

**PENGEMBANGAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI DESA WISATA DI ERA NEW NORMAL
(Studi Kasus : Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan Jawa Barat)**



SKRIPSI

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

Oleh :

Chyta Agustyningthyas

19321111

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

2023

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI DESA WISATA DI ERA NEW NORMAL
(Studi Kasus : Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan Jawa Barat)**

Disusun Oleh :

Chyta Agustyningthyas

19321111



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

Tanggal : 9 Maret 2023

Dosen Pembimbing Skripsi

الجمعة الاستاذة الباندا

Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0529098201

SKRIPSI

PENGEMBANGAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DESA WISATA DI ERA NEW NORMAL

(Studi Kasus : Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan Jawa Barat)

Disusun Oleh :

Chyta Agustyningthyas

19321111

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 13 April 2023

Dewan Penguji :

1. **Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom**

NIDN 0529098201

2. **Drs. Ahmad Muntaha, M.Si**

NIDN 0527056401

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D.

NIDN 050638201

PERNYATAAN AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Chyta Agustyningthyas

Nomor Mahasiswa : 19321111

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 dikemudian 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 diterapkan Universitas Islam Indonesia

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 12 April 2023

Yang menyatakan,



Chyta Agustyningthyas

NIM. 19321111

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



PEMERINTAH KABUPATEN KUNINGAN KECAMATAN PASAWAHAN DESA CIBUNTU

Jl. Raya Desa Cibuntu Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan

Kode Pos 45559

Cibuntu, 1 Maret 2023

Nomor : 140/15/pem
Lampiran : --
Perihal : Keterangan Telah Melakukan
Penelitian/Projek Tugas Akhir

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial
Budaya (FPSB) Universitas Indonesia
Di
Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Cibuntu Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : CHYTA AGUSTYNINGTHYAS
Nim : 19321111
Prodi/Fak/Univ : Ilmu Komunikasi/FPSB/Universitas Islam Indonesia
Judul Penelitian : Pengembangan Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Desa Wisata di Era New Normal (Studi Kasus Desa Wisata Cibuntu, Kecamatan Pasawahan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat)

Telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di Desa kami selama 2 (dua) minggu sejak 28 Oktober hingga 11 November 2022.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan seperlunya.

An. KEPALA DESA CIBUNTU
Sekretaris Desa

IBNU SUNGKAWA, SH

HALAMAN MOTTO

“Selalu bersyukur dan menciptakan kehidupan yang bahagia dengan caranya sendiri”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sangat spesial untuk kedua orangtua dan adik-adik saya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengembangan Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Desa Wisata Di Era New Norma (Studi Kasus : Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan Jawa Barat)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Selama proses penyusunan skripsi, banyak pihak yang berkontribusi membantu penulis baik dalam bentuk spiritual, moral dan material.

Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orangtua saya Ibu Anengsih dan Bapak Wahyu Untoro yang selalu mendoakan saya dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
2. Untuk adik-adik saya tersayang yang selalu mendukung saya dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberi masukan, bimbingan, dukungan motivasi dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Narasumber Bapak Ibnu Sungkawa, SH selaku sekretaris desa cibuntu dan Bapak Dadi Kurniadi selaku ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu yang telah meluangkan waktunya dalam membantu saya melakukan wawancara penelitian sehingga saya mendapatkan informasi dengan sempurna untuk skripsi ini.
5. Segenap Pengajar dan staff Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat saya Ameilea Chealsea EkaPutrie yang selalu menemani dan mendukung saya dalam keadaan suka dan duka dalam penyusunan skripsi ini. Teman seperjuangan satu bimbingan, Azka Nazhiifah Budiman yang selalu berprogres dan berkeluh kesah bersama, serta teman-teman seperjuangan kuliah saya lain nya yaitu Putri Nurkhodijah, Delsa Adelawati Agraeni, Alfiera Salsabila dan Fathia M Sekaringtyas yang sudah melewati masa kuliah bersama dari semester awal hingga penyelesaian skripsi saat ini.
7. Diri saya yang telah berjuang dan bertahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

ABSTRAK

Chyta Agustyningthyas (19321111) Pengembangan Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Desa Wisata Di Era New Normal (Studi Kasus : Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat). (Skripsi Sarjana) Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2023

Salah satu sektor perekonomian yang terancam akibat adanya Pandemi Covid-19 yaitu Pariwisata. Pemerintah menetapkan kebijakan kepada semua aktivitas yang berkerumun agar dibatasi sementara hingga virus corona mereda. Sehingga banyak tempat wisata yang gulung tikar dan tidak bisa bangkit lagi . Namun Desa Wisata Cibuntu masih bisa bertahan dengan mempertahankan eksistensi desa wisata di tengah Pandemi Covid-19, salah satu nya dengan mendapatkan penghargaan sebagai desa wisata mandiri inspiratif pada penghargaan Anugerah Desa Wisata 2021. Rumusan Masalah dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Desa Wisata Cibuntu dalam mempertahankan Eksistensi Desa Wisata Di era Pandemi Covid-19 dan Era New Normal.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pariwisata, strategi komunikasi pemasaran dan penerapan manajemen strategi desa Wisata di masa pandemi covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Temuan dari penelitian ini yaitu Strategi Komunikasi yang dilakukan Desa Wisata Cibuntu dalam mempertahankan Eksistensi Desa Wisata di Era new normal yaitu melakukan strategi komunikasi pemasaran STP (Segmentasi, Targeting, Positioning). Strategi Segmentasi yang dilakukan dengan penentuan objek wisata yang dapat di jangkau oleh semua kalangan, strategi Targeting yang dilakukan yaitu dengan membangun Desa Wisata dari hasil kritikan dan saran pengunjung serta mensejahterakan masyarakat desa wisata cibuntu di bidang ekonomi dan strategi Positioning yang dilakukan dengan penghargaan reward yang di terima oleh Desa Wisata Cibuntu di tengah pandemi covid-19 sebagai Desa Wisata Mandiri Inspiratif tahun 2021. Kedua, Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan yaitu Strategi Komunikasi Pemasaran 7P, dengan menentukan Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence yang ada di Desa Wisata Cibuntu, dan yang ketiga yaitu Manajemen Strategi Desa Wisata Cibuntu di tengah pandemi covid-19 dengan menggunakan Strategi Planning untuk merancang program, Organizing menjalankan fungsi dan tugas program yang telah dibuat, Actuating melakukan aktivitas sesuai dengan keadaan ketika pandemi Covid-19 dan Controlling memantau progres pengunjung dan mengawasi pengunjung yang datang.

Kata kunci : Desa Wisata Cibuntu, Strategi Komunikasi Pemasaran, Manajemen strategi

ABSTRACT

Chyta Agustyningthyas (19321111) Development of a Communication Strategy in Maintaining the Existence of a Tourism Village in the New Normal Era (Case Study: Cibuntu Tourism Village, Kuningan Regency, Answerarat). (Undergraduate Thesis) Communication Science Study Program. Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Indonesian Islamic University, 2023

One of the economic sectors that is threatened due to the Covid-19 Pandemic is Tourism. The government has set a policy for all crowd activities to be temporarily restricted until the corona virus subsides. So that many tourist attractions have gone out of business and cannot get up again. However, Cibuntu Tourism Village can still survive by maintaining the existence of a tourist village in the midst of the Covid-19 Pandemic, one of which is by getting an award as an inspirational independent tourism village at the 2021 Tourism Village Award. The problem formulation of this research is to find out how the Tourism Village Communication Strategy Cibuntu in maintaining the Existence of a Tourism Village in the Covid-19 Pandemic Era and the New Normal Era.

This study uses tourism communication theory, marketing communication strategies and the implementation of tourism village management strategies during the Covid-19 pandemic. The method used in this research is descriptive qualitative method by collecting data through interviews, observation and documentation.

The findings from this study are the Communication Strategy carried out by the Cibuntu Tourism Village in maintaining the Existence of the Tourism Village in the new normal era, namely implementing the STP marketing communication strategy (Segmentation, Targeting, Positioning). The Segmentation Strategy is carried out by determining tourist objects that can be reached by all groups, the Targeting strategy is carried out, namely by building a Tourism Village from the results of visitors' criticism and suggestions as well as the welfare of the Cibuntu tourism village community in the economic field and Positioning strategy which is carried out with reward awards given received by Cibuntu Tourism Village in the midst of the covid-19 pandemic as an Inspirational Independent Tourism Village in 2021. Second, the Marketing Communication Strategy carried out is the 7P Marketing Communication Strategy, by determining Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence that is in Cibuntu Tourism Village, and the third is Strategy Management for Cibuntu Tourism Village in the midst of the Covid-19 pandemic by using Strategy Planning to design programs, Organizing to carry out the functions and tasks of programs that have been made, Actuating to carry out activities according to the circumstances during the Covid-19 pandemic and Controlling m monitor the progress of visitors and supervise visitors who come.

Key word : Cibuntu Tourism Village, Marketing Communication Strategy, Strategic Management

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK..... | Error! Bookmark not defined. |
| SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| BAB I..... | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| E. Tinjauan Pustaka | 4 |
| F. Kerangka Pemikiran | 12 |
| G. Metodologi Penelitian | 12 |
| BAB II..... | 15 |
| A. Sejarah Terbentuknya Desa Wisata Cibuntu..... | 15 |
| B. Profil Desa Wisata Cibuntu..... | 15 |
| C. Fasilitas wisata yang tersedia di Desa Wisata Cibuntu | 16 |
| D. Penghargaan Reward Yang Telah Diperoleh Desa Wisata Cibuntu | 23 |
| E. Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Wisata Cibuntu..... | 24 |
| BAB III | 28 |
| A. Temuan Penelitian | 28 |
| B. Pembahasan Penelitian | 35 |
| BAB IV | 56 |
| A. Kesimpulan..... | 56 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 58 |

| | |
|----------------------|----|
| C. Saran..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. 1 Diagram Kerangka Pemikiran..... | 12 |
| Gambar 2. 1 Kawasan Kampung Domba | 16 |
| Gambar 2. 2 Terapi ikan | 17 |
| Gambar 2. 3 Camping Ground..... | 17 |
| Gambar 2. 4 Kebun Bambu | 18 |
| Gambar 2. 5 Kebun Karet | 19 |
| Gambar 2. 6 Kebun Ubi | 19 |
| Gambar 2. 7 Kolam Renang..... | 20 |
| Gambar 2. 8 Panahan | 20 |
| Gambar 2. 9 Wisata Offroad Cibuntu | 21 |
| Gambar 2. 10 Hasil Ekonomi Kreatif | 21 |
| Gambar 2. 11 Situs Bersejarah..... | 22 |
| Gambar 2. 12 Curug Gongseng | 22 |
| Gambar 2. 13 Homestay | 23 |
| Gambar 3. 1 Poster Protokol Kesehatan Desa Wisata Cibuntu | 34 |
| Gambar 3. 2 Cindera mata mobil-mobilan | 41 |
| Gambar 3. 3 Cindera mata Kujang | 42 |
| Gambar 3. 4 Minuman jasreh khas Desa Cibuntu | 43 |
| Gambar 3. 5 Channel youtube desa wisata cibuntu | 46 |
| Gambar 3. 6 Akun instagram desa wisata cibuntu..... | 47 |
| Gambar 3. 7 Tampilan website desa wisata cibuntu..... | 47 |
| Gambar 3. 8 Penerimaan reward desa wisata cibuntu sebagai desa wisata mandiri inspiratif pada tahun 2021 | 54 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Struktur Organisasi Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu | 24 |
|---|----|

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini pariwisata adalah yang hal penting dalam pembangunan nasional Indonesia. Bahkan kini sektor pariwisata sudah menjadi program yang di prioritaskan di Indonesia. Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif saat ini selalu berusaha memperkenalkan keanekaragaman wisata di negara kita dengan menggaet para influencer yang mempunyai banyak followers untuk membantu dalam hal promosi. Hal itu dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa Indonesia merupakan negara yang banyak akan keberagamannya, seperti seni, budaya dan alam.

Kekayaan yang di miliki oleh negara kita dapat berpotensi dalam hal pengembangan pariwisata termasuk pembangunan desa yang dapat membuka peluang lapangan pekerjaan sehingga dapat mensejahterakan masyarakat. Di setiap desa tentunya mempunyai potensi yang dapat dijadikan komoditas wisata unggulan. Keindahan, keunikan dan keberagaman alam merupakan sebuah nilai estetika yang bisa menjadikan tempat tersebut sebagai wisata alam (Ashoer & Revida, 2021 : 148).

Hal tersebut harus di dimanfaatkan potensi alamnya dan dikemas secara optimal melalui kegiatan kepariwisataan. Kegiatan kepariwisataan inilah yang diharapkan akan memiliki dampak positif terhadap masyarakat sekitar nantinya untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan membuka peluang lapangan pekerjaan yang merupakan sebuah usaha untuk mensejahterakan masyarakat sekaligus juga menjaga kelestarian potensi lokal agar tetap terjaga. Pada program menciptakan lapangan pekerjaan dan mensejahterakan masyarakat Indonesia, Pemerintah saat ini sudah membangun program bernama Desa Wisata.

Desa Wisata adalah sebuah bentuk perpaduan antara daya tarik, akomodasi dan beberapa penunjang lainnya yang dibentuk dalam sebuah struktur kehidupan masyarakat dengan menjunjung nilai keaslian desa tersebut yang memerlukan sebuah pemahaman mengenai karakter dan elemen-elemen yang terdapat pada desa tersebut. Unsur pengetahuan dan kearifan lokal merupakan unsur yang ada didalamnya dan dimiliki oleh masyarakat (Dewi, 2013).

Keberadaan Desa Wisata di masa sekarang telah mengalami perkembangan yang lumayan cepat di Indonesia. Menurut Ketua Umum Asosiasi Desa Wisata Indonesia (Asidewi) Andi Yuwono menyebutkan, Indonesia saat ini mempunyai 1.838 desa wisata yang sudah menyebar luas di seluruh Indonesia. Salah satunya desa wisata

yang telah diresmikan karena sudah memenuhi kriteria dan potensinya sesuai yaitu Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan. Desa Cibuntu ditetapkan sebagai Desa Wisata yang tertulis dalam Surat Keputusan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan Nomor 55631/KPTS.178.A Disparbud/2012 mengenai penetapan Desa Cibuntu sebagai Objek dan Daya Tarik Wisata (Desa Wisata).

Desa Cibuntu ditetapkan sebagai Desa Wisata karena masyarakatnya yang berhasil bekerjasama dan sadar terhadap potensi yang dimiliki dengan dibantu oleh Disporapar Kabupaten Kuningan dan Institusi Pendidikan STP Pasca Sarjana Trisakti Jakarta. (Nining dkk, 2019). Konsep yang dikembangkan adalah mempunyai wisata alam yang natural, dibentuknya sikap masyarakat untuk lebih ramah terhadap para wisatawan yang datang. Dalam hal mengembangkan desanya, Desa Wisata Cibuntu selalu menjaga desanya agar para wisatawan terus tertarik dan nyaman menikmati seluruh keindahan desa.

Terdapat juga kesenian yang terkenal dan berasal dari Desa Cibuntu yang akan membuat pengunjung tertarik karena mempunyai daya tarik tersendiri yaitu adanya pertunjukan Reog, tarian, sandiwara, adat dan penampilan musik tradisional lainnya.. Pertunjukan tersebut hanya bisa didapatkan di Desa Wisata Cibuntu. Sehingga Desa Wisata Cibuntu layak untuk diteliti dan dijadikan contoh untuk desa-desa lainnya.

Desa Wisata menarik untuk diteliti juga karena sebelum-sebelumnya sudah banyak yang meneliti tentang Desa Wisata, namun memiliki perbedaan seperti pada obyek penelitian. Seperti pada penelitian oleh Tirta, Y. V.C.K. (2019) yang mengkaji “Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Gabungan Dan Desa Wisata Brayut)”. Merzack, J. A. (2021) yang mengkaji “Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Kelor Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta”. Saleha, Pawit. Ramadhani, T & Hariyanti, P. (2021) yang mengkaji mengenai “Analisis Komunikasi Partisipatif Dalam Pengelolaan Desa Wisata Sindoro Tlahab “Dewi Sinta” Di Temanggung”. Nurdin, L. N. (2018) yang mengkaji mengenai “Strategi Komunikasi Partisipasi Pemangku Kepentingan Dalam Pengembangan Desa Wisata dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus : Desa Sawahan, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek)”. Putri, R. N. A & Andhita, P. R. (2021) yang mengkaji mengenai “Strategi Komunikasi Krisis Pengelola Desa Wisata Dam Jati Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”. Pada semua kajian tersebut membahas secara empirik terhadap strategi komunikasi yang diterapkan pada masing-masing penelitian yang dilihat dari perspektif masalah masing-masing.

Dilansir dari Kompas.Com, 20 Oktober 2020. tercatat bahwa Desa Wisata Cibuntu mendapat *reward* sebagai Desa Wisata terbaik ke-5 se-ASEAN pada bidang homestay pada tahun 2016. Pada tahun 2017 desa Wisata Cibuntu masuk sebagai desa wisata terbaik peringkat ke-2 di Indonesia dalam perhelatan Community Based Tourism (CBT) Kementerian Pariwisata Indonesia, dan pada tahun 2019 Desa Wisata Cibuntu juga mendapat penghargaan green dari Indonesia Sustainable Tourism Award atau ISTA Award 2019 dalam kategori Tata Kelola Destinasi.Pariwisata di Indonesia sempat mengalami masalah karena pada bulan maret 2020 pandemi Covid-19 melanda Indonesia.

Tempat wisata yang merupakan sektor perekonomian menjadi korban adanya virus tersebut karena harus tutup dan buka berkali-kali. Padahal, pariwisata merupakan kebutuhan setiap orang untuk melepas kejenuhan, menambah wawasan, quality time bareng teman-teman dan keluarga. Segala cara telah dicoba oleh pemerintah, salah satunya yaitu dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19.

Karena pandemi berdampak sangat besar bagi sektor pariwisata, pemerintah menyuruh masyarakat agar merubah pola tatanan hidup yaitu disebut dengan istilah new normal. Pemerintah memperbolehkan kembali kegiatan di bidang pariwisata pada masa new normal dan harus mematuhi protokol kesehatan yang ketat. Kebijakan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, dan Environment) juga dikeluarkan oleh pemerintah untuk setiap pelayan pariwisata agar pariwisata bisa bangkit kembali dan mengurangi penyebaran virus Covid-19.

Pariwisata Kabupaten Kuningan pun terkena dampak akibat pandemi Covid-19. Dilansir dari Pintasnews, 30 Mei 2021, karena adanya pandemi Covid-19 kunjungan wisatawan mengalami penurunan. Tempat wisata yang merupakan sektor perekonomian menjadi korban adanya virus tersebut karena harus tutup dan buka berkali-kali. Akhirnya pada tanggal 21 Juni 2020 Pemerintah Kabupaten Kuningan memperbolehkan kembali kegiatan di bidang pariwisata pada masa new normal dengan mematuhi protokol kesehatan.

