halus sisa letusan Gunung Muria pada masa silam sehingga mendukung pembentukan fosil berlangsung dengan baik. Wilayah sekitar Desa Terban juga tidak mengalami erosi dikarenakan sungai di sekitar Desa Terban merupakan sungai-sungai kecil, sehingga fosil tidak terbawa arus sungai dan berpindah lokasi. Keadaan ini berbeda dengan situs Arkeologi lain dimana fosil dapat ditemukan di sungai . Di Museum Purbakala Patiayam juga Dapat dijumpai berbagai fosil hewan laut yang dapat menjadi bukti bahwa Kabupaten Kudus beserta Gunung Muria di masa dahulu terletak di sebuah pulau tersendiri yang bernama Pulau Muria yang terpisah dengan Pulau Jawa oleh sebuah selat, namun karena proses sedimentasi, Selat tersebut mengering dan sekarang menyatu dengan Pulau Jawa.

Selain Museum Purbakala Patiayam juga terdapat beberapa objek wisata lainnya yang seperti Sendang Pengilon, Gardu Pandang, Gua Kancilan, Gua Jepang, Gua Dalem, dan Air Terjun Grenjengan yang tersebar di Perbukitan Patiayam. Hal tersebut membuat pemerintah desa merasa perlu untuk melakukan pemeliharaan, pelestarian serta pengembangan objek-objek wisata tersebut. Namun dalam upaya pelestarian kawasan Perbukitan Patiayam pemerintah desa memiliki hambatan tumpang tindih kewenangan pengelolaan mengingat kawasan perbukitan patiayam merupakan kawasan yang dikelola oleh Perhutani dan juga digunakan sebagai kawasan Kelompok Tani Hutan (KTH) namun kawasan perbukitan juga masuk kedalam wilayah Desa Terban. Sehingga Beberapa kali program pelestarian tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

(<https://www.murianews.com/2021/10/29/249441/tetap-gersang-persoalan-ini-bikin-penghijauan-patiayam-tak-maksimal>)

Lalu bagaimana upaya strategis pemerintah desa terban khususnya dalam strategi komunikasi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan dalam upaya pengembangan Desa Wisata Terban agar menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus? Tentunya perlu adanya strategi komunikasi yang baik dan tepat sehingga pengembangan desa wisata dapat berjalan secara maksimal dan sesuai yang ingin dicapai dan memberikan manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat Desa Terban sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi warganya.

Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk untuk menelaah secara mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi Pemerintah Desa Terban dalam pengembangan potensi pariwisata desa agar menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini terfokuskan pada kajian tentang:

1. Bagaimana strategi komunikasi Pemerintah Desa Terban dalam mengembangkan Desa Wisata Terban menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana faktor-faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemerintah Desa Terban dalam pengembangan desa wisata di desa tersebut?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Terban dalam mengembangkan Desa Wisata Terban menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus.
2. Mendeskripsikan faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan pengembangan Desa Wisata Terban menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus.
3. Mendeskripsikan faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan pengembangan Desa Wisata Terban menjadi wisata unggulan di Kabupaten Kudus.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam menambah referensi pengetahuan bagi penelitian selanjutnya serta dapat melengkapi penelitian sejenis yang telah dilaksanakan terkait dengan desa wisata.

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya khazanah pengetahuan dalam kajian komunikasi strategik pemerintah desa, khususnya terkait pembuatan kebijakan-kebijakan pemerintah desa yang berkaitan dengan pengembangan desa wisata.

### 2. Manfaat Sosial

Hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan bisa memberi masukan positif untuk pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan pengembangan desa wisata, pihak-pihak tersebut antara lain:

- a. *Pemerintah Setempat* – Bagi pemerintah setempat adalah penelitian ini diharapkan akan mendatangkan manfaat sebagai salah satu sumber informasi penting yang melandasi proses-proses pengambilan kebijakan pariwisata di wilayahnya.
- b. *Pengelola* – Bagi pengelola penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam meningkatkan pengelolaan destinasi wisata sehingga dapat menambah daya tarik wisatawan dan meningkatkan kunjungan pariwisata ke Desa Wisata Terban.
- c. *Masyarakat* – Bagi masyarakat penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai langkah-langkah serta kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah Desa dalam pengembangan desa wisata Terban.

## E. Tinjauan Pustaka

### 1. Penelitian Terdahulu

Desa wisata sudah banyak bermunculan di setiap daerah, hal itu memungkinkan banyak penelitian yang serupa yang membahas mengenai desa wisata. Sebagai acuan penelitian yang akan dilakukan peneliti, maka penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi dan juga sebagai acuan yang relevan. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti maksud adalah:

No	Judul + penulis	Resume (Metode dan hasil)
1	<i>“Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism Cbt) Di Desa Sukajadi Kecamatan Carita”</i> (Susfenti, 2016).	Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa dalam pengembangan desa wisata peran pemerintah masih sangat dominan. Pemerintah seharusnya bisa menjadi fasilitator dan masyarakat menjadi pelaksana dan pengawas jika mengacu pada tata kelola kota. Agar dampak dan manfaat bisa dirasakan oleh masyarakat maka pengembangan desa wisata yang berbasis masyarakat (Community Based Tourism – CBT) perlu sekali untuk dilakukan.
2	<i>“Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta”</i> (Rahayu dkk., 2016)	Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan secara mendalam dan observasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat banyak potensi pariwisata yang bisa dikembangkan menjadi CBT di Kabupaten Kulon Progo. Potensi tersebut berupa kesenian tradisional, wisata alam (back to nature), wisata pendidikan, wisata religi, wisata minat khusus (special interest) dan kerajinan. Terdapat 3 cara yang dilakukan di Kabupaten Kulon Progo dalam upaya mengembangkan destinasi pariwisata yakni melalui: (1) pengembangan pemasaran pariwisata, (2) pengembangan kemitraan pariwisata dan (3) program pengembangan pariwisata.
3	<i>“Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kabupaten Minahasa”</i> (Mongkol, 2016).	Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa tidak dilaksanakannya berbagai standar kepariwisataan menyebabkan

		kegagalan dalam pengembangan pariwisata. standar yang seharusnya dilakukan seperti promosi, perbaikan infrastruktur, pelibatan pihak swasta dan sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan kemampuannya.
4.	<i>“Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat”</i> (Sidiq & Resnawaty, 2017).	Menggunakan metode analisis deskriptif penelitian ini dapat disimpulkan bahwa belum terwujud pembangunan pariwisata yang melibatkan partisipasi masyarakat di Desa Linggarjati Kuningan Jawa Barat. Masyarakat menjadi objek utama pembangunan dan belum menjadi subjek utama dalam pembangunan pariwisata. Kesempatan berpartisipasi masih terbatas yang menjadi penyebabnya. kesempatan untuk dapat berpartisipasi masih belum terbuka lebar. Masyarakat belum memiliki kemampuan untuk terlibat dalam pembangunan sehingga tergusur oleh perubahan yang telah terjadi.
5	<i>“Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Pangandaran Dalam Pengembangan Ekonomi Kerakyatan Melalui Sektor Pariwisata Di Kabupaten Pangandaran”</i> (Perbawasari & Novianti, 2017).	Metode penelitian yang digunakan Perbawasari dan Evi Novianti adalah metode deskriptif . Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan studi pustaka yang relevan dengan tema yang diusung. Hasil penelitian Pemerintah Kabupaten Pangandaran khususnya Dinas Pariwisata mempunyai perencanaan pengembangan pantai Pangandaran sebagai central wisata pantai di Jawa Barat dengan menggunakan strategi baik melalui media massa, internet maupun menggunakan saluran komunikasi lokal berdasarkan kebiasaan dan budaya masyarakat setempat. Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata Pangandaran adalah melalui sosialisasi yang dilakukan berbagai media.
6	<i>“Strategi komunikasi inovasi dalam pengembangan potensi desa wisata meskom di Kecamatan Bengkalis”</i> (Nurjanah & Yasir, 2015).	Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dalam penelitian ini dikumpulkan berdasarkan pengelompokan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan teknik observasi, wawancara dan pengumpulan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini mengatakan pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan pembangunan yang telah dicanangkan oleh pemerintah sesuai dengan

		<p>tujuan pembangunan nasional. Dalam rangka menyusun komunikasi pariwisata sebaiknya menggunakan pendekatan ekonomi dan pendekatan persuasif. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata.</p>
7	<p><i>“Strategi perencanaan dan pengembangan objek wisata (Studi kasus pantai pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat”</i>(Hidayat, 2011).</p>	<p>Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Berdasarkan jenis data dan analisisnya desain penelitian ini merupakan sebagai gabungan data penelitian kuantitatif serta data kualitatif. Hasil penelitian dari Marceilla Hidayat ialah rata-rata potensi wisata bahari yang ada di objek wisata Pantai Pangandaraan adalah 3,62 atau bisa dikatakan baik. berdasarkan hasil evaluasi terhadap kondisi produk wisata pantai pangandaran, dalam hal kerusakan sarana prasarana, kesemrawutan pantai cukup kompleks, pantai pangandaran tengah mencapai fase stagnasi dalam daur siklus hidup objek wisata, dimana fase stagnasi ini harus dapat diperbaiki sehingga tidak terjerebab dalam waktu singkat dalam fase kemunduran. Pemerintah perlu menjalin kerja sama yang lebih baik dan berkelanjutan dengan pihak-pihak yang kompeten dan berpengalaman dibidang pariwisata seperti komunikasi dan edukasi pembangunan pariwisata bahari.</p>
8	<p><i>Strategi Pengembangan Situs Purbakala Patiayam Sebagai Aset Pariwisata Kabupaten Kudus,</i>(Martha dkk., 2013).</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, faktor pendukung dan penghambat, faktor keberhasilan, dan menganalisis bagaimana regional Pemerintah Kabupaten Kudus, untuk mengembangkan potensi Situs Patiayam. Menggunakan teori manajemen strategis, penelitian ini menggunakan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam lingkaran strategis.</p>
9	<p><i>pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata Jati Luwih Tabanan Bali</i> (Dewi, 2013)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan Metode kualitatif analisis deskriptif.dari penelitian ini dapat diketahui bahwa Partisipasi masyarakat lokal dalam aktivitas desa wisata Jatiluwih dilihat</p>

		<p>atau diukur dari dua perspektif yaitu partisipasi masyarakat melalui pengambilan keputusan dan manfaat yang diterima masyarakat.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “Dalam pengambilan keputusan masyarakat mendapat kesempatan mendengar dan didengarkan namun belum tentu pendapat mereka dipertimbangkan.</li> <li>2. “Pembagian manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal di Desa Jatiluwih yaitu masyarakat sudah mulai merasakan manfaat dalam pembagian hasil dari pengembangan desanya. Selain itu juga memberi dampak terhadap bidang ekonomi yaitu lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha</li> </ol>
10	<p><i>Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Kelor Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan</i> (Zahro, 2012).</p>	<p>Menggunakan teori IMC dengan metode deskriptif Kualitatif. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa Desa wisata Kelor masih belum memaksimalkan elemen-elemen komunikasi pemasaran terpadu dalam kegiatan pemasarannya dilakukan secara spontan dan tidak terencana. Dalam implementasinya pengelola desa wisata Kelor terus berinovasi dengan potensi sumber daya yang ada agar mampu mempengaruhi wisatawan yang berkunjung. sehingga menyebabkan jumlah pengunjung sedikit</p>

Tabel 1. 1 penelitian terdahulu

Demikian penelitian-penelitian terdahulu yang telah peneliti paparkan diatas. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya dengan adanya penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk memperjelas posisi penelitian yang peneliti lakukan. Adapun kesamaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan peneliti terdahulu adalah hendak mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan dalam pengembangan desa wisata dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah pada objek penelitian yakni Pemerintah Desa Terban dan dengan kebaruan temuan permasalahan adanya tumpang tindih kewenangan yang terjadi didalam pengelolaan Desa Wisata Terban sehingga menyebabkan program pengembangan tidak berjalan dengan lancar sehingga dengan permasalahan, peneliti merupakan orang pertama yang menelitinya.

## 2. Kerangka Teori

### a. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi terdiri dari dua suku kata yaitu strategi dan komunikasi. Istilah strategi sudah menjadi istilah asing yang sering digunakan oleh masyarakat untuk menggambarkan berbagai makna seperti suatu rencana, taktik atau cara untuk mencapai apa yang diinginkan. Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2007)

Strategi komunikasi adalah perencanaan yang menyeluruh tentang kegiatan komunikasi, maka metode komunikasi mempunyai arti yang lebih sempit dari itu, yaitu prosedur runtut yang digunakan untuk menyelesaikan dan menjelaskan aspek-aspek komunikasi. Contoh metode komunikasi adalah metode oral dan metode komunikasi secara verbal (Yusuf, 2010)

Strategi komunikasi memungkinkan suatu tindakan komunikasi dilakukan untuk target-target komunikasi yang dirancang sebagai target perubahan. Bahwa di dalam strategi komunikasi pemasaran, target utamanya adalah pertama, bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa atau nilai, yang kedua adalah bagaimana kesadaran itu menjadi perhatian terhadap suatu produk, jasa atau nilai dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk, jasa atau nilai. Untuk mencapai target yang diinginkan, maka perlu tindakan persuasi agar dapat memastikan bahwa orang lain telah memahami tujuan-tujuan komunikasi dan bersedia melakukan perubahan. Tindakan persuasi juga memerlukan kekuatan yang dapat memaksakan orang melakukan perubahan.

Agar strategi komunikasi berhasil, maka perlu memperhatikan kelengkapan pesan yang digunakan. Kadang pesan hanya menjadi tanda bahasa, kadang pula hanya menyampaikan makna dan ada pula yang menjadi ikon tertentu, namun di dalam strategi komunikasi, suatu pesan yang efektif harus menjadi 19 tanda bahasa, memiliki makna dan menjadi ikon dari konten pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi yang mudah diterima pihak lain di masyarakat adalah yang didasari oleh keinginan baik dari semua pihak yang terlibat di dalam proses strategi komunikasi itu. Keinginan yang baik itu mendasari semua tindakan dan pesan



komunikator untuk memperbaiki orang lain, khususnya komunikasikan, keinginan baik ini juga yang menjadi motivator komunikasikan menerima perubahan, bahkan keinginan baik ini pula yang mendasari semua pihak yang terlibat di dalam strategi komunikasi (Bungin, 2015) Komponen komunikasi dan strategi komunikasi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata strategi dan komunikasi dapat diartikan secara harfiah sebagai berikut :

- 1) Strategi adalah rencana yg cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Sesuatu yang patut dikerjakan demi kelancaran komunikasi.
- 2) Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yg dimaksud dapat dipahami.

Dalam strategi komunikasi perlu mempertimbangkan berbagai komponen dalam komunikasi karena komponen-komponen itulah yang mendukung jalannya proses komunikasi yang sangat rumit. Selain komponen-komponen komunikasi, hal lain yang harus juga menjadi bahan pertimbangan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi serta hambatan-hambatan komunikasi. Berikut diulas tentang 4 (empat) komponen utama komunikasi yang menjadi pusat kajian dalam strategi komunikasi.

#### 1) Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi. Komunikator yang baik dan dapat dipercaya harus memiliki daya tarik dan kredibilitas.

##### a) Daya Tarik

Daya tarik adalah manusiawi jika komunikasikan atau khalayak sasaran cenderung merasa memiliki kesamaan dengan komunikator akan mengikuti apa yang diinginkan komunikator. Dalam hal ini, komunikasikan atau khalayak sasaran melihat komunikator memiliki daya tarik tertentu sehingga khalayak sasaran bersedia untuk merubah pikiran, sikap, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator.

##### b) Kredibilitas

Kredibilitas komunikator adalah faktor yang membuat khalayak sasaran percaya kepada apa yang disampaikan oleh komunikator dan mengikuti kemauan komunikator.

## 2) Pesan Komunikasi

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran atau komunikan dalam strategi komunikasi pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan inilah yang menentukan teknik komunikasi yang akan dipilih dan digunakan dalam strategi komunikasi. Menurut Priyatna (2009), terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar pesan yang disampaikan dapat mengena kepada khalayak sasaran yaitu:

- a) Umum: Pesan yang disampaikan adalah pesan yang bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran harus jelas dan tidak menimbulkan salah penafsiran.
- b) Bahasa jelas: Bahasa yang digunakan dalam proses penyampaian pesan hendaknya menggunakan tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dimengerti oleh khalayak sasaran.
- c) Positif: Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dilakukan dengan cara-cara yang positif sehingga mendatangkan rasa simpati dari khalayak sasaran.
- d) Seimbang: Pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran disampaikan dengan seimbang, tidak melulu mengungkapkan sisi positif namun juga sisi negatif agar khalayak sasaran dapat menerimanya dengan baik.
- e) Sesuai: Pesan yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan keinginan khalayak sasaran.

## 3) Media Komunikasi

Media komunikasi kini tidak lagi terbatas pada media massa. Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik komunikasi yang digunakan.

