

Model Komunikasi Pengembangan Wisata Kearifan Lokal Pada Desa Wisata Mukapayung Kabupaten Bandung Barat

Noor Khalida Magfirah

STISIP Nurdin Hamzah Jambi

*hildakhalida@gmail.com

ABSTRACT

Mukapayung village is one of five villages announced by West Bandung area government as tourist village. Mukapayung village has beautiful nature with beautiful terraced rice fields and has history of localization stories. One of the most famous is stone looks like umbrella denote Mukapayung Village will be established. Many potentials of locality in the form of historic relics at Mukapayung village such as Mundinglaya stone, Tegallega site, and Makam Embah Dalem Ibrahim site. Beautiful nature and historical heritage is potential and strength in the development of the Mukapayung tourism village. This study aims to determine the communication model development of local wisdom tourism in the Mukapayung Tourism Village by looking at how the communication process takes place in the development of the tourism village. This study uses a qualitative method. Research data were obtained using interview, observation and interaction techniques. Informants were determined using snowball sampling techniques. The results showed that the development of the Mukapayung tourism village began bottom-up by examining the various potential forces of the village both natural and cultural and examining the various strengths owned by the community. Communication efforts taken are forms of communication with the Tourism Village which are still in process. In-depth communication about the substance of the message of the development of Tourism Villages is carried out in stages according to the needs of each Tourism Village. In Mukapayung Village the communicator strategy was seen by the interaction of researchers with the community who informed about the idea of developing a Tourism Village. The message delivered in the development of Tourism Villages is divided into two, those are messages containing the concept of Tourism Villages to be delivered to related parties and the community and the Tourism Villages promotion message

Keywords: *Tourist Village; Local Culture; Communication Models;*

ABSTRAK

Desa Mukapayung merupakan salah satu dari lima desa yang dicanangkan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat sebagai desa wisata. Desa Mukapayung memiliki keindahan alam berupa hamparan sawah terasering yang indah dan memiliki cerita sejarah kelokalan. Salah satu yang paling terkenal yaitu batu yang menyerupai payung merupakan cikal bakal berdirinya Desa Mukapayung. Banyak potensi kelokalan berupa peninggalan bersejarah yang ada di Desa Mukapayung seperti Batu Mundinglaya, Situs Tegallega dan Situs Makam Embah Dalem Ibrahim. Keindahan alam dan peninggalan sejarah merupakan potensi dan kekuatan dalam pengembangan desa wisata Mukapayung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model komunikasi pengembangan wisata kearifan lokal pada Desa Wisata Mukapayung dengan melihat bagaimana proses komunikasi yang terjadi dalam pengembangan desa wisata tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data penelitian diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan interaksi. Informan ditentukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian didapatkan bahwa pengembangan desa wisata Mukapayung diawali secara *bottom-up* dengan mengkaji berbagai kekuatan potensi yang dimiliki desa baik alam maupun budaya dan mengkaji berbagai kekuatan yang dimiliki masyarakat. upaya komunikasi yang dilakukan adalah bentuk komunikasi dengan pihak Desa Wisata yang masih dalam proses. Komunikasi secara mendalam tentang substansi isi pesan pengembangan Desa Wisata dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan dari masing-masing Desa Wisata. Di Desa Mukapayung strategi komunikator dilihat dengan adanya interaksi peneliti dengan masyarakat

yang menginformasikan tentang gagasan pengembangan Desa Wisata. Pesan yang disampaikan dalam pengembangan Desa Wisata dibagi menjadi dua yaitu pesan yang berisi konsep Desa Wisata yang akan disampaikan kepada pihak terkait dan masyarakat dan pesan promosi Desa Wisata

Kata-kata Kunci: *Desa Wisata; Kearifan Lokal; Model Komunikasi;*

Korespondensi: Noor Khalida Magfirah, M.I.Kom. STISIP Nurdin Hamzah Jambi. Jl. Kol Abunjani, Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi Kode Pos: 36129. **No. HP, WhatsApp: 082333744556 Email:** hildakhalida@gmail.com

Submitted: Juli 2020 | **Accepted:** Agustus 2020 | **Published:** Desember 2020
P-ISSN 2620-3111 | E-ISSN 2685-3957 | Website: <https://jurnal.unma.ac.id/index.php/jika/>

PENDAHULUAN

Desa Mukapayung merupakan salah satu desa terpilih sebagai desa wisata yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Program Desa Wisata bertujuan untuk menjaga kearifan lokal masyarakat dan kelestarian alam di desa. Desa-desa yang memiliki potensi budaya bisa dikembangkan sebagai Desa Wisata. Tradisi budaya sebagai warisan leluhur mengandung kearifan lokal (*local wisdom*) yang dapat dimanfaatkan dalam pemberdayaan masyarakat untuk membentuk kedamaian dan meningkatkan kesejahteraan. Pariwisata berbasis kearifan lokal mengajarkan kita etika dan nilai moral seperti gotong royong, toleransi, menjaga dan melestarikan alam, serta menghargai kebudayaan sendiri dengan menjaga, mentransmisi dan mentransformasikan kebudayaan tersebut.

Mukapayung memiliki peninggalan budaya seperti Batu Mundinglaya, Batu Mukapayung, Situs Tegallega dan Situs Makam Embah Dalem Ibrahim. Situs-situs peninggalan bersejarah yang ada di Desa Mukapayung memiliki sejarah yang masih berhubungan dengan Desa Mukapayung sendiri. Situs-situs ini perlu dipelihara sebagai warisan leluhur. Keberadaan situs peninggalan bersejarah ini merupakan salah satu bentuk kearifan lokal yang ada di Desa Mukapayung. Situs Mukapayung merupakan sejarah cikal bakal berdirinya Desa Mukapayung. Desa Mukapayung memiliki sejarah unik tentang cikal bakal berdirinya desa ini. Sejarah tersebut menjadi cerita dan didokumentasikan menjadi arsip desa sebagai sejarah budaya yang terus dijaga dan dilestarikan.

