

KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA DI “NEPAL VAN JAVA” DUSUN BUTUH, KABUPATEN MAGELANG

Lintang Zeny Setyaningrum^{1*}, Andre N. Rahmanto², Basuki Agus Suparno³

^{1,2,3}Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Email Korespondensi : lintangzeny@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat secara global dan saat ini menjadi sumber pekerjaan dan mata pencaharian bagi banyak orang. Pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan dari pembangunan masyarakat lokal dan pembangunan fasilitas pendukungnya. Salah satu faktor keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata adalah komunikasi. Melalui komunikasi peluang keterkenalan suatu destinasi wisata akan terbuka semakin lebar dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata dan menjelaskan partisipasi masyarakat dan memahami model perencanaan komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Dusun Butuh, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pariwisata pemerintah Kabupaten Magelang dalam mengembangkan destinasi wisata adalah dengan membentuk beberapa desa wisata, membina Pokdarwis, dan mengembangkan partisipasi masyarakat pada daerah destinasi wisata yang melibatkan stakeholder pemerintah dan akademisi melalui pengabdian masyarakat. Simpulan penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Nepal Van Java di Kabupaten Magelang dilakukan dengan cara membina dan memberdayakan Pokdarwis, melibatkan partisipasi masyarakat sekitar destinasi wisata, dan melakukan beberapa event, serta membuat paket Wisata Agro-Cultural. Adapun saran nya adalah untuk Pengurus Pokdarwis harus melihat peran sosial media yang mampu menjadi platform pariwisata sehingga pengelolaan media sosialnya pun harus juga harus terencana dan terarah.

Kata Kunci : Komunikasi; Pariwisata; Destinasi; Desa Wisata

ABSTRACT

Tourism is a rapidly growing industry globally and is currently a source of employment and livelihood for many people. Tourism development in the regions as one of the development sectors cannot be separated from the development of local communities and the construction of supporting facilities. One of the success factors in developing a tourist destination is communication. Through communication, the opportunity for the recognition of a tourist destination will be more widely known by the wider community. This study aims to describe tourism communication in the development of tourist destinations and explain community participation and understand the tourism communication planning model in the development of tourist destinations in Butuh Village, Kaliangkrik District, Magelang Regency. This study uses a qualitative method. The results showed that the tourism communication of the Magelang Regency government in developing tourist destinations was by forming several tourist villages, Pokdarwis, and developing community participation in tourist destinations involving government and academic stakeholders through community service. The conclusions of the study indicate that tourism communication in the development of Nepal Van Java tourist destinations in Magelang Regency is carried out by fostering and empowering Pokdarwis, involving community participation around tourist destinations, and conducting several events, as well as making Agro-Cultural Tourism packages. The suggestion is that the Pokdarwis Management must look at the role of social media that is able to become a tourism platform so that the management of social media must also be planned and directed.

Keywords: Communication; Tourist; Destination; Tourist Village

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang penting dan juga mempunyai potensi serta peluang besar untuk dikembangkan. Perkembangan pariwisata di negara-negara berkembang, termasuk pula Indonesia diharapkan dapat membantu peluang ekonomi serta menghambat penduduk desa untuk bermigrasi ke kota. Perkembangan pariwisata juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan dimana pariwisata tersebut dikembangkan (Evita et al., 2015).

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memfokuskan kembali, merencanakan dan menerapkan kebijakan yang mendorong pengembangan sumber daya alam untuk memberi manfaat bagi masyarakat adat dan pemangku kepentingan lainnya yang mencakup pemerintah, industri, masyarakat dan para pengunjung itu sendiri. Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting untuk keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata. Kebijakan komunikasi pengembangan destinasi wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat (Yasir et al., 2019).

Pembangunan pariwisata jelas memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal, karena dukungan penduduk setempat ini sangat penting bagi industri pariwisata. Keberadaan masyarakat yang didukung dengan kepemimpinan, inovasi dan sosial capital menjadi komponen penting dalam membangun destinasi wisata yang cerdas (Boes et al., 2016). Masyarakat menjadi pemangku kepentingan yang paling utama dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata (Lundberg, 2017). Selain itu, pengembangan komunikasi pariwisata juga harus berbasis budaya dan kearifan lokal dengan didukung dengan pelestarian dan pembangunan lingkungan berkelanjutan (Bakti et al., 2018).

Komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal mampu memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata selama ini yang berorientasi pada hal-hal yang “modern” yang berbasiskan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Model komunikasi pemasaran berbasis pada kearifan lokal, dilakukan dalam upaya untuk memberikan alternatif pemilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh para wisatawan (Nugraha et al., 2017). Oleh karenanya, pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan dari pembangunan masyarakat lokal dan pembangunan fasilitas pendukungnya. Karena persaingan pasar pariwisata yang ketat, maka sebuah destinasi wisata harus dapat dikembangkan melalui komunikasi yang lebih inovatif agar disukai oleh wisatawan, karena permintaan wisatawan bahkan lebih bervariasi bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Genç & Genç, 2017).

Kabupaten Magelang adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang secara statistik memiliki 21 kecamatan, 5 kelurahan, dan 367 desa. Pada tahun 2020, jumlah penduduknya mencapai 1.299.859 jiwa dengan luas wilayah 1.102,93 km² (BPS Kabupaten Magelang, 2020). Kabupaten Magelang secara umum tergolong dalam dataran tinggi yang dikelilingi oleh lima gunung yakni Gunung Merapi, Merbabu, Andong, Telomoyo, dan Sumbing serta pegunungan Menoreh. Kabupaten Magelang menyimpan potensi besar dalam segi pariwisata alam terutama wisata pegunungan dataran tinggi. Berbagai obyek pariwisata seperti hutan alam, air terjun, pegunungan, perkebunan, dan dataran tinggi ada di wilayah ini. Harapannya, pemerintah daerah terus mengembangkan secara maksimal berbagai destinasi wisata baru untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Salah satu destinasi wisata baru di Kabupaten Magelang yang banyak menarik perhatian publik yaitu Nepal Van Java, yang terletak di Dusun Butuh, Desa Temanggung, Kecamatan Kianggrik, Kabupaten Magelang. Posisi Dusun Butuh sekitar 20 km dari pusat Kota Magelang. Sebelumnya, dusun Butuh bukan merupakan lokasi wisata, melainkan daerah pertanian yang didominasi oleh tanaman sayuran seperti kentang, wortel, dan kol. Pada akhir tahun 2020 Nepal Van Java mulai terkenal di kalangan masyarakat karena keindahan alamnya dan bentuk pemukimannya yang berundak, tidak mengikuti kontur tanah di kaki pegunungan melalui penyebaran media sosial.

Pemandangan yang indah, susunan rumah bertingkat, dan udara yang sejuk membuat dusun ini dianggap mirip dengan Nepal. Sejak Juni 2019, warganet kemudian menjuluki dengan “Nepal van Java”, walaupun tidak diketahui siapa yang pertama kali memviralkan nama tersebut. Meskipun julukan tersebut sudah ada sejak Juni 2019, “Nepal Van Java” baru terkenal pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19 mulai mewabah di Jawa. Mungkin masyarakat mulai bosan akibat pembatasan sosial dan mencari alternatif solusi untuk berwisata. Dan wisata alam menjadi pilihan masyarakat di musim pandemi Covid-19. Akhir tahun 2020 itu pula NvJ mulai dikunjungi ribuan wisatawan, terutama wisatawan penyuka pemandangan alam. Berdasarkan hasil survei tingkat kunjungan wisatawan lapangan di Nepal, Van Java relatif tinggi, sekitar 150 orang pada hari biasa dan 1500 orang pada akhir pekan (Aldora et al., 2021).

Salah satu cara meningkatkan dan mengembangkan pariwisata yaitu dengan melibatkan masyarakat dalam mengelola wisata membentuk organisasi kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan tentu tidak terlepas dari peranan pemerintah desa dalam pembentukan desa wisata melalui peraturan daerah yang telah disetujui oleh Bupati Pemerintah Kabupaten Magelang. Kelompok sadar wisata adalah suatu kelompok organisasi informal yang beranggotakan masyarakat yang mempunyai kepentingan dan mempunyai kepedulian terhadap daerah yang memiliki potensi wisata dan berkembang atas sadar kesadaran, ketekunan untuk ikut berpartisipasi dalam mengembangkan pariwisata lokal di daerahnya, dengan tujuan untuk meningkatkan pembangunan pariwisata lokal di daerah tersebut.