## 4) Khalayak Sasaran

Hal yang terpenting dalam strategi komunikasi adalah identifikasi khalayak sasaran yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi.

## **b. Komunikasi Pemerintahan**

Menurut Hasan (2010), Komunikasi Pemerintahan adalah penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Dalam hal ini pemerintah dapat diasumsikan sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, namun dalam suasana tertentu bisa sebaliknya masyarakat berada pada posisi sebagai penyampai ide atau gagasan dan pemerintah berada pada posisi mencermati apa yang diinginkan masyarakat

Agenda penting di dalam pengelolaan pemerintahan adalah komunikasi di dalam pemerintahan yang menjadi topik dari bab ini, yakni komunikasi pemerintahan sebagai salah satu fungsi (manajemen) pemerintahan. Sebagaimana organisasi pada umumnya, maka organisasi pemerintahan pun perlu untuk di manajemen. Sebagai awal, perlu disampaikan pemahaman dasar dari manajemen dan administrasi. Administrasi adalah kegiatan melakukan pekerjaan yang bersifat rutin dan berulang-ulang. Manajemen adalah kegiatan yang berurutan dari perencanaan pengorganisasian kepemimpinan-pengendalian; sebuah rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan nilai. Komunikasi Pemerintahan di sini perlu dipahami sebagai sebuah komunikasi manajerial.

Peran pertama dari komunikasi adalah di tingkat perencanaan. Kita dapat mengambil ilustrasi seorang Bupati yang baru saja diangkat. Tugas pertamanya adalah melakukan perencanaan pembangunan daerah. Sebagai pemimpin daerah, ia bisa saja melakukan dua hal meminta agar tim kerjanya menyusun rencana pembangunan dan menyewa konsultan untuk menyusun rencana pembangunan. Proses perencanaan relatif selesai ketika dokumen perencanaan telah berhasil dibuat. Proses selanjutnya adalah mengorganisasikan dokumen perencanaan tersebut menjadi sebuah aransemen tim kerja untuk mencapai tujuan. Peran komunikasi adalah menjabarkan konsep-konsep tersebut menjadi strategi-strategi dan implementasi implementasi. Peran dari pemimpin adalah mengkomunikasikan penjabaran konsep tersebut kepada mitra kerjanya dan secara bertahap penjabaran tersebut diturunkan secara bertingkat.

Proses terpenting adalah kepemimpinan. Tugas penting dari pemimpin adalah jangkar dan komunikasi organisasi. Dalam peta jaringan komunikasi, seorang pemimpin yang ideal berada di tengah jaringan komunikasi. Seperti dibahas dalam komunikasi

kepemimpinan, maka kepemimpinan adalah kekuasaan, dan kekuasaan itu diperoleh melalui pasar yakni komunikasi di mana ia memperebutkan dukungan atau kepatuhan dari mereka yang dipimpinnya. Di dalam tahap *leadership*, terdapat tiga jenis komunikasi, yaitu komunikasi tim kerja, komunikasi penugasan, dan komunikasi pelaporan. Komunikasi tim kerja terbentuk dalam sebuah interaksi bersama dengan seluruh anggota tim kerja. Peran komunikasi manajerial adalah komunikasi pengendalian. Komunikasi pengendalian adalah peran dari instrumen komunikasi dimanfaatkan oleh para manajer atau leader untuk memastikan pencapaian tujuan. Alat-alat pengendalian berkaitan dengan berbagai pengukuran dan informasi. Inti dari pengendalian sendiri sebenarnya adalah audit. Menurut Hardjana, audit komunikasi adalah kajian mendalam dan menyeluruh tentang pelaksanaan sistem komunikasi keorganisasian yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan efektivitas organisasi (Dwidjowijoto, 2004).

Yang menjadi hakikat Komunikasi Pemerintahan adalah menjamin berjalannya fungsi pemerintahan melalui keterampilan berkomunikasi, terkait kepentingan masyarakat untuk mencapai tingkat kesejahteraan hidup sebaik-baiknya dengan tidak merugikan pihak manapun.

### **c. Komunikasi Pemasaran Pariwisata**

Dalam pengelolaan pariwisata juga diperlukan komunikasi pemasaran yang bagus. Menurut Tjiptono (2015), komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, membujuk, dan mengingatkan kepada target sasaran terhadap suatu produk yang ditawarkan. Guna menciptakan dan memberikan nilai kepada konsumen (wisatawan dan calon wisatawan). Prinsip-prinsip dasar dalam pemasaran perlu diperhatikan, diantaranya dengan memperhatikan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* (STP) sebelum merancang program-program pemasaran dan komunikasi pemasarannya. Menurut Saraswati dan Afifi (2022) STP adalah proses memilih nilai, bauran pemasaran adalah proses menyediakan nilai, sedangkan bauran promosi atau IMC adalah proses mengkomunikasikan nilai tersebut. Strategi STP dalam konteks pemasaran pariwisata berguna untuk memberikan kemudahan kepada pelaku bisnis pariwisata dalam memasarkan produknya. Penentuan STP yang tepat menjadikan para pelaku dapat menjalankan pemasaran produknya sesuai dengan arah dan tujuan yang diinginkan.

Dalam menyediakan nilai pada produk dan jasa pariwisata yang ditawarkan, para marketer melakukan perancangan sedemikian rupa berdasarkan Bauran pemasaran yang terdiri dari 7P (*Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence*). Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan unsur pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran agar dapat mencapai hasil yang diharapkan (Widokarti & Donni, 2019)

Untuk mengkomunikasikan nilai pada produk atau jasa pariwisata yang ditawarkan, terdapat proses IMC merupakan proses yang menghubungkannya secara sinergis dan terpadu. IMC atau Komunikasi pemasaran terpadu merupakan sebuah konsep dan proses. Konsep IMC berangkat dari menciptakan konsumen dan *brand equity*. Sementara dalam prosesnya, yaitu untuk mengelola hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan konsumen.

Proses komunikasi pemasaran terpadu terus mengalami inovasi dalam lingkungan digital yang berubah. Rachmawati dan Afifi (2021) menunjukkan strategi komunikasi pemasaran diantaranya dilakukan dengan memodifikasi teknologi digital dalam lingkungan digital yang terus berubah, salah satunya misalnya membangun interaksi dengan audiens melalui *Social Media Marketing*.

#### d. Public Relations

Dalam sebuah proses komunikasi terdapat beberapa kegiatan salah satunya yakni kegiatan *Public Relations*. *International Public Relations Associations* (IPRA) mendefinisikan *Public Relations* (PR) sebagai fungsi manajemen yang memberikan dukungan pada pembinaan, merawat komunikasi termasuk pengertian dan penerimaan antara lembaga dan publik yang membutuhkan partisipasi dari manajemen dalam permasalahan, mendukung melayani penerangan dan respon terkait dengan opini publik, membantu manajemen melakukan dan memanfaatkan perubahan dengan tepat, berperan sebagai pengingat dalam membantu mendahului kecenderungan, serta memanfaatkan riset dan teknik komunikasi sebagai sarana utama (Maulana & Afifi, 2021).

Ada lima tugas pokok public relations sehari-hari, yaitu melaksanakan penyebaran informasi, melakukan evaluasi tanggapan masyarakat, mempertahankan citra lembaga, bersikap jujur dan terbuka pada publik, melakukan komunikasi dua arah (Rumanti, 2002)

Dalam menjalin relasinya, public relations dihadapkan pada berbagai karakter publik. Secara garis besar, dapat dibedakan ke dalam public relations internal dan eksternal. Hubungan dengan publik internal disebut sebagai internal relations, sedangkan yang eksternal disebut sebagai external relations (Maulana & Afifi, 2021).

#### **e. Teori Mendapatkan Kepatuhan ( *Compliance Theory* )**

Upaya agar orang lain mematuhi apa yang kita inginkan merupakan tujuan komunikasi yang paling umum dan paling sering digunakan. Mendapatkan kepatuhan adalah upaya yang kita lakukan agar orang lain melakukan apa yang mereka ingin lakukan atau mereka menghentikan pekerjaan yang tidak kita sukai. Pesan-pesan yang dibuat agar orang memiliki kepatuhan merupakan salah satu topik yang paling banyak diteliti dalam ilmu komunikasi. Marwell dan Schmitt menggunakan pendekatan teori pertukaran. Menurut mereka, kepatuhan adalah suatu pertukaran dengan sesuatu hal lain yang diberikan oleh pencari kepatuhan. Model ini memiliki orientasi pada kekuasaan. Dengan kata lain, anda akan mendapatkan kepatuhan mereka jika anda mempunyai sumber daya yang cukup untuk diberikan atau tidak kepada sesuatu yang tidak mereka inginkan.

Daftar panjang mengenai bagaimana membujuk orang lain sebagaimana dikemukakan Marwell dan Schmitt tidak menjelaskan hal lain selain apa yang sudah kita ketahui. Dalam upaya untuk dapat menyusun sejumlah prinsip kepatuhan yang lebih ringkas, Marwell dan Schmitt kemudian meminta sejumlah orang untuk menerapkan ke-16 daftar tersebut ke dalam berbagai situasi yang memungkinkan orang untuk patuh agar mendapatkan imbalan. Hasilnya adalah lima strategi umum, yang mencakup:

- 1) Pemberian penghargaan
- 2) Hukuman
- 3) Keahlian
- 4) Komitmen impersonal
- 5) Komitmen personal

Lawrence Wheels dan rekan melakukan analisa komprehensif dengan melakukan kajian bagi skema kepatuhan, menurutnya cara terbaik untuk menjelaskan pesan untuk

mendapatkan kepatuhan adalah berdasarkan jenis kekuasaan yang digunakan komunikator ketika mencoba kepatuhan orang lain. Wheelers mengemukakan tiga tipe umum kekuasaan :

- 1) Kekuasaan dalam hal kemampuan untuk memanipulasi konsekuensi dari suatu arah tindakan tertentu.
- 2) Kekuasaan atau kemampuan untuk menentukan posisi hubungan seseorang dengan orang lain.
- 3) Kekuasaan untuk menentukan nilai dan kewajiban (Morissan, 2018).

#### **f. Manajemen Komunikasi Desa Wisata**

Desa Wisata merupakan desa yang menjadi daerah tujuan pariwisata dengan ciri khas tersendiri yang dimilikinya. Tradisi dan budaya masih relatif terjaga dan masih dilaksanakan penduduk desanya. Faktor terpenting dari sebuah desa wisata adalah alam dan lingkungan, selain itu terdapat faktor pendukung lain seperti makanan khas, sistem sosial, dan tata cara pertanian.

Pada dasarnya, desa wisata lebih menonjolkan kearifan lokal dan budaya setempat. Disamping itu, pengelolaannya dimotori oleh masyarakat setempat dengan memanfaatkan potensi alam, sosial ekonomi, budaya, sejarah maupun tata ruang yang ada. Adapun komponen utama dalam desa wisata adalah akomodasi dan atraksi. Hal ini tentu memerlukan pengembangan yang baik.

Pengembangan adalah usaha untuk memajukan suatu objek atau hal agar menjadi lebih baik dan mempunyai hasil guna kepentingan bersama. Biasanya pengembangan dilakukan secara terencana untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Pengembangan desa wisata sendiri bertujuan untuk menjaga kelestarian wisata desa, pemanfaatan lokal, memberi dorongan masyarakat desa untuk memanfaatkan potensi tersebut untuk usaha dan juga mengangkat citra desa. Model pengembangan desa wisata terdiri dari lima jenis yaitu wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata buatan, dan wisata atraktif (Rochman, 2016).

Dalam pengembangan potensi desa agar tujuan dalam pembangunan desa bisa tercapai dan efisien secara anggaran, waktu serta efektifitasnya terukur, maka hal yang perlu dilakukan adalah: pemetaan potensi desa, inventarisir permasalahan-permasalahan

yang ada di desa dan menentukan langkah-langkah dalam perencanaan pembangunan sesuai potensi desa dan permasalahan kebutuhan yang ada di masyarakat.

Sehingga dalam melakukan pemetaan potensi yang ada di desa diperlukan ketiga tahapan tersebut untuk menghasilkan analisis potensi yang baik dan komprehensif. Dalam melaksanakan praktek manajemen strategi, langkah awal yang dilaksanakan oleh manajer puncak adalah melakukan perencanaan strategis. Perencanaan strategis merupakan upaya yang didisiplinkan untuk membuat keputusan dan tindakan penting, yang membentuk dan memandu bagaimana menjadi organisasi (atau entitas lainnya), apa yang dikerjakan organisasi (Bryson, 2005).

Perencanaan merupakan proses mempersiapkan secara terstruktur semua kegiatan yang akan dijalankan agar mencapai tujuan yang telah ditentukan. Perencanaan juga merupakan rangkaian cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara maksimal dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien serta efektif. Perencanaan pada dasarnya menyiapkan kerangka perencanaan yang bersifat umum dan menjadikan konsep perencanaan menjadi berorientasi pada sistem (Ridwan & Aini, 2019).

Paturusi (2008) menyatakan bahwa perencanaan pariwisata merupakan suatu proses perumusan keputusan yang memiliki kaitan jangka panjang suatu destinasi wisata. Hal ini merupakan satu proses yang kompleks dalam menentukan tujuan yang didalamnya terdapat pertimbangan-pertimbangan berbagai pilihan tindakan untuk mencapai suatu tujuan serta praktek pelaksanaannya di dalam proses perencanaan juga mempertimbangkan lingkungan (social, politik, ekonomi dan fisik) sebagai komponen yang saling berkaitan dan bergantung antar komponen lainnya.

Ridwan dan Aini (2019) menyebutkan beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam pembuatan perencanaan pengembangan wisata yakni: harus ada sinergitas dan keterpaduan berbagai sektor yang berkaitan, satu koridor dengan berbagai macam pembangunan regional dan nasional, studi ataupun penelitian dijadikan dasar dalam perencanaan fisik, perencanaan pengembangan pariwisata harus mengikuti koordinasi perencanaan fisik daerah, masalah dari sudut pandang sosial dan budaya juga harus diperhatikan, disamping faktor administrasi faktor geologis juga harus diperhatikan



dalam pengembangan fisik, perencanaan pembangunan akan semakin baik jika dapat memberikan timbal balik yang positif

Diperkuat dengan pernyataan Ridwan dan Aini (2019) yang menjelaskan lima pendekatan dalam pengembangan dan pembangunan pariwisata yaitu: pendekatan berkelanjutan, pendekatan kewilayahan, pendekatan pemberdayaan masyarakat sekitar, pendekatan kesisteman, pendekatan dari sisi penawaran dan permintaan.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini digunakan tipe penelitian lapangan dan Pendekatan: deskriptif kualitatif. Metode deskriptif menggambarkan dan memaparkan hasil penelitian sesuai realitas yang ada. Sehingga peneliti mengungkapkan apa yang dilihat, didapat dan dialami dari observasi lalu tahap wawancara serta dokumentasi.

Didalam pelaksanaan penelitian menggunakan metode deskriptif juga meliputi analisa dan interpretasi data bukan hanya pada pengumpulan serta penyusunan data. Sedangkan pelaksanaan metode deskriptif ini bukan hanya terbatas pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi data. Dalam metode deskriptif juga ada ciri khas lainnya yakni fokus pada pemecahan-pemecahan masalah yang terjadi serta aktual. Data-data yang telah dikumpulkan pada awalnya disusun lalu dijelaskan kemudian dianalisis. Dengan deskriptif suatu fenomena sosial juga memberikan gambaran secara terperinci tentang keadaan masalah, fenomena dan analisis fenomena tersebut.

## 2. Objek dan Lokasi

Peneliti akan melaksanakan penelitian pada tahun 2022 objek penelitian adalah Pemerintah Desa Terban dan penelitian dilaksanakan di Desa Terban Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah

## 3. Waktu Penelitian

waktu penelitian dilaksanakan sejak bulan Agustus 2021- Maret 2022

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih narasumber *purposive sampling* yaitu narasumber yang dipilih merupakan narasumber yang mempunyai posisi sesuai dengan informasi yang dibutuhkan (Silalahi, 2006). Sehingga peneliti berusaha untuk mencari narasumber yang paling sesuai sehingga data yang didapatkan akan relevan dan kredibel dengan penelitian ini. Berikut informan yang sumber data peneliti:

<b>NO</b>	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
1	Supeno	Kepala Desa Terban
2	Erfan Julianto	Sekretaris Desa Terban
3	Muhammad Solichin S.Pd.I.	Ketua Pokdarwis Desa Terban
4	Siti Asmah	Petugas Museum Purbakala Patiayam/Juru Kunci
5	Endang Sri W	Anggota Pokdarwis PokJa Kuliner
6	Abdullah Muis	Anggota Pokdarwis PokJa Pemandu
7	Bambang Priyadi	Anggota Pokdarwis PokJa Promosi
8	Roy Agung Saputra	Pengunjung Desa Wisata Terban

Tabel 1. 2 Daftar narasumber  
Sumber : olah data peneliti

Data merupakan sebuah hal yang penting dalam penelitian karena dengan data akan dapat dijadikan sebagai dasar dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini akan ada dua jenis analisis data, yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang berisi catatan kata-kata atau pernyataan dan tindakan yang langsung diperoleh dari narasumber. Dalam penelitian ini data primer akan peneliti dapatkan melalui wawancara narasumber secara langsung yang telah peneliti tetapkan yang kompeten dengan topic penelitian serta dengan cara dokumentasi dan observasi di Desa Terban

b. Data sekunder.