Termasuk Desa Cibuntu yang di lansir dari indonesiatripnews, 28 Agustus 2020, bahwa masyarakat Desa Wisata Cibuntu menerapkan protokol kesehatan dengan baik sehingga siap untuk menyambut kedatangan wisatawan dari berbagai tempat. Di masa new normal juga, desa wisata cibuntu masih tetap bisa mempertahankan eksistensi nya bahkan Dilansir dari dari Liputan6.com, Jakarta 14 Desember 2021 Desa

Wisata Cibuntu meraih penghargaan Anugerah Desa Wisata 2021 dalam kategori Desa Wisata Mandiri Inspiratif.

Berdasarkan penjelasan dan Fenomena diatas, peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimana pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi desa wisata dimasa new normal (studi kasus desa cibuntu, Kabupaten Kuningan) Karena tidak mudah membuka sektor usaha ditengah pandemi dengan berbagai prosedur yang harus dijalankan agar penyebaran Covid-19 tidak semakin menyebar, apalagi pada sektor pariwisata yang sangat diminati oleh banyak orang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi Desa Wisata di masa new normal?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui pengembangan strategi komunikasi yang dilakukan oleh warga sekitar dan Kelembagaan Desa Wisata Cibuntu dalam mempertahankan eksistensi desa wisata di era new normal

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritism

Untuk dijadikan referensi bagi dunia akademis serta memberikan akses bagi para peneliti lain yang nanti nya akan melakukan penelitian sejenis.

b. Manfaat Praktis

Penulis ingin memberikan informasi mengenai pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi desa wisata new normal (Studi Kasus Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat)

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian ke-1 yaitu penelitian dari Tirta, Y. V.C.K. (2019) dengan judul “KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Gabungan dan Desa Wisata Brayut)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis data nya yaitu deskriptif. Penelitian ini membuahkan hasil yaitu terciptanya kegiatan komunikasi pemasaran dengan melaksanakan pembuatan situs web, pembuatan akun sosial media instagram, facebook, merancang pembuatan brosur antar warga dan tur

pameran serta melakukan kerjasama dengan sekolah dan lembaga pemerintah dan swasta.

Terdapat kesamaan pada penelitian yang digunakan oleh Yudha dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Terdapat juga perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan yaitu terdapat pada fokus penelitian yakni penelitian Yudha berpacu terhadap pemakaian media online dan offline sebagai alat untuk mempromosikan desa wisata, sedangkan pada penelitian ini lebih fokus terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga Desa Wisata Cibuntu di Era New Normal.

- b. Penelitian kedua dilakukan oleh Merzack, J. A. (2021) dengan judul “Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata Kelor Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan studi dokumen. Metode analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah deskriptif, untuk sumbernya menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini yaitu pemberdayaan terhadap masyarakat yang dilakukan oleh petugas pemberdayaan dari instansi dinas mengenai penyusunan sungai, kuliner untuk ibu PKK, memberdayakan pohon salak dan target nya yaitu seluruh warga yang berada di daerah tersebut. Faktor penghambat penelitian ini adalah memadukan jadwal pihak dinas dan warga sekitar dan juga masyarakat yang belum terlalu paham dengan materi yang sudah diberikan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Jhihan dengan penelitian yang dilaksanakan yaitu terdapat pada metode penelitian yang menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu fokus terhadap komunikasi pemberdayaan di Desa Wisata Kelor, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman Yogyakarta sedangkan penulis akan melakukan penelitian yang berfokus terhadap pengembangan strategi komunikasi di Desa Wisata Cibuntu di Era New Normal.

- c. Penelitian ketiga dilakukan oleh Ramadhani, T & Hariyanti, P. (2021) dengan judul “Analisis Komunikasi Partisipatif dalam Pengelolaan Desa Wisata Sindoro Tlahab “Dewi Sinta” Di Temanggung”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. terdapat hasil dari penelitian ini adalah pengolahan manajemen Desa Wisata oleh pengurus Desa Wisata untuk menetapkan keputusan yang terjadi melalui susunan berupa planning, organizing, actuating, controlling dan evaluasi. Serta adanya peningkatan sarana dan prasarana untuk memanfaatkan hasil pembangunan dan meningkatkan peminat. Ada juga konsep komunikasi yang dipakai untuk mengambil keputusan, mengevaluasi kegiatan dan pemanfaatan hasil yang hanya memakai tiga konsep yaitu heteroglasia, dialogis dan poliponi. Sementara pada saat jalannya kegiatan hanya mengeluarkan dua konsep berupa konsep heteroglasia dan karnaval.

penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan memiliki persamaan dalam menganalisis komunikasi yang terdapat di desa wisata Sindoro Tlahab “Dewi Sinta” di Temanggung yang dilakukan kepada masyarakat setempat dan Lembaga di desa wisata tersebut serta memiliki persamaan pada metode penelitian yakni menggunakan metode penelitian kualitatif. Terdapat juga perbedaannya yaitu penelitian terdahulu merupakan desa wisata yang terdapat objek wisata alam yang sudah dikenal luas, terdapat spot sunrise terbaik di Jawa Tengah yaitu Wisata Alam Posong sedangkan penelitian yang akan dilakukan merupakan desa wisata yang berciri khas beda dari Desa Wisata yang lain berupa pertunjukan seni.

- d. Penelitian keempat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nurdin. R. L. (2018) yang berjudul “Strategi Komunikasi Partisipasi Pemangku Kepentingan Dalam Pengembangan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus : Desa Sawahan, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil dari penelitian ini yaitu pemangku kepentingan internal yang merupakan Kepala Desa dan pemimpin kelompok sadar bertugas mengatur jalannya kegiatan di Desa Wisata Durensari. . Kegiatan yang dilakukan dari tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi berjalan lancar dan stakeholder terlibat dalam hal ini sedangkan stakeholder dari pihak

luar hanya ada saat tahap pelaksanaan. Dilihat dari Strategi komunikasi nya juga kegiatan ini bisa di bilang baik karena strategi komunikasi partisipatif antar stakeholder berlandaskan Akses, partisipasi dan *Self-manajemen*.

persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan memiliki kesamaan lainnya yaitu sama-sama neneliti kepada pemangku kepentingan seperti masyarakat setempat dan kepada Lembaga desa wisata. Perbedaan nya yaitu penelitian terdahulu dilakukan sebelum pandemi Covid-19 sedangkan penelitian yang akan dilakukan diteliti pada saat pandemi Covid-19 dan sudah memasuki tahap new normal yang sebelumnya belum pernah dilakukan oleh peneliti lain mengenai pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi desa wisata di era new normal.

- e. Penelitian kelima dilakukan oleh Putri, R. N. A & Andhita, P.R. (2021) dalam Jurnal Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Krisis Pengelola Desa Wisata Dam Jati Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan memakai teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi dan studi literasi. Hasil dari penelitian ini yaitu dalam menghadapi krisis karena pandemi Covid-19, pengurus arena Wisata Dam Jati melaksanakan pendekatan SCCT yang dimulai dari penggambaran mengenai jenis krisis, penempatan strategi melalui pembenaran dan kompensasi sampai kepada pembuatan perumusan bagian dalam perusahaan. Dari hasil yang telah dilihat pengelola Wisata Dam Jati berhasil membuahkan hasil positif.

persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan desa wisata sebagai objek. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan digunakan yaitu pada teknik pengumpulan data, pada penelitian terdahulu Teknik pengumpulan data nya beruoa wawancara mendalam, observasi dan studi literasi sedangkan peneliti yang akan digunakan menggunakan Teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Terdapat perbedaan lainnya yaitu penelitian terdahulu berfokus pada strategi komunikasi dalam menghadapi krisis akibat pandemic covid-19 di desa wisata Dam Jati sedangkan

peneliti yang akan digunakan yaitu berfokus terhadap pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi desa wisata di era new normal.

2. KERANGKA TEORI

a. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi mempunyai peran sangat penting pada bidang-bidang pariwisata, seperti pada tiap komponen dan tahapan-tahapan pariwisata. Peran penting pada komunikasi tidak hanya ada dalam komponen pemasaran pariwisata, tetapi harus ada di semua bagian dan unsur pariwisata yang membutuhkan peran komunikasi. Ada komunikasi personal, komunikasi massa, dan komunikasi persuasif, dll (Bungin, 2015 :88).

Komunikasi berperan pada pemasaran pariwisata di berbagai bidang pemasaran, komunikasi memiliki peran yang bagus pada media komunikasi ataupun konten komunikasi. Dalam media komunikasi, menyajikan segala bentuk media komunikasi sebagai wadah pada pemasaran, destinasi, akses jalan, ataupun saluran pada media SDM dan lembaga pariwisata. Komunikasi juga memiliki peran untuk menyediakan konten pesan yang wajib diberikan untuk masyarakat maupun wisatawan, mengenai apapun yang semestinya mereka ketahui mengenai media-media pemasaran, destinasi, SDM, akses jalan dan lembaga pariwisata (Bungin, 2015 :88).

Berikut Fungsi dan Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata di bidang ini :

a) Strategi pemasaran

Strategi pemasaran dapat digunakan untuk menentukan pasar dengan menentukan tempat kegiatan pemasaran dan jumlah besarnya pada kegiatan pemasaran. Kotler & Keller menjelaskan bauran pemasaran adalah sarana yang dipakai oleh perusahaan sebagai strategi untuk mempromosikan barang kepada konsumen. kegiatan pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi (Virgilenna & Anom, 2018).

b) Pemasaran Pariwisata

Menurut Krippendorf pemasaran pariwisata merupakan sebuah ketetapan yang dilakukan oleh perusahaan yang menekuni bidang kepariwisataan pada usaha milik swasta maupun pemerintah setempat, regional, nasional dan internasional demi terciptanya rasa puas yang optimal atas kebutuhan para wisatawan. Dapat juga sebagai usaha untuk

mendapatkan keuntungan yang sewajarnya (Virgilenna & anom, 2019 : 172).

c) Fungsi Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran berfungsi sebagai pengeolola antarmuka antara organisasi dan lingkungan.

b. Strategi Komunikasi Pemasaran

a. Segmentasi

Kotler dan Amstrong (2008 : 46) menjelaskan segmentasi pasar adalah memtetakan beberapa kelompok pembeli dari pasar sesuai keinginan, karakteristik dan perilaku yang beragam.

a. Targeting

Merupakan sebuah penentuan target pasar yang akan dicapai dengan mengevaluasi, memilih, menyeleksi dan mencapai konsumen untuk menjadi sasaran.

b. Positioning

Yaitu penentuan citra/image perusahaan di mata masyarakat apakah perusahaan ini sudah berkesan atau belum bagi masyarakat/target pasar.

Terdapat juga bagian-bagian dari bauran pemasaran yang disebutkan oleh Philip Kotler dan Gita Danupranata yaitu :

1. Produk, produk ini bersangkutan dengan ditentukan nya bentuk penawaran produk secara fisik untuk produk barang, merek yang ditawarkan atau dipasang dalam produk barang dan ragam yang dipromosikan dalam produk.
2. Harga, merupakan harga jual dari produk yang ditawarkan.
3. Tempat, terdapat hal yang perlu dilihat dalam menentukan tempat yaitu bagaimana akses transportasi, penyimpanan dan penentuan saluran distribusi
4. Promisi, memberitahukan produk kepada masyarakat dengan semenarik mungkin agar produk dapat diketahui dan akhirnya dibeli.
5. Orang, siapa saja orang yang terlibat dalam aktifitas pelayanan perusahaan karena citra perusahaan juga bergantung pada sikap pelayanan yang ditawarkan oleh manusia

6. Proses, bagaimana proses untuk mengembangkan suatu perusahaan guna menjadi lebih baik dan menarik
7. Physical evidence, merupakan pelayanan jasa dengan bukti nyata

c. Desa Wisata

a) Pengertian desa wisata

Desa wisata adalah sebuah tempat pedesaan yang rata-rata semuanya menggambarkan lingkungan asli pedesaan tersebut yang dilihat dari aktivitas desa tersebut yang bisa terbilang unik sehingga komponen kepariwisataannya menarik untuk dikembangkan. Desa Cibuntu bisa disebut sebagai desa wisata karena memiliki ciri khas yaitu reog, sandiwara, tarian, adat dan penampilan musik tradisional seperti angklung, gamelan, gong dan sebagainya. Pertunjukan tersebut hanya bisa disaksikan oleh para pengunjung desa wisata Cibuntu. Masyarakatnya yang kompak untuk membangun desa wisata Cibuntu salah satunya dengan menjadikan rumah warga sebagai homestay bagi para wisatawan, sehingga desa wisata Cibuntu dapat bersaing dan dijadikan contoh untuk desa-desa lainnya.

Proses untuk menjadi desa wisata harus dengan adanya potensi atau dukungan yang dimiliki, dengan menggambarkan ciri khas dari masing-masing desa. Potensi yang ada pada masing-masing desa nantinya akan dimaksimalkan semaksimal mungkin dengan melakukan pemberdayaan terhadap masyarakat desa tersebut. Dengan harapan dapat bermanfaat untuk mengembangkan desa kesejahteraan bagi warga di sekitarnya. Sehingga desa yang tadinya tidak aktif, diaktifkan untuk diberdayakan dengan memanfaatkan kelebihan yang dimiliki oleh masyarakatnya untuk menjadi desa yang produktif (Akbar, 2018).

b) Manajemen strategi Desa Wisata di masa Pandemi Covid-19

Menurut Irawan (1997) pengelolaan adalah sebuah pengendalian dan pemanfaatan atas sumber daya yang mengacu pada suatu perencanaan dengan dibutuhkan penyelesaian akan tujuan kerja tertentu. (Alifah, 2019 :). Menjalankan pariwisata harus memikirkan persiapan yang matang dengan memikirkan bahwa wisatawan adalah aspek penting yang harus diprioritaskan. Sehingga diperlukan pertimbangan dalam mengelola tempat wisata dari paling awal datangnya wisatawan hingga wisatawan pergi meninggalkan tempat wisata. Jika adanya dampak negatif pariwisata

terhadap ekonomu, sosial budaya dan lingkungan fisik dapat di selesaikan oleh berbagai macam cara. Salah satu caranya yaitu menerapkan manajemen pengunjung agar dapat mengurangi dampak negatif dari kegiatan di arena wisata. (Andajani & Erna, 2018: 24).

Manajemen strategi pariwisata biasanya mempunyai konsep agar dapat melihat sebuah fakta guna terciptanya tujuan kedepannya dalam waktu yang lama. (Centre, 2011). Peran/fungsi Manajemen strategis yang saling berhubungan memengaruhi jalannya suatu program agar menciptakan hasil yang sudah ditentukan dan dipikirkan sebelumnya. Manajemen strategis berpacu terhadap aksi yang menunjukkan sebuah organisasi pada saat menghadapi tantangan agar bisa bertahan untuk jangka panjang kedepannya berdasarkan visi dan misi serta tujuan yang sudah ditetapkan pihak organisasi.

Seperti pada situasi pandemi Covid-19 saat ini yang sangat berdampak luas bagi kegiatan pariwisata, salah satu nya kepada desa wisata cibuntu. Pandemi Covid-19 sudah disebut sebagai suatu hal yang serius sebagai wabah nasional yang sudah masuk kepada negara kita berdasarkan keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 mengenai pengesahan Bencana Non Alam Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Oleh karena itu dalam melakukan manajemen strategi memerlukan sistem yang dapat mengetahui fungsi dari manajemen tersebut yang biasa disebut POAC yaitu *Planning Organizing, Actuating & Controlling*.

- *Planning*

merupakan tahap awal dalam menentukan mengenai hal-hal yang akan dilakukan untuk mencapai harapan yang telah ditentukan.

- *Organaizing*

Organaizing adalah sebuah proses dalam menyusun sebuah organisasi atau program yang akan dijalankan

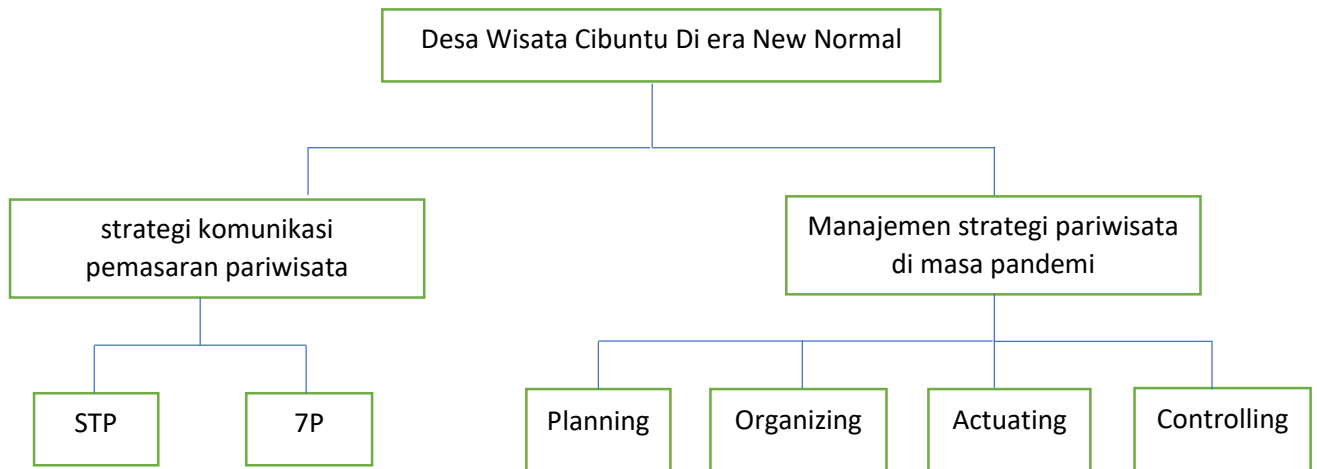
- *Actuating*

Merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat

- *Controlling*

Sebuah tahapan untuk mengamati program yang telah dibuat agar berjalan sesuai dengan rencana awal yang telah ditetapkan

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Diagram Kerangka Pemikiran

G. Metodologi Penelitian

a. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif meneliti sebuah objek atau peristiwa saat ini yang memiliki tujuan untuk menjelaskan secara urut, sesuai fakta dan tepat terkait fakta pada penelitian.