Ismayati (Arjana, 2016:51) mengaitkan budaya dengan kegiatan wisata yang dibedakan menjadi: gagasan, aktivitas dan artefak. Di sisi lain daya tarik wisata buatan dan budaya dapat ditimbulkan oleh *event* atau peristiwa tertentu seperti *tadisional institution, tradisional life style, ritual ceremonies, religion activities, historical*

heritages, sport event dan *arts creation* (Arjana, 2016:92). Kearifan lokal adalah sesuatu yang unik, pengetahuan yang berada dalam dan dibangun seputar kondisi khusus masyarakat. Oleh karena itu, kearifan ini adalah “pengetahuan, wawasan norma, dan nilai yang dianut dan dikembangkan secara kreatif dan dinamis oleh masyarakat” (Sarumpaet, 2011:441).

Komunikasi dalam dunia pariwisata diperlukan untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* termasuk membentuk kelembagaan pariwisata. Peran penting komunikasi bukan hanya pada komponen pemasaran pariwisata namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peran komunikasi baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif dan komunikasi lainnya. Komunikasi juga berperan menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media-media pemasaran, tentang destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata.

Pariwisata merupakan sektor yang berbeda dalam pengelolaannya. Tujuan dari pengelolaan pariwisata adalah untuk menyeimbangkan pertumbuhan dan pendapatan ekonomi dengan pelayanan kepada wisatawan serta perlindungan terhadap lingkungan dan pelestarian keberagaman budaya. Diperlukan keterlibatan pemangku kepentingan di bidang pariwisata untuk mengintegrasikan pengelolaan pariwisata. Menurut Pitana (2009:86) pemangku kepentingan tersebut yaitu: staff dari industri pariwisata, konsumen, investor dan developer, pemerhati dan pegiat lingkungan, pemerhati dan pegiat warisan dan pelestarian budaya, masyarakat tuan rumah, pemerintah, serta pelaku ekonomi lokal dan nasional.

Sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan suatu daerah dan mampu memberikan pengaruh positif pada aspek ekonomis, sosial dan budaya bila dikelola dengan baik. Kondisi kekayaan alam dan budaya memberikan arti positif bila terus ditingkatkan dimana kepariwisataan alam dan budaya dapat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat. Dengan demikian pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, penerimaan devisa, dan penyerapan tenaga kerja. Saat ini pariwisata merupakan industri yang sedang berkembang pesat dan merupakan salah satu komoditi terbesar penyumbang pendapatan daerah. Pariwisata dapat membantu masyarakat sedikitnya di bidang usaha di daerah setempat.

Pengembangan Desa Wisata diharapkan dapat memberikan *multiplier effect* (efek ganda) selain meningkatkan pendapatan asli daerah juga berdampak pada pendapatan masyarakat Desa Wisata. Pada akhirnya desa-desa wisata akan memberikan sumbangan yang besar terhadap perkembangan ekonomi desa dan masyarakatnya. Di lain sisi menjaga dan mengembangkan Desa Wisata dengan warisan budayanya sebagai destinasi wisata berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan merupakan upaya pelestarian budaya dan adat istiadat sebuah desa.

Hal yang menjadi perhatian bagaimana masyarakat dapat diberdayakan dalam kegiatan pariwisata dan bukan menjadi penonton pariwisata di kampungnya sendiri. Pentingnya memberikan sosialisasi kepada masyarakat agar mereka menjadi penggerak pariwisata di daerah masing-masing. Desa Wisata merupakan salah satu wisata budaya dan alam yang dapat digolongkan menjadi pariwisata berbasis kearifan lokal. Pembangunan dan perkembangan Desa Wisata merupakan *sustainable tourism development* (pembangunan pariwisata berkelanjutan).

Mukapayung merupakan desa dengan kondisi wisata alam yang indah dan sejarah peninggalan budaya yang menarik jika dikembangkan menjadi destinasi wisata. Perencanaan desa wisata yang menjadikan blok Mukapayung sebagai pusat desa wisata merupakan bentangan alam berupa hamparan sawah dan bukit-bukit hijau yang menyejukan mata. Sesuai dengan motto desa wisata yaitu “kembali ke desa adalah desa tempat bermain, desa tempat bersantai, desa tempat menghilangkan kejenuhan, desa tempat mendatangkan inspirasi, desa tempat yang bersih, sehat, nyaman, dan aman dan desa tempat dimana masyarakat mengembangkan kreativitas berbagai kehidupan”.

Selain itu Mukapayung memiliki sejarah wisata lokal tentang berdirinya desa tersebut dengan ditandai adanya bongkahan batu menyerupai payung yang menjadi asal muasal Desa Mukapayung tersebut. Tidak terbatas pada situs batu Mukapayung saja, Desa Mukapayung memiliki situs-situs bersejarah lainnya dan masing-masing memiliki cerita sejarah yang unik. Pembelajaran tentang sejarah merupakan hal yang sangat menarik yang dapat dijadikan cerita rakyat atau legenda masyarakat desa tersebut. Dewasa ini wisata budaya lebih minim peminat dibandingkan dengan wisata lainnya. Padahal budaya dan sejarah perlu dilestarikan. Situs sejarah atau cagar budaya adalah peninggalan nenek moyang yang mempunyai nilai filosofis kuat pada peradaban masanya sehingga semakin tua peninggalan tersebut maka semakin tinggi pula nilai sejarahnya.

Pesona wisata Desa Mukapayung sangat menarik dan menjanjikan terhadap komoditi pendapatan asli daerah. Permasalahan yang terjadi adalah minimnya akses

informasi yang menyangkut potensi pariwisata masih menjadi kendala. Informasi terkait keindahan alam, keunikan budaya, tradisi, religi, kondisi penunjang wisata seperti, penginapan, tempat makan, dan transportasi yang bisa menjangkau destinasi baik dengan kendaraan pribadi ataupun travel agen. Maka diperlukanlah proses komunikasi untuk menghubungkan dan menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada pada desa wisata.