Data sekunder merupakan data pelengkap data primer. Dalam penelitian ini data Sekunder akan peneliti dapatkan melalui pencarian dokumen-dokumen kepustakaan seperti: jurnal, data statistik (BPS), buku, arsip-arsip ataupun artikel yang berhubungan dengan Desa Wisata Terban sehingga dapat digunakan untuk mendukung penelitian.

## 5. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif model Miles dan Huberman (Yusuf, 2016). yang melalui tiga tahapan yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada proses penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan ketika melakukan penelitian di lapangan. reduksi data akan berlanjut sampai penyusunan laporan akhir lengkap. di dalam reduksi data hasil data dianalisis sehingga hasil yang dianggap kurang, tidak perlu akan dibuang atau dihapus sehingga dapat diambil sebuah kesimpulan yang terverifikasi

b. Penyajian Data

Pada proses penyajian data, data yang telah melalui proses reduksi data akan disajikan, peneliti akan lebih mudah memahami dengan apa yang harus dilakukan dan apa yang terjadi, apakah diteruskan atau masih perlu diperdalam lagi untuk mendapatkan data-data yang belum diperoleh berdasarkan pemahaman yang didapatkan dengan adanya penyajian data tersebut.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan langkah ketiga dalam penelitian Kualitatif yang merupakan bagian dari rangkaian awal penelitian sampai dengan proses pengumpulan data selama penelitian dilakukan. dari data yang diperoleh dan dianalisa didapatkan kesimpulan-kesimpulan final yang sehingga menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian.

Jadwal Kegiatan

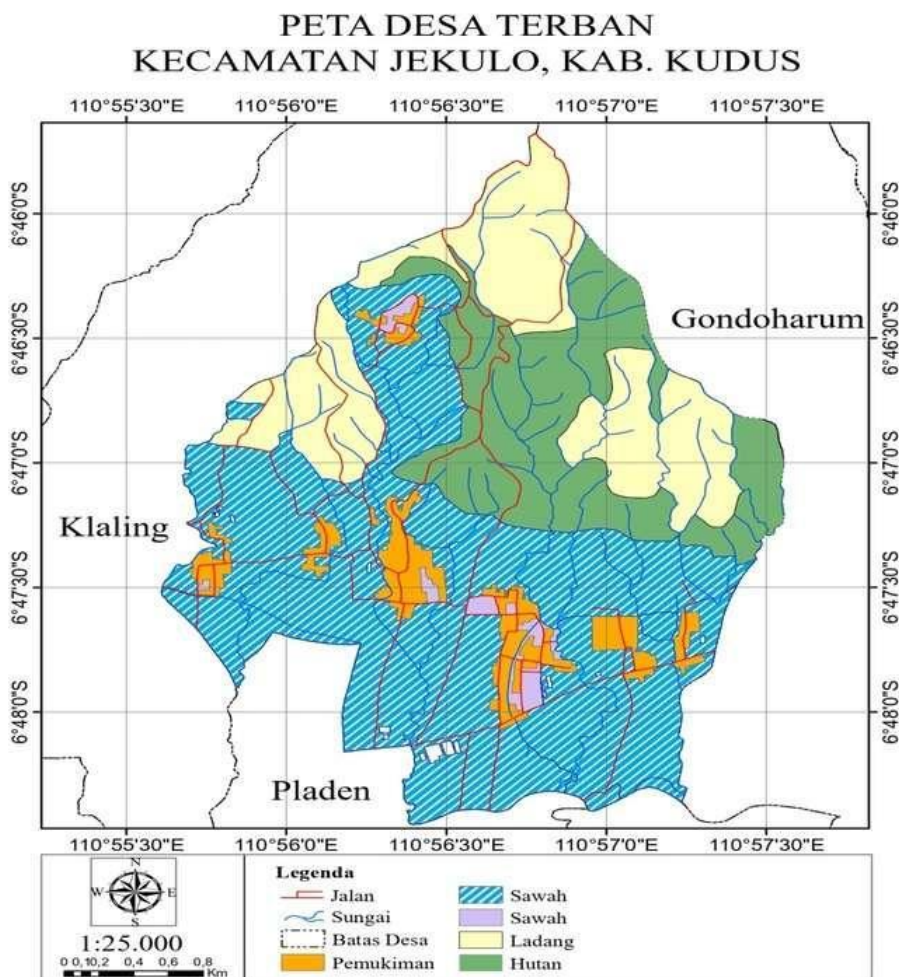
No	kegiatan	Tahun 2021 Bulan ke-												Tahun 2022 Bulan Ke-	
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ag	Se	No	De	Jan	Feb	
1	Pengajuan outline				■										
2	Penyusunan proposal				■	■	■	■							
3	Pengajuan wawancara									■					
4	pelaksanaan														
5	Seminar proposal							■							
6	Pengumpulan data										■				
7	Penyusunan laporan akhir											■	■	■	

Tabel 1. 3 Jadwal kegiatan

## BAB II

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Desa Terban



Gambar 2. 1 Peta Desa Terban  
Sumber: Olah data peneliti (2022)

Desa Terban merupakan salah satu desa wisata di Kabupaten Kudus. Desa Terban sebagai wilayah penelitian mempunyai dengan luas 859.435 hektar, wilayah desa terban sebagian merupakan daerah persawahan, hutan produksi dan permukiman penduduk yang terbagi dalam beberapa dusun. Jumlah penduduk desa terban tahun 2019 berdasarkan badan pusat statistik kabupaten kudus adalah 8700 penduduk dengan rasio laki – laki 4335 jiwa dan perempuan 4365 jiwa (Kecamatan Jekulo dalam angka, 2020)

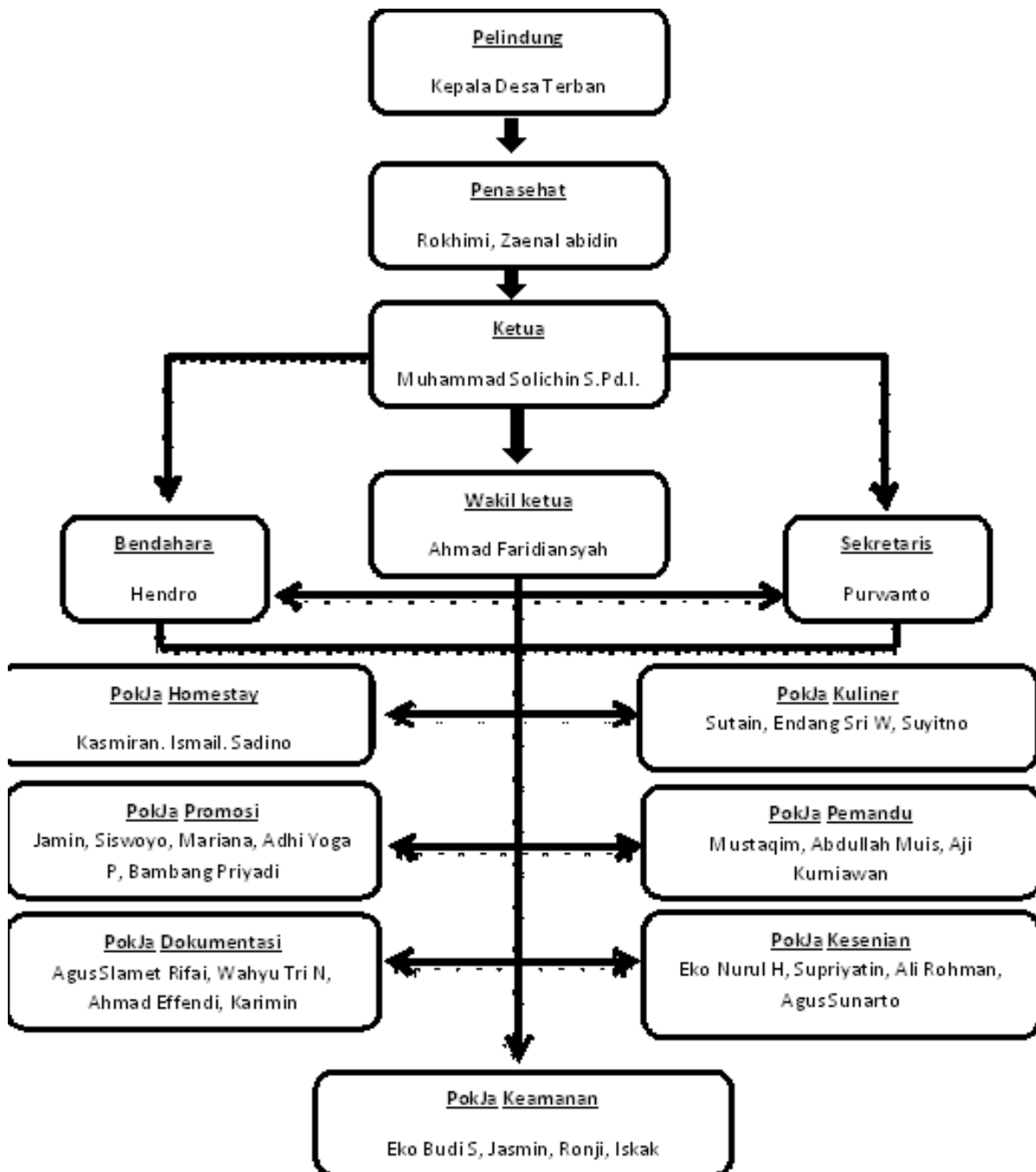
Wilayah Desa Terban sangat strategis karena dilewati oleh Jalan Nasional 1 atau yang lebih dikenal dengan Jalur Pantura sehingga memudahkan akses wisatawan. Desa yang terletak di Kecamatan Jekulo atau berjarak 12 KM ke arah timur Dari pusat pemerintahan Kabupaten Kudus ini juga merupakan satu-satunya desa di Kabupaten Kudus yang memiliki wisata Cagar Budaya Prasejarah. Dengan berbagai cagar budaya serta potensi wisata yang dimiliki, Desa ini resmi ditetapkan menjadi desa wisata sejak keluarnya Surat Keputusan Bupati Kudus nomor 556/123/2020 yang ditetapkan pada tanggal 2 Juli 2020.

Wisatawan yang datang ke desa wisata ini dapat berekreasi sekaligus belajar mengenai alam, sejarah serta kebudayaan yang ada di masyarakat setempat. Kegiatan kebudayaan dan kesenian sering diadakan di Desa Terban. kegiatan tersebut antara lain Kesenian Barongan, Hadroh, Zippin, Tayub, Sedekah Bumi, Papokjenan dan Apitan. Wisatawan juga dapat merasakan kuliner tradisional misalnya Keripik Pisang, Kripik Talas, Kripik Gadung, Keripik Ketela, Onde-Onde, Gethuk Gotri, Tiwul Dan Nasi Jagung yang semua bahan bakunya berasal dari hasil pertanian Desa Terban.

Setiap tahun di Desa Wisata Terban juga diadakan Festival Patiayam sebagai ajang promosi Situs Patiayam yang ada di Desa Terban. dalam kegiatan ini akan ditampilkan berbagai kesenian yang ada di Desa Terban serta produk-produk khasnya. Seluruh desa wisata yang ada di Kabupaten Kudus juga diminta mengirimkan perwakilannya untuk mengikuti kegiatan ini.

## B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi kepengurusan Desa Wisata Terban tahun 2018-2023



Gambar 2. 2 Struktur Pokdarwis  
Sumber: Pokdarwis Desa Terban

## C. Objek Wisata

### 1. Museum Purbakala Situs Patiayam



Gambar 2. 3 Museum Purbakala Patiayam, Desa Terban  
Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Museum Purbakala Patiayam merupakan daya tarik utama dari Desa Wisata Terban. Di museum ini terdapat berbagai koleksi fosil hewan, tumbuhan serta alat – alat manusia purba. Museum ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama merupakan ruang atraksi yang menampilkan berbagai koleksi fosil yang dimiliki Museum Patiayam. Di museum ini terdapat lebih dari 10.000 fragmen fosil I dan 8.000 fragmen diantaranya sudah teridentifikasi.





Gambar 2. 4 Museum Purbakala Patiyam, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Fosil primadona dari museum ini adalah gading gajah purba (*Stegodon Trigonocephalus*) yang berukuran sangat besar. Panjang fosil ini mencapai 3,7 M dengan diameter 17 Cm dan garis lingkaran 55 Cm. selain itu terdapat juga koleksi berbagai alat kehidupan zaman manusia purba seperti kapak batu, beliung batu persegi dan sejumlah alat terbuat dari batu lainnya. Museum Purbakala Patiyam juga dilengkapi dengan replika gajah dan manusia purba. Lantai kedua dari museum ini merupakan laboratorium dan tempat penyimpanan fosil yang belum teridentifikasi.

## 2. Gua Jepang & Sendang Duren



Gambar 2. 5 Gua Jepang (Gua T), Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Gua Jepang merupakan sebuah gua buatan yang dibuat pada masa penjajahan jepang. Gua tersebut dibuat dengan menggunakan tenaga penduduk pribumi dengan sistem kerja paksa (romusha). Gua ini terletak di sebuah bukit yang oleh penduduk disebut sebagai Bukit Pyramid di Perbukitan Patiayam. Dari bukit ini dapat terlihat jelas pemandangan wilayah Kudus Timur sehingga sangat cocok digunakan sebagai basis pertahanan. Seperti kompleks Gua Jepang pada umumnya, Gua Jepang di Desa Terban ini terdiri dari beberapa gua yang dinamakan sesuai dengan bentuknya yakni Gua T, Gua L, Gua I yang masing- masing memiliki fungsi tersendiri.



Gambar 2. 6 Sendang Duren, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Tidak jauh dari kompleks Gua Jepang juga terdapat sebuah sendang (sumber mata air) yang oleh penduduk Terban disebut dengan Sendang Duren. Sendang ini terletak dipinggir jalan dan dulunya dimanfaatkan oleh penduduk sebagai tempat untuk beristirahat maupun membersihkan diri setelah beraktifitas dari lading di perbukitan Patiayam. Sendang ini tidak pernah mengering walaupun di musim kemarau sekalipun. Oleh karena itu, Sekarang sendang ini dimanfaatkan oleh penduduk Dusun Krangit Baru sebagai sumber air bagi dusun tersebut. Di sendang tersebut dibangun bak penampungan besar tertutup dan airnya dialirkan menuju dusun krangit baru dengan pipa-pipa. Namun pengunjung masih bisa merasakan kesegaran air Sendang Duren karena masih terdapat kolam kecil terbuka.

### 3. Gua Dalem



Gambar 2. 7 Gua Dalem, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Gua Dalem merupakan sebuah gua alami yang terdapat di perbukitan Patiayam, gua ini juga sering disebut dengan Gua Patiayam. Lingkungan di sekitar Gua Dalem masih sangat alami dan asri sehingga membuat udara disekitar gua sangat sejuk. Hal tersebut membuat Gua Dalem sering dimanfaatkan oleh warga sebagai tempat meditasi. Menurut cerita turun temurun masyarakat, gua ini dinamakan Gua Dalem karena dulu di zaman penjajahan gua ini digunakan penduduk sebagai tempat persembunyian yang dapat menampung banyak orang. Padahal apabila dilihat secara kasat mata gua ini tidak terlalu panjang dan besar ukurannya namun dikarenakan mampu menampung banyak orang dan seolah-olah ukurannya semakin memanjang maka disebutlah dengan Gua Dalem.

Apabila beruntung, pengunjung dapat menjumpai monyet di pohon-pohon yang ada di sekitar gua ini. Tidak jauh dari Gua Dalem juga terdapat sebuah air terjun yang suara gemericik airnya terdengar dari sekitar Gua Dalem. Di air terjun yang belum mempunyai nama ini, pengunjung yang lelah setelah menempuh perjalanan menuju Gua Dalem dapat membersihkan diri di air terjun ini.

#### 4. Sendang Pengilon



Gambar 2. 8 Sendang Pengilon, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Sendang Pengilon merupakan salah satu sumber mata air yang ada di Desa Terban. kondisi lingkungan di sekitar sendang ini masih terjaga dengan baik dengan adanya pohon-pohon besar yang menjadi sumber utama air sendang sehingga sendang ini tidak pernah mengering. Menurut cerita turun temurun, sendang ini dinamakan sendang pengilon karena air yang dihasilkan sangat jernih sehingga bisa dibuat bercermin atau dalam bahasa jawa disebut “ngilo”, dari kata “ngilo” tersebut nama sendang menjadi Sendang Pengilon artinya sumber air yang bisa digunakan untuk bercermin.