Jenis paradigma yang dipakai pada penelitian ini yaitu paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma yang mendapatkan hasilnya dari interpretasi mereka sendiri. Paradigma konstruktivisme juga bermanfaat bagi penelitian dalam mendapatkan hasil dari suatu kegiatan yang menggunakan metode wawancara, observasi, studi kasus dan sebagainya. Hal tersebut sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Penulis ingin mengetahui dan menjelaskan data-data riil yang di dapat dari observasi di lapangan desa wisata cibuntu dengan melakukan pengamatan, wawancara serta pengumpulan dokumen mengenai responden.

b. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan berlangsung pada bulan Oktober hingga November 2022. Tempat penelitian ini akan di laksanakan di Desa Cibuntu, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat.

c. Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang digunakan dalam penelitian sebagai pemberi informasi mengenai situasi dan kondisi dari latar belakang penelitian. Model penelitian pada penelitian ini menggunakan purposive sample karena responden yang dipilih sudah jelas berdasarkan pertimbangan yang dilakukan oleh peneliti yang dianggap paling bermanfaat dan representative. Peneliti sudah menentukan responden atau anggota sample untuk dijadikan informan yang akan diwawancarai, yaitu Sekretaris Desa Cibuntu Bapak Ibnu Sungkawa, S.H. dan Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu yaitu Bapak Dadi Kurniadi.

d. Pengumpulan Data

a) Primer

Data primer adalah sebuah data berisi informasi yang diterima langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendapatkan sumber data dari Bapak Ibnu Sungkawa, S.H selaku Sekretaris Desa Cibuntu dan Bapak Dadi Kurniadi selaku Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu. Peneliti juga sebelumnya sudah melakukan observasi dan akan data berupa dokumentasi yang berhubungan dengan latar belakang penelitian.

b) Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung berdasarkan objek penelitian. Data tersebut pada umumnya didapat dari jurnal, buku, makalah dan situs internet lainnya.

e. Analisis Data

a) Reduksi Data

Miles dan Huberman (1994) menjelaskan reduksi data berfokus pada kegiatan penentuan, memusatkan perhatian, menyederhanakan, mengabstrakan, dan perubahan data yang ada pada catatan tertulis atau transkripsi. Sehingga reduksi data meliputi segala bentuk kegiatan, seperti memilih (*selecting*) merupakan cara untuk memilih data penting dan data yang tidak penting, menunjukkan fokus perhatian (*focusing*) terhadap data tertentu, menyederhanakan (*simplifying*) pada sebuah data seperti menulis keterangan yang bertele-tele dan tidak jelas, menentukan sebuah gagasan umum (*general idea*) yaitu pandangan secara umum dan ringkas (*abstracting*) terhadap suatu kejadian yang sedang diteliti,

mengubah gagasan atau pandangan secara umum yang dimasukkan pada bentuk tampilan sebuah data (*transforming*)

b) Penyajian data

Penyajian data merupakan langkah untuk menyediakan berbagai kumpulan informasi yang mempunyai tekanan yang tinggi untuk mendapatkan suatu kesimpulan. Penyajian data dapat berbentuk matrik, grafik, pola jaringan, bagan atau kalimat kesimpulan. Penyajian data juga menyajikan tampilan yang lebih tekstual atau mudah dibaca.

c) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan adalah tahap untuk merumuskan arti terhadap suatu data, melakukan konfirmasi terhadap makna yang ditetapkan sudah tepat atau belum, dan yang terakhir melakukan verifikasi yaitu memastikan kembali data agar dapat menentukan makna yang dikaji sudah benar.

BAB II

Gambaran Umum Objek Penelitian

A. Sejarah Terbentuknya Desa Wisata Cibuntu

Berawal dari adanya Nota Kesepahaman Kerjasama, antara Pemkab Kuningan dengan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta, tentang pengembangan Agroecotourism berbasis Organik untuk meningkatkan daya saing Kabupaten Kuningan pada tahun 2010. Kedua pihak memutuskan untuk mengambil tema Desa Wisata, yang berlokasi di Desa Cibuntu Kecamatan Pasawahan, kemudian menyusul Nota Perjanjian Kerjasama antara STP Trisakti dengan Desa Cibuntu. Hal tersebut didasari pada kesiapan seluruh masyarakat lokal, serta modal dasar yaitu sebaran cagar budaya dan potensi alam yang mengarah pada pengembangan SDM kepariwisataan di Desa Cibuntu. Tahun 2012, dilaksanakan soft launching Desa Wisata Cibuntu, dengan mendeklarasikan Cibuntu sebagai Desa Wisata, sekaligus pengukuhan Kelompok Sadar Wisata dan pembentukan Sanggar Seni. (wawancara Ibnu Sungkawa, S.H, Sekretaris Desa, 28 Oktober 2022)

B. Profil Desa Wisata Cibuntu

Desa Wisata Cibuntu terletak di Desa Cibuntu yang masuk ke Kecamatan Pasawahan Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Desa Cibuntu memiliki luas tanah sebesar 1077,800 km². Desa Cibuntu berbatasan dengan desa lainnya yaitu di bagian Utara berbatasan dengan Desa Paniis, Wilayah Selatan dengan Gunung Ciremai, Wilayah Timur dengan Desa Seda, Wilayah Barat dengan Desa Pasawahan. Desa Cibuntu beriklim Kemarau dan Penghujan sehingga berpengaruh terhadap pola pertanian Desa Cibuntu (jadesta.kemenparekraf.go.id, diakses pada 28 Oktober 2022)

Masyarakat Desa Wisata Cibuntu mayoritas agamanya adalah islam, meskipun ada juga yang beragama non muslim namun mereka saling bertoleransi dengan kegiatan keagamaan masing-masing sehingga tidak ada yang terganggu. Mata pencaharian masyarakat Desa Cibuntu mayoritas nya adalah petani, buruh tani, buruh swasta, PNS, Pedagang, Peternak kambing dan Para Medis. Masyarakat Desa Wisata Cibuntu juga memiliki ritual setiap 1 tahun sekali yaitu ritual Sedekah Bumi yang memiliki tujuan guna mensyukuri semua hasil bercocok tanam mereka dengan tidak melanggar syariat islam karena Desa Wisata Cibuntu merupakan daerah yang subur akan pertaniannya. (jadesta.kemenparekraf.go.id, diakses pada tahun 2022)

C. Fasilitas wisata yang tersedia di Desa Wisata Cibuntu

Desa Wisata Cibuntu merupakan desa yang mempunyai udara segar karena berada di dekat kaki gunung ciremai. Para wisatawan saat masuk ke Desa Wisata Cibuntu akan di suguhi dengan pemandangan asri berupa pemandangan Gunung Ciremai sembari jalan santai atau naik sepeda. Udara yang segar dan bersih dengan melihat pemandangan persawahan, bukit serta pohon-pohon yang hijau dapat membuat kita yang melihatnya dapat melepas kejenuhan dari aktivitas pekerjaan yang telah dilakukan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Fasilitas wisata yang ada di Desa Wisata Cibuntu tidak hanya wisata alam nya yang mempesona seperti Curug gongseng, kebun bambu, kebun karet, kebun ubi, kampung domba, kolam renang, camping ground, panahan dan terapi ikan, tetapi ada juga wisata mengenai sejarah dan budaya berupa situs-situs bersejarah. (jadesta.kememparekraf.go.id, diakses pada tahun 2022)

Terdapat juga obyek wisata yang menguji adrenalin yaitu Wisata Offroad Cibuntu (WOC) dan ada juga Ekonomi Kreatif (EKRAF) yang merupakan sebuah kegiatan dalam berkreaitivitas yang dilakukan oleh sumber daya manusia berupa kerajinan-kerajinan dari tanah liat maupun bambu. Disana pengunjung dapat mencoba dan belajar membuat kerajinan tangan dan hasilnya nanti bisa dibawa pulang untuk oleh-oleh. Di Ekraf juga kita bisa belajar alat musik tradisional khas Jawa Barat yaitu angklung dan seruling. Terdapat juga fasilitas lain nya yaitu Areal Parkir, Kamar Mandi Umum, Homestay, Mushola, gajebo, dan kios souvenir. (wawancara Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis, 3 November 2022)

Berikut adalah fasilitas wisata yang ada di Desa Wisata Cibuntu :



Gambar 2. 1 Kawasan Kampung Domba

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Para peternak kambing Desa Wisata Cibuntu mengalokasikan peternakan mereka di satu tempat agar terlihat rapih sekaligus menjadi spot wisata Desa Wisata Cibuntu.



Gambar 2. 2 Terapi ikan

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Terapi ikan merupakan spot wisata di Desa Wisata Cibuntu yang menyenangkan karena para pengunjung dapat merasakan sensasi geli di gigit ikan saat kaki kita di masukkan ke dalam air.



Gambar 2. 3 Camping Ground

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Desa Wisata Cibuntu mempunyai arena camping yang sangat nyaman dengan udara sejuk yang menyegarkan. Untuk harga tiket nya mulai dari Rp 200.000 s/d Rp 500.000 sesuai paket (1 Orang /2hari satu malam).



Gambar 2. 4 Kebun Bambu

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Kawasan kebun bambu Desa Wisata Cibuntu memiliki area yang cukup luas sehingga menambah kesejukan udara di Desa Wisata Cibuntu.



Gambar 2. 5 Kebun Karet

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Kebun karet merupakan salah satu tempat yang banyak diminati oleh para wisatawan, karena memiliki keindahan berupa tingginya pohon karet sehingga cocok dijadikan sebagai spot foto dan kesejukan tempatnya membuat nyaman untuk mengobrol sembari duduk di kursi yang sudah disediakan.



Gambar 2. 6 Kebun Ubi

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Mata pencaharian penduduk Desa Wisata Cibuntu mayoritas adalah petani. Salah satunya adalah petani ubi. Kebun ubi bertempat di pinggir jalan yang menjadikan jalanan daerah Desa Wisata Cibuntu terlihat indah.



Gambar 2. 7 Kolam Renang

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Kolam renang Desa Wisata Cibuntu merupakan kolam renang yang sumber air nya langsung dari mata air gunung ciremai sehingga air nya segar dan bersih. Untuk harga tiket masuk ke dalam kolam renang nya yaitu Rp 15.000.



Gambar 2. 8 Panahan

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Bagi Para Pengunjung Desa Wisata Cibuntu yang mempunyai hobi memanah dapat langsung mencobanya disini, dan bagi pemula bisa dibantu oleh pendamping memanah khusus.



Gambar 2. 9 Wisata Offroad Cibuntu

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Salah satu fasilitas wisata yang menguji adrenalin yaitu Wisata Offroad Cibuntu. Para wisatawan yang gemar Offroad menggunakan jeep bisa langsung mecoba nya disini. Untuk harga tiket naik Offroad nya yaitu Rp. 300.000



Gambar 2. 10 Hasil Ekonomi Kreatif

Sumber : data dokumentasi peneliti , 3 November 2022

Desa Wisata Cibuntu mempunyai kerajinan khusus atau ekonomi kreatif, diantaranya membuat angklung dan seruling dari pohon bambu. Kerajinan-kerajinan tersebut biasanya dijual kepada pembeli yang memesan. Harga seruling berkisar Rp. 25.000 dan untuk harga angklung nya yaitu Rp. 3000.000 satu set nya.



Gambar 2. 11 Situs Bersejarah

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Situs bersejarah di Desa wisata Cibuntu juga sangat dijaga karena tidak ingin situs bersejarah tersebut menjadi punah. Menurut hasil penelitian yang saya lakukan terdapat situs buyut kencring dan situs saurip kidul.



Gambar 2. 12 Curug Gongseng

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Pengunjung Desa Wisata Cibuntu dapat melihat pemandangan indah sambil berfoto dan bermain air yang bersih dan segar dari curug gongseng. Para pengunjung juga diperbolehkan untuk berenang bagi yang ingin berenang di kawasan Curug.



Gambar 2. 13 Homestay

Sumber : data dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Homestay yang disediakan di Desa Wisata Cibuntu merupakan rumah milik warga setempat. Mereka membuat homestay dengan nyaman mungkin agar para pengunjung nyaman saat beristirahat di homestay tersebut. Untuk harga homestay 1 malamnya yaitu Rp. 100.000 per orang.

D. Penghargaan Reward Yang Telah Diperoleh Desa Wisata Cibuntu

Sebagai Desa Wisata yang terus mengembangkan potensinya, membuat desa wisata Cibuntu banyak kemajuan. Hal tersebut tidak luput dari kontribusi masyarakat yang sangat berperan penting karena desa wisata Cibuntu merupakan desa wisata mandiri berbasis masyarakat. Reward terbaru yang didapat oleh desa wisata Cibuntu yaitu pada tahun 2021 berupa penghargaan desa wisata mandiri inspiratif pada anugerah desa wisata 2021. Reward tersebut didapat karena masyarakatnya terus berkembang menuangkan ide – ide baru meskipun sebelumnya desa wisata Cibuntu juga sudah banyak mendapat reward. (wawancara Ibnu Sungkawa, S.H, Sekretaris Desa, 28 Oktober 2022)

Desa wisata mandiri inspiratif merupakan desa wisata yang penduduknya dapat terus menuangkan ide-ide barunya untuk pengembangan potensi yang ada di desa sebagai desa wisata, contohnya yang dapat dijadikan usaha untuk masyarakatnya sendiri. Desa wisata Cibuntu juga layak mendapatkan reward sebagai desa wisata

mandiri inspiratif karena sebelumnya sudah mendapatkan beberapa reward yaitu sebagai Desa Wisata terbaik ke-5 se-ASEAN pada bidang homestay pada tahun 2016. Rumah warga desa wisata cibuntu yang di jadikan homestay untuk penginapan para wisatawan sudah tertata dengan rapih, mempunyai banner masing-masing di depan homestay tersebut dan homestay desa wisata cibuntu sudah bekerjasama dengan provider oyo, sehingga bisa memesan via online.

Pada tahun 2017 juga desa Wisata Cibuntu masuk sebagai desa wisata terbaik peringkat ke-2 di Indonesia dalam perhelatan Community Based Tourism (CBT) Kementerian Pariwisata Indonesia dan pada tahun 2019 Desa Wisata Cibuntu juga mendapat penghargaan green dari Indonesia Sustainable Tourism Award atau ISTA Award 2019 dalam kategori Tata Kelola Destinasi. Penghargaan tersebut diberikan bagi desa wisata yang konsep dalam mengembangkan wisatanya secara berkelanjutan dengan memikirkan sumberdaya lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya. (dewitinalah.com, diakses pada 4 Januari 2022)

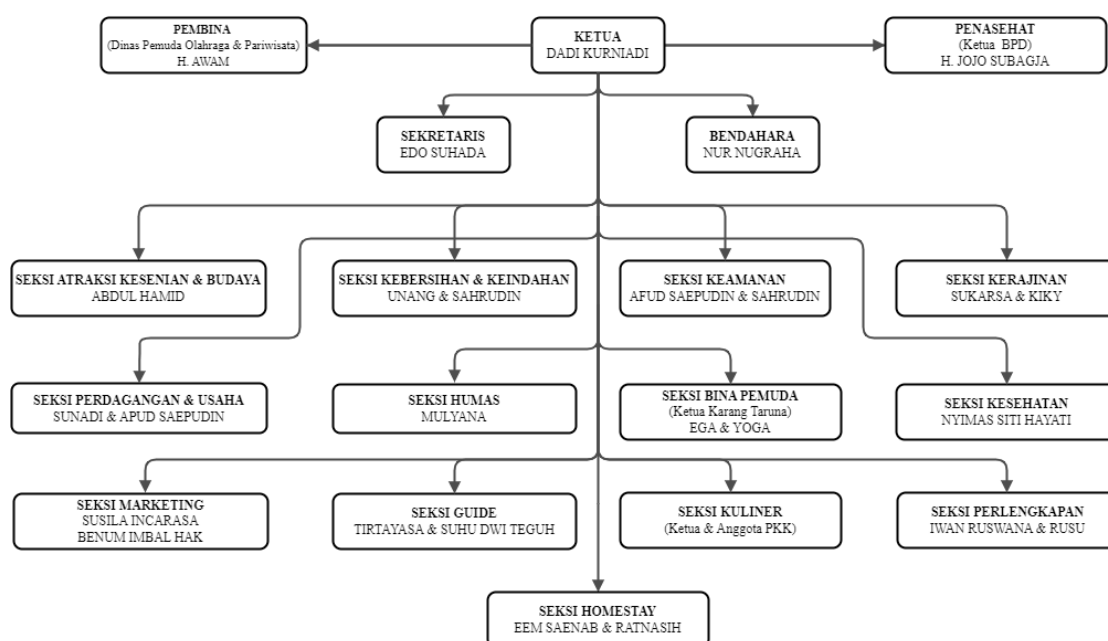
E. Struktur Organisasi Kepengurusan Desa Wisata Cibuntu

Desa Wisata Cibuntu memiliki organisasi khusus yang bertugas mengurus jalannya Desa Wisata Cibuntu yaitu bernama Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Berikut adalah Struktur Organisasi Kelompok Sadar Wisata Desa Wisata Cibuntu (POKDARWIS) yang ditulis dalam bentuk bagan :

Tabel 1 Struktur Organisasi Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu

STRUKTUR POKDARWIS DESA WISATA CIBUNTU

Periode: Tahun 2021 - 2024



Berikut adalah tugas-tugas dari pengurus Kelompok Sadar Wisata Desa Wisata Cibuntu :

1. Pembina :
 - a. Memutuskan terkait perubahan anggaran dasar.
 - b. Mengangkat dan memberhentikan anggota.
 - c. Menetapkan kebijakan umum sesuai dengan anggaran dasar.
 - d. Mengesahkan berbagai keputusan Desa Wisata.
 - e. Mengesahkan laporan.
2. Penasihat :
 - a. Memberikan motivasi kepada pengurus anggota dalam melaksanakan tugas.
 - b. Memberikan motivasi kepada masyarakat atau institusi lain untuk bekerjasama.
 - c. Menyuarakan berbagai pertimbangan untuk organisasi.
3. Ketua :.
 - a. Memimpin organisasi kelompok sadar wisata
 - b. Memandu rapat anggota.
 - c. Menetapkan rancangan kerja organisasi.
 - d. Sebagai perwakilan anggota untuk berkolerasi dengan pihak yang bersangkutan.
 - e. Menghubungkan mitra dengan pihak yang bersangkutan.
4. Sekretaris :
 - a. Membantu tugas ketua.
 - b. Menulis notulensi saat rapat.
 - c. Mempersiapkan berbagai dokumen organisasi.
 - d. Mempersiapkan kebutuhan rapat anggota.
 - e. Membuat arsip surat.
 - f. Membuat berbagai macam surat.
 - g. Membuat rekomendasi SOP.
5. Bendahara :
 - a. Merekap uang kas.
 - b. Membuat dan mengatur laporan keuangan.
6. Seksi atraksi dan Budaya :
 - a. Bertugas melaksanakan terkait persiapan, teknis, dan mengkoordinasi pada kegiatan menjaga dan mengembangkan kesenian.
 - b. Melakukan pengendalian dan evaluasi di bidang kesenian.
7. Seksi Keindahan dan Kebersihan :
 - a. Bertanggungjawab terkait perlengkapan untuk keindahan Desa Wisata.

- b. Mengawas dan mengendalikan dalam pemakaian sarana dan prasarana kebersihan.
 - c. Memastikan Desa Wisata agar Selalu bersih dan rapih.
 - d. Membuat kegiatan kegiatan keindahan dan kebersihan.
8. Seksi Keamanan :
- a. Melakukan pengamanan dan ketertiban Desa Wisata.
 - b. Melakukan koordinasi dengan pihak kemanan.
9. Seksi kerajinan :
- a. Meningkatkan keterampilan pada pembuatan kerajinan.
 - b. Mengontrol kegiatan pada pembuatan kerajinan.
10. Seksi Perdagangan dan Usaha :
- a. Memberikan fasilitas untuk UMKM yang ingin berjualan.
 - b. Mengurus segala perdagangan dan usaha di Desa Wisata.
11. Seksi Humas :
- a. Menyalurkan informasi dari pengurus terkait pelaksanaan pariwisata kepada masyarakat.
 - b. Menyalurkan informasi kepada pihak-pihak yang bersangkutan.
 - c. Menyalurkan informasi masyarakat kepada pengurus.
12. Seksi Bina Pemuda :
- a. Melakukan aktifitas kepemudaan agar lebih berkembang di masyarakat.
 - b. Melakukan aktifitas guna membantu menjalankan program-program agar meningkatkan kreatifitas generasi.
 - c. Memotifasi generasi muda agar semangat meningkatkan kreatifitas.
- d. Seksi Kesehatan :
- a. Menyediakan alat-alat kesehatan.
 - b. Menjadi garda terdepan jika terjadi hal-hal yang berhubungan dengan kesehatan.
 - c. Melakukan kerjasama dengan pihak luar untuk memberi bantuan jika terjadi kecelakaan.
13. Seksi Marketing :
- a. Membuat materi dalam hal pemasaran.
 - b. Membuat konten promosi di media sosial.
 - c. Mengelola media sosial.
 - d. Mempromosikan Desa Wisata kepada pihak luar agar lebih dikenal oleh masyarakat.