Para pemangku kepentingan memerlukan proses komunikasi dan koordinasi antara satu dan lainnya. Kunci sukses pengembangan Desa Wisata yaitu bagaimana meningkatkan kesadaran baik ditingkat masyarakat sebagai penggerak awal Desa Wisata maupun bagi pemangku kepentingan agar dapat menangkap peluang industri dari Desa Wisata. Dalam mengatasi minimnya wawasan dan kepedulian masyarakat dan para pemangku kepentingan tentang Desa Wisata, perlu dilakukannya sosialisasi untuk membangun kesadaran, sikap dan perilaku positif dari pandangan pengembangan Desa Wisata.

Pengelolaan pariwisata menggunakan metode mencakup beberapa kegiatan yaitu (WTO dalam Richardson & Fluker dalam Pitana 2009:88): 1) Pengonsultasian dengan semua pemangku kepentingan. 2) Mengidentifikasi isu. 3) Penyusunan kebijakan. 4) Pembentukan dan pendanaan agen dengan tugas khusus. 5) Penyediaan fasilitas dan operasi. 6) Penyediaan kebijakan fiskal, regulasi, dan lingkungan sosial yang kondusif. 7) Penyelesaian konflik kepentingan dalam masyarakat. dari keseluruhan metode tersebut memerlukan proses komunikasi agar tercipta kesepakatan, pemahaman dan pengertian diantara pemangku kepentingan. Tubbs dan Moss (2008:24) mencatat bahwa terdapat lima faktor instrumen agar komunikasi berjalan dengan efektif, yaitu (1) pemahaman terhadap pesan oleh penerima, (2) memberikan kesenangan kepada pihak-pihak yang berkomunikasi, (3) mempengaruhi sikap orang lain, (4) memperbaiki hubungan, dan (5) memberikan hasil yang sesuai dengan yang diinginkan dalam bentuk tindakan dari penerima pesan.

Diperlukan pula teknik-teknik komunikasi yang sesuai untuk elemen-elemen terkait. Dalam penelitian Johny Adhi Aryawan (2013) ditemukan bahwa aktivitas komunikasi oleh komunikator terkait program pengembangan Desa Wisata berada dalam konteks komunikasi kelompok. Komunikasi dalam kelompok berjalan interaktif, dimana aktivitas komunikasi dilakukan dengan teknik tertentu. Teknik komunikasi yang dilakukan antara lain teknik berkomunikasi informatif, persuasif, dan instruksi.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui model komunikasi pengembangan wisata kearifan lokal di Desa Mukapayung maka diperlukan pula gambaran tentang pola

interaksi yang berlangsung di antara pemangku kepentingan, dan saluran komunikasi yang digunakan dalam kegiatan tersebut. Model merupakan representasi dari suatu peristiwa komunikasi, dapat digunakan untuk melihat unsur-unsur yang terlibat dalam proses komunikasi. Wiseman dan Barker (Wiryanto, 2004:11) model komunikasi memiliki fungsi : menggambarkan proses komunikasi, menunjukkan hubungan visual, serta membantu menemukan dan memperbaiki kemacetan komunikasi.

Pola awal yang tergambar dalam pengembangan wisata kearifan lokal di Desa Mukapayung merupakan interaksi yang terjadi antara sesepuh desa, pejabat desa yang kemudian proses interaksi komunikasi tersebut dilanjutkan dengan dokumentasi potensi desa oleh juru tulis dan dilanjutkan ketahap pengembangan wisata baik pengembangan di masyarakat, pemerintah yang lebih tinggi dan pihak swasta yang terkait. Interaksi yang terjadi di antara para pemangku kepentingan dalam pengembangan desa wisata terjadi seperti pertemuan silaturahmi, pertemuan bersama, dan sebagainya menggambarkan pula aktivitas komunikasi di antara mereka. Untuk itu dalam penulisan ini bertujuan untuk mengetahui, kearifan lokal yang mendukung terbentuknya desa wisata pola interaksi di antara pemangku kepentingan, dan saluran komunikasi yang digunakan dalam pengembangan Desa Wisata Mukapayung berbasis kearifan lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini sesuai dengan bagaimana peneliti mendapatkan data penelitian dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan interaksi. Penelitian ini dilakukan pada lembaga atau instansi yang terkait dengan pengembangan wisata kearifan lokal pada Desa Wisata Mukapayung Kabupaten Bandung Barat.

Informan kunci diperoleh oleh penulis dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, yakni proses penentuan informan berdasarkan informan sebelumnya tanpa menentukan jumlahnya secara pasti dengan menggali informasi terkait topik penelitian yang diperlukan. Pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai. Adapun penelitian dilakukan di Desa Mukapayung dengan rentang waktu di bulan Oktober hingga Desember 2019.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data interaktif Miles dan Huberman. Pada model interaktif, reduksi data, dan penyajian data memperhatikan hasil

data yang dikumpulkan, kemudian proses penarikan kesimpulan dan verifikasi. Teknik pengolahan data dilakukan dengan cara data penelitian yang telah dikumpulkan melalui pengamatan langsung, wawancara mendalam, dokumen-dokumen pendukung, kemudian diolah sesuai dengan permasalahan yang diangkat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Desa Wisata diawali secara *bottom-up* dengan mengkaji berbagai kekuatan potensi yang dimiliki desa baik alam maupun budaya dan mengkaji berbagai kekuatan yang dimiliki masyarakat desa baik dari sisi sosial, budaya, ekonomi, lingkungan, religi yang menjadi landasan kehidupan masyarakat desa. Faktor kearifan lokal diharapkan menjadi modal yang kuat untuk mengeliminasi faktor negatif yang diakibatkan pengaruh kehidupan masyarakat masa kini. Pengembangan Desa Wisata ini juga bertujuan sebagai sarana pengembangan kawasan wisata lainnya. Motto Desa Wisata: “Kembali Ke Desa”, adalah desa tempat bermain, desa tempat bersantai, desa tempat menghilangkan kejenuhan, desa tempat mendatangkan inspirasi, desa tempat yang bersih, sehat, nyaman, dan aman dan desa tempat dimana masyarakat mengembangkan kreativitas berbagai kehidupan.