Gambar 2. 9 Sedekah Bumi di Sendang Pengilon

Sumber: Instagram @wisataPatiayam

Sendang Pengilon juga menjadi tempat untuk melaksanakan sedekah bumi yang diadakan setiap tahun. Warga desa terban akan beramai-ramai menuju sendang dengan membawa berbagai hasil bumi desa terban. setelah terkumpul lalu diadakan doa bersama yang dipimpin oleh sesepuh masyarakat setempat. Setelah itu warga akan bersama-sama memakan hasil bumi. Sedekah bumi ini sebagai perlambang rasa syukur masyarakat Desa Terban terhadap hasil bumi yang diberikan oleh Tuhan yang Maha Esa sekaligus memohon agar di musim tanam yang akan datang hasil yang didapat bisa menjadi lebih baik lagi. Warga juga akan beramai-ramai membersihkan sendang sebagai bentuk kepedulian terhadap alam.



Gambar 2. 10 Bekas Papan Nama SD N 5 Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Dulu di sekitar sendang ini terdapat sebuah dusun yang bernama Dusun Krangit, namun pada tahun 2001 dusun tersebut terancam longsor akibat ditemukannya rekahan dan akhirnya pemerintah pada waktu itu memutuskan untuk merelokasi seluruh warga dusun ke tempat yang baru yang bernama Dusun Krangit Baru. Sisa-sisa dusun tersebut masih bisa kita lihat sampai sekarang berupa bekas-bekas pondasi rumah, jalan maupun bekas sekolah dasar yang telah ditumbuhi pepohonan.

## 5. Air Terjun Grenjengan



Gambar 2. 11 Air Terjun Grenjengan, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Air Terjun Grenjengan merupakan air terjun alami yang letaknya tidak jauh dari Sendang Pengilon, air terjun ini airnya jernih dan debit airnya akan semakin besar bila memasuki musim penghujan, sehingga apabila musim hujan disarankan tidak turun ke sungai di bawah air terjun karena berbahaya. Akses menuju air terjun ini dari Sendang Pengilon dapat ditempuh dengan jalan kaki ataupun kendaraan bermotor roda dua. Sebelum sampai di air terjun Grenjengan pengunjung akan melewati sebuah pemakaman umum bekas Dusun Krangit Lama.



## 6. Gardu Atraksi Perlindungan Fossil



Gambar 2. 12 Gardu Pandang, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Gardu atraksi merupakan sebuah bangunan yang terletak di lereng sebuah bukit yang berfungsi untuk melindungi fosil yang ditemukan pada tahun 2007. Temuan fosil tersebut sengaja dipertahankan di tempat aslinya atau tidak dipindahkan karena bertujuan untuk menampilkan temuan fosil fauna yang berada dalam konteks lapisan pengendapannya yaitu pada Formasi Slumprit, berumur sekitar 700 ribu tahun yang lalu. Hasil penelitian (ekskavasi) yang dilakukan oleh Balai Arkeologi Yogyakarta, fosil yang ada di gardu atraksi merupakan fosil gajah purba *Stegodon Trionocephalus*.



Gambar 2. 13 Gua Kancilan yang tertutup, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

Gardu atraksi ini juga sering disebut sebagai Gardu Pandang karena dari bangunan ini pengunjung dapat melihat pemandangan perbukitan Patiayam di sebelah utara. Jalan menuju gardu atraksi ini berupa jalan yang hanya dapat dilalui kendaraan roda dua maupun pejalan kaki. Tidak jauh dari gardu atraksi juga terdapat sebuah gua yang panjangnya sekitar 100 M. Gua ini sering disebut dengan Gua Kancilan, di gua ini ditemukan berbagai macam fosil sehingga gua ini juga ditetapkan sebagai cagar budaya. Gua ini sekarang dilarang dimasuki oleh pengunjung dikarenakan dalamnya gelap dan lembab sehingga sering ditemukan adanya hewan-hewan melata seperti ular, biawak dan lainnya sehingga bisa membahayakan pengunjung. Karena itu oleh penduduk setempat mulut gua ditanami pohon pisang agar tidak dimasuki pengunjung.

#### D. Tingkat Kunjungan

Berikut ini merupakan data tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Terban. Data ini peneliti peroleh dari Museum Situs Purbakala Patiayam dikarenakan hanya objek wisata tersebut di Desa Terban yang memiliki catatan kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan dihitung sejak bulan Januari 2020 sampai Maret 2020. Pada bulan April hingga Agustus 2021 seluruh tempat wisata di Kabupaten Kudus termasuk Desa Terban ditutup sementara waktu dikarenakan pandemi sehingga tidak ada kunjungan wisatawan. Bulan September 2021 wisatawan sudah boleh berkunjung kembali ke Desa Terban sehingga didapatkan data pengunjung dari bulan September 2021-Oktober 2021

<b>Tingkat kunjungan wisatawan ke Desa Terban</b>				
<b>Bulan</b>	<b>Pelajar</b>	<b>Mahasiswa</b>	<b>Umum</b>	<b>Total</b>
<b>Januari 2020</b>	1213 orang	70 orang	1315 orang	2598
<b>Februari 2020</b>	349 orang	905 orang	35 orang	1289
<b>Maret 2020</b>	543 orang	25 orang	1055 orang	1623
<b>April 2020 s.d Agustus 2021</b>	-	-	-	-
<b>September 2021</b>	33 orang	11 orang	421 orang	465
<b>Oktober 2021</b>	252 orang	20 orang	742 orang	1014

Tabel 2. 1 Tingkat Kunjungan Wisatawan, Desa Terban  
Sumber: Museum Purbakala Patiayam (2022).

## BAB III

### TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan peneliti paparkan hasil temuan data yang telah peneliti dapatkan. Pengumpulan data dilakukan peneliti dengan cara wawancara pihak terkait, observasi dan dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian yang mengangkat tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah desa terban dalam mengembangkan desa wisata terban menjadi wisata unggulan di kabupaten kudos serta faktor pendukung dan faktor penghambatnya.

#### A. Pemilihan Strategi Komunikasi

Pemerintah Desa Terban membagi dua fokus strategi dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata, yang pertama berkaitan dengan komunikasi di lingkup internal dan yang kedua berkaitan dengan komunikasi untuk lingkup eksternal. Kedua jenis strategi komunikasi tersebut memiliki fungsi tersendiri terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah desa dalam melaksanakan program-program pengembangannya. Selanjutnya akan peneliti bahas mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Pemerintah Desa Terban baik internal maupun eksternal.

##### 1. Strategi Komunikasi Internal Pengembangan Desa Wisata

Penetapan strategi dalam perencanaan komunikasi internal, tentu saja tidak lepas dari elemen komunikasi. Pengertian komunikasi yang dibuat oleh Harold D. Lasswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*. Jadi dalam komunikasi ada beberapa elemen, yaitu Komunikator, komunikan, media, pesan, efek. Karena itu strategi yang dijalankan dalam perencanaan komunikasi harus diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### a. Pemilihan Fasilitator Komunikasi

Fasilitator berperan penting dalam kegiatan penyebaran informasi, untuk itu diperlukan penentuan fasilitator yang tepat dalam menyampaikan informasi terkait dengan pengembangan desa wisata. (Cangara, 2013) menyebutkan adanya tiga persyaratan untuk tercapainya kesuksesan seorang komunikator. Ketiga persyaratan tersebut mencakup tingkat kepercayaan orang lain terhadap dirinya (kredibilitas), daya tarik (attractive) serta kekuasaan (power).

Dalam praktiknya, penentuan fasilitator kegiatan Desa Wisata Terban dilakukan melalui mufakat berdasarkan kriteria-kriteria yang telah disepakati oleh pengelola. Kriteria dimaksud meliputi kredibilitas fasilitator, pengalaman serta kedekatan dengan masyarakat. Sebagaimana dalam kutipan berikut

“Fasilitator yang dipilih itu berdasarkan kepercayaan masyarakat terhadap sosok fasilitator dan pengalaman selain itu juga karena kedekatan dengan masyarakat. Dalam penentuan fasilitator dilakukan dengan cara kesepakatan bersama berdasarkan kriteria kriteria yang saya sebutkan diatas. Jadi sebenere ada banyak yang berperan sebagai fasilitator mas. Yang pertama ada kepala desa, lalu ada dari pengelola museum patiyam dan dari pokdarwis sendiri. Kepala desa memenuhi syarat sebagai fasilitator karena power yang dimilikinya lalu pengelola museum dan pokdarwis karena kredibilitas dan pengalamannya mas termasuk pengalaman dalam berorganisasi” (Ketua pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).

“Untuk kekuasaan sesekali diperlukan karena beberapa program itu tidak dapat berjalan karena masyarakat tidak patuh, jadi misalnya program penanaman pohon itu kan hanya bertahan bentar karena masyarakat akan mencabuti selesai acara. Nah disitu orang yang memiliki kekuasaan dibutuhkan yang dalam hal ini adalah kepala desa mas” (Ketua pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).

Dalam hal ini Teori Mendapatkan Kepatuhan perlu direalisasikan. Banyak cara yang dapat dilakukan antara lain dengan memberikan hukuman bagi yang merusak tanaman penghijauan dan pemberian apresiasi bagi yang merawat tanaman penghijauan. Tentunya perlu kerjasama semua elemen agar realisasi teori ini berjalan dengan baik.

Dengan adanya kredibilitas, pengalaman dan kekuasaan(power) maka seorang fasilitator sebagai sumber informasi diharapkan mampu menunjang efektivitas komunikasi yang dilakukan agar pesan-pesan dapat tersampaikan dengan maksimal, sedangkan kemampuan dalam berorganisasi dinilai penting untuk menimbulkan kesan positif dan keakraban dengan masyarakat, sehingga fasilitator akan lebih mudah

meyakinkan masyarakat. Berdasarkan hal-hal tersebut, Pemerintah Desa Terban bersama dengan pihak terkait membuat kesepakatan bersama memilih Kepala Desa Terban, Ketua Pokdarwis Desa Terban serta pengelola Museum Purbakala Patiayam sebagai fasilitator dalam menyampaikan pesan-pesan terkait pengembangan Desa Wisata Terban. Adapun faktor-faktor lain yang kemudian mengikuti antara lain yaitu latar belakang pendidikan dan tempat tinggal, meskipun kedua hal ini dikatakan oleh pihak pemerintah desa bukan menjadi faktor utama dalam memilih seorang fasilitator.

#### b. Pemilihan Pesan Komunikasi

Yang kedua strategi bagaimana pesan disampaikan, hal ini memiliki tujuan agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan memperkecil kemungkinan kesalah pahaman di masyarakat, Pesan akan disampaikan oleh fasilitator-fasilitator yang dipilih. Pesan-pesan yang disampaikan bersifat persuasif dan edukatif.

“Jadi pesan-pesan yang akan kami sampaikan itu sebelumnya sudah dipikirkan baik-baik termasuk bagaimana cara penyampaiannya, isi pesannya dan kapan waktu yang tepat. Itu semua agar masyarakat bisa menerima pesan sehingga dapat tersampaikan secara efektif dan tidak terjadi kesalah pahaman. Dalam penyampaian pesan juga kami menghindari seolah-olah menggurui. Pesan yang disampaikan biasanya berisi ajakan, imbauan untuk ikut terlibat aktif dalam pengembangan desa wisata serta edukasi-edukasi tentang kepurbakalaan dan lingkungan yang utama seperti kebersihan dan sebagainya termasuk dalam pertanian serta ada juga tentang inovasi termasuk dalam pemanfaatan hasil bumi di lingkungan sekitar kalo itu kita mengajak pihak yang lebih kompeten agar masyarakat juga semakin percaya. Kalau kita menyampaikan contohnya dalam inovasi pertanian apabila kita menyampaikan suatu pesan walaupun pesan tersebut sudah benar namun apabila tanpa kerjasama dengan pihak yang kompeten, maka akan dianggap angin lalu saja karena kita tidak pernah bertani ” (Ketua Pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).

Dalam penyampaian pesan fasilitator yang pertama kali dipilih adalah pokdarwis dan pengelola museum, namun dalam pelaksanaannya ada beberapa kelompok masyarakat yang tidak bisa langsung menerima. Maka usaha penyampaian pesan akan dilanjutkan oleh kepala desa yang juga sebagai fasilitator.

“Jadi dalam prakteknya terkadang ada beberapa masyarakat yang ngeyel. Biasanya kan yang pertama menyampaikan itu dari pokdarwis dan juga museum nah ketika menemui hal tersebut pihak pokdarwis akan menghubungi kepala desa mas untuk melanjutkan usaha penyampaian pesan. Mungkin kalo sama kepala desa masyarakat memiliki rasa pakewuh mas” ((Ketua pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).

### c. Pemilihan Media

Pemerintah Desa Terban menganggap forum pertemuan tatap muka langsung atau musyawarah sebagai media komunikasi yang paling efektif. Pemerintah menganggap bentuk komunikasi yang berlangsung secara tatap muka dan melibatkan diskusi langsung dengan masyarakat merupakan media paling sesuai diterapkan mengingat bahwa kemampuan masyarakat setempat dalam memiliki dan menggunakan media berbeda-beda.

“kita menggunakan media tatap muka di forum- forum masyarakat seperti musrenbangdes, forum pemilihan RT/RW sebagai media paling efektif termasuk juga ketika pengajian-pengajian umum. Karena di desa ini kan masih banyak kalangan orang tua sehingga penyebaran informasi itu dari mulut ke mulut menurut saya hal yang paling efektif. Dalam forum tatap muka juga kita bisa saling bertukar pendapat secara langsung dengan masyarakat. Ada juga papan informasi yang kita gunakan, papan itu ada di beberapa titik strategis di desa” (Kepala Desa Terban, Supeno, 22 Maret 2022).



Gambar 3. 1 Sebuah papan pengumuman, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Hal tersebut dibenarkan oleh ketua pokdarwis desa terban. Forum masyarakat bukanlah satu-satunya media yang digunakan. Ada papan-papan informasi yang digunakan sebagai media, Pemerintah desa bersama dengan fasilitator juga sudah berusaha menggunakan grup sosial media sebagai media penyebaran dan penerimaan informasi. Namun hal tersebut dinilai masih kurang efektif.

“pokdarwis sudah berusaha membuat grup wa maupun facebook sebagai media penyebaran serta penerimaan informasi. Namun itu masih kurang efektif ya arena masyarakat memang masih kurang mengenal sosial media. Sehingga pemerintah bersama fasilitator menggunakan forum masyarakat ataupun pengajian-pengajian yang diadakan masyarakat sebagai medianya, ada juga papan-papan pengumuman di beberapa lokasi yang dianggap strategis sebagai media, papan tersebut tersebar di beberapa titik” (Ketua pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).

#### d. Peran Komunikasikan

Proses komunikasi akan berjalan secara semestinya apabila terdapat adanya kesamaan kepentingan dan tujuan antara komunikator/fasilitator dan komunikan. Fasilitator dapat mempertimbangkan mengenai informasi apa, melalui media apa dan dengan cara apa pesan akan disampaikan apabila telah mencapai kesepakatan kepentingan masing-masing pihak. Antara komunikan dengan fasilitator juga tidak terdapat perbedaan jarak untuk saling bertukar pendapat. Para Fasilitator berharap Komunikan dapat secara langsung menyampaikan gagasan tanpa harus menunggu dalam suatu forum. Ketika komunikan bertemu dengan fasilitator di jalanpun, komunikan dapat langsung menyampaikan gagasannya.

Fasilitator selalu berusaha mendekatkan jarak dengan masyarakat sebagai komunikan sehingga dalam mendengarkan aspirasi komunikan fasilitator menerimanya tidak hanya melalui media atau forum formal tetapi juga non formal termasuk melalui WA.

“saya berusaha menciptakan kebebasan berpendapat mas termasuk berusaha membuat agar masyarakat itu tidak sungkan mengutarakan pendapatnya. Soalnya biasanya ada masyarakat itu yang tidak berani ataupun malu mengungkapkan pendapatnya padahal aslinya punya ide. Oleh karena itu saya menerima kalau ada masyarakat menyampaikan saran dan kritik baik melalui WA ataupun terkadang ketika bertemu di jalan saya tanya duluan. Apakah ada masukan, bagaimana pandangan tentang hal A hal B. Itu semua demi kemajuan perkembangan desa wisata. kami membutuhkan banyak masukan dan kritikan baik dari warga desa terban sendiri maupun siapa aja boleh termasuk pengunjung” (Ketua Pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).



#### e. Evaluasi Program Dari Feedback

Adanya timbal balik komunikasi dari setiap program yang dilaksanakan oleh pemerintah desa terban tentu akan menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah desa terban beserta fasilitatornya. Timbal balik juga merupakan wujud partisipasi masyarakat setempat untuk ikut serta dalam upaya pengembangan desa wisata terban, baik dalam wujud menyalurkan aspirasi berdasarkan pengamatan mereka ataupun turun langsung dalam program-program yang dilaksanakan.