14. Seksi Guide :

- a. Menuntun para wisatawan kepada objek wisata yang tersedia.
- b. Menjelaskan pengetahuan tentang objek wisata yang di datangi oleh pengunjung.

15. Seksi Kuliner :

- a. Menyediakan kuliner kepada wisatawan/tamu undangan.
- b. Melakukan inovasi baru terkait kuliner lokal sebagai ciri khas.

16. Seksi Perlengkapan :

- a. Mempersiapkan kebutuhan untuk kegiatan pariwisata.
- b. Membantu kegiatan pengurus.

17. Seksi Homestay :

- a. Menyiapkan homestay sebagai penunjang kegiatan pariwisata.
- b. Mengkoordinir homestay yang ada.
- c. Mengajak masyarakat untuk pengadaan homestay.

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

Pada bab ini akan di paparkan temuan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di lapangan melalui tahap wawancara, observasi dan pengambilan data dokumentasi yang berhubungan dengan judul penelitian yaitu “Pengembangan Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan eksistensi Desa Wisata” studi kasus : Desa Wisata Cibuntu. Peneliti melakukan wawancara dengan dua narasumber yaitu Bapak Ibnu Sungkawa selaku sekretaris Desa Cibuntu dan bapak Dadi Kurniadi selaku ketua kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Desa Wisata Cibuntu peneliti. Penulis akan menulis hasil penelitian mengenai tahap awal pembentukan Desa Wisata Cibuntu, pemasaran Desa Wisata Cibuntu, keadaan Desa Wisata Cibuntu pada saat pandemi Covid-19, dan penghargaan reward yang diperoleh Desa Wisata Cibuntu Saat Pandemi Covi-19.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti berlangsung selama 2 minggu. Pada minggu pertama melakukan wawancara dengan narasumber pertama yaitu bapak Ibnu Sungkawa, S.H selaku sekretaris desa dan pada minggu kedua kepada Bapak Dadi Kurniadi selaku ketua pokdarwis Desa Wisata Cibuntu. Informasi dan data yang dipaparkan oleh peneliti telah disusun sesuai dengan kebutuhan dan kesesuaian data yang ada di kerangka teori peneliti. Berikut adalah hasil temuan penelitian dilapangan yang diperoleh oleh penulis :

1. Tahap awal pembuatan program dalam melihat potensi Desa Cibuntu untuk dijadikan Desa Wisata

Desa Wisata Cibuntu merupakan desa wisata mandiri berbasis masyarakat yang segala bentuk programnya dijalankan oleh kontribusi masyarakat setempat. Penduduk lokal memiliki peran penting dalam pembangunan desa wisata karena sumber daya, keunikan tradisi dan budaya yang merekat pada kelompok tersebut sebagai elemen penggerak nomor satu pada aktivitas desa wisata. Di sisi lain, penduduk lokal yang tumbuh dan hidup bersebelahan dengan objek wisata tersebut mempunyai hubungan yang saling mengikat. (Dewi, 2018)

Desa Cibuntu sebelum dijadikan sebagai desa wisata yang merupakan usulan dari mahasiswa STP Trisakti, seperti yang disampaikan oleh Ibnu Sungkawa, selaku sekretaris desa Cibuntu yaitu sebagai berikut :

“Pada mulanya dari mahasiswa STP Trisakti ingin membuat Desa Wisata berbasis masyarakat, jadi yang pertama dibuat yaitu konsep homestay rumah warga setempat, lalu pembuatan Pokdarwis yang berasal dari masyarakat setempat, kemudian Desa Cibuntu mempunyai sisi penunjang nya dari sejarah desa, kampung kambing, situs bersejarah, camp dan objek wisata lainnya.” (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

Semua program-program tersebut akan dijalankan oleh penduduk lokal dengan kesepakatan bersama. Hal itu dituangkan pada kutipan tersebut :

“menjalankan prinsip kebersamaan, karena kan dari awal kami sudah menanyakan kepada forum, apakah mau Desa Cibuntu dijadikan Desa Wisata, dan forum menyatakan mau sehingga bisa berjalan hingga saat ini.” (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

Kesuksesan dalam menjalankan desa wisata memang dilihat dari tingkat kemauan dan dorongan penduduk lokal. Penduduk lokal memiliki peran sebagai pemangku kepentingan dalam pengembangan desa wisata agar dapat berjalan sukses. Program yang telah berjalan di desa wisata Cibuntu juga selalu di evaluasi untuk mengetahui apa saja yang harus dibenahi kedepan nya agar lebih baik lagi. Hal itu dituangkan pada kutipan tersebut :

“evaluasi pasti kami lakukan namun tidak harus secara resmi, misal kami mengobrol sambil meminum kopi sambil melakukan evaluasi mengenai program Desa Wisata Cibuntu agar lebih berbenah lagi kedepan nya, program apa saja yang sudah berjalan, sudah berjalan dengan baik dan pasti ada juga program yang kurang berjalan maksimal sehingga perlu di evaluasi.” (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

2. Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Cibuntu

a. Segmentasi, Targetting & Positioning

Berikut adalah strategi pemasaran desa wisata cibuntu yang memakai strategi pemasaran segmentasi, targetting dan positioning.

1. Segmentasi

a) Segmentasi Demografi

Pada segmentasi demografis, desa wisata cibuntu tidak ada pengelompokkan pada pengunjung wisatawan secara spesifik. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Ibnu Sungkawa selaku Sekretaris Desa Cibuntu sebagai berikut :

“Dari sisi demografis, usia yang bisa memasuki kawasan desa wisata cibuntu yaitu semua umur, namun jika untuk anak dibawah umur harus tetap diperhatikan dan diawasi oleh orangtua nya. Karena tempat wisata yang bernuansa alam membuat semua objek wisata dapat dinikmati oleh semua kalangan. Contoh nya pada objek wisata kolam renang yang terdapat 2 lantai yaitu lantai yang kurang dari 1 meter untuk anak-anak dan yang lebih dari 1 meter untuk dewasa. Lalu pada tempat wisaya camping ground yang terdapat 2 tempat untuk anak – anak dan dewasa (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

b) Segmentasi Psikografi

Pengunjung yang datang ke desa wisata cibuntu merupakan anak-anak sekolah, perusahaan-perusahaan dan keluarga yang ingin berlibur melepas kejenuhan dari pekerjaan mereka. Pernyataan tersebut dituangkan pada kutipan sebagai berikut :

“Pengunjung yang datang tidak hanya anak-anak sekolah saja yang datang, melainkan perusahaan-perusahaan dari daerah perkotaan datang untuk berlibur menghilangkan kejenuhan mereka ke desa wisata cibuntu. Biasanya mereka berkunjung untuk menenangkan pikiran dari pekerjaan mereka di kota besar. Ada juga yang datang bersama keluarga untuk melakukan family time di desa wisata cibuntu agar menambah keharmonisan keluarga mereka. (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

c) Segmentasi Geografi

Lokasi desa wisata berada di pedalaman dekat dengan pegunungan ciremai. Namun akses jalan menuju bagus dan terjangkau. Seperti yang ditulis pada kutipan tersebut :

“Untuk akses jalan kami memang sudah bagus apalagi setelah desa wisata cibuntu diresmikan pada tahun 2012. Letak desa wisata cibuntu juga sudah ada di google maps sehingga dapat mudah di akses.” (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

2. Targeting

Berikut adalah strategi pemasaran Targetting pada dan target kedepannya dalam memajukan desa wisata cibuntu sesuai dengan hasil wawancara pada kutipan tersebut :

“Kami mentargetkan untuk desa wisata cibuntu yang sangat potensial untuk disasar di desa wisata cibuntu merupakan anak sekolah SD hingga SMA. Usia remaja seperti mahasiswa juga menjadi target pasar kita karena kan ada tempat wisata camping ground yang cocok untuk semua kalangan. Desa wisata cibuntu juga memiliki target untuk memperbaiki dari kritikan yang masuk dari pengunjung seperti dalam sistem pelayanan, kebersihan dan penambahan fasilitas lainnya di area wisata. Kritikan tersebut didapat dari hasil kuisioner yang diberikan petugas desa wisata cibuntu kepada pengunjung yang datang.” (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

3. Positioning

Berikut adalah strategi pemasaran Positioning desa wisata cibuntu yang membuat kesan bagi pengunjung sesuai dengan hasil wawancara pada kutipan tersebut :

“Kesan itu kan merupakan hal yang variatif, tentunya itu hal yang pasti bahwa orang yang berkesan dengan Desa Wisata Cibuntu banyak namun tidak menutup kemungkinan juga ada yang sedikit merasa kurang pas dengan cibuntu, namun bisa dibilang keberhasilan pariwisata itu bisa dilihat dari pengunjung yang berkunjung ulang ke Desa Wisata Cibuntu contohnya seperti Taruna Bhakti Bandung mereka sudah mengunjungi Desa Wisata Cibuntu sebanyak 3x dan bulan maret tahun depan

merupakan kunjungan mereka yang ke 4x. Namun ada juga yang memberikan saran dan kritikan karena kami biasanya membagikan kuisioner kepada pengunjung yang datang.” (Wawancara dengan Ibnu Sungkawa, Sekretaris Desa Cibuntu, 28 Oktober 2022)

b. Bauran Pemasaran 7P

Terdapat juga bauran pemasaran 7P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses) dan *Physical Evidence* (bukti fisik), yang dilakukan oleh desa wisata cibuntu dalam hal pemasaran sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

1. Produk (*Product*)

Berikut adalah bauran pemasaran produk desa wisata cibuntu sesuai dari hasil wawancara dengan Dadi Kurniadi selaku Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu:

“Kami mempunyai produk kerajinan dari tanah liat yaitu gerabah, vas bunga, asbak, lalu kerajinan bambu seperti angklung, seruling dll, ada juga cinderamata seperti kujang, capstock gantungan, dan mobil-mobilan. Ada juga produk minuman yaitu bernama Jasreh yang terbuat dari Jahe dan Sereh biasanya disajikan ketika ada tamu undangan datang dan dijual juga di sekitar tempat Wisata, ada juga olahan makanan hasil dari pertanian Desa Wisata Cibuntu yang terbuat ubi dan pisang, itu biasanya kami sediakan hanya untuk tamu yang datang. Untuk produk dari tanah liat itu hanya untuk edukasi kepada anak – anak sekolah yang datang atau kami dipanggil ke tempat mereka, belum kami jual karena belum ada tempat bakarnya, kalau untuk kerajinan bambu kami jual hanya untuk pesanan dari luar dan untuk cinderamata kami jual disekitar kawasan wisata.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

2. Harga (*Price*)

Berikut adalah bauran pemasaran harga (*price*) desa wisata cibuntu sesuai dari hasil wawancara pada kutipan tersebut :

“Untuk harga tiket masuk kawasan wisata : 7ribu rupiah dan untuk wisata Kolam renang 15ribu untuk dewasa dan 10ribu untuk anak-anak. Untuk harga angklung itu satu set nya berkisar 3 juta rupiah dan harga 1 buah seruling itu berkisar 25 ribu rupiah.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

3. Tempat (*Place*)

Berikut adalah bauran pemasaran tempat (*Place*) desa wisata cibuntu sesuai dari hasil wawancara dengan Dadi Kurniadi, selaku ketua pokdarwis Desa Wisata Cibuntu :

“Kolam renang merupakan tempat yang paling banyak diminati karena meskipun kolam renangnya kecil namun airnya itu alami sehingga segar dan bersih karena langsung dari mata air Gunung Ciremai.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

4. Promosi (Promotion)

Berikut adalah bauran pemasaran Promosi (*promotion*) desa wisata cibuntu sesuai dari hasil wawancara dengan Dadi Kurniadi, selaku ketua pokdarwis Desa Wisata Cibuntu :

“Pihak kami melakukan kerjasama dengan agent travel dan dengan provider oyo untuk pemasaran homestay Desa Wisata Cibuntu. Kami pun melakukan promosi melalui sosial media instagram, youtube dan website. Ketika pandemi covid-19 sudah mereda kami melakukan promosi dengan mendatangi sekolah-sekolah seperti yang biasa kami lakukan sebelum adanya pandemi.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Desa wisata Cibuntu sendiri mempunyai divisi khusus bagian pemasaran yang bertugas mempromosikan desa wisata cibuntu. Seperti yang di sampaikan pada kutipan tersebut :

“Desa wisata cibuntu membentuk tim bagian marketing yang dilakukan oleh Pokdarwis, kami memilih dan menetapkan tim marketing yang betul-betul komunikatif dan tim marketing tersebut dalam memutuskan segala bidang pemasaran harus melapor dulu kepada ketua POKDARWIS. Lalu kami juga ada paguyuban IWACI yaitu Ikatan Warga Cibuntu yang berada di luar kota yang ikut serta dalam hal pemasaran Desa Wisata Cibuntu”. (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

5. Orang (People)

Berikut adalah bauran pemasaran Orang (*people*) desa wisata cibuntu yang disampaikan pada kutipan tersebut :

“Pengolah desa wisata cibuntu yaitu pokdarwis dan perangkat desa. Pokdarwis itu kan dibuat oleh pemerintahan Desa, jadi tugas nya membantu desa dalam pariwisata, mengedukasi masyarakat agar masyarakat sadar berwisata dan menyampaikan pencapaian program yang telah di jalankan kepada pemerintahan Desa.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

6. Proses (Process)

Berikut adalah bauran pemasaran proses (*process*) desa wisata cibuntu sesuai dari hasil wawancara pada kutipan tersebut :

“Desa wisata cibuntu selalu berproses untuk mengembangkan potensi yang ada disana. Contoh nya seperti melakukan inovasi dalam bidang pertanian yang sudah mulai melakukan perlahan-lahan meninggalkan bahan kimia dan beralih ke organik, lalu pertanian yang ada disana seperti jahe dan sereh juga sudah mulai dicoba diolah menjadi minuman jasreh. Inovasi tersebut akan terus dilakukan untuk mengembangkan potensi yang ada. (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

7. Bentuk Fisik (Physical Evidence)

Berikut adalah bauran pemasaran bentuk fisik (*Physical Evidence*) desa wisata cibuntu sesuai dari hasil wawancara pada kutipan tersebut :

“tidak ada fasilitas kendaraan yang di sediakan oleh desa wisata cibuntu karena jarak antara tempat wisata 1 ke yang lain nya berdekatan tidak harus menggunakan kendaraan dan jalan nya tidak merata ada tangga yang harus di lalui ke salah satu tempat wisata tersebut.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

3. Keadaan Desa Wisata Cibuntu Selama Pandemi Covid-19

Pada saat adanya Pandemi Covid-19 Desa Wisata Cibuntu tidak beroperasi atau tutup sesuai dengan arahan pemerintah. Namun setelah adanya kebijakan new normal yang memperbolehkan tempat wisata dibuka kembali, desa wisa cibuntu juga kembali beroperasi dengan aturan prokes sesuai dengan anjuran pemerintah. Seperti yang disampaikan oleh Dadi Kurniadi, selaku ketua pokdarwis Desa Wisata Cibuntu mengenai keadaan desa wisata cibuntu pada saat pandemi covid -19 sebagai berikut:

“selama pandemi Covid-19 kami tutup selama 2 tahun kurang lebih, karena kan memang semua tempat wisata saat pandemi diwajibkan tutup jadi lebih banyak berbenah di dalam secara internal contohnya seperti berbenah, akhirnya ketika masa new normal dan tempat wisata sudah boleh dibuka namun harus memenuhi prokes yang sudah ditentukan oleh pemerintah.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Berbenah di internal yang maksud diatas yaitu seperti yang dijelaskan pada kutipan di bawah ini :

“ketika tutup karena pandemi kami lebih banyak berbenah di internal, kami tetap merawat fasilitas yang sudah ada agar tetap terjaga, sehingga pada saat situasi sudah normal kembali dan wisata sudah boleh dibuka kami sudah siap dalam menerima para wisatawan kembali. Pemerintah dan pokdarwis desa Wisata Cibuntu terus memotivasi warga nya agar lebih banyak lagi yang terlibat dalam kesenian, kerajinan, kuliner, dan guide sehingga komunikasi itu terus dilakukan demi mempertahankan penghargaan yang telah diterima oleh di desa wisata Cibuntu agar terus berkelanjutan karena kami memberikan kesempatan seluas-luas nya kepada masyarakat untuk mengembangkan ide nya sebagai penunjang wisata.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Beberapa penerapan prokes yang dilakukan Desa Wisata Cibuntu demi menjaga keamanan dan mencegah penularan virus corona yang disampaikan Dadi Kurniadi, selaku ketua pokdarwis Desa Wisata Cibuntu sebagai berikut :

“membuat penjagaan pos masuk, memperketat mobilisasi masyarakat dan untuk tempat pariwisata nya itu sesuai dengan petunjuk pemerintah, kalau waktu nya tutup ya tutup, kalo buka ya buka, terus kami menyediakan fasilitas CHSE yaitu Cleanliness, Health, Safety, dan Sustainability.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Pada saat pandemi covid-19 juga desa wisata cibuntu mengurangi jumlah pengunjung sesuai anjuran pemerintah agar dapat tetap menjaga jarak sehingga mencegah virus corona menular. Hal tersebut disampaikan pada kutipan tersebut :

“kami mengurangi jumlah pengunjung karena kami selalu mengacu acuan dari pemerintah. Untuk jumlah pengunjung pada saat dibuka kembali kami membatasi hanya 30% pengunjung, kemudian setelah situasi sudah mulai semakin baik kami naikkan menjadi 50%.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Selama Pandemi juga Desa Wisata Cibuntu membuat poster terkait prokes sebagai himbauan atau simbol untuk para pengunjung agar tetap menjaga protokol kesehatan. Berikut adalah gambar poster mengenai prokes yang ada di Desa Wisata Cibuntu :



Gambar 3. 1 Poster Protokol Kesehatan Desa Wisata Cibuntu

Sumber : dokumentasi peneliti, 3 November 2022

Pada saat pandemi covid-19, desa wisata cibuntu juga pastinya mengalami penurunan jumlah pengunjung yang signifikan, meskipun pada era new normal tempat wisata sudah boleh beroperasi kembali, hal itu tidak langsung stabil pada jumlah pengunjung yang datang, seperti yang disampaikan oleh Dadi Kurniadi, selaku ketua pokdarwis berikut :

“iya, hingga saat ini pun masih belum stabil dan jumlah pengunjung turun hampir 40% dari biasanya.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Ada juga dampak yang dirasakan oleh desa wisata cibuntu terumata masyarakat dan pengelola nya menurut ketua pokdarwis desa wisata cibuntu yaitu Dadi Kurniadi:

“mungkin untuk dampak yang signifikan yaitu tidak adanya tamu yang datang sama sekali kesini dan itu dirasakan oleh semua masyarakat disini dan berdampak kepada ekonomi warga, namun kita bisa mengatasi dengan berjualan kerajinan khas desa

wisata Cibuntu melalui online.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Setelah tempat wisata diperbolehkan kembali dibuka di era new normal, desa wisata cibuntu pastinya sudah menerapkan aturan protokol yang ketat sesuai dengan anjuran pemerintah. Hal tersebut membedakan dengan pada saat kita bermain di tempat wisata sebelum adanya virus corona. Namun hal tersebut dianggap bukan suatu masalah bagi pengelola desa wisata cibuntu karena hal tersebut dapat diatasi dengan baik. Masyarakat yang sudah memahami aturan tersebut dan tim pengelola yang sangat ketat pada penjagaan. Hal itu sesuai dengan kutipan berikut :

“kendala yang dihadapi mungkin tidak ada karena masyarakat pun sudah tau aturan penerapan prokes, kendala nya hanya pada jumlah pengunjung saja yang mengalami penurunan.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

Pada saat era new normal, tim pemasaran kembali melakukan pemasaran dengan mendatangi sekolah-sekolah, perusahaan dan mendatangi agent travel yang sebelumnya sudah melakukan kerjasama. Hal tersebut sama seperti promosi yang dilakukan sebelum ada pandemi Covid-19. Dengan adanya upaya tersebut dapat menaikkan kembali jumlah pengunjung desa wisata cibuntu karena informasi yang disampaikan oleh tim promosi secara langsung. Seperti yang di sampaikan pada kutipan di bawah ini :

“tim bagian pemasaran mencoba untuk mendatangi sekolah-sekolah, perusahaan, dan melakukan komunikasi Kembali dengan agent travel yang sebelumnya sudah melakukan kerjasama.” (Wawancara dengan Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu, 3 November 2022)

B. Pembahasan Penelitian

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Segmentasi, Targeting & Positioning Desa Wisata Cibuntu

a. Penentuan Objek Wisata yang Dapat Dijangkau Oleh Anak-Anak Hingga Dewasa

Schiffman, Kanuk (2004), segmentasi pasar merupakan sistem pembagian pasar menjadi bagian-bagian konsumen yang berciri mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan selanjutnya memilih satu atau lebih bagian yang bisa dibuatkan sasaran.bauran.pemasaran yang berbeda. Kotler (2005) menyebutkan ada variabel yang bisa dipakai untuk pembagian pasar yang terdiri dari pembagian georafis, demografis, psikografis dan perilaku. Strategi

Segmentasi dilakukan agar mudah menentukan target pasar secara spesifik. (Ngatno, 2018 :79).