Konsep Desa Wisata berbasis kearifan lokal ditinjau dari hasil penelitian dibagi menjadi dua konsep yaitu konsep wisata desa dan konsep kearifan lokal. Sesuai dengan apa yang dikonsepsikan oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata mengacu pada undang-undang desa yang secara implisit tidak menjelaskan kearah Desa Wisata. Desa Wisata yang dicanangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata KBB merupakan konsep Kementerian Pariwisata. Desa Wisata adalah program dukungan Kementerian Pariwisata, Kementerian Pembangunan Daerah Tertinggal dan Trasmigrasi serta Kementerian Koperasi dan UKM. Selaras dengan apa yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata, Kementerian Pembangunan Daerah Tertinggal dan Trasmigrasi serta Kementerian Koperasi dan UKM Desa Wisata menyajikan atmosfer kehidupan masyarakat pedesaan. Didukungnya program Desa Wisata oleh ketiga kementerian ini karena masing-masing memiliki tujuan. Kawasan desa berpotensi menjadi penyelaras wirausaha usaha kecil dan menengah dalam mengembangkan desa sebagai upaya menarik wisatawan.

Desa Wisata dapat berfungsi ganda yaitu sebagai amenitas dengan *homestay*, akomodasi di rumah penduduk yang sudah sadar wisata. Arti penting bila masyarakat telah menyadari bahwa mereka adalah masyarakat wisata maka usaha-usaha yang dikelola oleh masyarakat akan membuka lapangan kerja yang menunjang taraf hidup

mereka. Sehingga menekan arus urbanisasi dan masyarakat bisa berkerja didesaanya dengan tersedianya lapangan pekerjaan dan tidak perlu mencarinya hingga ke luar desa atau daerah lainnya. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata pasal 3 ayat 1: Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah dan pemerintah daerah. Desa Wisata merupakan bagian dari kegiatan pariwisata karena di dalamnya tersedia fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Masyarakat berperan sebagai penggerak usaha pariwisata di bidang pelayanan seperti keberadaan *home stay* di rumah-rumah penduduk, penyediaan jasa transportasi daerah sekitar, penyediaan berbagai jenis makanan kerajinan dan kesenian. Pihak swasta berperan sebagai investor kegiatan pariwisata Desa Wisata.

Pemerintah berperan sebagai fasilitator dan regulator yang berkaitan dengan pengembangan Desa Wisata. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata pasal 3 ayat 5: Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata pasal 3 ayat 6 dijelaskan Daerah tujuan pariwisata selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daerah tujuan wisata atau destinasi wisata didukung dengan usaha pariwisata yang menyediakan kesenian dan kerajinan dari masyarakat Desa Wisata antara lain cendra mata, makanan khas, kerajinan seperti guji, anyaman dan lainnya. Usaha pariwisata menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata pasal 3 ayat 7 adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Desa Mukapayung memiliki keadaan alam yang indah berupa bentangan sawah terasering yang luas dan di sekitar daerah tersebut terdapat wisata air terjun Curugan Gunung Putri yang biasanya ramai dikunjungi wisatawan di akhir pekan. Dasar pengembangan Desa Wisata Mukapayung salah satunya adalah letak strategis desa yang dapat menghubungkan kawasan wisata disekitar Desa Wisata tersebut. Desa Mukapayung yang terdapat di Kecamatan Cililin letak yang strategis dapat dicapai dari Bandung melalui Batujajar – Cihampelas – Cililin – Desa Mukapayung, dan dapat dicapai pula dari Kecamatan Cipatat KBB sebelah barat melalui Waduk Saguling – Kecamatan Cipongkor

– Kecamatan Cililin. Desa Mukapayung dilewati apabila akan menuju Curug Malela yang disebut Niagara Indonesia, dan banyak destinasi menarik lainnya di zona wisata barat Kabupaten Bandung Barat. Jalan pada jalur ini cukup lebar, terpelihara dan beraspal. Pada jalur-jalur jalan tersebut terdapat daya tarik wisata keindahan alam, peninggalan cagar budaya, sungai Citarum yang membelah beberapa Kecamatan, Waduk Saguling, dan kehidupan masyarakat pedesaan.

Secara geografis Desa Mukapayung berbatasan dengan Desa Batu Layang di sebelah utara, Desa Nanggerang di sebelah selatan, Desa Kidang Panajung di sebelah timur dan Desa Rancapanggung di sebelah Barat. Jarak dari ibukota kecamatan berjarak 5 km. Sektor pertanian merupakan mata pencaharian yang mayoritas menjadi pekerjaan masyarakat. Kesuburan tanah dikembangkan dan ditanami berbagai jenis tanaman pertanian, buah-buahan, apotek hidup, dan lainnya. Dari berbagai komoditi tersebut Desa Mukapayung telah mampu meningkatkan pendapatan perkapita masyarakatnya. Kawasan Desa Wisata Mukapayung yang berlokasi di Blok Mukapayung menjadi poros penghubung yang menghubungkan Desa Mukapayung dengan Kecamatan di kabupaten Bandung yaitu Soreang dan Ciwidey. Ditetapkannya Blok Mukapayung sebagai kawasan wisata dengan pertimbangan Desa Mukapayung terlalu luas untuk dikembangkan secara keseluruhan. Perbedaan Desa Wisata Mukapayung dengan dua Desa Wisata sebelumnya yaitu fokus kawasan pada satu titik. Blok Mukapayung merupakan jalan yang dilewati bila hendak menuju kawasan wisata Curug Gunung Putri yang biasanya ramai dikunjungi wisatawan pada akhir pekan.