Masyarakat sebagai komunikasi dapat menyampaikan feedback kepada fasilitator khususnya pokdarwis bukan hanya melalui forum saja tetapi juga diluar forum misalnya melalui pesan whatsapp ataupun datang secara langsung ke tempat fasilitator.

“Kami khususnya pokdarwis sangat dengan senang hati menerima segala bentuk aspirasi maupun kritikan dari masyarakat. Aspirasi maupun kritikan dapat disampaikan secara langsung mas nggak harus nunggu adanya rapat forum dll sehingga tidak lama menunggu” (Ketua Pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 21 Maret 2022).

#### f. Model Komunikasi

Pemerintah Desa Terban bersama pokdarwis selain menentukan unsur unsur yang terlibat dalam strategi komunikasi mulai dari siapa yang menjadi komunikator, bagaimana pemilihan pesan yang akan disampaikan, media apa yang digunakan serta komunikasi yang akan menerima pesan juga menentukan pemilihan model komunikasi yang akan digunakan. Pokdarwis terlebih dahulu melakukan riset di masyarakat untuk mengetahui model komunikasi apa yang cocok digunakan dalam proses pengembangan desa wisata. setelah mengetahui model apa yang cocok untuk diterapkan maka pokdarwis akan berkoordinasi dengan Pemerintah Desa Terban. Pemerintah desa terban menganggap bahwa melalui rapat, pertemuan dan musyawarah yang dihadiri oleh masyarakat banyak lebih efektif dibandingkan dengan model lainnya. Sehingga model komunikasi yang dianggap cocok untuk diterapkan adalah strategi komunikasi kelompok. Penerapan model komunikasi kelompok ditujukan untuk memudahkan dan melancarkan proses komunikasi setiap unsur yang terlibat dalam pengembangan desa wisata.

Selain rapat, komunikasi interpersonal juga seringkali digunakan untuk menyampaikan pesan dalam kasus yang berbeda contohnya dalam ajakan kepada para petani di perbukitan patiyam untuk beralih ke pertanian buah-buahan dari yang sebelumnya pertanian palawija. Sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut.

“Selain rapat, kita juga melakukan komunikasi tatap muka dua orang. Biasanya kita datang langsung ke ladang lalu berbincang. Contohnya dalam mengajak petani di bukit patiyam untuk beralih menanam tanaman buah-buahan agar juga dapat menjadi penghijauan kawasan patiyam. Itu kan harus berbincang lama dua orang saling tatap muka. Apabila dilakukan melalui rapat, sepanjang pengalaman itu susah karena masyarakat hanya iya-iya saja didepan namun tidak dilakukan dibelakang. Masyarakat itu kalau ada pembagian bibit tanaman petai, rambutan, tanaman kayu-kayu yang lain itu antusias namun begitu bibit yang ditanam mulai agak besar nanti dipotong lagi karena dianggap mengganggu tanaman jagung di bawahnya sehingga kurang efektif. Maka dari itu dengan berbincang langsung berdua saling bertukar pendapat akhirnya beberapa masyarakat yang menjadi petani saat ini mulai sadar tentang pentingnya tanaman berkayu untuk lingkungan. Saat ini ada beberapa yang mulai mengubah lahannya ditanami pohon alpukat dan buah lainnya. (Sekretaris Desa Terban, Erfan Julianto, 13 April 2022)



Gambar 3. 2 Rapat pemberian apresiasi untuk warga penemu fosil, Desa Terban

Sumber: Museum Purbakala Patiyam

## 2. Strategi Eksternal Pengembangan Desa Wisata

Strategi komunikasi eksternal yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Terban berfokus pada bagaimana cara melakukan promosi/marketing untuk menarik kunjungan wisatawan

lebih banyak lagi. Beberapa cara marketing yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Terban antara lain:

a. Marketing dengan Teknik *Word Of Mouth*

strategi marketing yang berkaitan erat dengan komunikasi pemasaran. Menurut Kotler dan Lane (2009) komunikasi pemasaran merupakan proses yang didalamnya terdapat hubungan antara individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai antar pihak. Dalam upaya promosi terdapat beragam teknik dan media pemasaran yang dapat digunakan

Dalam wawancara dengan Kepala Desa Terban dapat diketahui bahwa pemerintah desa menganggap teknik promosi melalui cara “*word of mouth*” merupakan teknik yang paling efektif untuk sampai saat ini. Teknik tersebut mengandalkan pengunjung yang telah datang ke Desa Wisata Terban untuk dapat berbagi cerita dan pengalamannya mengunjungi desa tersebut sehingga dapat menarik minat sanak saudara, teman maupun tetangga untuk mengunjungi Desa Wisata Terban. Alasan Pemerintah Desa Terban menggunakan teknik promosi tersebut ialah, beberapa objek wisata yang ada di desa tersebut belum siap dan masih dalam tahap penataan. Jadi, pemerintah desa belum menggunakan media sosial, website, pamphlet, brosur dan sejenisnya sebagai media promosi. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi kekecewaan pengunjung apabila yang di promosikan belum sesuai dengan kenyataan dilapangan, sebagaimana dalam kutipan berikut:

“Untuk saat ini belum karena kita belum siap. Tujuan wisata itu kan kalau menurut saya pertama nyaman keduanya kalau bisa pengunjung dapat berlama-lama di tempat yang dikunjungi dan setelah pulang bisa membawa saudara maupun teman-teman serta tetangganya untuk datang kembali ke tempat yang dikunjunginya dan semakin lama di tempat yang dikunjungi itu akan semakin banyak pendapatan yang didapatkan. Di terban sendiri kalau memang belum siap disuguhkan kalau kita “share” di media terlalu besar endingnya yang datang kan kecewa tidak seperti yang ada di media. Di media dimuat dan bagus menarik tapi kalau kenyataan di lapangan tidak sesuai kan nanti sekali datang tidak akan datang lagi dan konsep wisata bukan begitu. Konsep wisata sekali datang harapannya malah di lain kesempatan membawa sanak saudara maupun teman-temannya” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021).

b. Promosi melalui karnaval kebudayaan

Selain teknik promosi *word of mouth*, Pemerintah Desa Terban juga aktif mengirimkan perwakilannya dalam acara karnaval kebudayaan yang diadakan Pemerintah Kabupaten Kudus seperti dalam acara pembukaan dandangan maupun hari jadi kota kudus. Pemerintah desa memanfaatkan kegiatan tersebut sebagai ajang promosi dengan menampilkan pertunjukan tentang sejarah patiyam.

“Untuk promosi masih melalui acara-acara yang diselenggarakan dinas pariwisata dan untuk yang melalui media sosial kita belum fokus ke situ, kita masih fokus untuk pengembangan fisik sesuai dengan arahan pak kepala desa. Baru setelah itu nanti memikirkan untuk lebih serius menggarap promosi melalui media sosial. Walaupun ada media sosial yang mempromosikan desa wisata terban ya monggo-monggo saja namun yang resmi dari kita belum ada.” (Anggota pokdarwis PokJa Promosi, Bambang Priyadi, 14 April 2022).



Gambar 3. 3 perwakilan Desa Terban dalam acara karnaval di Alun-Alun Kudus  
Sumber: Pokdarwis Desa Terban

c. Pemanfaatan teknologi komunikasi dalam promosi

Pemerintah Desa Terban masih mengandalkan *word of mouth* serta acara karnaval kebudayaan sebagai saluran promosi desa wisata. Untuk penggunaan teknologi komunikasi seperti media sosial pemerintah desa belum berfokus pada hal tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni belum siapnya beberapa

objek wisata dan juga belum siapnya SDM dalam bidang tersebut sebagaimana dalam kutipan berikut:

“Untuk saat ini belum karena kita belum siap. Tujuan wisata itu kan kalau menurut saya pertama nyaman keduanya kalau bisa pengunjung dapat berlama-lama di tempat yang dikunjungi dan setelah pulang bisa membawa saudara maupun teman-teman serta tetangganya untuk datang kembali ke tempat yang dikunjunginya dan semakin lama di tempat yang dikunjungi itu akan semakin banyak pendapatan yang didapatkan. Di terban sendiri kalau memang belum siap disuguhkan kalau kita “share” di media terlalu besar endingnya yang datang kan kecewa tidak seperti yang ada di media. Di media dimuat dan bagus menarik tapi kalau kenyataan di lapangan tidak sesuai kan nanti sekali datang tidak akan datang lagi dan konsep wisata bukan begitu. Konsep wisata sekali datang harapannya malah di lain kesempatan membawa sanak saudara maupun teman-temannya” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021).

“Untuk penggunaan media sosial maupun website memang terkendala SDM nya mas selain itu ya tadi objek wisata belum siap. SDM di Pemerintah Desa Terban mayoritas sudah lanjut usia misalpun kita suruh belajar akan lambat. Jadi, kalau memang nanti sudah siap semua kita akan memikirkan untuk penggunaan media sosial maupun website”

No	Nama	Jabatan	Usia	Tingkat Pendidikan
1	Supeno	Kepala Desa	49 tahun	SMA
2	Erfan Julianto	Sekretaris Desa	43 tahun	SMA
3	Eko Siswanto	Kasi Pemerintahan	48 tahun	SMA
4	Kusmanto	Kasi Kesejahteraan	55 tahun	SMA
5	Suharli	Kasi Pelayanan	59 tahun	SMP
6	Rita	Kasi Keuangan	54 tahun	SMA
7	Alis Bowo	Kaur Umum dan Perencanaan	48 tahun	SMA
8	Rokhimi	Kadus I	55 tahun	SMA
9	Sukarjo	Kadus II	58 tahun	SMP
10	Sabari	Kadus III	58 tahun	SMP
11	Wahyu Tri N	Kadus IV	43 tahun	SMA

Tabel 3. 1 Demografis sumber daya manusia pemerintah desa  
sumber : Pemerintah Desa Terban

Namun pemerintah desa mempersilahkan apabila ada inisiatif dari pengunjung maupun warga apabila ingin melakukan promosi melalui media sosial ataupun saluran media yang lainnya sebagaimana dalam kutipan wawancara berikut:

“Untuk promosi masih melalui acara-acara yang diselenggarakan dinas pariwisata dan untuk yang melalui media sosial kita belum fokus ke situ, kita masih fokus untuk pengembangan fisik sesuai dengan arahan pak kepala desa. Baru setelah itu nanti memikirkan untuk lebih serius menggarap promosi melalui media sosial. Kalaupun ada media sosial yang mempromosikan desa wisata terban ya monggo-monggo saja namun yang resmi dari kita belum ada.”

Berdasarkan observasi peneliti, terdapat beberapa akun media sosial tentang wisata desa terban, akun tersebut dimiliki dan dikelola secara mandiri oleh beberapa warga Desa Terban. adanya akun-akun media sosial cukup membantu para wisatawan yang akan mengunjungi karena wisatawan dapat mengetahui apa saja yang ada di Desa Terban. hal tersebut menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mendukung desa wisata terban.



Gambar 3. 4 Contoh media sosial yang dikelola warga Desa Terban

Sumber: dokumentasi peneliti (2022)

Promosi juga dilakukan melalui berbagai media termasuk media cetak, media elektronik, dan media online. Wartawan dari berbagai media kerap kali datang ke Desa Terban untuk membuat liputan berita. Berikut merupakan contoh berita mengenai Desa Terban yang dimuat di media online:



Gambar 3. 5 Contoh pemberitaan mengenai desa terban yang dimuat di media online

Sumber: dokumentasi peneliti (2022)



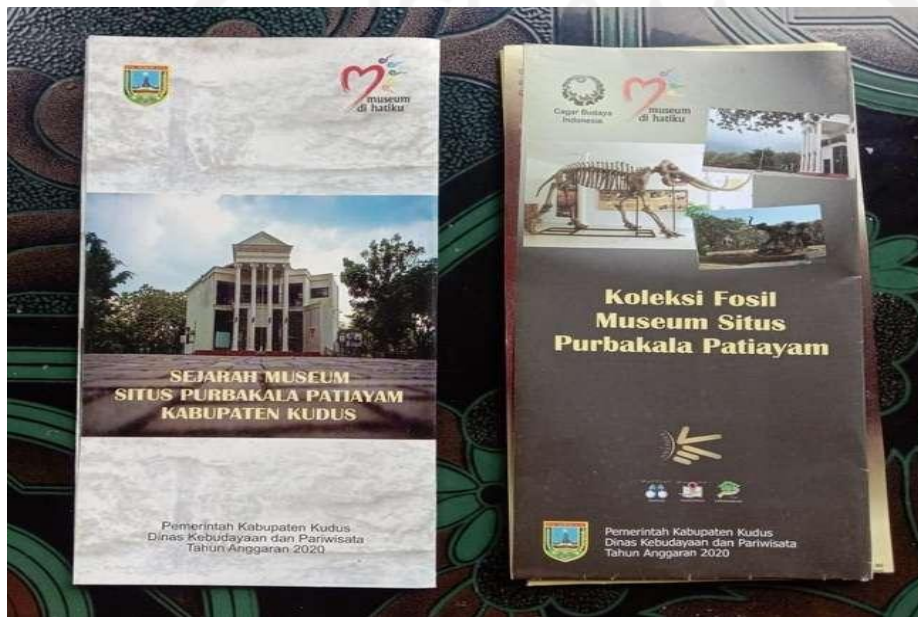
Gambar 3. 6 Contoh pemberitaan mengenai desa terban yang dimuat di media online

Sumber: dokumentasi peneliti (2022)

Museum Patiayam sebagai salah satu objek wisata yang ada di desa terban telah memiliki berbagai program untuk promosi terutama promosi tentang museum purbakala Patiayam. Promosi dilakukan melalui sosial media, pamflet dan juga artikel-artikel yang

dimuat disurat kabar. Sebagaimana dalam kutipan pengelola museum purbakala Patiayam sebagai berikut ini:

“Promosinya untuk saat ini ya lewat internet lewat medsos ada lagi Facebook sering juga ada wartawan yang datang ke sini nanti wartawan tersebut membuat artikel ataupun berita dan ketika di di media sosial mereka maka wisatawan akan tahu tentang wisata desa terban ini biasanya wisatawan bilang “saya tahunya dari koran bu” dan disini juga termasuk dekat dari jalan raya Pantura dan penunjuk arah ke museum sini juga jelas promosinya dari itu” (Petugas Museum Purbakala Patiayam/Juru Kunci Museum, Siti Asmah, 16 Desember 2021).



Gambar 3. 7 Pamflet promosi museum purbakala, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2021)





Gambar 3. 8 Media sosial (instagram) Museum Purbakala Patiayam, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

## B. Pengembangan Destinasi dan Tata Kelola Wisata Desa Terban

Sebagai upaya menjadi desa unggulan seperti yang diharapkan oleh pemerintah desa, maka pemerintah juga melakukan upaya-upaya peningkatan kualitas dan kuantitas pengelolaan desa wisata. upaya tersebut antara lain dengan melakukan penambahan destinasi, perawatan destinasi serta peningkatan sumber daya manusia yang mengelola Desa Wisata Terban.

### 1. Pengembangan Destinasi Wisata

Sebelum ditetapkan sebagai desa wisata, Desa Terban sudah banyak dikunjungi wisatawan. Hal tersebut dikarenakan terdapat rumah penyimpanan fosil yang memiliki berbagai koleksi fosil binatang maupun tumbuhan. Wisatawan yang datang pada saat itu didominasi oleh pelajar maupun warga sekitar kecamatan dikarenakan objek wisata di Desa

Terban saat itu hanya rumah penyimpanan fosil, sebagaimana dalam kutipan wawancara sebagai berikut :

“Sebelum resmi menjadi desa wisata sebenarnya Desa Terban sudah dikunjungi oleh banyak wisatawan ya karena disini penemuan fosil yang kala itu masih disimpan secara swadaya di rumah salah satu warga. Jadi wisatawan datang hanya untuk melihat penemuan fosil lalu setelah itu pulang. Waktu itu belum ada desa wisata di Kabupaten Kudus” (Sekretaris Desa Terban, Erfan Julianto, 13 April 2022)

Desa Terban secara resmi menjadi desa wisata pada tahun 2020 setelah ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Kudus melalui Surat Keputusan Bupati. Namun sebelum mendapatkan SK tersebut Desa Terban telah melakukan persiapan-persiapan untuk memenuhi kriteria sebagai desa wisata

“Agar bisa menjadi desa wisata tentunya harus memenuhi persyaratan-persyaratan yang dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Kudus, jadi Pemerintah Desa Terban termasuk bersama dengan pokdarwis serta masyarakat bahu membahu dalam memenuhi kriteria yang ditetapkan. Jadi pokdarwis telah terbentuk sebelum tahun 2020 dan telah berjalan selama beberapa periode dan alhamdulillah dapat terpenuhi secara resmi menjadi desa wisata di tahun 2020 setelah mendapatkan SK Bupati Kudus” (Ketua Pokdarwis, Muhammad Solichin S.Pd.I., 18 desember 2021)

Pemerintah Desa Terban dalam melakukan persiapan-persiapan menjadi desa wisata juga mendorong keterlibatan masyarakat untuk berpartisipasi serta memberikan edukasi. Edukasi kepurbakalaan diberikan terutama untuk para petani dikarenakan mayoritas benda purbakala ditemukan oleh para petani ketika sedang di ladang.