Strategi Segmentasi yang digunakan desa wisata cibuntu yaitu segmentasi demografis, psikografis, dan geografis. Hal itu dapat dilihat dari target pasar yang sesuai dengan objek wisata desa wisata cibuntu. Pada Segmentasi Demografis target pasar biasanya dilihat dari usia, pekerjaan, pendidikan dll. Namun fokus utama biasanya pada usia pengunjung karena usia dapat memengaruhi kepada pemikiran dan pandangan wisatawan kepada macam-macam wisata yang akan dipilih (Ngatno, 2018 :79).

Usia yang bisa memasuki kawasan desa wisata cibuntu sebenarnya boleh untuk semua umur, namun jika untuk anak dibawah umur harus tetap diperhatikan dan diawasi oleh orang tua nya. Karena tempat wisata yang bernuansa alam membuat semua objek wisata dapat dinikmati oleh semua kalangan. Tetapi target yang lebih spesifik nya adalah anak sekolah mulai dari SD, SMP, SMA, Mahasiswa dan perusahaan-perusahaan dari luar kota serta keluarga yang ingin berlibur menikmati suasana alam.

Target pengunjung desa wisata cibuntu yang menargetkan mulai dari anak usia SD karena disana tersedia objek wisata camping ground khusus anak-anak dan kolam renang kecil khusus anak-anak. Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (Nurlena 2018 : 245) dengan judul Implementasi Strategi STP (Segmentation, Targeting & Positioning) di Desa Wisata Rumah Dome, Sleman, Yogyakarta yang tidak mengelompokkan target usia pengunjung secara spesifik namun lebih dianjurkan bagi anak usia 4-12 tahun saja. Sebelum adanya pandemi covid-19 tim marketing desa wisata cibuntu selain melakukan promosi melalui sosial media, melakukan promosi dengan mendatangi sekolah-sekolah secara langsung. Target sekolah terbawah yaitu Sekolah Dasar karena biasanya yang mengikuti camping ground minimal anak usia 10 tahun yang sudah mulai bisa diatur dan mengerti dengan keadaan sekitar.

Setelah segmentasi demografis, desa wisata cibuntu juga melakukan strategi segmentasi psikografis. Segmentasi psikografis yaitu pembagian atau penentuan target pasar sesuai dengan kepribadian dan karakteristiknya. Desa wisata cibuntu merupakan tempat wisata yang bernuansa alam. Target pengunjung nya yaitu masyarakat yang ingin menenangkan pikiran mereka dari kejenuhan pekerjaan. Pelajar atau mahasiswa yang ingin berlibur melihat

pemandangan hijau langsung dari alam akan membuat pikiran menjadi fresh dan juga bagi masyarakat yang bekerja di daerah perkotaan membuat mereka ingin menenangkan pikiran dengan melihat pemandangan hijau langsung dari alam.

Terdapat persamaan pada strategi segmentasi psikografis desa wisata rumah dome, sleman, yogyakarta (Nurlena, Musdad & Ratna, 2018 : 246) yaitu pengunjung yang datang juga bertujuan untuk rekreasi bersama keluarga dan juga terdapat perbedaannya yaitu pengunjung desa wisata rumah dome banyak orang-orang yang mempunyai kenangan dengan gempa bantul 2006.

Hal itu yang membuat desa wisata menargetkan perusahaan atau instansi sebagai target pasar. Karena biasanya perusahaan berasal dari daerah perkotaan. Selain itu, target pengunjung desa wisata cibuntu adalah masyarakat yang menyukai pemandangan alam, seperti hiker, trekker dan explorer. Masyarakat yang akan atau setelah mendaki gunung ciremai, bisa sekalian mengunjungi desa wisata cibuntu untuk melakukan explorasi dan juga bagi pecinta tracking yang suka menjelajahi hutan, wisata alam desa wisata cibuntu dapat dijadikan sebagai sasaran.

Strategi Segmentasi yang terakhir digunakan oleh desa wisata cibuntu adalah segmentasi geografi. Pada segmentasi geografi, pasar ditentukan sesuai tempat. Teori sebenarnya dari strategi ini yaitu masyarakat yang menetap di daerah yang sama akan memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama dan sebenarnya hal tersebut berbeda dari kebutuhan dan keinginan masyarakat yang menetap di daerah-daerah lain (Suparso, 2021 : 450).

Pada segmentasi ini desa wisata cibuntu tidak membagi secara spesifiknya, namun yang menjadi potensi utamanya yaitu wisatawan lokal terlebih dahulu dan jika ada wisatawan asing yang berkunjung itu merupakan suatu kebanggaan bagi desa wisata cibuntu, atau bisa dibilang sebagai poin plus. Seperti pada tahun 2017 sudah ada yang pernah berkunjung dari wisatawan luar yaitu dari thailand dan korea, lalu pada tanggal 28 Januari 2022 ada kunjungan juga dari mahasiswa australia berjumlah 10 orang ke desa wisata cibuntu.

Desa wisata cibuntu berada di dataran tinggi dekat dengan gunung ciremai di daerah Kuningan Jawa Barat. Target pasar yang utamanya adalah orang yang tinggal di dataran rendah seperti di daerah perkotaan, karena di dataran rendah minim dengan pemandangan alam yang masih asri. Seperti

pengunjung yang pernah datang berasal dari ibu kota Jakarta yaitu Universitas Trisakti, PT Wira Mitra Prima, Universitas Prasetia Mulya, Karyawan bank swasta dll. Lalu pengunjung yang pernah berasal dari Bandung yaitu Group SMA Taruna Bandung, Universitas Padjajaran, Dinas Provinsi Jabar dll. Target pasar terdekat dari Kabupaten Kuningan, Jawa Barat yang merupakan tempat keberadaan desa wisata Cibuntu yaitu masyarakat yang berasal dari Cirebon, Indramayu, dan Majalengka dengan sebutan terkenal nya adalah Ciayumajakuning.

Dalam segmentasi geografis letak wilayah berpengaruh terhadap eksistensi tempat wisata yang akan dituju. Terutama dilihat dari akses jalan yang dituju memungkinkan atau tidak. Dari hasil penelitian penulis akses jalan menuju desa wisata Cibuntu termasuk ke kategori jalan yang sudah bagus karena semua jalan nya tidak ada yang rusak. Letak desa wisata Cibuntu yang sudah ada di Google Maps membuat para wisatawan lokal ataupun mancanegara mudah untuk mengaksesnya.

b. Membangun Desa Wisata dari Hasil Kritikan Dan Saran Pengunjung Serta Mensejahterakan Masyarakat Desa Wisata Cibuntu di Bidang Ekonomi

Kotler (2005) menjelaskan *targetting* adalah suatu aktivitas yang isinya mengenai nilai dan memilih satu segmen pasar yang diisi oleh badan perusahaan. Pada pemilihan elemen mana yang ditargetkan, perusahaan bisa menunjuk untuk menitikkan perhatian pada satu elemen, beberapa elemen, produk detail, pasar yang spesifik. Dalam menunjuk ruang target pasar perusahaan wajib mengamati beban sosial dan tidak hanya untuk mengambil hal penting perusahaan namun tetap mengamati hal penting mereka yang dipilih sebagai target. Perusahaan juga wajib menilai hal menarik dari setiap elemen dan menentukan elemen-elemen target (Saparso, 2021 : 458).

Targeting sangat berperan dalam menentukan pasar yang ingin di capai secara spesifik. Targeting merupakan cara mengevaluasi target pasar sedang berkembang sehingga bisa dilayani dan mendapatkan keuntungan pada ekonomi. Tugas menilai segmen yang ternyata tidak berhasil pastinya harus ditinggalkan. Proses targeting menggambarkan bahwa sebenarnya perusahaan harus mengidentifikasi konsumen yang bisa diakses dan dilayani dengan efektif dan efisien (Saparso, 2021 : 458).

Desa wisata cibuntu tentunya sangat memprioritaskan kenyamanan pengunjung. Pengunjung yang datang ke desa wisata cibuntu pastinya mempunyai pandangan pro dan kontra dengan fasilitas yang tersedia di desa wisata cibuntu. Oleh karena itu menurut hasil penelitian yang didapat oleh penulis, desa wisata cibuntu memiliki target yang ingin di capai untuk kedepannya demi menaikkan value dimata masyarakat dan menjadi lebih baik, dengan cara akan memperbaiki segala kritikan yang masuk dari para pengunjung seperti dalam sistem pelayanan, kebersihan dan penambahan fasilitas lainnya di area wisata.

Hal tersebut dilakukan karena desa wisata cibuntu mendapatkan kritikan dari hasil pengisian kuisioner yang membagikan selebaran kertas kepada pengunjung sebelum memasuki kawasan wisata dan pengunjung mengumpulkannya kembali kepada petugas setelah selesai berwisata. Rata-rata pengunjung menulis kritikan mengenai sistem pelayanan yang kurang efektif, lalu dalam hal kebersihan belum ada tempat sampah pada setiap area wisata dan penambahan fasilitas lainnya ditempat wisata seperti lampu penerang. Saran tersebut akan direalisasikan oleh pengelola desa wisata cibuntu yaitu pokdarwis.

Perangkat desa wisata cibuntu juga sangat memperhatikan masyarakatnya agar dapat masyarakatnya sejahtera. Melihat masyarakat desa wisata cibuntu sejahtera juga merupakan target penting yang harus di capai. Sesuai dengan hasil penelitian penulis, bahwa target yang sudah di capai sekarang khususnya ketika di masa pandemi yaitu masyarakat sudah terbebas dari pembayaran iuran sampah mulai dari tahun 2020 karena sudah mendapat incoms dari pariwisata, lalu rencana kedepannya mungkin sudah mulai mendata bahwa masyarakat yang kurang mampu akan terbebas dari pajak bumi dan bangunan. Sama seperti dengan penelitian pada riset terdahulu yang berjudul Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi, yang memiliki target memberdayakan dan mengembangkan alternatif ekonomi masyarakatnya melalui desa wisata tersebut. (Afina, Qatrunnada, Kirani & dkk, 2022)

c. Penghargaan Reward Di Tengah Pandemi Covid-19 Sebagai Desa Wisata Mandiri Inspiratif Pada Tahun 2021

positioning merupakan suatu hal yang penting sehingga harus diperhatikan oleh para pembisnis. Karena positioning adalah usaha perusahaan

untuk menciptakan kesan tertentu dibenak konsumen. Oleh karena itu, konsumen paham dan menghargai effort perusahaan pada hubungannya dengan para saingannya. Dijelaskan juga menurut (Kotler, 2005) positioning adalah kegiatan membuat tawaran dan image perusahaan sehingga menduduki suatu letak yang dibedakan didalam pikiran target pelanggan. Puncak dari positioning yaitu berhasilnya menciptakan suatu pendapat nilai yang terpusat pada pasar positioning yang efisien mengharuskan bahwa sebuah perusahaan sadar dengan pemanfaatan kekurangan-kekurangan pesaing (Saparso, 2021 : 458).

Desa Wisata Cibuntu merupakan salah satu desa wisata yang mendapatkan penghargaan di tengah pandemi Covid-19 sebagai Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada anugerah desa wisata 2021. Banyak nya usaha-usaha yang gulung tikar akibat pandemi covid-19 sehingga membuat mereka bangkrut dan tidak bisa bangkit. Berbeda dengan desa wisata cibuntu yang mampu bertahan sampai mendapatkan dan bisa mendapatkan reward tersebut. Desa wisata cibuntu juga sebelumnya memang sudah pernah mendapatkan beberapa reward sebelum adanya pandemi Covid-19. Namun, reward yang didapatkan ketika masa pandemi menambah kesan baik di mata masyarakat.

Desa wisata cibuntu bisa dibilang keberhasilan dalam mendapatkan kesan baik dari pengunjung bisa dilihat dari pengunjung yang berkunjung ulang ke desa wisata cibuntu contohnya seperti Taruna Bhakti Bandung yang sudah mengunjungi desa wisata cibuntu sebanyak 3 kali dan bulan maret tahun depan merupakan kunjungan yang ke 4 kali. Namun tidak menutup kemungkinan juga ada yang sedikit merasa kurang pas dengan desa wisata cibuntu saat berkunjung, hal itu akan dijadikan sebuah pembelajaran lagi kedepan nya agar lebih maksimal dalam melayani pengunjung dari berbagai hal.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran 7P Desa Wisata Cibuntu Dalam Mempertahankan Eksistensi Desa Wisata

a. Cindera Mata Khas Desa Wisata Cibuntu

Produk menjadi suatu penentu dalam mencari tahu bagaimana tampilan produk secara fisik yang akan ditawarkan berbentuk barang, brand atau merk yang hendak terdapat di dalamnya, serta fitur yang dimiliki produk tersebut. Seperti produk yang ditawarkan di desa wisata cibuntu tidak hanya tempat wisata saja yang tersedia disana. Ada produk yang ditawarkan di desa wisata cibuntu diantaranya yaitu kerajinan dari tanah liat yaitu gerabah, vas bunga, dan asbak. Produk tersebut

hanya untuk edukasi kepada anak – anak sekolah yang datang atau kami dipanggil ke tempat mereka. Lalu ada kerajinan dari bambu seperti angklung dan seruling.

Produk tersebut dijual namun hanya untuk pesanan dari luar. Ada juga cinderamata seperti kujang, capstock gantungan dan mobil-mobilan. Produk dari kerajinan tangan juga sama seperti penelitian yang dilakukan oleh (Afina, Qatrunnada, Kirani dkk, 2022) dengan menjual kerajinan tangan seperti tas dan lainnya pada judul penelitian Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi. Tidak hanya produk berupa barang saja yang terdapat di desa wisata cibuntu, namun ada juga produk minuman yaitu bernama jasreh yang terbuat dari jahe dan sereh. Jasreh biasanya disajikan ketika ada tamu undangan datang dan dijual juga di sekitar tempat wisata. Ada juga olahan makanan dari hasil pertanian disana yang terbuat dari ubi dan pisang, itu juga biasanya disediakan hanya untuk tamu yang datang. Berikut adalah beberapa gambar cinderamata dari desa wisata cibuntu :



Gambar 3. 2 Cinderamata mobil-mobilan

Sumber : Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu

Cinderamata mobil-mobilan yang dibuat dari bambu ini dibuat oleh masyarakat desa wisata cibuntu untuk dijual kepada pengunjung. Hal ini dilakukan untuk mengasah kreativitas dan untuk sumber perekonomian masyarakat desa wisata cibuntu.



Gambar 3. 3 Cinderamata Kujang

Sumber : Dadi Kurniadi, Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu

Kujang merupakan salah satu senjata tradisional yang berasal dari Jawa Barat. Agar alat tradisional tersebut terus lestari, Desa Wisata Cibuntu membuatnya dengan memanfaatkan pohon bambu yang melimpah di sana sebagai cinderamata yang dijual kepada pengunjung yang datang.



Gambar 3. 4 Minuman jasreh khas Desa Cibuntu

Sumber : <https://visitdesacibuntu.github.io/>

Jasreh merupakan serbuk minuman dari jahe dan sereh yang dibuat oleh kelompok wanita tani desa wisata cibuntu. Kelompok wanita tani memanfaatkan hasil pertanian nya dengan membuat produk jasreh tersebut untuk menghadirkan para tamu yang datang sebagai minuman khas desa wisata cibuntu.

Berbeda dengan riset terdahulu yang dilakukan oleh (Virgilenna & Annom, 2008) dengan judul Strategi Pemasaran Pariwisata Sembalyn Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat yang tidak mencantumkan produk berupa tempat wisata nya saja, tidak mencantumkan produk berupa cinderamata, makanan/minuman khas dll.

b. Menetapkan Harga Yang Terjangkau

Harga tercantum pada tiap penawaran jenis produk ataupun jasa. Strategi pemasaran sanggup memastikan harga jual serta harga pokok untuk tetap laris terjual. Penetapan harga, yang meliputi bayaran, keuntungan, harga yang diresmikan oleh pesaing, serta perpindahan permintaan pasar menjadi hal yang wajib diperhitungkan. Desa wisata cibuntu juga sudah menetapkan harga-harga untuk fasilitas wisata yang telah disediakan disana (Saleh & Said, 2019 :148).