Prinsip gotong royong tercermin dalam berbagai kegiatan sosial, keagamaan dan kesehatan. Saling tolong menolong antara sesama penduduk dan para pendatang yang datang ke Mukapayung, dicerimnkan dengan berbagai cara dan tindakan yang baik dan didasari norma-norma kesopanan. Kesenian yang hidup dan berkembang di masyarakat tidak jauh berbeda dengan kesenian yang berkembang di masyarakat di wilayah Kecamatan Cililin seperti Kecapi, Suling, Degung, Calung, Seni Tari Jaipongan. Kerajinan masyarakat Desa Mukapayung berupa kerajinan dari bambu. Kerajinan membuat makanan khas daerah seperti wajit, sale pisang, opak, keripik pisang, kerupuk dan konveksi pakaian jadi. Dalam kehidupan masyarakat Desa Mukapayung belum di jumpai upacara-upacara yang berhubungan dengan adat-istiadat masyarakat. Upacara adat merupakan kegiatan yang sangat penting di satu kawasan Desa Wisata.

Mukapayung memiliki peninggalan budaya seperti Batu Mundinglaya, Batu Mukapayung, Situs Tegallega dan Situs Makam Embah Dalem Ibrahim. Keberadaan situs

tersebut berada di blok Cibitung dan blok Mukapayung yang dipersiapkan menjadi kawasan Desa Wisata. Situs-situs peninggalan bersejarah yang ada di Desa Mukapayung memiliki sejarah yang masih berhubungan dengan Desa Mukapayung sendiri. Situs-situs ini perlu dipelihara sebagai warisan leluhur. Keberadaan situs peninggalan bersejarah ini merupakan salah satu bentuk kearifan lokal yang ada di Desa Mukapayung. Situs Mukapayung merupakan sejarah cikal bakal berdirinya Desa Mukapayung. Cagar budaya ini merupakan peninggalan dan bentuk dari kearifan lokal Desa Mukapayung. Bahkan beberapa cagar budaya dipercaya memiliki mitos dan dikramatkan oleh warga desa setempat.



Gambar 1. Batu Mukapayung Peninggalan Sejarah Berdirinya Desa Mukapayung
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)

Sebenarnya bila dipahami, berkaitan tentang situs cagar budaya itu disampaikan, kemudian pencatatan warisan budaya tak benda ke Kemendikbud. Dalam UU No. 6 tahun 2014 pasal 96 mengenai desa adat merupakan wujud dari pemeliharaan budaya kearifan lokal suatu desa. Undang-undang itu disampaikan bahwa adat ini dilindungi oleh undang-undang desa. Dasar-dasar upaya pemerintah adanya menyampaikan tentang undang-undang tersebut. Cagar budaya harus dilestarikan, pencatatan bahwa budaya harus ada dokumentasinya. Kemudian keberadaan lembaga adat harus mulai dibentuk agar mengukuhkan bahwa secara resmi administrasi tersruktur. Keberadaan budaya sebagai bentuk kearifan lokal semestinya dicatat dan dipelihara agar tidak hilang begitu saja. Melihat di era globalisasi saat ini adanya pergeseran budaya yang lebih mengedepankan modern. Akibatnya tidak sedikit generasi muda yang tidak tahu tradisi budaya, ritual budaya, atau adat istiadat karena dirasa tidak menarik. Konsep kearifan

lokal khususnya ritual budaya pada Desa Wisata masih digali dan tidak seperti desa lain yang bukan dijadikan Desa Wisata.

Kearifan lokal bukan saja merupakan misi dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat akan tetapi juga merupakan misi pokok dari Pemerintah Kabupaten Bandung Barat. Kabupaten Bandung Barat seperti yang dijelaskan sebelumnya sarat dengan budaya lokal yang masih terjaga dan mengadakan ritual pada waktu-waktu yang ditentukan menjadi satu ciri khas bagi daerah Bandung Barat. Misi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat terkait dengan kearifan lokal ada pada misi point kelima yaitu: Meningkatkan kesalehan dan modal sosial berdasarkan nilai agama dan kearifan lokal. Penjelasan dari misi Pemerintah Kabupaten Bandung Barat point kelima yaitu: Pembangunan yang mengedepankan kelarasan kehidupan agama, sosial dan kearifan lokal masyarakat Bandung Barat yang berkeadilan dengan menjamin toleransi, persamaan hak dan kewajiban dalam kehidupan bermasyarakat serta menumbuhkembangkan nilai-nilai budaya luhur.

Undang-undang No. 6 Tahun 2014 tentang desa pasal 1 tertulis mengenai desa dan desa adat. Pada undang-undang tersebut di bagian kedua pasal 96 menjelaskan lembaga adat desa dimana Pemerintah Desa dan masyarakat Desa dapat membentuk lembaga adat Desa. Lembaga adat desa merupakan lembaga yang menyelenggarakan fungsi adat istiadat dan menjadi bagian dari susunan asli desa yang tumbuh dan berkembang atas prakarsa masyarakat desa. Adanya lembaga adat desa dapat membantu pemerintah desa dan sebagai mitra dalam memberdayakan, melestarikan, dan mengembangkan adat istiadat sebagai wujud pengakuan terhadap adat istiadat masyarakat desa.

Urusan kebudayaan merupakan salah satu urusan wajib dalam kinerja pelayanan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat. Melaksanakan pelayanan yang berkaitan dengan kesenian dan kebudayaan melalui fasilitasi kegiatan kesenian kebudayaan yang dilaksanakan oleh masyarakat melindungi keberadaan bangunan cagar budaya, pelestarian kesenian tradisional, pelaksanaan pagelaran/festival seni budaya, fasilitasi keberadaan ruang untuk pagelaran seni budaya masyarakat, promosi seni budaya di luar daerah serta memfasilitasi kegiatan-kegiatan yang mendorong motivasi masyarakat untuk memberdayakan kesenian dan kebudayaan tradisional melalui regulasi kesenian tradisional. Konsep kearifan lokal dapat dilihat dari bagaimana suatu daerah dapat menjaga apa yang sudah menjadi tradisi ataupun peninggalan para leluhurnya.

Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata belum melakukan peninjauan lebih lanjut di Desa Mukapayung. Peninjauan lebih lanjut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Kabupaten Bandung Barat akan dilakukan secepatnya. Hafid selaku mantan Sekertaris Desa Mukapayung merupakan salah satu pihak yang menjalin komunikasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat. Hal ini dikarenakan perangkat Desa Mukapayung saat ini baru saja menggantikan fungsi jabatan perangkat desa sebelumnya sekitar satu bulan, sehingga komunikasi baik dari kecamatan ataupun kabupaten masih dalam tahap penyesuaian.

Realita di lapangan blok Mukapayung hanyalah hamparan sawah dan bukit-bukit. Tidak ada gapura sebagai penanda blok Mukapayung sebagai Desa Wisata. Keadaan sarana dan prasarana menuju blok Mukapayung belum memadai. Jalan menuju situs Mukapayung sebagai peninggalan bersejarah hanya merupakan jalan setapak dan melewati sawah, hutan-hutan dan perbukitan. Jalan menuju situs Mukapayung saat ini lebih baik dari sebelumnya. Dahulu tidak ada akses sama sekali karena lahan menuju situs Mukapayung merupakan lahan masyarakat dan akhirnya lahan tersebut dibuka untuk akses jalan menuju situs Mukapayung.

Belum adanya bentuk sosialisasi oleh dinas terkait menyebabkan belum adanya kelompok yang fokus dalam mengembangkan Desa Wisata yang biasa disebut dengan kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Hanya sebagian masyarakat yang mengetahui desa Mukapayung akan dijadikan Desa Wisata. Realita di lapangan blok Mukapayung hanyalah hamparan sawah dan bukit-bukit. Tidak ada gapura sebagai penanda blok Mukapayung sebagai Desa Wisata. Keadaan sarana dan prasarana menuju blok Mukapayung belum memadai. Jalan menuju situs Mukapayung sebagai peninggalan bersejarah hanya merupakan jalan setapak dan melewati sawah, hutan-hutan dan perbukitan. Jalan menuju situs Mukapayung saat ini lebih baik dari sebelumnya. Dahulu tidak ada akses sama sekali karena lahan menuju situs Mukapayung merupakan lahan masyarakat dan akhirnya lahan tersebut dibuka untuk akses jalan menuju situs Mukapayung.

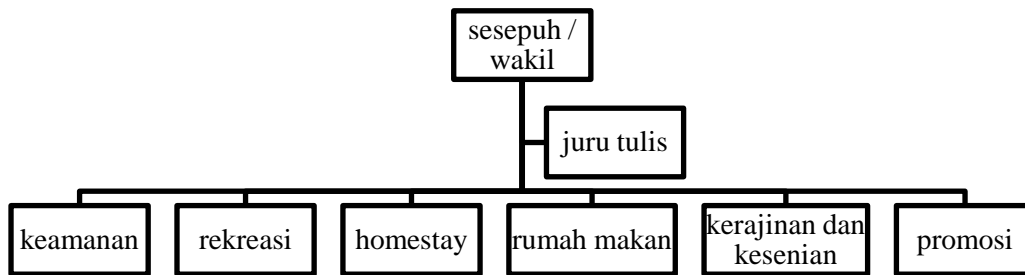
Desa Wisata merupakan program yang didukung oleh Kementerian Pariwisata, Kementerian Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi serta Kementerian Koprasi dan UKM. Kawasan desa berpotensi menjadi penyelaras wirausaha usaha kecil dan menengah dalam mengembangkan desa sebagai upaya menarik wisatawan. Konsep Desa Wisata yang dicanangkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat jelas tertulis pada kajian potensi dan karakteristik Desa Wisata tahun 2013-2018. Dalam kajian tersebut merupakan identifikasi informasi yang dimuat dalam berbagai dokumen (hasil *assessment*, hasil kajian, laporan, program studi). Kebijakan yang

dihasilkan oleh lembaga atau instansi terkait yang memiliki makna dan relevan dengan permasalahan kawasan wisata di ketiga lokasi, dengan tetap memperhatikan tugas, fungsi dan kewenangan masing-masing. Dalam kajian tersebut telah dibuat DED (*Detail Engineering Design*). DED merupakan bentuk gambar kerja detail fasilitas wisata yang sesuai dengan karakter alam desa.

Setelah kajian dibahas tahap selanjutnya yaitu perencanaan anggaran bagi Pemerintah terkait pembangunan dan sarana infrastruktur yang menunjang seperti, gapura, jalan, renovasi rumah yang akan dijadikan *home stay*, gazebo, pembangunan mushola, toilet dan sebagainya. Bila sarana infrastruktur telah dibangun program selanjutnya yaitu penyusunan program wisata *tour* atau paket wisata. Dikatakan sebagai obyek wisata itu juga harus ada kriteria adanya pengunjung, adanya A 3 yaitu: atraksi, aksesibilitas, amenities. Secara umum harus adanya daya tarik.

Sektor pariwisata melibatkan pemangku kepentingan dari berbagai sektor yakni wisatawan, pemasok bisnis, pemerintah penyelenggara, masyarakat setempat, pemerintah asal, perguruan tinggi, komunitas perguruan tinggi, dan organisasi non-pemerintah. Komunikasi eksternal yang berlangsung memiliki substansi isi dalam pengembangan Desa Wisata terkait: pembangunan sarana dan prasarana serta di berbagai kegiatan budaya, sosialisasi dan penyuluhan. Dalam proses komunikasi eksternal ini media atau saluran yang digunakan konsolidasi atau rapat secara formal. Adapun media atau saluran informal dalam berbagai kesempatan baik ketika acara budaya berlangsung atau dalam pertemuan-pertemuan rutin. Komunikasi secara mendalam tentang substansi isi pesan pengembangan Desa Wisata dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan dari masing-masing Desa Wisata. Pengembangan Desa Wisata masih dalam tahap persiapan. Diperlukannya langkah-langkah dalam strategi komunikasi melibatkan pihak eksternal agar Desa Wisata dapat berkembang baik dan menarik kunjungan wisatawan.