“Persiapan menjadi desa wisata juga termasuk didalamnya memberikan edukasi kepada petani terutama mengenai pentingnya benda kepurbakalaan mas, yakni fosil. Karena memang daya tarik utama desa terban ini kan fosil-fosil tersebut. Waktu itu mayoritas petani belum ngerti pentingnya nilai fosil dan seringkali kita dapati fosil yang ditemukan petani di geletakkan dan dihancurkan begitu saja diladang. Setelah kita berikan edukasi agar apabila menemukan fosil segera lapor pada pemerintah desa untuk ditindak lanjuti. Mayoritas masyarakat yang menjadi petani akhirnya mengerti dan memahami pentingnya fosil yang ditemukan karena merupakan aset wisata” (Ketua Pokdarwis, Muhammad solichin S.Pd.I., 18 desember 2021)

“Saat persiapan kita juga melakukan penataan dan pembersihan beberapa objek wisata tambahan untuk melengkapi Museum Purbakala Patiyam. Misalnya kita membersihkan akses jalan dan menambahkan petunjuk jalan menuju air terjun, gua-gua yang ada di Desa Terban serta beberapa sumber mata air dan hasilnya wisatawan akhirnya tahu bahwa di Desa Terban bukan hanya ada museum purbakala namun juga bisa mengunjungi air terjun, gua, dan lain-lain. Setelah itu baru kita siap mengajukan diri sebagai desa wisata dan Alhamdulillah resmi menjadi desa wisata dan tiap tahun kita berusaha melakukan pengembangan-pengembangan” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021).

Dari kutipan wawancara diatas dapat diketahui bahwa pembentukan Desa Terban menjadi desa wisata harus melalui proses yang panjang. Pembentukan desa wisata perlu dukungan semua pihak bukan hanya pemerintah desa saja termasuk dalam kesiapan sumber daya manusianya.

Pembentukan desa wisata juga perlu melihat potensi wisata yang dimiliki. Desa Terban merupakan desa wisata yang memiliki beragam pilihan jenis yang dapat dipilih oleh pengunjung mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata kuliner, dan geowisata sebagaimana dalam kutipan berikut ini:

“Desa Terban memiliki beragam potensi pariwisata mulai dari wisata alam, sejarah, budaya, kuliner dan geowisata. Untuk wisata alam wisatawan dapat mengunjungi beberapa air terjun yang di Perbukitan Patiayam, susur sungai, mengunjungi beberapa sumber mata air dan juga mengunjungi gua-gua alami yang ada disini. Untuk wisata sejarah pengunjung dapat mengunjungi Gua Jepang. Untuk wisata budaya di sini terdapat kesenian Barongan yang dipentaskan di waktu tertentu semisal di hari kemerdekaan maupun saat bersih desa, Tayub, Rebana, Tari Kretek dll. Untuk wisata kuliner disini masih mudah dijumpai olahan makanan-makanan tradisional yang bahannya dari hasil pertanian desa terban semisal gethuk, thiwul, nasi jagung, keripik pisang, keripik talas dan masih banyak lagi. Untuk Geowisata Desa Terban seringkali dikunjungi oleh para mahasiswa dari Jurusan Geologi dikarenakan disini menurut mereka lapisan batuan maupun tanahnya unik dan lengkap” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021).

Beberapa objek wisata alam yang ada pada saat ini memang tidak diperkenankan untuk dijelajahi semisal beberapa Gua Kancilan yang ada di dekat gardu pandang. Hal ini disebabkan karena gua tersebut cukup panjang yakni sekitar 100 m dan ketinggian atap yang bervariasi serta gelap sehingga menyulitkan bagi wisatawan yang belum pernah memasukinya, sebagaimana kutipan berikut ini

“Gua Kancilan itu sekarang memang tidak diperkenankan dijelajahi atau dimasuki karena cukup berbahaya mengingat gua tersebut cukup panjang sekitar 100 m dan tingginya itu tidak rata dan gelap. Belum lagi dengan adanya kemungkinan hewan-hewan liar yang memanfaatkan gua tersebut sebagai tempat tinggal. Sebenarnya bisa saja masuk tetapi harus dengan pendampingan warga setempat yang sudah berpengalaman. Kalau wisatawan luar desa memasuki sendirian tanpa pendampingan ya berbahaya sekali disamping itu juga gua tersebut dinilai rawan ambrol karena dulu juga dimanfaatkan untuk aktivitas tambang pasir, maka dari itu setelah musyawarahkan maka mulut gua tersebut sekarang ditutupi dan disamarkan dengan ditanami pohon pisang. Terakhir gua tersebut dimasuki oleh tukul arwana pada acara “mr tukul jalan-jalan” setelah itu tidak pernah dimasuki lagi” (Anggota Pokdarwis PokJa, Abdullah Muis, 13 April 2022)

Terdapat satu gua alami yang dapat dikunjungi oleh wisatawan yaitu Gua Dalem, namun jarak gua ini cukup jauh dan juga akses jalan yang belum bagus sehingga wisatawan jarang yang mengunjunginya:

“sebenarnya untuk yang gua alami pengunjung masih bisa mengunjungi Gua Dalem, namun memang gua tersebut letaknya cukup jauh dan akses jalannya yang sulit sehingga jarang dikunjungi. Apabila ingin mengunjungi gua dalem saran saya pakai motor trail maupun mobil offroad. Padahal di sekitar gua Dalem udaranya sangat sejuk karena masih banyak pohon dan rindang dan apabila beruntung pengunjung dapat melihat monyet yang menghuni pohon-pohon sekitar gua Dalem. Tidak jauh dari gua tersebut juga ada air terjunnya” (Anggota Pokdarwis PokJa Pemandu, Abdullah Muis, 13 April 2022)

Desa Terban juga memiliki beberapa air terjun. Apabila ingin mengunjungi objek-objek wisata alam pengunjung disarankan datang disaat akhir musim penghujan karena saat itu jalan menuju air terjun tidak licin dan tidak berlumpur sebagaimana kutipan berikut:

“Disini juga terdapat wisata alam beberapa air terjun yang ada. Disini terdapat tiga air terjun yang satu sudah memiliki dan yang 2 belum memiliki nama. Yakni air terjun Grenjengan yang terletak dekat dengan sumber mata air “sendang pengilon” dan yang dua lagi terletak di dekat goa jepang dan goa dalem. Air terjun Grenjengan merupakan air terjun tertinggi dan debit airnya paling besar dari ketiga air terjun yang ada. Untuk menuju air terjun tersebut pengunjung harus melewati lahan pertanian warga. Untuk saat ini belum dibuatkan jalan sehingga jalannya masih alami tanah. Untuk kedua air terjun yang lain kondisi jalannya juga tidak jauh berbeda” (Ketua Pokdarwis, Muhammad solichin S.Pd.I., 18 desember 2021)

Potensi wisata alam yang lainnya adalah sumber mata air yang ada di Desa Terban. terdapat dua sumber mata air di Desa Terban sebagaimana dalam kutipan berikut ini:

“Pengunjung yang suka dengan alam juga dapat mengunjungi sumber mata air sendang pengilon dan juga Sendang Duren. Sendang pengilon dulunya merupakan sumber mata air utama warga Dusun Krangit. Jadi sendang ini terletak di sudut dusun sebelum akhirnya dusun tersebut direlokasi. Sekarang air sendang ini masih dimanfaatkan oleh warga satu dusun yang direlokasi tersebut dengan cara mengalirkannya melalui pipa-pipa besar menuju dusun krangit baru dengan jarak sekitar 2,3 KM . namun tidak semua dialirkan menuju krangit baru tetapi disana dibuatkan kolam yang tidak terlalu besar untuk digunakan bagi pengunjung. Jadi dapat dilihat jika debit air sendang ini sangat besar mas dan apabila airnya tidak dialirkan ke dusun krangit baru mungkin bisa dibuat seperti umbul yang ada di daerah klaten mas dengan kolam-kolam besar yang dapat digunakan untuk berenang karena air sendang ini tidak pernah mengering sekalipun dimusim kemarau. Begitupun dengan sendang duren mas yang airnya juga dialirkan ke dukuh krangit baru” (Anggota Pokdarwis PokJa Pemandu, Abdullah Muis, 13 April 2022)

Potensi lainnya yang ada di Desa Terban adalah adanya wisata sejarah dan geowisata. Wisata sejarah disini berkaitan dengan masa penjajahan jepang namun potensi wisata ini baru digarap secara serius oleh kepala desa di tahun-tahun terakhir ini sebagaimana yang dalam kutipan berikut:

“Sebenarnya disini juga dapat berwisata sejarah mas karena disini terdapat gua peninggalan masa penjajahan jepang. Bahkan disini ada sekitar 15 gua jepang dan hal ini wajar mengingat umumnya gua jepang yang tidak hanya terdiri dari satu gua. Tetapi memang yang guanya masih terawatt itu baru 1 atau penduduk sini menyebutnya dengan

“gua T” karena memang gua tersebut membentuk huruf T besar. Untuk 14 gua lainnya mulut guanya tertimbun tanah karena aktivitas pertanian masyarakat di sekitar kompleks gua Patiayam. Disana juga terdapat tempat yang menurut cerita sesepuh disebut sebagai bekas Penjara Jepang, namun sekarang sudah tidak ada lagi bekasnya karena bangunannya dari kayu. Itu semua ingin saya angkat kembali agar generasi jaman sekarang tidak melupakan perjuangan para pahlawan dulu” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)

“Untuk potensi wisata geologi disini juga mendukung sekali karena lapisan-lapisan tanah disini terdiri dari berbagai macam dan itu sangat menarik bagi para geologis, bahkan di pegunungan Patiayam ini pernah ada tim peneliti yang menemukan adanya kandungan minyak namun karena diperkirakan kandungannya sedikit maka tidak dilakukan pengeboran dan ada tugunya kecil di puncak salah satu bukit sebagai penanda namun entah sekarang masih ada atau tidak. Disini juga pernah terjadi relokasi satu dusun karena ditemukan adanya potensi longsor besar yang membahayakan dusun tersebut. sehingga bekas dusun itu dapat digunakan untuk kajian kebencanaan” (Sekretaris Desa Terban, Erfan Julianto, 13 April 2022)



Gambar 3. 9 Sejumlah siswa belajar tentang lapisan tanah

Sumber: Museum purbakala Patiayam

“Yang paling menjadi ikon adalah tentunya wisata purbakala dengan Museum Situs Patiayam. Disana bisa belajar mengenai kehidupan nenek moyang dulu, hewan-hewan yang ada di daerah terban di zaman dahulu dan juga adanya berbagai macam fosil hewan laut yang menjadi bukti bahwa dulunya sekitar desa terban ini laut dan ini relevan dengan catatan sejarah yang menjelaskan bahwa dulunya gunung muria dan sekitarnya termasuk Patiayam ini merupakan pulau tersendiri yang terpisah dari pulau Jawa” (Ketua Pokdarwis, Muhammad solichin S.Pd.I., 18 desember 2021)

Potensi wisata budaya dan kuliner di desa terban juga menarik karena bahan dari pembuatan kuliner yang ada disini merupakan hasil bumi Desa Terban. Melihat berbagai potensi yang dimiliki maka Pemerintah Desa Terban bersama dengan masyarakat berupaya mengembangkan dan menambah destinasi wisata antara lain:

a. Kebun buah dan Taman Kemuning

Pemerintah Desa Terban dalam melakukan pengembangan desa wisata memiliki program-program untuk meningkatkan kualitas Desa Wisata Terban serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan berbagai faktor pendukung termasuk partisipasi masyarakat, program-program yang telah dibuat dapat dilaksanakan dengan membuat pembagian kerja, deskripsi kerja, dan prosedur kerja yang disepakati bersama. Pengembangan yang dilakukan merupakan pengembangan fisik maupun nonfisik, dalam pengembangan fisik pemerintah desa berusaha menambah destinasi-destinasi wisata buatan untuk menambah pilihan objek wisata.

Salah satu program pengembangan yang dilakukan adalah pembangunan Taman Kemuning. Taman Kemuning merupakan program pembuatan taman yang rencananya akan dilengkapi Water Boom mini dan kebun binatang mini. Lokasi taman ini berada di samping Museum Purbakala Patiayam yang sekaligus sebagai destinasi utama Desa Wisata Terban. Sebelum direncanakan menjadi taman, kawasan tersebut merupakan kawasan terbuka yang gersang. Taman tersebut nantinya juga akan ditanami Pohon Trembesi sebagai tanaman peneduh, Pohon Kemuning dan juga Pohon Pule yang memiliki banyak manfaat. Pemilihan nama Taman Kemuning lantaran ingin mengangkat cerita mengenai Dewi Kemuning untuk menghormatinya. Saat ini pembangunan fisik Taman Kemuning sudah dimulai.



Gambar 3. 10 Pembangunan Kolam renang di Taman Kemuning , Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban

Kebun Buah Kemuning juga sedang dibuat oleh pemerintah desa sebagai upaya dalam membuat agrowisata. Kebun buah ini terletak di sekitar balai Desa Terban yang tidak jauh dari museum purbakala dan Taman Kemuning. Konsep dari kebun buah ini adalah pengunjung membayar tiket masuk lalu dapat memetik sendiri buah yang disukai. Berdasarkan pengamatan peneliti, kebun buah ini ditanami berbagai macam buah seperti buah naga, jeruk bali, kedondong, belimbing, sawo, kelengkeng, matoa dan baru buah jeruk bali. Kebun buah ini dikelola oleh pemerintah desa dan masyarakat sebagai perawat pohon buahnya.



Gambar 3. 11 Penanaman tanaman buah dikebun buah kemuning, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban

b. Pembangunan surau dan lahan konservasi di Perbukitan Patiayam

Selain itu program kedua pemerintah desa yakni Pembangunan surau dan lahan konservasi di Perbukitan Patiayam. Tujuan dari pengembangan objek wisata di Perbukitan Patiayam agar wisatawan juga mau mengunjunginya karena selama ini mayoritas wisatawan hanya berkunjung di museum purbakala sebagai wisata utama Desa Terban. berikut kutipan mengenai program pengembangan di kawasan perbukitan Patiayam.

“di perbukitan Patiayam mulai tahun 2020 saya ciptakan termasuk saya buat gazebo di puncak Patiayam 3 x 4 dengan susah payah dan ada juga satu hektar itu saya tanami dengan tanaman buah dan saya nggak mikir hasil karena itu di puncaknya Patiayam untuk ketahanan pangan binatang yang ada di hutan perbukitan Patiayam dan sekarang sudah bisa dinikmati ada mangga, ada kedondong sudah bisa dinikmati binatang hutan” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)

“Pemerintah Desa Terban berusaha menjadikan puncak Patiayam sebagai puncak tertinggi Perbukitan Patiayam sebagai tempat konservasi. Hal ini



penting mengingat hampir seluruh kawasan perbukitan Patiayam berubah fungsi menjadi lahan pertanian. Akibat hal tersebut beberapa hewan liar terancam punah dan sekarang yang masih bisa ditemui berupa monyet dan ayam hutan. Puncak Patiayam juga sering dipakai sebagai tempat berkemah karena dari puncak Patiayam pengunjung dapat melihat pemandangan daerah kudus timur dan kabupaten pati”. (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)

“Pembuatan gazebo di puncak Patiayam dapat dimanfaatkan pengunjung maupun warga desa terban yang bertani di perbukitan Patiayam sebagai tempat istirahat sambil menikmati pemandangan dari puncak. Gazebo ini dibuat oleh pemerintah desa dengan bantuan gotong royong oleh masyarakat karena akses membawa material gazebo yang cukup sulit” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)



Gambar 3. 12 Pembangunan gazebo di puncak Patiayam, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban



Gambar 3. 13 Gazebo di puncak Patiayam, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban



Gambar 3. 14 Penanaman pohon buah di lahan konservasi puncak Patiayam, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban

Pemerintah Desa Terban juga membuat bangunan yang dinamai “Surau Gondang Pandean”. Bangunan ini terletak di dekat Sendang Duren dan Komplek Gua Jepang. Bangunan ini bisa dimanfaatkan oleh penduduk yang menjadi petani sekitar kawasan tersebut maupun wisatawan yang berkunjung sebagai tempat istirahat serta ibadah. Surau Gondang Pandean dilengkapi dengan fasilitas MCK yang airnya disuplai Dari Sendang Duren. Bangunan ini terletak di samping jalan sehingga mudah ditemukan.