Dalam pengelolaan wisata Nepal Van Java, seluruh masyarakat desa harus mempunyai kesiapan yang salah satunya diwujudkan dengan keterlibatan secara aktif. Proses komunikasi kelompok dalam pengelolaan wisata Nepal van Java, terjadi pada saat diadakannya kegiatan pertemuan-pertemuan yang dihadiri oleh kelompok sadar wisata atau biasa disebut dengan Pokdarwis di desa wisata tersebut. Kelompok sadar wisata merupakan pelaku utama dalam mengelola wisata tersebut, selaku mengambil keputusan di desa dibentuk berdasarkan musyawarah.

Berdasarkan uraian tersebut, dalam tulisan ini peneliti menjabarkan proses komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pokdarwis setempat dalam mengembangkan destinasi wisata Nepal Van Java sebagai sebuah bentuk praktik komunikasi. Tujuan dari penelitian ini tidak lain adalah untuk menjelaskan bagaimana rangkaian komunikasi pariwisata yang dilakukan, menjelaskan bentuk partisipasi seluruh *stakeholders* yang terlibat, serta memahami model perencanaan komunikasi dalam pengembangan destinasi wisata Nepal Van Java.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif dimaksudkan guna memberikan gambaran serta pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala terjadi (Pawito, 2007). Penelitian kualitatif merupakan pendekatan dan metode untuk studi kehidupan sosial yang dialami (Saldana, 2011). Sesuai dengan definisi tersebut, penelitian ini dilakukan dengan mengikuti kaidah metode penelitian kualitatif yang dimana peneliti sendiri sebagai alat dan instrumen penelitian, menggali dan mengumpulkan data secara lebih mendalam dan intensif serta detail terhadap komunikasi pariwisata di kalangan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) kawasan Wisata Nepal Van Java yang berlokasi di Dusun Butuh, Kaliangkrik, Magelang. Subjek dalam penelitian ini merupakan Pengurus dan anggota Pokdarwis.

Jenis pendekatan dalam penelitian kualitatif ini adalah pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan metode yang mengeksplorasi sistem kontemporer terikat (sebuah kasus) maupun beberapa sistem kontemporer terikat (multi kasus) di dunia nyata sepanjang waktu, melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan banyak sumber informasi, dan melaporkan sebuah deskripsi kasus dan juga tema kasus (Creswell & Poth, 2018). Penyelidikan studi kasus: (1) Mengatasi situasi yang secara teknis berbeda; (2) Mengandalkan banyak sumber bukti-bukti; (3) Diuntungkan dari pengembangan teoritis penelitian sebelumnya (Yin, 2018).

Proses penelitian berlangsung selama tiga bulan terhitung sejak Bulan Januari 2022 hingga Bulan Maret 2022. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2014). Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti menggolongkan data yang digunakan dalam dua jenis data: (1) Data primer yang merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui wawancara. (2) Data sekunder yang merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian, termasuk jurnal ilmiah, buku, dan arsip instansi termasuk undang-undangan yang relevan dengan kajian penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembangunan pariwisata memerlukan dukungan kebijakan komunikasi, dalam hal ini formulasinya harus mempertimbangkan keserasian program nasional (Cangara, 2013). Namun demikian, desentralisasi telah memberi legitimasi kepada setiap daerah untuk memproduksi atau menghasilkan berbagai kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan daerah, termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016).

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang juga disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Tidak terkecuali Desa Wisata Temanggung yang terkenal dengan wisata Nepal Van Java. Nama Nepal Van Java pertama kali dicetuskan oleh seorang pendaki senior sekaligus wartawan yang bernama Wildan Indrawan, yang sedang mendaki Gunung Sumbing. Beliau menerbangkan sebuah alat berupa drone sehingga mampu melihat secara keseluruhan dusun Butuh dari atas, sehingga dusun ini terlihat memiliki bentuk

dan susunan rumah dari penduduk sekitar yang menyerupai pemukiman di pegunungan Himalaya Nepal.

Nepal Van Java terkenal mulai terkenal pada tahun 2020 saat pandemi Covid-19 mulai mewabah di Indonesia. Salah satu wisata baru ini menjadi salah satu yang diminati oleh masyarakat apalagi setelah kebijakan #dirumahaja mulai dilonggarkan. Masyarakat mulai bosan akibat pembatasan sosial dan mencari alternatif solusi untuk berwisata. Wisata alam ini menjadi pilihan masyarakat di musim pandemi Covid-19. Akhir tahun 2020 itu pula Nepal Van Java mulai dikunjungi ribuan wisatawan, terutama wisatawan penyuka pemandangan alam.