Komunikasi dengan elemen masyarakat merupakan bagian terpenting dalam pengembangan kawasan wisata. Komunikasi untuk memberi pembinaan, penyuluhan serta berbagai pemahaman salah satunya agar menjaga kebersihan dan kelestarian daerah wisata untuk menjaga kelestarian tempat wisata. Pembinaan pengelolaan sarana wisata dan obyek wisata, pemeliharaan dan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata diadakan dengan menjalin hubungan dengan masyarakat dan komunikasi daerah tujuan wisata.



Bagan 1. Usaha Pendekatan Komunikasi Pengembangan Desa Wisata
 (Sumber: Kajian Potensi dan Karakteristik Desa Wisata 2013 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat).

Di Desa Mukapayung strategi komunikator dilihat dengan adanya interaksi peneliti dengan masyarakat yang menginformasikan tentang gagasan pengembangan Desa Wisata. Dari hasil penelitian beberapa masyarakat justru mengetahui Desa Mukapayung akan dijadikan sebagai Desa Wisata. Peneliti berinteraksi secara langsung dengan menanyakan berbagai potensi desa. Peneliti ini berasal dari pihak konsultan ataupun pihak perguruan tinggi. Pesan yang disampaikan dalam pengembangan Desa Wisata dibagi menjadi dua yaitu pesan yang berisi konsep Desa Wisata yang akan disampaikan kepada pihak terkait dan masyarakat dan pesan promosi Desa Wisata sebagai destinasi wisata kepada calon pengunjung.

Pesan yang berisi konsep Desa Wisata merupakan topik atau bahasan seputar pengembangan Desa Wisata tentang pembangunan sarana dan prasarana pendukung Desa Wisata seperti, gapura, jalan, mushola, toilet, rumah, makan. Pada kondisi tertentu semua pesan dapat disampaikan dengan gabungan tiga teknik berkomunikasi informatif, persuasif, dan instruksi sekaligus. Pentingnya membangun kesadaran kepada para pemangku kepentingan pariwisata agar mampu melihat potensi dan peluang Desa Wisata. Keseluruhan pesan disampaikan hanya pada lapisan masyarakat tertentu tidak kepada masyarakat secara menyeluruh pada Desa Wisata. Pesan pengembangan Desa Wisata inipun bukan dalam bentuk pembinaan, pelatihan ataupun sosialisasi. Pesan pengembangan Desa Wisata dilakukan melihat kondisi di lapangan. Pesan pengembangan Desa Wisata biasanya ada dan dimasukkan di sela-sela sambutan even-event atau ritual-ritual budaya tertentu yang ada di masing-masing Desa Wisata.

Pesan berupa promosi, publikasi, kepada wistawan melalui promosi terpadu. Promosi merupakan elemen yang memiliki keterikatan dengan perencanaan komunikasi pariwisata. Kegiatan promosi atau bauran promosi (*promotion mix*) dikenal dengan empat teknik komunikasi (Cangara, 2014:77): 1) Iklan, 2) *Personal Selling*, 3) Publikasi dan 4) *Exhibition*. *Personal selling* yaitu dengan saluran komunikasi pribadi yaitu dengan *mouth to mouth*. Beberapa kawasan Desa Wisata yang sebelumnya tidak dikenal oleh masyarakat dengan pesan yang disampaikan *mouth to mouth* akan memberikan pengaruh pada minat pengunjung.

Kunci sukses pengembangan Desa Wisata yaitu bagaimana meningkatkan kesadaran baik ditingkat masyarakat sebagai penggerak awal Desa Wisata maupun bagi pemangku kepentingan agar dapat menangkap peluang industri dari Desa Wisata. Dalam mengatasi minimnya wawasan dan kepedulian masyarakat dan para pemangku kepentingan tentang Desa Wisata, perlu dilakukannya sosialisasi untuk membangun kesadaran, sikap dan perilaku positif dari pandangan pengembangan Desa Wisata. Perencanaan dan strategi komunikasi merupakan rancangan untuk membantu dalam pengembangan Desa Wisata.

Masyarakat sebagai sumber daya manusia pariwisata di Desa Wisata merupakan faktor penting dalam pembangunan kepariwisataan, karena pariwisata merupakan industri jasa yang melibatkan manusia sebagai penggerakannya. Perlunya memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan dan pengembangan dan bukan hanya sebagai turut serta berpartisipasi sebagai pencatat atau mendokumentasikan kegiatan ritual budaya. Pelatihan dan pengembangan memberikan pengajaran dan menambah pengetahuan dan perubahan sikap perilaku masyarakat Desa Wisata dan Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung Barat belum sampai ke tahapan tersebut. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung Barat baiknya melakukan pelatihan kepada masyarakat Desa Wisata keterampilan untuk jangka pendek. Dalam proses pengembangan Desa Wisata, pengembangan memiliki artian dimana dalam proses tersebut pentingnya mempersiapkan masyarakat Desa Wisata layak menjadi masyarakat pariwisata sampai ke generasi yang akan datang (jangka panjang) dan inilah makna sesungguhnya dari pembangunan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*).

Pengembangan Desa Wisata dalam hal ini pemerintah menjadi garda terdepan. Penting untuk dipahami bahwa dalam pengembangan Desa Wisata ini pemerintah bertugas sebagai fasilitator dan regulator. Ramuan penting lainnya dalam upaya pengembangan Desa Wisata yaitu pelibatan atau partisipasi masyarakat setempat.

Pengembangan mutu produk wisata pedesaan yang meliputi unsur kualitas, keorisinalan, keunikan, ciri khas daerah dan kebanggaan daerah yang diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya. Secara khusus berkaitan pula dengan perilaku, integritas, keramahan dan kesungguhan penduduk yang tinggal serta berkembang menjadi milik masyarakat daerah tersebut.

Pengembangan Desa Wisata yang berkelanjutan harus terus secara kreatif mengembangkan identitas dan kearifan lokal untuk mampu memecahkan masalah yang berkaitan dengan krisis ekonomi daerah pedesaan, seperti berkurangnya kesempatan kerja. Salah satu jalan keluar yang dapat mengatasi masalah tersebut antara lain melalui pembangunan usaha pedesaan skala kecil, sehingga mampu bersaing dan unggul dalam pembangunan daerah pedesaan, dan dalam penciptaan lapangan kerja baru untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui Desa Wisata.