“termasuk belik duren itu saya buat kan musala rumah panggung itu” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)



Gambar 3. 15 Pembangunan surau di sekitar komplek gua jepang, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban



Gambar 3. 16 Surau gondhang di sekitar kompleks Gua Jepang, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban

Disekitar bangunan ini juga ditanami pohon-pohon berkayu keras terutama pohon beringin. Pohon beringin dipilih karena besar dan kuat serta dapat menjaga sumber air sehingga Sendang Duren semakin bertambah sumber airnya. Penanaman ini juga sebagai upaya menghijaukan kembali perbukitan Patiayam dan mencegah kemungkinan longsor.

c. Pembukaan kembali 15 Gua Jepang yang tertutup

Selain itu pemerintah desa bersama masyarakat juga sedang merencanakan untuk membuka 15 gua jepang yang ada di perbukitan Patiayam, gua-gua tersebut telah tertutup selama puluhan tahun baik yang tertutup akibat tertimbun secara alami maupun sengaja ditutup oleh masyarakat yang memanfaatkan lahan disekitar gua sebagai lahan pertanian.

“Gua gua Jepang yang tertutup selama 25 tahun akan saya buka” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)



Gambar 3. 17 Salah satu gua jepang yang masih tertimbun, Desa Terban

Sumber: dokumentasi peneliti (2022)

“Pembukaan gua-gua jepang ini akan melengkapi gua jepang sudah lama ditemukan dan terawat dengan baik. Masyarakat sering menyebut gua ini dengan nama “gua T” karena memang bentuk dari gua ini sama dengan huruf T. 15 gua jepang yang akan dibuka juga tidak jauh dari gua T ini. memang sebagaimana umumnya gua jepang terdiri dari beberapa gua yang memiliki bentuk dan fungsi berbeda. (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)”



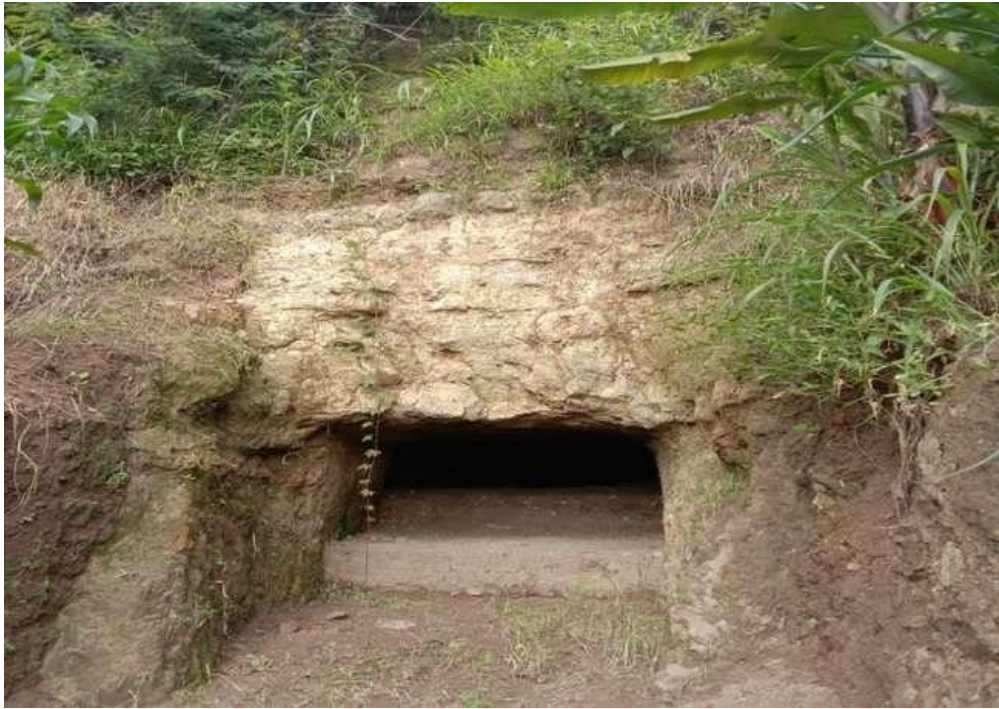
Gambar 3. 18 Penggalian gua jepang bersama warga desa terban, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban



Gambar 3. 19 Gua jepang selesai digali, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban



Gambar 3. 20 Gua Jepang selesai digali, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi peneliti (2022)

## 2. Pengembangan Tata Kelola dan Sumber Daya Manusia

Pengembangan desa wisata juga perlu memperhatikan aspek tata kelola termasuk pengembangan sumber daya manusia yang terlibat didalamnya. Pemerintah Desa Terban maupun kelompok sadar wisata berusaha membuat dan mengikuti beberapa kegiatan yang bertujuan meningkatkan kualitas tata kelola desa wisata beserta sumber daya manusia yang terlibat didalamnya. Beberapa kegiatan tersebut antara lain:

### a. Memupuk Rasa Nasionalisme dengan Pengibaran bendera raksasa di Bukit Patiayam

Dalam rangka peringatan hari sumpah pemuda ke 93 tanggal 28 oktober 2021, pemerintah desa terban bersama masyarakat juga mengadakan pengibaran bendera merah putih raksasa berukuran 9,5 x 6 meter di Bukit Cangkruman. Bukit Cangkruman merupakan bukit yang dibawahnya terdapat beberapa gua Jepang. Pengibaran bendera

raksasa ini sebagai bentuk menumbuhkan semangat nasionalisme warga desa terban dan mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap kondisi perbukitan Patiayam.



Gambar 3. 21 Upacara bendera di puncak bukit cangkraman, Desa Terban

Sumber: Detikcom

Masyarakat bergotong royong dalam mengibarkan bendera raksasa ini, medan yang cukup sulit membuat beberapa kali proses pendirian tiang bendera setinggi 22 meter gagal. Namun berkat kerja keras dan kegigihan masyarakat, tiang bendera dapat tegak berdiri dan bendera raksasa dapat berkibar. Bendera raksasa ini dapat terlihat dengan jelas dari jalan pantura kudu pati sehingga dapat membuat masyarakat yang melewati jalan tersebut tertarik untuk mengetahui ada apa di atas puncak bukit cangkraman. Bendera ini juga menjadi “tetenger” karena di bawah bukit bendera ini berada terdapat kompleks gua jepang, surau Gondhang Pandean serta Sendang Belik Duren.





Gambar 3. 22 Proses Pendirian Tiang Bendera Raksasa, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban



Gambar 3. 23 Pengibaran bendera raksasa, Desa Terban

Sumber: Kepala Desa Terban

b. Pelatihan Membuat dan Mendesain

Masyarakat desa terban juga diajak untuk ikut serta aktif dalam berbagai program dan pelatihan yang bersifat pemberdayaan. Pelatihan biasa dilakukan oleh kelompok ibu-ibu PKK . beragam pelatihan diajarkan seperti membuat, memasak, membuat kerajinan serta yang lainnya. Harapan dari pemberdayaan ini adalah tumbuhnya berbagai UMKM di Desa Terban. sebagaimana dalam kutipan berikut ini

“Sudah ada seperti pelatihan membuat mendesain dan UMKM nanti yang saya butuhkan terutama tentang yang asli desa sini” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021).

c. Pelatihan Pengolahan Makanan

Sebagai daerah yang mayoritas warganya bermata pencaharian sebagai petani, maka Desa Terban menghasilkan berbagai macam hasil pertanian misalnya jagung, ketela, kacang-kacangan, pisang, beras dan yang lainnya. Selama ini hasil bumi tersebut dijual dalam keadaan mentah atau belum diolah sehingga harga jualnya menjadi rendah apalagi saat sedang panen dalam waktu yang bersamaan. Maka dari itu pokdarwis memiliki program mengolah hasil bumi menjadi olahan siap makan agar menambah nilai jual sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani serta menambah lapangan pekerjaan. Dalam menjalankan program tersebut, pokdarwis menggandeng pihak yang sudah berkompeten untuk membagikan ilmunya. Sebagaimana dalam kutipan berikut ini.

“kami memiliki program pelatihan membuat olahan makanan dari hasil pertanian desa sekitar menjadi berbagai macam olahan. Tujuan dari pengolahan hasil pertanian adalah agar meningkatkan nilai jual. Contohnya pisang, menjadi olahan keripik, sale dll. Singkong menjadi keripik, singkong keju dan sebagainya begitu juga dengan hasil tani lainnya. Apabila sudah diolah dalam bentuk siap makan maka bisa dijual kepada para pengunjung desa terban misalnya, kan itu bagus dan harus dikemas dengan menarik. Untuk pesertanya nanti dari semua masyarakat terutama ibu-ibu ya. Nanti biasanya akan saling menularkan kepada tetangga kanan kirinya” (Anggota pokdarwis PokJa kuliner, Endang Sri W , 15 April 2022)

d. Pelatihan Pemandu Wisata

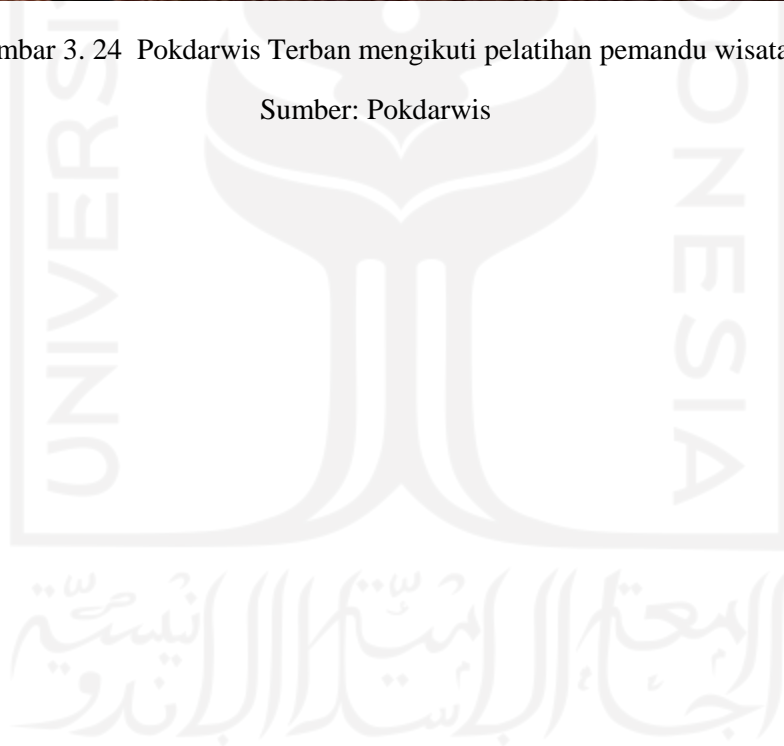
Dalam upaya meningkatkan kapasitas pengelola, pokdarwis seringkali mengirimkan anggotanya untuk mengikuti pelatihan yang diadakan oleh dinas pariwisata. Salah satu pokja yang seringkali diminta untuk mengikuti pelatihan adalah pokja pemandu. Pokja pemandu merupakan garda terdepan dalam pelayanan wisata sehingga memiliki nilai prioritas tersendiri tanpa mengesampingkan pokja yang lainnya. Pokja pemandu haruslah memiliki wawasan yang luas serta

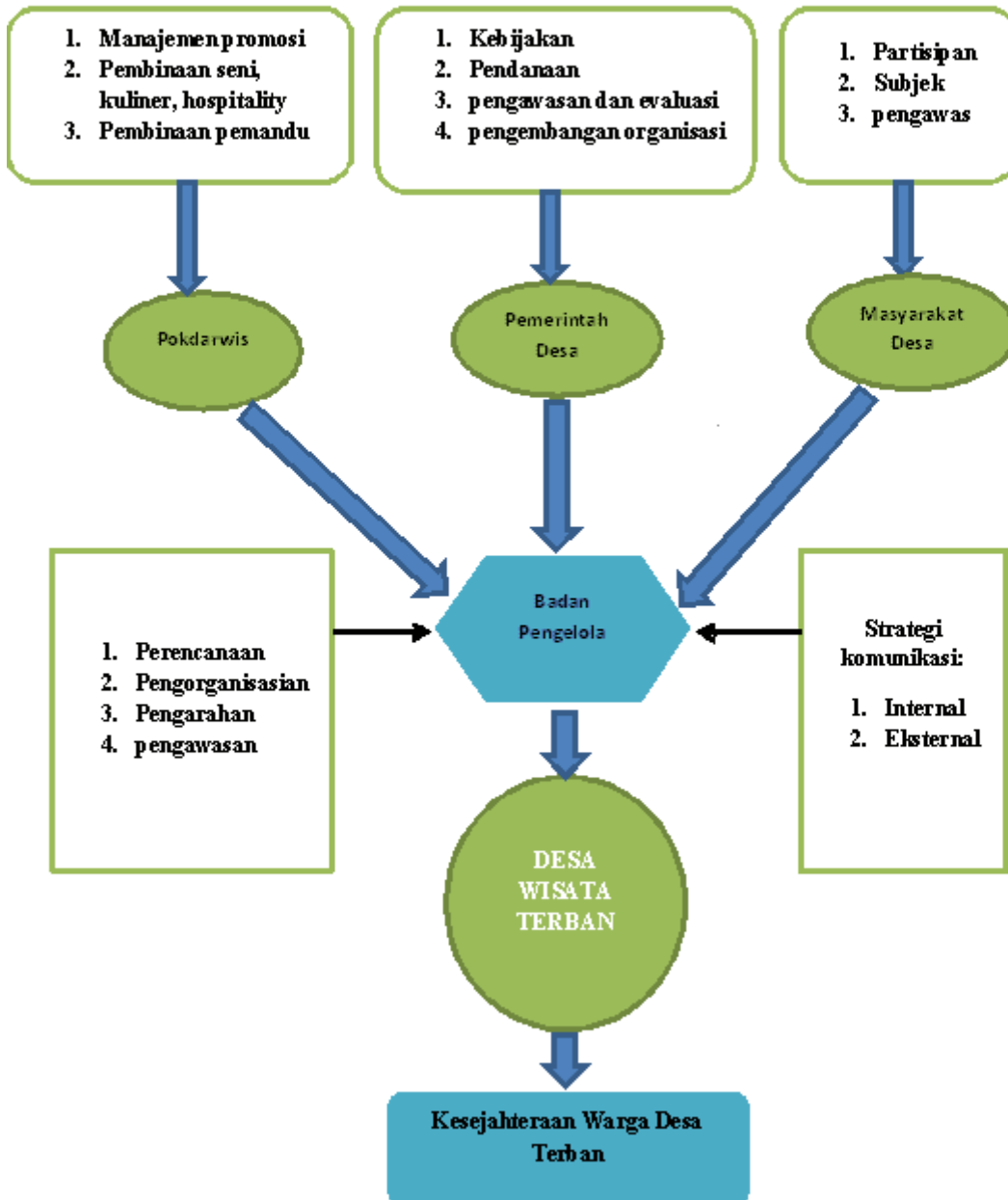
kemampuan komunikasi yang baik agar wisatawan yang mendapat informasi dapat menerima dengan jelas dan tepat.



Gambar 3. 24 Pokdarwis Terban mengikuti pelatihan pemandu wisata

Sumber: Pokdarwis





Gambar 3. 25 Model Pengembangan Desa Wisata Terban

Sumber: Olah Data Peneliti (2022)

## C. Faktor pendukung dan penghambat

### 1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung merupakan hal penting bagi pengembangan desa wisata terban. Dengan memaksimalkan berbagai faktor pendukung yang dimiliki maka pengembangan dapat berjalan dengan cepat dan sesuai dengan yang dikehendaki. Berikut merupakan beberapa faktor pendukung pengembangan:

#### a. Letak yang strategis

Letak desa terban sangat strategis karena desa ini dilewati jalan nasional Pantura. Jarak dari jalan pantura menuju ke kawasan desa wisata hanya kurang dari 1 KM. hal tersebut membuat pengendara yang melintasi jalan pantura dapat dengan mudah mencapai desa wisata terban. akses merupakan salah satu aspek penting dalam pariwisata.

#### b. Jenis wisata yang beragam

Desa Terban memiliki berbagai macam pilihan wisata yakni baik wisata alam dengan air terjun, sumber mata air, gua-gua alaminya serta dapat trekking menyusuri sungai. Ada juga wisata sejarah dengan gua-gua jepangnya, wisata purbakala yang merupakan satu-satunya di Kabupaten Kudus dengan Situs Patiayam dan Museum Patiayam. Wisata geologi dengan berbagai lapisan tanah dengan masing-masing keunikannya di Perbukitan Patiayam. Dan juga terdapat tempat yang dapat digunakan untuk penelitian kebencanaan yakni dusun krangit lama yang bekas longsor. Dengan berbagai macam jenis wisata maka pengunjung dapat memilih jenis wisata yang diinginkannya atau sekaligus mengunjungi semuanya.

#### c. Dukungan warga

Warga desa terban sangat antusias dalam mendukung upaya pengembangan desa wisata terban. berbagai pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah desa maupun organisasi-organisasi diikuti dengan baik dan sekarang hasilnya muncul berbagai jenis UMKM di Desa Terban.