Setelah mulai terkenal, masyarakat Dusun Butuh melakukan berbagai pembenahan terutama terkait tempat parkir yang diperluas. Beberapa sisi dusun juga di cat sedemikian rupa agar terlihat lebih indah. Terdapat pula penambahan warung-warung yang menjajakan makanan tradisional. Beberapa homestay juga mulai didirikan di wilayah tersebut. Dari atap rumah warga menjadi spot menarik untuk melihat pemandangan Kota Magelang hingga puncak Gunung Sumbing. Keindahan ini semakin dirasa lengkap dengan udara yang sejuk, masyarakat yang ramah, dan kabut tipis yang bergerak menyelimuti dusun. *Capture*-an berbagai pemandangan ini dengan cepat menyebar dan masyarakat beramai-ramai mengunjungi Dusun Butuh.



Gambar 1 Pemandangan Nepal Van Java
Sumber: Instagram @nepal_van_java

Berkaitan dengan ini, keterlibatan kelompok masyarakat dalam pengelolaan Wisata yang terbentuk dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Nepal Van Java yang dibina pemerintah desa dalam pembentukan desa wisata melalui peraturan daerah yang telah disetujui oleh Bupati Pemerintah Kabupaten Magelang. Bentuk keterlibatan Pokdarwis Nepal Van Java yaitu partisipasi secara keseluruhan proses pembangunan mulai dari pengambilan keputusan dalam mengidentifikasi masalah dan kebutuhan, perencanaan program, serta evaluasi pencapaian program. Partisipasi dari masyarakat dalam berbagai kegiatan melalui aktivitas lokal telah terjadi proses belajar sosial yang kemudian dapat meningkatkan kapasitas masyarakat untuk berpartisipasi secara lebih baik dalam tindakan bersama dan aktifitas lokal berikutnya.

Muhamad (2021) menyebutkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata, dengan demikian pariwisata meliputi: a) Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, b) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah, museum, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat atau yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, dan pantai, c) Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yaitu: usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, dan informasi pariwisata). Menurut Muhamad Muhamad, Saryani (2021), disebutkan bahwa usaha sarana pariwisata yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, angkutan wisata.

Partisipasi masyarakat tentu sangat berpotensi untuk kegiatan dan pengembangan sebuah objek wisata (Kurniasari et al., 2013). Pertama, partisipasi dalam mengelola daya tarik wisata alam. Daya tarik utama dari Nepal Van Java adalah pemandangan alam berupa pegunungan yang dimiliki dusun Butuh yang dianggap mirip dengan Nepal Himalaya. Kemiripan Dusun Butuh dengan Nepal terlihat dari susunan rumah yang berundak mengikuti kontur kaki gunung. Letak dari Dusun Butuh ini di klaim sebagai dusun tertinggi di Kabupaten Magelang, dengan letak tepat di kaki Gunung Sumbing dengan ketinggian 1.620 meter diatas permukaan laut. Dusun ini terletak paling utara, di tengah dusun terbelah oleh sungai yang mengalir. Gunung Sumbing sendiri terbagi menjadi tiga wilayah, yaitu Magelang, Wonosobo dan Temanggung.

Daya tarik alam dari sisi agrowisata lain berupa sawah masyarakat di desa ini. Kegiatan masyarakat di sawah ini pun dapat dijadikan potensi wisata. Wisatawan yang datang ke desa wisata itu akan dapat menikmati alam perdesaan yang masih bersih dan merasakan hidup disuasana desa dengan sejumlah adat istiadatnya. Wisatawan dapat berkeliling desa dan merasakan suasana yang asri dan ramah, serta dapat mengikuti aktivitas sehari-hari warga dusun Butuh, yaitu bertani dengan bercocok tanam atau memetik sayur. Kegiatan di sawah yang dilakukan di dusun Butuh masih menggunakan cara tradisional, sehingga kegiatan-kegiatan pertanian ini dapat menjadi atraksi wisata yang menarik bagi pengunjung terutama yang berasal dari Kota.