Harga tiket memasuki kawasan desa wisata Cibuntu juga sangat terjangkau yaitu Rp 7.000,00 sudah include semua wisata kecuali kolam renang dan camping ground. Jika para wisatawan ingin berenang harus membayar kembali sebesar Rp 15.000,00 untuk dewasa dan untuk anak-anak sebesar Rp 10.000,00. Untuk tempat wisata Camping Ground pengunjung harus membayar sebesar Rp. 200.000,00 – Rp. 500.000,00 untuk satu malam nya. **Dari hasil penelitian yang dilakukan Objek wisata yang paling banyak diminati dan menjadi sumber penghasilan paling banyak didapat dari objek wisata kolam renang karena kolam renang di desa wisata cibuntu air nya berasal dari mata air gunung ciremai sehingga terasa dingin dan segar.**

c. Akses Jalan yang Bagus dan Tersedia Di Google Maps

Tempat merupakan kondisi yang butuh dipertimbangkan kala menentukan lokasi strategis, seperti transportasi, penyimpanan, serta distribusi bisnis. letak tempat desa wisata cibuntu mudah dijangkau oleh para wisatawan karena akses jalan yang bagus dan tersedia di google maps. Untuk tempat wisata yang paling

banyak diminati oleh pengunjung yaitu kolam renang karena meskipun kolam renang nya berukuran kecil, namun air yang tersedia disana alami karena langsung dari mata air gunung ciremai sehingga terasa segar dan bersih.

d. Terdapat Kelompok – Kelompok Khusus Dalam Mengelola Potensi Desa Wisata

Orang atau Sumber Daya Manusia (SDM) yang secara aktif berkontribusi dalam melayani pelanggan serta memberi pengaruh bagi kepuasan pelanggan. Perilaku serta aksi mereka yang bertanggung jawab langsung terhadap citra industri berakibat signifikan terhadap mutu layanan yang diberikan. Ikatan antara karyawan serta pelanggan dalam bisnis jasa sangat berarti buat penciptaan nilai layanan. SDM yang mengelola desa wisata yaitu ada pokdarwis yang dibuat oleh perangkat desa.

Pokdarwis bertugas membantu desa dalam pariwisata, mengedukasi masyarakat agar masyarakat sadar berwisata dan menyampaikan pencapaian program yang telah dijalankan kepada perangkat desa. Dari situlah masyarakat desa wisata cibuntu pada saat pandemi covid-19 tidak berhenti merawat ke asrian desa wisata cibuntu dan terus melakukan inovasi-inovasi produk agar terus dikenal oleh masyarakat luar dan pada saat new normal para pengelola desa wisata cibuntu menyiapkan se maksimal mungkin kebijakan dalam memasuki kawasan desa wisata cibuntu sesuai dengan yang pemerintah anjurkan. Lalu di desa wisata cibuntu juga terdapat kelompok-kelompok khusus sesuai bidangnya untuk mengelola desa wisata cibuntu. Pertama ada kelompok ternak yang bertugas dalam mengurus peternakan kambing contohnya mengolah kotoran kambing menjadi pupuk untuk tanaman.

Kedua ada kelompok wanita tani dan tani sehat, berperan untuk membuat oleh-oleh khas Cibuntu seperti jasreh dan penyedia di bidang makanan khas desa cibuntu. Untuk kelompok tani sehat mereka mencoba untuk beralih pada proses pembuatan tanaman organik, jadi sedikit demi sedikit meninggalkan bahan kimia dan beralih ke organik, untuk hasilnya nanti dijual di sekitar wisata sebagai oleh-oleh pertanian dari desa wisata cibuntu.

e. Melakukan Promosi *Direct Marketing* dan *Personal Selling*

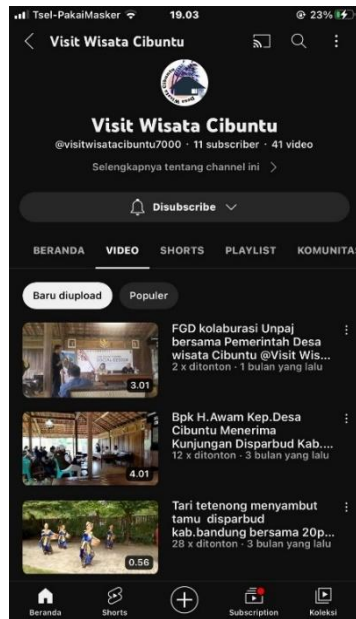
Promosi ialah komponen yang digunakan untuk menginformasikan serta mempengaruhi pasar produk industri. Kegiatan ini bertujuan agar pasar menekuni produk industri yang dibutuhkan ataupun diinginkan oleh konsumen hingga memutuskan untuk membeli melalui promosi tersebut. kegiatan promosi yang dilakukan oleh tim promosi desa wisata cibuntu dilakukan dengan cara yaitu Direct marketing dan Personal Selling. Promosi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh cukup besar bagi desa wisata cibuntu dalam mempertahankan eksistensi desa wisata di masa pandemi covid-19 untuk terus bertahan dengan mempromosikan produk-produk yang dijual seperti kerajinan dari bambu yaitu seruling dan angklung yang bisa dipesan melalui online dan mempromosikan tempat wisata yang ada di instagram story mereka. Berikut adalah media promosi yang dilakukan oleh desa wisata cibuntu :

a) *Direct Marketing*

Direct marketing adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di berbagai lokasi (Hendrayani, 2021 : 118). Desa Wisata Cibuntu melakukan kegiatan promosi melalui media sosial Instagram, Youtube dan Website. Untuk pemasaran homestay, desa wisata cibuntu melakukan Kerjasama dengan provider oyo. Seperti yang dilakukan pada riset terdahulu oleh (Afina, Qatrunnada, Kirani, 2022) yang menggunakan Platform Digital Pemasaran berupa Website, Instagram, Facebook dan Youtube. Memiliki kesamaan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tirta, 2019 : 35) dengan judul Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Desa Wisata Gabungan dan Desa Wisata Brayut) yang menggunakan media sosial website, dan facebook sebagai platform pemasaran.

Berikut adalah media komunikasi pemasaran Desa Wisata Cibuntu yang digunakan untuk promosi:

1. Youtube



Gambar 3. 5 Channel youtube desa wisata cibuntu

Sumber : youtube Visit Wisata Cibuntu

Desa wisata cibuntu memiliki channel youtube sendiri yaitu bernama Visit Wisata Cibuntu. Channel tersebut dipakai untuk memposting segala bentuk kegiatan dan memperkenalkan potensi yang ada di Desa Wisata Cibuntu. Hal itu dilakukan untuk memperkenalkan desa wisata cibuntu kepada masyarakat luas.

2. Instagram



Gambar 3. 6 Akun instagram desa wisata cibuntu

Sumber : instagram @pesonacibuntu

Media sosial instagram merupakan sosial media yang banyak peminatnya. Hal itu membuat desa wisata cibuntu terdorong untuk mempunyai instagram sebagai alat untuk promosi. Terlihat dalam gambar followers yang tertera di instagram desa wisata cibuntu yang bernama @pesonacibuntu sudah mencapai 1.913 followers. Isi dari instagram tersebut adalah mengenai potensi yang terdapat di desa wisata cibuntu seperti memperkenalkan kerajinan dari tanah liat, kerajinan bambu, minuman dan khas desa cibuntu dan segala bentuk aktivitas warga maupun pemerintahan desa wisata cibuntu.

3. Website



Gambar 3. 7 Tampilan website desa wisata cibuntu

Sumber : <https://visitdesacibuntu.github.io/>

Desa wisata cibuntu juga memiliki website tersendiri untuk hal promosi. Isi dari website tersebut juga sangat lengkap mulai dari sejarah desa, perangkat desa dan objek wisata serta potensi Desa Wisata Cibuntu dituangkan semua didalam Wevsite tersebut.

b) Personal selling

Personal Selling termasuk kedalam strategi pemasaran, sebagai upaya untuk mempromosikan sebuah produk kepada pihak luar. Personal Selling merupakan komunikasi antar manusia yang saling bertatap muka untuk membangun hubungan agar mendapatkan keuntungan satu sama lain. Seperti yang dilakukan oleh desa wisata cibuntu yang melakukan promosi secara langsung atau bertatap muka dengan mendatangi sekolah-sekolah. Disana tim promosi biasanya melakukan negosiasi dengan staff, guru atau inyteraksi langsung dengan para murid. Desa wisata cibuntu juga melakukan Kerjasama dengan agent travel dalam hal promosi. Hal tersebut sama seperti yang dilakukan pada Desa Wisata Gabungan dan Desa Wisata Brayut yang melakukan promosi secara langsung dengan memberikan *fee* bagi sopir ataupun trave agent yang bekerjasama (Tirta, 2019).

f. Berproses dalam Melakukan Inovasi Produk

Proses dari salah satu bagian yang berhubungan dengan pemasaran industri jasa dapat menemukan banyak atensi atau perhatian dalam menekuni tentang pemasaran. Proses tersebut membutuhkan pengembangan yang dibesarkan serta ditingkatkan, mulai dari menyediakan produk sampai menjawab keluhan pelanggan secara efisien serta efektif. Pada proses ini, desa wisata cibuntu selalu berproses untuk mengembangkan potensi yang ada disana.

Contoh nya seperti melakukan inovasi dalam bidang pertanian yang sudah mulai melakukan perlahan-lahan meninggalkan bahan kimia dan beralih ke organic dari kotoran kambing, lalu pertanian yang ada disana seperti jahe dan sereh juga sudah mulai dicoba diolah menjadi minuman jasreh. Inovasi tersebut akan terus dilakukan untuk mengembangkan potensi yang ada.

g. Menyediakan Jasa Guide Bagi Tamu Undangan

Bukti Fisik atas produk berbentuk jasa untuk konsumen menjadi fasilitas yang tidak berwujud ataupun tidak bisa diukur dengan tepat, sedangkan berbentuk benda atau barang dapat diketahui melalui bentuk fisik tersebut. Untuk produk yang berbentuk ada objek wisata dan cinderamata yang tersedia disana dan untuk pelayanan jasa yang disediakan desa wisata cibuntu untuk konsumen biasanya menyediakan guide untuk para wisatawan, namun tidak

semua wisatawan bisa menggunakan jasa guide tersebut, biasanya guide tersebut tersedia ketika ada wisatawan rombongan dari suatu institusi.

3. Manajemen Strategi Desa Wisata Cibuntu di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Eksistensi Desa Wisata

Suatu usaha untuk mengembangkan potensi pariwisata dibutuhkan terciptanya penataan yang strategis secara bertahap untuk mencapai sebuah tujuan. Desa Cibuntu yang ditetapkan sebagai Desa Wisata yang tertulis dalam Surat Keputusan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan Nomor 55631/KPTS.178.A Disparbud/2012 mengenai penetapan Desa Cibuntu sebagai Objek dan Daya Tarik Wisata (Desa Wisata) tentunya memiliki strategi manajemen untuk menuntun sebuah perusahaan dalam menjalankan visi dan misinya. Manajemen strategi pada pariwisata biasanya mempunyai konsep untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi diluar untuk mencapai tujuan dengan waktu yang panjang (Rohman, 2019 : 6).

Peran manajemen strategis yang sedikit rumit merupakan hal yang memengaruhi jalannya sebuah program demi tercapainya hasil yang sudah ditentukan dan dibuatkan rencana sebelumnya. Manajemen strategi memiliki fokus pada perbuatan yang ditujukan untuk suatu organisasi ketika menghadapi challenge agar bisa berdiri dan bersaing kedepannya sesuai dengan visi misi dan tujuan sebuah perusahaan. (Febriana & Merinawati, 2021). Seperti challenge yang di hadapi sekarang yaitu adanya virus corona yang melanda hampir di seluruh negara di dunia. Hal itu sangat berdampak jelas pada sektor pariwisata. Pandemi Covid-19 yang telah dipastikan sebagai keadaan membahayakan yang menimpa negara Indonesia juga sesuai keputusan presiden No. 12 tahun 2020 mengenai penetapan bencana non alam penyebaran covid-19.

Virus corona sangat cepat sekali menyebar pada masyarakat dalam jumlah yang besar. Dampaknya pun begitu besar kepada kesehatan, ekonomi, politik, pendidikan, pemerintahan dll yang bersifat global. Tidak terkecuali pada sektor pariwisata yang terkena dampak pandemi Covid-19. Oleh karena itu sektor wisata harus dibenahi karena pariwisata merupakan salah satu akses untuk pemulihan ekonomi indonesia setelah pandemi. Hal itu ditegaskan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yaitu Sandiaga Uno ketika wawancara dengan VOI:

“The tourism sector and the creative economy will be the locomotive for the post Covid-19 pandemic for us to continue our development agendas in this sector to open the widest possible job opportunities and bring prosperity to the people of Indonesia ” (www.voi.id)

Adanya pandemi covid-19 yang menimpa hampir sebagian negara di dunia membuat tempat wisata tutup sementara. Hal itu merupakan tantangan yang harus dihadapi khususnya pada sektor pariwisata. Menentukan manajemen strategi merupakan hal yang tepat agar sebuah perusahaan dapat bertahan. Adanya perubahan kebijakan karena pandemi Covid-19 membuat strategi manajemen sebuah perusahaan pun harus diubah, tidak bisa memakai kebijakan lama sebelum adanya virus corona yang merupakan virus menular kepada manusia.

Salah satu tempat wisata yang terkena dampak pandemi Covid-19 adalah desa wisata cibuntu. Menurut hasil penelitian yang dilakukan penulis, desa wisata cibuntu harus tutup kurang lebih selama 6 bulan, sehingga harus membuat perubahan dan rancangan baru agar tetap bertahan dan berjalan sesuai dengan anjuran prokes yang diterapkan oleh pemerintah ketika tempat wisata ingin beroperasi kembali di era new normal. Ketika di era new normal tempat wisata pun belum berjalan secara maksimal karena virus corona yang masih naik turun sehingga tempat wisata pun harus buka tutup berkali-kali. Manajemen strategi yang dilakukan oleh desa wisata cibuntu berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis ketika melakukan penelitian yaitu dibentuknya sebuah planning, organizing, actuating dan controlling.

a. Merancang Program Sesuai Dengan Protokol Kesehatan

Planning atau perencanaan merupakan sebuah aktivitas memilih sarana dan prasarana yang bisa dipakai dalam rencana menggapai tujuan yang telah ditentukan. Sama seperti yang dijelaskan pada riset terdahulu oleh (Ramandhani & Hariyanti, 2021) bahwa proses perencanaan merupakan tahap yang dilakukan sebelum melaksanakan program agar sesuai dengan tujuan perusahaan. Pada tahap pembuatan rancangan harus memilih apa saja yang akan dilakukan, mencari tahu cara melaksanakannya dan memilih siapa yang melaksanakan aktivitas pada program tersebut nantinya. Hal itu dilakukan agar memudahkan segala sistem pada organisasi ketika pada saat menjalankan pekerjaannya masing-masing sehingga semuanya bekerjasama demi mencapai tujuan organisasi (Akbar, 2018).

Menurut hasil pengamatan penulis, planning yang dibuat oleh perangkat desa dan pokdarwis desa wisata cibuntu ketika adanya pandemi dan ketika tempat wisata sudah boleh dibuka dikembali yaitu membuat penjagaan pos masuk sebelum memasuki kawasan desa wisata cibuntu untuk mengecek pengunjung satu persatu mengenai kebersihan, memakai masker dan suhu tubuh sesuai dengan aturan prokes pemerintah, memperketat mobilisasi masyarakat, menutup tempat wisata sesuai jadwal dan menyediakan fasilitas CHSE yaitu Cleanliness, Health, Safety dan Sustainability.

Desa wisata cibuntu juga ketika tutup karena pandemi melakukan pembenahan di internal dengan tetap merawat fasilitas yang sudah ada agar tetap terjaga, sehingga pada saat situasi sudah normal kembali dan tempat wisata sudah boleh dibuka kembali, desa wisata cibuntu sudah siap kembali menerima para wisatawan yang datang. Pemerintah dan pokdarwis desa wisata cibuntu terus memberikan motivasi warga sekitar agar lebih banyak lagi yang terlibat dalam kesenian, kerajinan, kuliner dan guide sehingga komunikasi itu terus dilakukan demi mempertahankan penghargaan yang telah diterima oleh desa wisata cibuntu agar terus berkelanjutan karena kami memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengembangkan ide nya sebagai penunjang wisata.

b. Pengurus Desa Wisata Cibuntu Menjalankan Fungsi dan Tugas nya Masing-Masing

Organizing atau pengorganisasian adalah elemen kontribusi orang-orang yang dilakukan dengan dibagi nya tugas sehingga membentuk tim kerja yang mencakup pekerjaan pada satu unit kerja (Saputra & Ali, 2022). Istilah lainnya organizing adalah aktivitas dalam menata sumberdaya sebuah institusi guna menjalankan fungsi dan tugas nya. Sama seperti desa wisata cibuntu dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, pengurus desa wisata cibuntu yang dilakukan oleh pokdarwis mengerjakan tugas penjagaan wisata sesuai dengan tugas nya masing-masing dengan membagi tim yang menjaga pos keamanan dan mengawasi pengunjung pada saat berwisata agar tetap menjalankan protokol kesehatan.

Hal tersebut sama seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ramandhani & Hariyanti, 2021) bahwa terdapat pembagian tugas dan cara kerja nya masing- masing sepeeti Pokdarwis bertugas merancang konsep dan

program kegiatan desa wisata Desa wisata cibuntu juga mengurangi jumlah pengunjung yang datang hanya 30% pengunjung saja perhari, kemudian setelah situasi sudah mulai membaik, jumlah pengunjung yang datang di naikkan menjadi 50%. Desa wisata cibuntu juga membuat aturan prokes selama pandemi untuk himbuan bagi para pengunjung.

c. Melakukan Aktivitas Sesuai Dengan Keadaan Ketika Pandemi Covid-19

Actuating adalah melakukan penggerakkan pada semua anggota organisasi untuk menjalankan tugas nya demi mencapai tujuan sesuai perencanaan yang telah dibuat. Pada aktivitas ini dilakukan koordinasi seluruh aktivitas dan menciptakan kerjasama dari semua arah, sehingga organisasi dapat menjalankan tujuannya dengan lancar dan efektif (Akbar, 2018). Dari hasil penelitian penulis, demi menjaga keamanan yang membuat aktivitas pariwisata tutup membuat perencanaan yang telah dibuat sebelum adanya pandemi covid-19 oleh pengurus desa wisata cibuntu harus diberhentikan juga. Sehingga para karyawan tidak bekerja dulu karena tutup, namun sebagian masih ada yang bekerja dilapangan untuk perawatan desa wisata cibuntu.

Itupun tidak banyak yang dipekerjakan karena pada tahun 2020 hingga 2021 keuangan desa wisata cibuntu benar-benar di manage dengan baik. Para mantan karyawan atau pengurus desa wisata cibuntu masih tetap bekerja sebagai petani dan peternak yang merupakan pekerjaan utama mereka sebelum menjadi karyawan atau pengurus desa wisata cibuntu. Mungkin ada juga yang akhirnya mencari pekerjaan diluar juga tetapi setelah desa Wisata dibuka lagi mereka banyak yang kembali bekerja disini karena kembali di rekrut.

d. Memantau Progres Pengunjung dan Mengawasi Pengunjung yang Datang Harus Sesuai Dengan Protokol Kesehatan

Controlling atau pengawasan adalah sebuah aktivitas pengawasan yang harus dilakukan demi mencapainya kerjasama yang baik antar anggota. Pengawasan dilaksanakan untuk mencahitahu hasil yang telah dilaksanakan dalam pekerjaan, agar menghindari kekeliruan dan bila dibutuhkan segera melakukan sikap yang tegas untuk menyelesaikan masalah kekeliruan yang ada (Akbar, 2018). Kegiatan controlling yang dilakukan oleh pengurus desa wisata cibuntu yang telah diamati dari hasil penelitian penulis yaitu tetap

memantau progress banyak nya jumlah pengunjung yang datang dan memantau protokol kesehatan yang ditetapkan, karena pada saat new normal tempat wisata baru dibuka kembali setelah sekian lama tutup.