Gambar 3. 26 Salah satu produk UMKM warga Desa Terban

Sumber: instagram @kopipace\_Patiayam

Warga terutama yang berprofesi sebagai petani juga semakin teredukasi mengenai benda kepurbakalaan sehingga apabila menemukan benda purbakala warga akan segera melapor ke pihak terkait, hal ini menandakan kesadaran yang tinggi dalam kepedulian benda kepurbakalaan sebagaimana dalam kutipan berikut ini:



Gambar 3. 27 Masyarakat menyerahkan fosil yang ditemukan, Desa Terban

Sumber: Museum Purbakala Patiayam

“Biasanya masyarakat desa terban yang menemukan fosil itu ditampung di rumah dulu setelah ditampung ada yang langsung menelepon petugas untuk didatangi lokasinya untuk ditindaklanjuti digali dan seterusnya seperti itu” (Petugas Museum Purbakala Patiayam/Juru Kunci, Siti Asmah, 16 Desember 2021).

d. Daerah industri

Desa Terban juga merupakan salah satu kawasan industri di Kabupaten Kudus. banyak perusahaan besar maupun kecil yang bergerak diberbagai bidang mendirikan pabriknya di Desa Terban dan menyerap banyak tenaga kerja baik dari luar daerah dan dari Desa Terban sendiri. Sebagai kawasan industri perkembangan daerahnya cenderung lebih cepat dibandingkan dengan kawasan yang non industri sehingga Pemerintah Desa Terban dapat mengajak berbagai perusahaan yang ada di Desa Terban untuk peduli dan bekerjasama dalam mengembangkan Desa Wisata Terban.

## 2. Faktor Penghambat

Dalam melakukan strategi komunikasi pengembangan desa wisata, pemerintah desa terban mengalami beberapa faktor yang menjadi penghambat. Faktor penghambat mengakibatkan beberapa program dan kegiatan yang telah direncanakan belum berjalan maksimal yang berdampak pada lambatnya kenaikan tingkat kunjungan wisatawan. Beberapa faktor penghambat tersebut antara lain:

a. Akses jalan belum memadai

Beberapa objek wisata yang ada di Desa Terban terutama yang ada di perbukitan Patiayam akses jalannya belum memadai. Jalan menuju objek wisata sendang pengilon, air terjun, gua jepang masih berupa batu dan tanah dan di beberapa tempat jalannya rawan longsor. Sehingga akses jalan tersebut akan menjadi becek bahkan tidak bisa dilalui kecuali berjalan kaki dimusim penghujan. Hal ini dikeluhkan oleh pengunjung sebagaimana dalam kutipan berikut:

“kalau bisa jalan menuju sendang, air terjun itu diperbaiki mas. Saya mencoba kesana ternyata jalannya sangat jelek sekali bahkan susah dilewati apalagi dimusim hujan, becek. Jadi saya ya hanya mengunjungi museum dan gardu pandang saja yang gampang” (Pengunjung Desa Wisata Terban, Roy Agung Saputra, 18 Desember 2021)



Gambar 3. 28 Akses jalan menuju air terjun Grenjengan, Desa Terban

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

b. Rendahnya kesadaran masyarakat

Perbukitan Patiayam merupakan kawasan pertanian palawija yang sangat subur di musim penghujan. Namun hal tersebut bertolak belakang disaat musim kemarau datang, perbukitan patiayam akan menjadi wilayah yang gersang dan panas sehingga tidak dapat dimanfaatkan sebagai lahan pertanian. Upaya penghijauan sudah seringkali dilakukan baik oleh pemerintah maupun organisasi lingkungan dengan membagikan ataupun menanamnya langsung bibit tanaman berkayu baik tanaman buah maupun yang lainnya. Disaat ada pembagian bibit tanaman masyarakat akan antusias untuk mendapatkan bibit tersebut dan menanamnya sendiri. Namun begitu ditanam dan sudah mulai agak meninggi maka pohon-pohon penghijauan tersebut akan ditebang sehingga penghijauan seperti tidak ada hasilnya.

Masyarakat yang menjadi petani beranggapan bahwa dengan bertambah besarnya tanaman penghijauan maka akan mengurangi produktivitas lahannya yang mayoritas ditanami jagung. Padahal dengan gundulnya wilayah perbukitan patiayam beberapa tahun terakhir ini sudah mulai dirasakan dampaknya contohnya disaat musim kemarau sumur warga di Desa Terban akan mengering, tanah longsor dan banjir bandang, tentu hal tersebut kalau dibiarkan bukan tidak mungkin akan merusak



beberapa objek wisata yang ada disana. Selain itu juga gundulnya patiyam juga berdampak pada hilangnya satwa-satwa liar di patiyam.

Dalam hal ini Teori Mendapatkan Kepatuhan perlu direalisasikan. Banyak cara yang dapat dilakukan antara lain dengan memberikan hukuman bagi yang merusak tanaman penghijauan dan pemberian apresiasi bagi yang merawat tanaman penghijauan. Tentunya perlu kerjasama semua elemen agar realisasi teori ini berjalan dengan baik.

c. Papan Penunjuk Jalan Ke Objek Wisata Kurang Lengkap

Sebagian besar objek wisata di Desa Terban berada di Perbukitan Patiyam yang merupakan area pertanian dan jauh dari perumahan warga. Terdapat banyak jalan yang dilalui masyarakat untuk berladang di perbukitan Patiyam sehingga papan penunjuk jalan merupakan hal yang penting bagi wisatawan agar tidak tersesat. Namun papan penunjuk jalan sekarang ini hanya ditemukan di beberapa titik tertentu. Hal tersebut tentu membahayakan bagi wisatawan yang belum pernah datang karena rawan tersesat.

“Untuk papan petunjuk menuju objek wisatanya juga sangat kurang, padahal di perbukitan banyak jalan-jalan yang lain. Nanya ke petani juga saya bingung karena ya itu terlalu banyak jalan dan papan petunjuk yang terlalu sedikit. Daripada saya tersesat ya saya ngga jadi mengunjungi yang di perbukitan” (Pengunjung Desa Wisata Terban, Roy Agung Saputra, 18 desember 2021)



Gambar 3. 29 Papan penunjuk objek wisata, Desa Terban

Sumber: dokumentasi peneliti (2022)



Gambar 3. 30 Persimpangan jalan di perbukitan Patiayam, Desa Terban

Sumber: dokumentasi peneliti (2022)

#### d. Keterbatasan dana

Selama ini pengembangan desa wisata terban hanya mengandalkan dana dari bantuan keuangan gubernur. Dana tersebut diberikan kepada desa-desa wisata yang telah mendapatkan SK sesuai dengan kategorinya. Desa Terban merupakan desa wisata

berkembang yang mendapatkan alokasi bantuan keuangan gubernur sebesar 500 juta rupiah sehingga dana pengembangan menjadi terbatas. Hal tersebut diperparah dengan adanya pandemic sehingga bantuan keuangan gubernur juga dibatasi sebagaimana dalam kutipan berikut:

“Saat ini belum jadi menurut SK itu itu bantuan keuangan gubernur itu kan 100 juta terban desa wisata berkembang itu harus mengajukan bantuan keuangan gubernur itu 500 Juta karena berkembang kalau desa wisata maju satu miliar Tapi karena ada pandemi ini mau SK desa rintisan, desa berkembang maupun desa maju kemarin itu cuma mendapatkan 100 juta” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)

e. Tumpang tindih kewenangan

Adanya objek wisata di perbukitan Patiayam menyebabkan tumpang tindih kewenangan antara perhutani dan pihak pemerintah desa. Hal tersebut lantaran perbukitan Patiayam merupakan kewenangan perhutani yang berada di wilayah desa terban sehingga belum adanya kejelasan kerjasama menyebabkan Desa Wisata Terban lambat dalam pengembangan termasuk dalam upaya pembangunan jalan yang memadai, sebagaimana dalam kutipan berikut:

“Untuk saat ini belum karena ini kan baru menata saya. karena akses jalannya susah kesana. Ini baru saya runut itu kan jalan perhutani setidaknya ditingkatkan menjadi jalan kabupaten maupun jalan provinsi karena wisata yang ada di perbukitan pada ayam yaitu sepanjang jalur Kudus-Pati yang menghubungkan jekulo di wilayah Kudus dan kecamatan gembong di kabupaten Pati Nah itu kalau bisa nanti ditingkatkan jadi jalan kabupaten ataupun jalan provinsi. Kedepannya nya saya yakin jalan itu alternatif paling dekat yang menghubungkan wilayah gembong Pati dengan jekulo yang terdapat ruas jalan raya Pantura” (Kepala Desa Terban, Supeno, 16 desember 2021)

f. Promosi belum maksimal

Pemerintah Desa Terban masih mengandalkan metode “*word of mouth*” serta acara karnaval yang diselenggarakan Pemerintah Kabupaten Kudus dalam mempromosikan desa wisata. Bentuk promosi melalui media sosial, website, maupun pamphlet-pamflet belum dilakukan . walaupun ada biasanya berasal dari inisiatif warga sendiri bukan resmi dari pemerintah desa. Hal tersebut menyebabkan pengunjung desa wisata terban sedikit dan mayoritas berasal dari masyarakat Kabupaten Kudus dan sebagian kabupaten tetangga.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dengan analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat dua pembagian jenis strategi komunikasi yang dilakukan Pemerintah Desa Terban yakni strategi komunikasi internal dan strategi komunikasi eksternal.
2. Dalam strategi komunikasi internal berkaitan dengan urusan tata kelola seperti pemilihan fasilitator komunikasi, pemilihan pesan komunikasi yang akan disampaikan, pemilihan media yang akan digunakan, melihat peran komunikasi serta melakukan evaluasi, serta melakukan penetapan model komunikasi
3. Strategi komunikasi eksternal yang dilakukan Pemerintah Desa Terban berkaitan dengan promosi Desa Wisata Terban. Promosi yang dilakukan oleh pemerintah desa melalui *Word Of Mouth* dan pengiriman delegasi dalam karnaval kebudayaan. Pemerintah belum berfokus pada upaya penggunaan teknologi dalam promosi misalnya sosial media dan website karena kesiapan SDM maupun objek wisata yang kurang
4. Dalam upaya menjadi desa wisata unggulan, pemerintah desa melakukan penambahan destinasi/objek wisata baru serta melakukan pengembangan destinasi wisata yang sudah ada
5. Terdapat beberapa faktor pendukung dalam melaksanakan strategi komunikasi pengembangan desa wisata terban yakni: letak yang strategis, jenis wisata yang beragam, dukungan warga serta desa terban yang juga menjadi daerah industri
6. Lalu untuk faktor penghambat antara lain Akses jalan belum memadai, Keterbatasan dana, Papan Penunjuk Jalan Ke Objek Wisata Kurang Lengkap, tumpang tindih kewenangan, serta promosi belum maksimal.

#### B. Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemerintah desa dalam upaya pengembangan.

Sehingga penelitian yang akan datang dapat melakukan penelitian dalam sudut pandang yang berbeda. Disisi lain, Desa Wisata Terban merupakan desa wisata yang baru ditetapkan tahun 2020 oleh Pemerintah Kabupaten Kudus sehingga hasil dari program-program pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah desa belum dapat dirasakan dengan jelas. Diharapkan untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian dengan objek yang sama dapat membahas mengenai efektifitas kegiatan pengembangan Desa Wisata Terban.

## **C. Saran Peneliti**

### **1. Saran untuk mahasiswa**

Penelitian ini membahas strategi komunikasi secara umum, bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan objek yang sama peneliti menyarankan untuk membahas contohnya efektifitas program-program pengembangan.

### **2. Saran untuk kelompok sadar wisata Desa Terban**

Sebagai penggerak dan pengelola utama bersama pemerintah desa, kelompok sadar wisata yang mayoritas diisi kaum milenial dapat memberikan inovasi-inovasi yang lebih kreatif dan berkelanjutan dan dapat lebih memaksimalkan peran masing-masing PokJa.

### **3. Saran untuk pemerintah desa**

Saran untuk pemerintah desa adalah agar pemerintah desa lebih memaksimalkan kerjasama dengan pihak-pihak yang terkait dan kompeten serta lebih inovatif sehingga program pengembangan akan berjalan dengan optimal sehingga dapat lebih banyak menarik pengunjung yang pada tujuan utamanya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi warga desa terban.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bryson, J. M. (2005). *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.  
[//library.fis.uny.ac.id%2Fopac%2Findex.php%3Fp%3Dshow\\_detail%26id%3D2134](http://library.fis.uny.ac.id%2Fopac%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D2134)
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism dan Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta. Prenada Media.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Dwidjowijoto, R. N. (2004). *Komunikasi pemerintahan: Sebuah agenda bagi pemimpin pemerintahan Indonesia*. Jakarta. Jakarta : Elex Media Komputindo, 2004.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Hasan, E. (2010). *Komunikasi Pemerintahan*. Jakarta. Universitas Terbuka.
- Hidayat, M. (2011). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 1(1), 33–44.  
<https://doi.org/10.17509/thej.v1i1.1879.g1267>
- Kotler, P., & Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Martha, D., Yuniningsih, T., & Djumiarti, T. (2013). Strategi Pengembangan Situs Purbakala Patiyam Sebagai Aset Pariwisata Kabupaten Kudus. *FISIP UNDIP*, 11.
- Maulana, P. S., & Afifi, S. (2021). Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1 (2), 147–162.  
<https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss2.art7>
- Mongkol, C. (2016). *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kabupaten Minahasa*. 12.

- Morissan. (2018). *Teori komunikasi: Individu hingga massa* (4 ed.). Jakarta. Prenada Media.
- Nurjanah, & Yasir. (2015). Strategi Komunikasi Inovasi Dalam Pengembangan Potensi Desa Wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 3(1), 61–72.
- Paturusi, syamsul alam. (2008). *Perencanaan Kawasan Pariwisata*. Denpasar. Press UNUD.
- Perbawasari, S., & Novianti, E. (2017). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Pangandaran dalam Pengembangan Ekonomi Kerakyatan Melalui Sektor Pariwisata di Kabupaten Pangandaran. *KOMUNIKATIF*, 5(2), 1–17.  
<https://doi.org/10.33508/jk.v5i2.986>
- Priyatna, S. (2009). *Komunikasi bisnis: Dilengkapi dengan tujuh pilar strategi komunikasi bisnis* (1 ed.). Bandung. Widya Padjajaran.
- Rachmawati, M. A., & Afifi, S. (2021). *The integrated marketing communication in digital environment: A case study of local radio in Yogyakarta*. 14, 105–119.  
<https://doi.org/10.31315/ijcs.v14i2.5470>
- Rahayu, S., Dewi, U., & Fitriana, K. N. (2016). Pengembangan Community Based Tourism Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), Article 1.  
<https://journal.uny.ac.id/index.php/humaniora/article/view/13111>
- Ridwan, M., & Aini, W. (2019). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Yogyakarta. Deepublish (cv.Budi Utama).
- Rochman, N. (2016). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *EQUILIBRIA PENDIDIKAN : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 59–70.  
<https://doi.org/10.26877/ep.v1i1.1831>
- Rumanti, A., Sr Maria. (2002). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori danPraktik*. Jakarta. PT Grasindo.

- Saraswati, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155.  
<https://doi.org/10.35814/coverage.v12i2.2743>
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 38–44.  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v4i1.14208>
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial* (1 ed.). Bandung. UNPARPRESS.
- Susfenti, N. E. M. (2016). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism-Cbt) Di Desa Sukajadi Kecamatan Carita. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 2(1), 75–86.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta. Andi Offset.
- Widokarti, J., & Donni, P. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata*. Bandung. Alfabeta.
- Yusuf, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.
- Yusuf, P. M. (2010). *Komunikasi Instruksional Teori dan Praktik* (1 ed.). Jakarta. Bumi Aksara.
- Zahro, D. F. (2012). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Kelor, Sleman, Yogyakarta)* [Skripsi, Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga].  
<https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/10891/>

**Internet :**

(<https://kuduskab.bps.go.id/publication/2020/09/28/26852272553b7989ff517d51/kecamatan-jekulo-dalam-angka-2020.html>) (Diakses pada Jum'at, 25 Juni 2021)



(<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/15-desa-di-kudus-jadi-desa-wisata/>) (Diakses pada Jum'at, 25 Juni 2021)

<https://sains.kompas.com/read/2011/12/13/05062427/mengenal.situs.patiayam.kudus?page=all>  
(Diakses pada Jum'at, 25 Juni 2021)

<https://www.murianews.com/2021/10/29/249441/tetap-gersang-persoalan-ini-bikin-penghijauan-patiayam-tak-maksimal> (Diakses pada sabtu 25 Juni 2022)

<https://www.murianews.com/2020/10/14/197834/kunjungan-di-museum-purbakala-patiayam-kudus-masih-sepi> (Diakses pada sabtu 25 Juni 2022)