Kedua, partisipasi dalam mengelola daya tarik wisata Kesenian. Masyarakat dusun Butuh juga mempertahankan tradisi dengan mengemas atraksi kesenian di daerahnya untuk dijadikan daya tarik wisata. Untuk melestarikan kebudayaan masyarakat masih menginginkan tradisi Kesenian tetap terjaga.



Gambar 2 Pagelaran kesenian
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Pokdarwis Nepal Van Java membuat program Kesenian yang dilaksanakan dalam dua minggu sekali di Taman Depok Nepal Van Java. Pemainnya berasal dari warga Dusun Butuh sendiri. Ada empat jenis kesenian yang biasa ditampilkan, yaitu Kubro siswo, Jatilan, Dayakan, dan Kuda Lumping. Tidak hanya kaum laki-laki saja, namun kaum wanita pun juga ikut berpartisipasi dalam pagelaran kesenian tersebut. Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan atraksi kesenian tersebut, diharapkan dapat memelihara nilai-nilai budaya Jawa, sehingga masyarakat khususnya generasi muda lebih mengenal budaya dari Jawa.

Terkait dengan partisipasi masyarakat ini, perumusan dan implementasi kebijakan pembangunan desa wisata perlu melibatkan banyak stakeholder, seperti masyarakat, pemerintah, perusahaan atau CSR, Pokdarwis (kelompok sadar wisata) dan akademisi (Suyanto et al., 2019). Partisipasi stakeholder penting dalam mengemas, mengkampanyekan dan menularkan program pengembangan destinasi wisata karena tidak semua masyarakat dapat menerima program pemerintah. Dalam hal ini, komunikasi pariwisata belum melibatkan seluruh stakeholder. Meski demikian perguruan tinggi sudah memiliki peran dalam membantu mengembangkan destinasi wisata melalui pengabdian masyarakat oleh dosen atau Kuliah Kerja Nyata oleh mahasiswa. Padahal semua stakeholder termasuk wisatawan diharapkan mampu menerapkan sapta pesona yaitu menjaga kebersihan lingkungan, menjamu dengan sapa, senyum, ramah tamah, dan tertib dalam berinteraksi dengan wisatawan. Masyarakat perlu diberikan pembinaan lanjutan bahwa pariwisata membutuhkan kerja sama yang solid dari seluruh komponen masyarakat.

Komunikasi dengan memberdayakan masyarakat dan Pokdarwis dalam setiap atraksi wisata berperan penting dalam mengembangkan destinasi wisata berkelanjutan (Putri & Adinia, 2018). Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berhubungan dengan upaya meningkatkan kemampuan dan memandirikan masyarakat untuk dapat mengaktualisasikan potensi wisata yang sudah dimiliki dalam rangka memegang kendali atas diri masyarakat dan lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat dengan membina Pokdarwis Nepal Van Java tentu bentuk komunikasi pariwisata yang efektif dalam membangun destinasi. Sejalan dengan ini, komunikasi pembangunan kepariwisataan harus melibatkan masyarakat sebagai unsur utama sebagai pencerminan hak-hak demokratis individu untuk melibatkan diri dalam pembangunan (Istiyanto, 2011).

Berangkat dari keadaan tersebut, Pokdarwis Nepal Van Java berinisiasi untuk menggunakan beragam *platform* sosial media yang ada dalam memperluas penyebaran informasi menyoal Nepal Van Java kepada masyarakat. Media sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas. Jenis media sosial yang dikenal oleh masyarakat sangat beragam. Menurut hasil riset oleh 'We Are Social' diantara banyaknya jenis media sosial tersebut, media sosial yang diminati orang Indonesia saat ini diantaranya Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter (Larichy, 2020). Dalam pengembangannya, Pokdarwis Nepal Van Jaya memilih beberapa *platform*, diantaranya Facebook dan Instagram. Media yang dipilih selain digunakan untuk publikasi ke luar, di sisi lain juga menjadi media komunikasi internal sebagai bagian dari perencanaan komunikasi pengembangan destinasi wisata Nepal Van Java.