Pengurus desa wisata cibuntu mengontrol program seperti biasanya namun karena pandemi tidak ada pengunjung yang datang karena tutup jadi hanya menyiapkan aturan-aturan baru yaitu seperti penerapan prokes ketika Desa Wisata Cibuntu dibuka kembali di Era New Normal, dan ketika sudah dibuka petugas kami selalu mengawasi pengunjung untuk selalu memakai masker di area wisata, menjaga jarak, mengecek suhu tubuh sebelum masuk ke arena wisata dan menyediakan hand sanitizer. Lalu nanti nya para pengurus desa wisata cibuntu yaitu Pokdarwis mengadakan rapat untuk melakukan evaluasi program yang berjalan bersama perangkat desa cibuntu dan masyarakat seperti ketua RT dan RW. Evaluasi biasanya dilakukan ketika ada yang harus di bicarakan untuk mengoptimalkan desa wisata cibuntu ke depan nya.

Manajemen strategi yang dilakukan pada saat pandemi Covid-19 bisa dibilang berhasil karena banyak tempat wisata yang gulung tikar akibat tidak bisa mengembalikan modal usaha nya dikarenakan tempat wisata yang diharuskan tutup lumayan lama dan setelah dibuka pun pengunjung yang datang dibatasi tidak boleh 100% full. Hal itu dilakukan agar tetap menjaga sosial distancing antar pengunjung. Namun ditengah pandemi yang membuat situasi rumit, desa wisata cibuntu mampu bertahan hingga saat ini.

Menurut hasil pengamatan penulis menunjukkan, ditengah pandemi Covid-19 yaitu pada tanggal 14 Desember 2021 Desa Wisata Cibuntu meraih penghargaan Anugerah Desa Wisata 2021 dalam kategori Desa Wisata Mandiri Inspiratif. Hal itu dikarenakan masyarakat desa cibuntu meskipun ditengah pandemi Covid-19 mampu membangun menuangkan ide-de baru nya untuk pengembangan potensi

yang ada di desa sebagai Desa Wisata contoh nya yang dapat dijadikan usaha untuk masyarakat nya sendiri.



Gambar 3. 8 Penerimaan reward desa wisata cibuntu sebagai desa wisata mandiri inspiratif pada tahun 2021

Sumber : instagram @pesonacibuntu

Menurut hasil penelitian penulis, penilaian reward yang diberikan kepada desa wisata cibuntu dilihat dari sisi lingkungan yang masyarakat nya ramah dan bersih, dari sisi Pendidikan juga masyarakat nya masih memikirkan bahwa Pendidikan itu penting dan potensi-potensi yang ada di Desa, terutama terhadap taraf hidup masyarakat akibat adanya dampak positif yang dirasakan masyarakat dari adanya Desa Wisata. reward yang didapatkan oleh desa wisata cibuntu pada tanggal 14 desember dari penghargaan Anugerah Desa Wisata 2021 dalam kategori Desa Wisata Mandiri Inspiratif membuat adanya perubahannya sangat dirasakan, yaitu Desa Wisata Cibuntu lebih dikenal oleh masyarakat luas, banyak pengunjung yang datang karena rasa penasaran mereka ingin tahu tentang Desa Wisata Cibuntu yang pernah mendapatkan reward tersebut sehingga banyak juga tamu yang melakukan studi banding.

Hal tersebut dirasakan juga oleh desa wisata kampung saribu gonjong pada riset terdahulu yang berjudul Strategi Pengembangan Penginapan Lokal (Homestay) Untuk Mendukung Desa Wisata Kampung Saribu Gonjong, Kabupaten Lima Puluh Kota (Yuliani & Abdi, 2022). Desa wisata kampung saribu gonjong mendapatkan reward pada tahun 2021 ditengah pandemi Covid-19 sebagai juara 4 dari Anugerah Desa Wisata tahun 2021 dengan kategori homestay. Desa wisata kampung saribu

gonjong mampu mengembangkam homestay mereka ditengah pandemi covid-19 yang tentunya tidak mudah.

Terdapat kesamaan riset terdahulu dengan riset penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu sama-sama mengembangkan desa wisata yang dilakukan oleh masyarakat, khusus nya pada bidang homestay yang merupakan homestay tersebut adalah rumah milik warga. Perbedaan nya antara riset terdahulu dan riset yang dikerjakan ole penulis yaitu penelitian terdahulu memenangkan reward dengan kategori homestay sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis memenangkan kategori desa wisata mandiri inspiratif dan setelah mendapatkan penghargaan tersebut desa wisata kampung saribu gonjong tertulis pada bagian ancaman penelitian adalah tidak ada kemajuan yang signifikan setelah mendapatkan reward, sedangkan desa wisata cibuntu setelah mendapatkan reward pada tahun 2021 masyarakat nya semakin bersemangat untuk terus mengembangkan potensi desa sehingga desa wisata cibuntu semakin dikenal oleh masyarakat luas.

BAB IV

PENUTUP

Peneliti sudah melakukan penelitian yang dipaparkan pada bagian temuan dan pembahasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi Desa Wisata Cibuntu di masa new normal. Pada bab ini peneliti akan menuliskan kesimpulan, keterbatasan peneliti dan saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

Untuk mengetahui pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi desa wisata cibuntu, peneliti menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran STP, Strategi Komunikasi Pemasaran 7P dan Manajemen Strategi pada saat Pandemi Covid-19.

1. Strategi Komunikasi Pemasaran STP

Strategi Komunikasi Pemasaran *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* digunakan karena strategi tersebut paling sesuai untuk mengetahui pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi desa wisata di era new normal sehingga masih bertahan hingga saat ini. Strategi Segmentasi yang diterapkan desa wisata cibuntu disesuaikan dengan tempat wisata yang tersedia dan melihat target mana saja yang sesuai. Lalu pada strategi targeting desa wisata cibuntu mempunyai target untuk terus tumbuh dan berkembang dari hasil kritikan dan saran yang ditulis oleh pengunjung melalui kuisioner yang dibagikan oleh petugas desa wisata cibuntu. Perangkat desa cibuntu juga mempunyai target untuk mensejahterakan masyarakat cibuntu pada bidang ekonomi khususnya ketika masa pandemi Covid-19.

Perangkat desa wisata cibuntu ingin masyarakat nya sudah terbebas dari pembayaran iuran sampah mulai dari tahun 2020 karena sudah mendapat incooms dari pariwisata, lalu rencana kedepannya juga pemerintah desa cibuntu mulai mendata masyarakat yang kurang mampu akan terbebas dari pajak bumi dan bangunan. Pada strategi yang terakhir yaitu positioning, desa wisata cibuntu terus berkembang untuk membuat kesan bagus di mata masyarakat. Terbukti dari pencapaian beberapa reward yang sudah diterima oleh desa wisata cibuntu. Terutama reward yang dicapai pada tahun 2021 disaat pandemi Covid-19 sebagai desa wisata mandiri inspiratif pada anugerah desa wisata 2021. Desa wisata cibuntu juga bisa dibilang berhasil dalam mendapatkan kesan baik dari pengunjung yang dilihat dari pengunjung yang berkunjung berulang kali, contohnya seperti

pengunjung dari Taruna Bhakti Bandung yang sudah mengunjungi desa wisata cibuntu sebanyak 3 kali dan bulan maret tahun 2023 merupakan kunjungan yang ke 4 kali.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran 7P

Strategi pemasaran 7P merupakan bagian dari pemasaran. Peneliti menggunakan strategi 7P untuk mengetahui bagaimana pengembangan strategi komunikasi dalam mempertahankan eksistensi Desa Wisata Cibuntu di masa new normal karena untuk mengetahui elemen yang menjadi dasar untuk merancang sebuah strategi pemasaran berupa *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Desa wisata cibuntu mempunyai produk berupa cinderamata khas desa wisata seperti mobil-mobilan, kujang, dan gantungan. Ada juga produk dari tanah liat berupa asbak, vas bunga dan gerabah. Tidak hanya produk berupa barang saja, desa wisata cibuntu juga mempunyai produk berupa minuman yang bernama jasreh. Jasreh terbuat dari rempah-rempahan hasil pertanian yang ada di desa wisata cibuntu yaitu jahe dan sereh. Biasanya jasreh dihidangkan ketika ada tamu undangan datang.

Harga yang ditetapkan pada tiket yang dijual untuk kawasan wisatanya bisa terbilang sangat terjangkau, karena untuk memasuki kawasan desa wisata cibuntu hanya memerlukan biaya dibawah Rp. 20.000,00 saja. Kecuali untuk kawasan camping ground yang harus membayar Rp. 200.000,00 – Rp. 500.000,00 untuk satu malamnya. Lokasi desa wisata cibuntu bisa terbilang strategis karena memiliki akses jalan yang bagus dan tersedia di google maps. Untuk tempat wisata yang paling banyak diminati yaitu kolam renang karena mempunyai air yang segar dan alami berasal dari gunung ciremai. Terdapat kelompok – kelompok dalam mengelola potensi desa wisata cibuntu seperti pokdarwis yang membantu dalam pariwisata, kelompok ternak yang bertugas mengurus peternakan kambing, lalu kelompok wanita tani dan tani sehat yang berperan membuat makanan/minuman khas cibuntu, dan untuk kelompok tani sehat mencoba untuk membuat tanaman dari bahan organik.

Cara promosi desa wisata cibuntu menggunakan dua cara yaitu Direct Marketing dan Personal Selling. Pada Direct Marketing desa wisata cibuntu mempromosikan melalui sosial media youtube, instagram, dan website. Sedangkan

pada Personal selling tim pemasaran desa wisata cibuntu biasanya melakukan promosi langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah. Untuk strategi proses, desa wisata cibuntu sedang berproses melakukan inovasi pada bidang pertanian yang sudah mulai mencoba menggunakan pupuk organik dan membuat minuman bernama jasreh. Di desa wisata cibuntu juga menyediakan jasa guide bagi para tamu undangan.

3. Manajemen Strategi Pada Saat Pandemi Covid-19 Dalam Mempertahankan Eksistensi Desa Wisata

Untuk mengetahui manajemen strategi yang dilakukan Desa Wisata Cibuntu dalam mempertahankan eksistensi desa wisata di masa pandemi Covid-19, desa wisata cibuntu awalnya membuat sebuah planning yang merancang program sesuai dengan protokol kesehatan dari pemerintah. Seperti pembuatan pos kesehatan, pengecekan kesehatan kepada pengunjung, memperketat mobilitas masyarakat, menutup tempat wisata sesuai jadwal dan menyediakan fasilitas CHSE (*Cleanliness, Health, Safety dan Sustainability*). Strategi yang kedua membuat tahapan organizing, dimana pengurus desa wisata cibuntu yaitu pokdariws mengajalakan fungsi dan tugas nya masing-masing .

Strategi yang ketiga yaitu actuating, para pengurus desa wisata cibuntu melakukan aktivitas sesuai dengan keadaan ketika pandemi covid-19, seperti pemberhentian karyawan karena tempat wisata tutup. Namun sebagian karyawan masih ada yang bekerja dilapangan untuk perawatan desa wisata cibuntu. Dan strategi yang terakhir yaitu controlling, memantau progres pengunjung dan mengawasi pengunjung yang datang harus sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku. Manajemen strategi yang dilakukan desa wisata cibuntu bisa dibilang berhasil karena bisa bertahan ketika masa pandemi Covid-19 bahkan mendapatkan reward sebagai desa wisata mandiri inspiratif pada penghargaan Anugerah Desa Wisata 2021 dan masih bertahan hingga saat ini.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini pada penjelasan 7p bagian proses. Peneliti hanya bisa menjelaskan proses kelompok tani sehat desa wisata cibuntu dalam pengalihan pupuk kimia terhadap pupuk organik, namun belum terlihat hasilnya karena penelitian ini dilakukan ketika pandemi Covid-19 yang dimana kegiatan yang sedang berproses berhenti sementara.

C. Saran

1. Saran Untuk Pemerintahan Desa

Saran peneliti untuk pemerintahan desa Cibuntu yaitu terus memotivasi warga nya agar terus mengasah kreatifitas mereka sehingga bisa terus berkreasi melakukan inovasi-inovasi yang berkelanjutan untuk memajukan desa wisata cibuntu dan bermanfaat bagi perekonomian warga Cibuntu. Terus melakukan evaluasi dan pemantauan program-program yang sedang dijalankan agar program-program yang telah dibuat berjalan dengan optimal.

2. Saran Untuk Kelompok Sadar Wisata

Pokdarwis desa wisata cibuntu khusus nya untuk divisi pemasaran harus lebih memaksimalkan pemasaran, terutama pada sosial media. Membuat konten-konten yang menarik dan konsisten dalam pembuatan konten. Pokdarwis desa wisata cibuntu juga harus selalu memberikan contoh kepada masyarakat setempat sebagai penggerak dan pengelola utama agar masyarakat setempat termotivasi untuk meberikan inovasi-inovasi yang lebih kreatif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Andajani., & Erna. (2018). *Manajemen Desa Wisata*. Sidoarjo : Indomedia Pustaka
- Ashoer, M., & Revida. E. (2021). *Ekonomi Pariwisata : Medan* : Yayasan Kita Menulus
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata*. Jakarta : Prenamedia Group
- Hendrayani, E. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: EP Press Digimedia.
- Rohman, A. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen*. Malang : Inteligensia Media
- Sale, M., & Said. M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media
- Saparso. (2021). *Marketing Process Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Ukrida Press
- Utama, G. B. R. U. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Jurnal :

- Afina, R., Qatrunnada, H., Kirani, H. A., Kencana, W. H., Budilaksono, S., Febrianty, & Gantina, D. (2022). *Strategi Marketing Desa Wisata Berbasis Informasi dan Teknologi*. *Jurnal Ikraith Teknologi*, VI, 8-9.
- Alifah. F. N. (2019). *Pengembangan Strategi Pembelajaran Afektif*. V, 79-81
- Dewi, M. H. (2013). *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwuh Tabanan, Bali*. III, 131.
- Febriana, N., & Merinawati. (2021). *Manajemen Strategi Pengelolaan Desa Agrowisata Oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Watesari Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo*. 30-34.
- Latianingsih, N., Mariam, I., Susyanti, D. W. (2019). *Model Pengembangan Kebijakan Desa Wisata dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kegiatan Homestay di Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan Jawa Barat*. *Jural Law & Justice*. IV, 36-37
- Nurlena., Musadad., Ratna, R. (2018). *Implementasi Strategi STP (Segmentation, Targeting & Positioning) Di Desa Wisata Dome, Sleman, Yogyakarta*. 245-247.
- Putri, R. N. A., & Andhita, P. R. (2021). *Strategi Komunikasi Krisis Pengelola Desa Wisata Dam Jati Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. IV, 238-239

- Ramadhani, T., & Hariyanti, P. (2021). Analisis Komunikasi Partisipatif Dalam Pengelolaan Desa Wisata Sindoro Tlahab “Dewi Sinta” Di Temanggung. 343.
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). Penerapan Manajemen POAC : Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen POAC), III, 319-322.
- Titing, K., Afriza, L., Fajri, K. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, II, 12-17.
- Utami, D. P., Melliani, D., Maolana. F. N., Marliyanti, F., Hidayat, A. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi. *Jurnal Inovasi Penelitian*. I
- Virgilenna, S., & Anom, P. (2018). Strategi Pemasaran Pariwisata Sembalun Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. VI, 172.
- Yuliani, R., & Abdi, M (2022). Strategi Pengembangan Penginapan Lokal (Homestay) Untuk Mendukung Desa Wisata Kampung Saribu Gonjong, Kabupaten Lima Puluh Kota. XVI, 75-76.

Skripsi :

- Akbar. (2018). Pengembangan Desa Wisata Budaya Berbasis Masyarakat Di Dusun Sade Desa Rembitan Kabupaten Lombok Tengah. SKRIPSI. 40-45
- Arifka. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun). SKRIPSI. 25-30
- Merzack. (2021). Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Wisata Kelor Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta. SKRIPSI. 7-16
- Nurdin. L. N. (2018). Strategi Komunikasi Partisipasi Pemangku Kepentingan Dalam Pengembangan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus : Desa Sawahab, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek). SKRIPSI. 48-50
- Tirta. Y. V. C. K., Komunikasi Pemasaran (Studi Deskriptif Pada Desa Wisata Gabungan dan Desa Wisata Brayut. SKRIPSI. 35-50

Website :

Riani, A. (2021, Desember 14). *Desa Wisata Cibuntu di Kuningan yang Pesonanya Diakui Dunia Internasional*. Retrieved from liputan6.com

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4742985/desa-wisata-cibuntu-di-kuningan-yang-pesonanya-diakui-dunia-internasional>

Sishi. (2020, Agustus 28). *Desa Wisata Cibuntu Kuningan Miliki Wisata Alam, Sejarah, dan Budaya*. Retrieved from Indonesiatripnews.com.

<https://indonesiatripnews.com/perjalanan-wisata/desa-wisata-cibuntu-kuningan-miliki-wisata-alam-sejarah-dan-budaya/>

Triyono, L. (2020, Juli 13). *Pandemi Covid-19 Lumpuhkan Pariwisata*. Retrieved from voaindonesia.com

<https://www.voaindonesia.com/a/pandemi-covid-19-lumpuhkan-pariwisata-/5501168.html>

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan 1

Nama Informan: Ibnu Sungkawa /Sekretaris Desa Cibuntu

Hari/Tanggal: Jumat/28 Oktober 2022

Waktu: 09.00-10.30

Lokasi: Kantor Pemerintahan Desa Cibuntu

Keterangan

P : Penulis

I : Informan

P : Bagaimana tahap awal pembuatan program dan strategi dalam melihat peluang yang ada di Desa Cibuntu untuk dijadikan Desa Wisata?

I : Pada mulanya dari mahasiswa STP Trisakti ingin membuat Desa Wisata berbasis masyarakat, jadi yang pertama dibuat yaitu konsep homestay, lalu pembuatan POKDARWIS yang berasal dari masyarakat, kemudian Desa Cibuntu mempunyai sisi penunjang nya dari sejarah desa, kampung kambing, situs bersejarah dan camping..

P : Bagaimana menjalankan aturan dan strategi yang telah ditetapkan dapat berjalan dengan maksimal?

I : Menjalankan prinsip kebersamaan, karena kan dari awal kami sudah menanyakan kepada forum, apakah mau Desa Cibuntu dijadikan Desa Wisata, dan forum menyatakan mau sehingga bisa berjalan hingga saat ini.

P : Bagaimana evaluasi yang dilakukan terhadap program yang telah dijalankan?

I : Evaluasi pasti kami lakukan namun tidak harus secara resmi, misal kami mengobrol sambil meminum kopi sambil melakukan evaluasi mengenai program Desa Wisata Cibuntu agar lebih berbenah lagi kedepan nya.

P : Apakah komunikasi berperan dalam pemasaran Desa Wisata Cibuntu?