Sejauh ini, upaya komunikasi yang dilakukan adalah bentuk komunikasi dengan pihak Desa Wisata yang masih dalam proses. Selain itu pula tahap komunikasi ini berlanjut dengan tahap pembangunan sarana dan prasarana penunjang Desa Wisata. Hingga saat ini, upaya komunikasi yang dilakukan dinilai belum bisa diukur keberhasilannya ataupun belum dapat dikatakan gagal dalam pengimplementasiannya. Hal ini disebabkan karena Desa Wisata masih dalam tahap pengembangan dengan mengedepankan skala prioritas dan anggaran yang tersedia. Pengembangan Desa Wisata di Bandung Barat dapat dikatakan terlambat apabila dibandingkan dengan Desa Wisata di daerah lain seperti di Bali dan Toraja yang sarat akan wisata desa berbasis kearifan lokal. Keterlambatan ini karena masih minimnya perhatian Pemerintah dalam menangkap peluang industri Desa Wisata. Desa Wisata Bandung Barat ini sudah jelas format atau bentuk wisatanya namun belum adanya tahap sosialisasi.

SIMPULAN

Mukapayung merupakan desa dengan kondisi wisata alam yang indah dan sejarah peninggalan budaya yang menarik. Keadaan alam yang indah berupa bentangan sawah terasering yang luas dan di sekitar daerah tersebut terdapat wisata air terjun Curugan Gunung Putri yang biasanya ramai dikunjungi wisatawan di akhir pekan. Selain itu wisata budaya berupa situs peninggalan sejarah atau cagar budaya banyak terdapat di Desa Mukapayung. Cagar budaya ini merupakan peninggalan dan bentuk dari kearifan lokal

Desa Mukapayung. Bahkan beberapa cagar budaya dipercaya memiliki mitos dan dikramatkan oleh warga desa setempat.

Pengembangan Desa Wisata diawali secara *bottom-up* dengan mengkaji berbagai kekuatan potensi yang dimiliki desa baik alam maupun budaya dan mengkaji berbagai kekuatan yang dimiliki masyarakat desa baik dari sisi sosial, budaya, ekonomi, lingkungan, religi yang menjadi landasan kehidupan masyarakat desa. Belum adanya bentuk sosialisasi oleh dinas terkait menyebabkan belum adanya kelompok seperti pokdarwis yang fokus dalam mengembangkan Desa Wisata. Interaksi banyak terjadi di tataran pejabat desa dan sesepuh desa.

Komunikasi secara mendalam tentang substansi isi pesan pengembangan Desa Wisata dilakukan secara bertahap sesuai kebutuhan dari masing-masing Desa Wisata. Di Desa Mukapayung strategi komunikator dilihat dengan adanya interaksi peneliti dengan masyarakat yang menginformasikan tentang gagasan pengembangan Desa Wisata. Dari hasil penelitian beberapa masyarakat justru mengetahui Desa Mukapayung akan dijadikan sebagai Desa Wisata. Peneliti berinteraksi secara langsung dengan menanyakan berbagai potensi desa. Peneliti ini berasal dari pihak konsultan ataupun pihak perguruan tinggi. Pesan yang disampaikan dalam pengembangan Desa Wisata dibagi menjadi dua yaitu pesan yang berisi konsep Desa Wisata yang akan disampaikan kepada pihak terkait dan masyarakat dan pesan promosi Desa Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Book

- Arjana, Gusti Bagus. 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenama Media Group.
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata : Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: KENCANA.
- Cangara, Hafied. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Creswell, Jhon W. (2010). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Tradition*. United State of Amerika: Sage Publication.
- Kotler, P. & Keller, KL. (2012). *Marketing management*. New York: Prentice Hall.
- Littlejohn, S. W. (2005). *Theories of Human Communication. Ninth Edition*. USA: Thomson Wadsworth.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Buku 1 – Edisi 6. Terjemahan Putri Iva Izzati*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M.B. & A.M. Huberman. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications Inc.
- Pitana, Gde & I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Salam, Aprinus. 2012. *Kebudayaan sebagai Tersangka*. Yogyakarta: Pusat Studi Kebudayaan UGM.

Sedarmayanti. 2014. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.

Utama, Gusti Bagus Rai. (2012). *Pengantar Industri Pariwisata : Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.

Jurnal online

Dudi Suli, Ina Cani, & Hergys Suli (2013). *Communication of Tourism Product : The case of Himara*. (*European Journal of Sustainable Development Agricultural*: 2, 4, 347-354 ISSN: 2239-5938).

Johny Adhi (2013). *Strategi Komunikasi untuk Pengembangan Kawasan Desa Wisata (Studi Kasus Implementasi Startegi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sragen untuk Membangun Partisipasi Masyarakat dalam Program Pengembangan Kawasan Desa Wisata Pertanian Organik Betisrejo Sragen)*. Semarang: Universitas Sebelas Maret.

Robby Binarwan. (2015). *Taman Bunga Cihideung Bandung Barat Merupakan Tempat Agrowisata Berbasis Masyarakat*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, Vol. 10 No.1 Desember 2015, ISSN 1907-9419.

Surat Kabar Online

Kabupaten Bandung Barat (12 April 2017). Potensi Pariwisata. Diakses dari <http://www.bandungbaratkab.go.id/content/potensi-pariwisata-0>

Pikiran Rakyat. (15 April 2017). Objek Wisata yang Dikelola Pemkab Bandung Barat Sulit Berkembang. Diakses dari <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2016/09/26/objek-wisata-yang-dikelola-pemkab-bandung-barat-sulit-berkembang-380851>

Tempo (17 September 2017). Tiga Kementrian Kompak Kembangkan Desa Wisata. Diakses dari tempo.co/read/news/2017/05/22/090877397/tiga-kementrian-kompak-kembangkan-desa-wisata