Media sosial adalah faktor yang menjadi kunci viralnya Nepal Van Java. Masyarakat yang gemar bermain sosial media menjadi faktor penting dalam meningkatkan kicauan warga dalam dunia digital yang memperbincangkan Dusun Butuh. Kebanyakan pengunjung yang datang ke "Nepal van Java" hanya dengan berbekal gambar yang dilihat dari sosial media. Banyak warga "kepo" (istilah dalam sosial media untuk "rasa

ingin tahu”) dengan foto-foto yang tersebar di berbagai platform sosial media, kemudian mendatanginya. Namun, selain karena viral di sosial media, melalui Pokdarwis Nepal Van Java mengembangkan potensi yang dimiliki sehingga Nepal Van Java selalui ramai dikunjungi dan diminati oleh banyak wisatawan. Komunikasi partisipatif masyarakat yang aktif dalam membantu komunikasi pariwisata dalam mengembangkan destinasi wisata Nepal Van Java.

Komunikasi pariwisata dan penggunaan media sosial menarik dikembangkan, tidak hanya dalam mengembangkan objek wisata namun penting dalam memelihara destinasi wisatanya dalam membangun citra *brand destination*. Penyebaran informasi melalui media sosial dapat menumbuhkan minat wisata dan menjadi kedekatan emosional untuk menumbuhkan kesadaran wisata masyarakat (Hamzah, 2013).

Pengembangan destinasi wisata Nepal Van Java membutuhkan kerjasama, perhatian, dan dukungan dari semua pihak baik dari masyarakat dan pemerintah. Sebagai salah satu unggulan destinasi wisata Kabupaten, Nepal Van Java dengan *ikon*-nya pemandangan alam dengan rumah bertumbuh yang unik, harus disinergikan dengan agrowisata dan wisata kesenian untuk memperkuat pemasarannya. *Brand* Nepal Van Java akan terbentuk dibenak masyarakat jika bentuk pesan dan salurannya yang dipilih dan bervariasi.

Pengembangan destinasi ini sudah ditunjang dengan keunggulan potensi yang lain, seperti Spot Instagramable yang dapat digunakan untuk berfoto dan membagikan di media sosial. Beberapa tempat tersebut ada di Gapura Dusun, Teras Nepal, Taman Depok, Teras Masjid, hingga Gapura pendakian. Pokdarwis telah mengembangkan beberapa Spot foto untuk daya tarik wisata yang sedang dalam proses pembangunan, yaitu Vertikal Garden dan Teras Kaca.

Pokdarwis juga telah melakukan komunikasi dengan mengkampanyekan dan membuat *event-event* atau atraksi pendukung. Bapak Setiyoko sebagai Wakil Ketua Pokdarwis yang juga pengelola Nepal Van Java mengatakan telah banyak kegiatan yang telah dilakukan, seperti *Event Tour de Borobudur*, Gemawira Magelang yang mendatangkan Kemenparekraf, Sandiaga Uno, dan *event* Kesenian. Pokdarwis sebagai agen perubahan sosial memiliki peranan sangat penting dalam pengembangan desa wisata. Pokdarwis berperan juga sebagai pelestari budaya dan agen utama perubahan untuk mengembangkan potensi wisata sekaligus memperoleh hasil ekonomi dari kedatangan wisatawan.

Kegiatan komunikasi pariwisata pengembangan destinasi menjadi tanggung jawab semua komponen masyarakat atau stakeholder. Pemerintah seharusnya menggalakkan pembinaan dan kampanye untuk menerapkan sapta pesona dengan menjaga kebersihan lingkungan, menjamu dengan sapa, senyum, ramah tamah, tertib dalam berinteraksi dengan wisatawan. Masyarakat perlu diberikan pembinaan berkelanjutan karena pariwisata membutuhkan kerja sama yang solid dari seluruh komponen masyarakat untuk berkembang dan menghasilkan nilai tambah secara ekonomi dan sosial dalam kehidupannya.

KESIMPULAN

Pengembangan wisata tidak terlepas dari komunikasi internal Pokdarwis maupun dengan eksternal. Komunikasi pariwisata dalam pengembangan wisata Nepal Van Java di Kabupaten Magelang dilakukan dengan pembinaan dan memberdayakan Kelompok Sadar Wisata, dengan melibatkan partisipasi masyarakat sekitar destinasi wisata, serta

membuat paket Wisata Agro-Cultural dan mengembangkan beberapa spot foto untuk menunjang daya tarik pariwisata.

Komunikasi pariwisata yang dilakukan Nepal Van Java juga dengan melakukan branding pada media sosial, karena era global saat ini media masas merupakan media paling efektif untuk memperkenalkan suatu hal dengan cepat kepada masyarakat umum. *Event-event* berskala nasional menjadi salah satu upaya menarik masyarakat untuk lebih mengenal wisata Nepal Van Java secara lebih dekat.