I : Otomatis, oleh karena itu kami memilih dan menetapkan tim marketing yang betul-betul komunikatif dan tim marketing tersebut dalam memutuskan segala bidang pemasaran harus melapor dulu kepada ketua POKDARWIS. Lalu kami juga ada paguyuban IWACI yaitu Ikatan Warga Cibuntu yang berada di luar kota yang ikut serta dalam hal pemasaran Desa Wisata Cibuntu.

P : Apakah komunikasi berperan dalam pemasaran Desa Wisata Cibuntu?

I : otomatis, oleh karena itu kami memilih dan menetapkan tim marketing yang betul-betul komunikatif dan tim marketing tersebut dalam memutuskan segala bidang pemasaran harus melapor dulu kepada ketua POKDARWIS. Lalu kami juga ada paguyuban IWACI yaitu Ikatan Warga Cibuntu yang berada di luar kota yang ikut serta dalam hal pemasaran Desa Wisata Cibuntu

P : Media komunikasi apa saja yang di pakai dalam hal pemasaran Desa Wisata Cibuntu?

I : Kami menggunakan media sosial seperti Youtube, Instagram dan Website. Kami juga biasanya melakukan promosi dari mulut ke mulut, ketika bertemu dengan orang kami memberitahu keberadaan desa wisata cibuntu beserta potensinya.

P : Usia berapa yang menjadi target pengunjung desa wisata cibuntu?

- I : kami menargetkan mulai dari anak usia SD karena disana tersedia objek wisata camping ground khusus anak-anak dan kolam renang kecil khusus anak-anak. Namun untuk memasuki area desa wisata cibuntu boleh untuk semua umur.
- P : siapa sajakah target pengunjung Desa Wisata Cibuntu? Mengapa wisatawan lokal/asing?
- I : menyeluruh, tapi yang berkunjung sejauh ini banyak nya masyarakat lokal dan alhamdulillah banyak rombongan-rombongan seperti rombongan sekolah, kedinasan, dan instansi lain nya datang kesini. biasanya ada yang regular dan paket wisata seperti rombongan sekolah, perusahaan dll. Mereka berkunjung biasanya karena ingin menenangkan pikiran dari kepadatan daerah perkotaan.
- P Targetting : Apa target yang ingin dicapai dalam beberapa tahun kedepan bagi Desa Wisata Cibuntu?
- I : Karena kalo Desa Wisata itu murni yang digunakan itu yang di depan mata yaitu anggaran yang di Desa, jadi kita tidak bisa pasang target untuk beberapa tahun kedepan, kecuali ada sumber bantuan yang datangnya dari pemerintah untuk penunjang wisata, simpelnya semaksimal mungkin dengan Cibuntu menjadi Desa Wisata dapat memberikan manfaat untuk masyarakat namun dalam artian bukan berarti itu target yang paling puncak tetapi setidaknya dalam setiap tahun itu kita dapat memberikan hal yang bermanfaat bagi masyarakat contohnya sekarang masyarakat sudah terbebas dari pembayaran iuran sampah mulai dari tahun 2020 karena sudah mendapat incooms dari pariwisata, lalu rencana kedepannya mungkin kedepan nya kita sudah mulai mendata bahwa masyarakat yang kurang mampu akan terbebas dari pajak bumi bangunan. Kalau untuk Desa Wisata nya mungkin kami akan memperbaiki segala kritikan yang masuk dari para pengunjung seperti dalam sistem pelayanan, kebersihan dan penambahan fasilitas lain nya di area wisata.
- P : Positioning : Apakah Desa Wisata Cibuntu sudah memiliki atau mendapatkan kesan dari masyarakat?
- I : Kesan itu kan merupakan hal yang variatif, tentunya itu hal yang pasti bahwa orang yang berkesan dengan Desa Wisata Cibuntu banyak namun tidak menutup kemungkinan juga ada yang sedikit merasa kurang pas dengan cibuntu, namun bisa dibilang keberhasilan pariwisata itu bisa dilihat dari pengunjung yang berkunjung ulang ke Desa Wisata Cibuntu contoh nya seperti Taruna Bhakti bandung mereka sudah mengunjungi Desa Wisata Cibuntu sebanyak 3x dan bulan maret tahun depan merupakan kunjungan mereka yang ke 4x. Namun ada juga yang memberikan saran dan kritikan karena kami biasanya membagikan kuisisioner kepada pengunjung yang datang.
- P : Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah Desa Cibuntu agar Desa Wisata dikenal oleh masyarakat luas? Apakah ada fungsi bagian pemasaran khusus nya?
- I : Ada, Desa Wisata membentuk tim bagian marketing yang dilakukan oleh Pokdarwis
- P : Planning : apa langkah – langkah yang dilakukan dalam mengelola Desa Wisata Cibuntu khususnya pada saat pandemi Covid-19 dan di era new normal sehingga masih bisa bertahan hingga saat ini?
- I : Membuat penjagaan pos masuk, memperketat mobilisasi masyarakat dan untuk tempat pariwisata nya itu sesuai dengan petunjuk pemerintah, kalau waktu nya tutup ya

tutup, kalo buka ya buka, terus kami menyediakan fasilitas CHSE yaitu Cleanliness, Health, Safety, dan Sustainability.

P : Organazing : bagaimana peraturan yang ditetapkan pada saat pandemi Covid-19 dan di era new normal?

I : Kami menerapkan peraturan sesuai dengan yang pemerintah tetapkan, membatasi jumlah pengunjung, menjaga kebersihan dan menjaga jarak.

P : Actuating : Apa yang dilakukan oleh petugas Desa Wisata Cibuntu ketika masa pandemic Covid-19 dan di era new normal?

I : Untuk sementara mereka tidak bekerja dulu karena kan tutup tapi sebagian yang bekerja di lapangan masih bekerja untuk perawatan Desa Wisata Cibuntu sehingga pada tahun 2020 hingga 2021 keuangan itu benar-benar di manage dan ketika di Era new normal para petugas yang diberhentikan itu Kembali di rekrut.

P : Controlling : Bagaimana cara yang dilakukan untuk mengontrol program yang telah dibuat pada saat new normal?

I : Kami tetap memantau progress banyak nya jumlah pengunjung yang datang dan memantau protokol kesehatan yang ditetapkan, karena kan pada saat new normal tempat wisata baru dibuka kembali setelah sekian lama tutup.

P : Upaya apa yang dilakukan oleh pemerintah dan pokdarwis Desa Wisata Cibuntu sehingga bisa mendapatkan penghargaan Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada Anugerah Desa Wisata 2021?

I : Kalau desa wisata cibuntu itu kan datang dari kesungguhan pemerintah desa dan masyarakat, jadi tidak 100% bergantung dari pemerintah, dari situ muncul lah ide-ide dan perencanaan yang dikelola oleh pemerintah desa dan masyarakat nya.

P : Apa saja perubahan yang terjadi di Desa Wisata Cibuntu setelah mendapat penghargaan Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada Anugerah Desa Wisata 2021?

I : Perubahan nya mungkin pengunjung nya jadi lebih beragam, maksudnya dari komunitas-komunitas yang tadinya yang belum pernah datang ke Desa Wisata Cibuntu jadi pada datang kesini karena mereka mungkin penasaran bagaimana sih Desa Wisata Cibuntu sehingga bisa mendapatkan Award tersebut.

TRANSKIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan 2

Nama Informan: Dadi Kurniadi/Ketua Pokdarwis Desa Wisata Cibuntu

Hari/Tanggal: Kamis/3 November 2023

Waktu: 09.00-11.00

Lokasi: Kantor Pemerintahan Desa Cibuntu

Keterangan

P : Penulis

I : Informan

P : Apa saja fungsi bagian pemasaran khusus?

I : Melakukan pemasaran melakukan Media Sosial salah satu nya dan Desa Cibuntu setiap tahun nya rutin mengadakan event tahunan yaitu Gelar Budaya Sedekah Bumi setiap tanggal 22 Oktober 2022 yang mengundang tamu penting seperti para pejabat provinsi, kabupaten dll yang dilakukan oleh tim Humas dan Marketing.

P : Kenapa fungsi dari bagian pemasaran khusus sangat berperan penting dalam hal promosi Desa Wisata Cibuntu?

I : Karena mereka yang mempromosikan Desa Wisata Cibuntu agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat diluar sana.

P : Produk : apa saja produk yang dijual?

I : Kerajinan dari tanah liat yaitu gerabah, vas bunga, asbak, lalu kerajinan bambu seperti angklung, seruling dll, ada juga cinderamata seperti kujang, capstock gantungan, dan mobil-mobilan. Ada juga produk minuman yaitu bernama Jasreh yang terbuat dari Jahe dan Sereh biasanya disajikan ketika ada tamu undangan datang dan dijual juga di sekitar tempat Wisata, ada juga olahan makanan hasil dari pertanian Desa Wisata Cibuntu yang terbuat ubi dan pisang, itu biasanya kami sediakan hanya untuk tamu yang datang.

P : Produk : Produk-produk tersebut biasanya dijual kemana?

I : untuk produk dari tanah liat itu hanya untuk edukasi kepada anak – anak sekolah yang datang atau kami dipanggil ke tempat mereka, belum kami jual karena belum ada tempat bakaran nya, kalau untuk kerajinan bambu kami jual hanya untuk pesanan dari luar dan untuk cinderamata kami jual disekitar kawasan wisata.

P : Price : Berapa harga oleh-oleh dan tiket setiap objek wisata?

I : tiket masuk kawasan wisata : 7ribu rupiah dan untuk wisata Kolam renang 15ribu untuk dewasa dan 10ribu untuk anak-anak. Untuk harga angklung itu satu set nya berkisar 3 juta rupiah dan harga 1 buah seruling itu berkisar 25 ribu rupiah.

P : objek wisata apa yang paling banyak diminati oleh pengunjung?

I : Kolam Renang, karena meskipun kolam renang nya kecil namun air nya itu alami sehingga segar dan bersih karena langsung dari mata air Gunung Ciremai .

P: siapa yang mengelola objek wisata? Mengapa oleh perangkat desa/pokdarwis?

- I: Ya jadi pokdarwis itu kan dibuat oleh pemerintahan Desa, jadi tugas nya membantu desa dalam pariwisata, mengedukasi masyarakat agar masyarakat sadar berwisata dan menyampaikan pencapaian program yang telah di jalankan kepada pemerintahan Desa.
- P : People : apakah terdapat organisasi pada bidang pertanian dan peternakan?
- I : tentu ada, di Desa Wisata Cibuntu terdapat kelompok ternak, kelompok wanita tani dan kelompok tani sehat. Untuk kelompok wanita tani mereka memiliki peran untuk membuat oleh-oleh khas Cibuntu seperti Jasreh dan penyedia di bidang makanan khas Desa Cibuntu, untuk kelompok tani sehat mereka mencoba untuk beralih pada proses pembuatan tanaman organik jadi sedikit-sedikit meninggalkan bahan kimia dan beralih ke organik dan hasilnya nanti dijual di sekitar wisata sebagai oleh-oleh pertanian dari Desa Wisata Cibuntu, dan untuk kelompok ternak mereka bertugas dalam mengurus peternakan kambing contoh nya mengolah kotoran kambing menjadi pupuk untuk tanaman.
- P : apakah melakukan Kerjasama dengan pihak lain dalam hal promosi?
- I : iya, melakukan kerjasama dengan agent travel dan dengan provider oyo untuk pemasaran homestay Desa Wisata Cibuntu.
- P : Physical evidence : adakah fasilitas pendukung disetiap objek wisata untuk menarik para wisatawan?
- I : kami menyediakan jasa guide namun hanya untuk wisatawan rombongan.
- P : Process : proses apa saja yang sedang dilakukan oleh pengolah desa wisata cibuntu dalam mengembangkan potensi?
- I : dalam bidang pertanian, kelompok tani sehat perlahan-lahan meninggalkan bahan kimia dan beralih ke pupuk organik dari kotoran kambing. Kelompok tani sehat juga berhasil membuat minuman bernama jasreh dari hasil pertenaian mereka yang terbuat dari jahe dan sereh untuk disajikan dan dijual kepada para tamu/pengunjung.
- P : Bagaimana keadaan desa Wisata Cibuntu ketika masa pandemi covid-19?
- I : selama pandemi Covid-19 kami tutup selama 2 tahun kurang lebih, karena kan memang semua tempat wisata saat pandemi diwajibkan tutup jadi lebih banyak berbenah di dalam secara internal contohnya seperti berbenah, akhirnya ketika masa new normal dan tempat wisata sudah boleh dibuka namun harus memenuhi prokes yang sudah ditentukan oleh pemerintah.
- P : Apa saja dampak dari pandemi covid-19 yang signifikan bagi Desa Wisata Cibuntu?
- I : mungkin untuk dampak yang signifikan yaitu tidak adanya tamu yang datang sama sekali kesini dan itu dirasakan oleh semua masyarakat disini dan berdampak kepada ekonomi warga, namun kita bisa mengatasi dengan berjualan kerajinan khas desa wisata Cibuntu melalui online.
- P : Apakah terdapat perbedaan pengunjung sebelum dan sesudah pandemi Covid-19?
- I : iya, hingga saat ini pun masih belum stabil dan jumlah pengunjung turun hampir 40% dari biasanya.
- P : Apakah ada data jumlah pengunjung sebelum dan sesudah pandemic Covid-19?
- I : ada nanti saya kirimkan melalui whatsapp.

- P : Planning : apa langkah – langkah yang dilakukan dalam mengelola Desa Wisata Cibuntu khususnya pada saat pandemi Covid-19 dan di era new normal sehingga masih bisa bertahan hingga saat ini?
- I : ketika tutup karena pandemi kami lebih banyak berbenah di internal, kami tetap merawat fasilitas yang sudah ada agar tetap terjaga, sehingga pada saat situasi sudah normal Kembali dan wisata sudah boleh dibuka kami sudah siap dalam menerima para wisatawan kembali. Pemerintah dan pokdarwis desa Wisata Cibuntu terus memotivasi warga nya agar lebih banyak lagi yang terlibat dalam kesenian, kerajinan, kuliner, dan guide sehingga komunikasi itu terus dilakukan demi mempertahankan penghargaan yang telah diterima oleh di desa wisata Cibuntu agar terus berkelanjutan karena kami memberikan kesempatan seluas-luas nya kepada masyarakat untuk mengembangkan ide nya sebagai penunjang wisata.
- P : Organazing : bagaimana peraturan yang ditetapkan pada saat pandemi Covid-19 dan di era new normal?
- I : kami mengurangi jumlah pengunjung karena kami selalu mengacu acuan dari pemerintah. Untuk jumlah pengunjung pada saat dibuka kembali kami membatasi hanya 30% pengunjung, kemudian setelah situasi sudah mulai semakin baik kami naikan menjadi 50%.
- P : Organazing : Apakah ada pembuatan aturan prokes selama pandemi? Seperti poster contohnya
- I : ada kami membuat poster mengenai aturan prokes kesehatan dari pemerintah.
- P : Actuating : Apa yang dilakukan oleh petugas Desa Wisata Cibuntu ketika masa pandemic Covid-19 dan di era new normal?
- I : karena ketika pandemi seluruh kegiatan pariwisata tutup, warga kami kembali ke kesibukan seperti biasanya. Para warga masih tetap menjalankan pekerjaan sebelum Desa Cibuntu dijadikan Desa Wisata yaitu menjadi petani dan peternak kambing. Mungkin ada juga yang akhirnya mencari pekerjaan diluar juga tetapi setelah desa Wisata dibuka lagi mereka banyak yang kembali bekerja disini.
- P : Controlling : Bagaimana cara yang dilakukan untuk mengontrol program yang telah dibuat pada saat new normal?
- I : kami mengontrol program seperti biasanya namun karena pandemi tidak ada yang pengunjung yang datang karena tutup jadi kami hanya menyiapkan aturan-aturan baru yaitu seperti penerapan prokes ketika Desa Wisata Cibuntu dibuka kembali di Era New Normal, dan ketika sudah dibuka petugas kami selalu mengawasi pengunjung untuk selalu memakai masker di area wisata, menjaga jarak, mengecek suhu tubuh sebelum masuk ke arena wisata dan menyediakan hand sanitizer.
- P : Apa kendala yang dihadapi ketika Desa Wisata dibuka Kembali pada masa New Normal?
- I : kendala yang dihadapi mungkin tidak ada karena masyarakat pun sudah tau aturan penerapan prokes, kendala nya hanya pada jumlah pengunjung saja yang mengalami penurunan.
- P : bagaimana cara pemasran yang dilakukan agar pengunjung dapat normal Kembali seperti sebelum adanya pandemic Covid -19 ?

- I : tim bagian pemasaran mencoba untuk mendatangi sekolah-sekolah, perusahaan, dan melakukan komunikasi Kembali dengan agent travel yang sebelumnya sudah melakukan Kerjasama.
- P : Upaya apa yang dilakukan oleh pemerintah dan pokdarwis Desa Wisata Cibuntu sehingga bisa mendapatkan penghargaan Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada Anugerah Desa Wisata 2021?
- I : Desa Wisata Mandiri Inspiratif itu kan artinya Desa Wisata yang penduduk nya dapat terus menuangkan ide-de baru nya untuk pengembangan potensi yang ada di desa sebagai Desa Wisata contoh nya yang dapat dijadikan usaha untuk masyarakat nya sendiri. Jadi Desa Wisata Cibuntu ini layak mendapatkan reward Desa Wisata Mandiri Inspiratif itu karena sebelum nya kami juga sudah mendapatkan beberapa reward yaitu sebagai Desa Wisata terbaik ke-5 se-ASEAN pada bidang homestay pada tahun 2016. Pada tahun 2017 juga desa Wisata Cibuntu masuk sebagai desa wisata terbaik peringkat ke-2 di Indonesia dalam perhelatan Community Based Tourism (CBT) Kementerian Pariwisata Indonesia dan pada tahun 2019 Desa Wisata Cibuntu juga mendapat penghargaan green dari Indonesia Sustainable Tourism Award atau ISTA Award 2019 dalam kategori Tata Kelola Destinasi. Dari penghargaan-penghargaan yang telah di dapat oleh Desa Wisata Cibuntu masyarakat dan pengelola nya tidak merasa puas sehingga masyarakat nya terus mengelola dan berinovasi agar Desa Wisata ini terus maju dan berkelanjutan.
- P : Apa saja perubahan yang terjadi di Desa Wisata Cibuntu setelah mendapat penghargaan Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada Anugerah Desa Wisata 2021?
- I : perubahan nya sangat dirasakan, yaitu Desa Wisata Cibuntu lebih dikenal oleh masyarakat luas, banyak pengunjung yang datang karena rasa penasaran mereka ingin tahu tentang Desa Wisata Cibuntu yang pernah mendapatkan reward tersebut sehingga banyak juga tamu yang melakukan studi banding.
- P : Apa saja aspek yang menjadi penilaian dalam penghargaan Desa Wisata Mandiri Inspiratif pada Anugerah Desa Wisata 2021?
- I : sisi lingkungan yang masyarakat nya ramah dan bersih, dari sisi Pendidikan juga masyarakat nya masih memikirkan bahwa Pendidikan itu penting dan potensi-potensi yang ada di Desa, terutama terhadap taraf hidup masyarakat akibat adanya dampak positif yang dirasakan masyarakat dari adanya Desa Wisata.