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jabarkan diatas, saran dan masukan dari peneliti sebagai bagian dari tindak lanjut pengembangan destinasi wisata Nepal van Java kedepan diantaranya :

1. Bagi Pokdarwis destinasi wisata, meningkatkan perencanaan pengelolaan sosial media yang lebih terarah sehingga pesan-pesan yang diproduksi dan disebar luaskan sebagai upaya promosi lebih bisa terukur tingkat keberhasilannya.
2. Selain Pengurus Pokdawis, dalam pengembangan destinasi wisata Nepal Van Java tidak terlepas dari berbagai peran stakeholder. Sehingga, akan mampu meningkatkan daya tarik wisata Nepal Van Java.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldora, M. M., Trihayuningtyas, E., Ardiansyah, I., Setiawan, N. A. N., Lim, A. N., Salsabila, R. A., & Oktaviano, M. R. (2021). Rural Tourism Product Planning “Nepal Van Java”, Dusun Butuh, Magelang Regency. *Journal of Tourism Sustainability*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.35313/jtos.v1i1.4>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- BPS Kabupaten Magelang. (2020). Luas Wilayah Menurut Kecamatan dan Penggunaannya Tahun 2017. Badan Pusat Statistik. <https://magelangkab.bps.go.id/dynamictable/2020/02/14/398/luaswilayah-menurut-kecamatan-dan-penggunaannya-di-kabupaten-magelang-ha-2015-2018.html>
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). Qualitative Inquiry Research Design: Choosing Among Five Approaches. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Evita, R., Sirtha, I. N., & Sunartha, I. N. (2015). Dampak Perkembangan Pembangunan Sarana Akomodasi Wisata Terhadap Pariwisata Berkelanjutan di Bali. *Program Pascasarjana Universitas Udayana, Bali*, 2(1), 1–12. <https://ocs.unud.ac.id/index.php/jip/article/view/3684>
- Fatimaharani, A., & Nazir, M. (2021). Peran Sosial Media Terhadap Daya Tarik Wisata “Nepal Van Java.” *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Genç, R., & Genç, E. A. (2017). Market-oriented innovations in tourism. *Research in Hospitality Management*, 7(1), 51–57. <https://doi.org/10.1080/22243534.2017.1355606>
- Istiyanto, S. B. (2011). Komunikasi pemerintah daerah dalam program pembangunan daerah wisata pantai pascabencana. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 9(No 1), 16–27.
- Kurniasari, E., Rustiadi, E., & Tonny, F. (2013). Strategi pengembangan ekowisata melalui peningkatan partisipasi masyarakat; studi kasus komunitas kelurahan kalimulya Kota Depok. 5(2).

- Larichy, R. (2020). Perancangan Video Promosi Desa Wisata Conto sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan. Surabaya: Universitas Dinamika
- Moleong, L. J. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revi). PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhamad Muhamad, Saryani (2021), Monitoring of the tourism village of the mount merapi slope area through the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) snapshot assessment system, IGEOS (International Geofraphy), , Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS), IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, doi:10.1088/1755-1315/683/1/01211, <https://iopscience.iop.org/issue/17551315/683/1>
- Saldana, J. (2011). Fundamentals of qualitative research (New York). Oxford University Press.
- Suyanto, E., Lestari, S., Wardiyono, F., Wuryaningsih, T., & Widyastuti, T. R. (2019). Community participation model in formulating cross-potential mangrove ecotourism policies supporting kampung laut sustainable tourism village. 13(8), 1–9. <https://doi.org/10.9790/2402-1308010109>
- Pawito. (2007). Penelitian Komunikasi Kualitatif (A. Rahim (Ed.)). LKiS Yogyakarta.
- Putri, F. A., & Adinia, N. C. (2018). The role of communication in sustainable development tourism: a case study on community-based tourism (pokdarwis) in Nglanggeran Village. Jurnal Komunikasi Indonesia, 7(2), 153–161. <https://doi.org/10.7454/jki.v7i2.9795>
- Yasir, Y., Nurjanah, N., Salam, N. E., & Yohana, N. (2019). Kebijakan Komunikasi dalam Membangun Masyarakat Sadar Wisata Di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(3), 424. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i3.1548>
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications. In Case Study Research and Applications"Design and Methods.