

**Strategi Komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) Dalam
Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten
Lampung Selatan**

(Skripsi)

Oleh:

ARDIKA DEWANTARA



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS JALAN INOVASI SOSIAL (JANIS) DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA KUNJIR KECAMATAN RAJABASA KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Desa Wisata Kunjir merupakan salah satu tujuan wisata yang mempunyai potensi sangat strategis yang berada di Kabupaten Lampung Selatan, antara lain pulau eksotis bernama Pulau Mengkudu, serta batu lapis, air terjun yang memukai juga keindahan alam lainnya yang belum dimaksimalkan potensinya. Kondisi tersebut memperoleh perhatian dari Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) untuk mengembangkan strategi komunikasi yang tepat dalam memperkenalkan Desa Wisata Kunjir kepada wisatawan. Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan. Selanjutnya, tujuan penelitian ini yaitu untuk menjelaskan dan menganalisis strategi komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian bersifat deskriptif melalui pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dan hasil menunjukkan bahwa strategi implementasi dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir dilaksanakan melalui kegiatan, tujuan, sasaran dan peran yang diemban oleh Komunitas Janis. Strategi dukungan dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir maka pihak yang terlibat antara lain Warga Desa, Kepala Desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Karang Taruna Desa Kunjir, Perangkat Desa, serta seluruh Janisian. Strategi integrasi yang dilaksanakan dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir secara umum yaitu dilihat dari kegiatan pengkomunikasian antara Komunitas Janis dan masyarakat sekitar dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir.

Kata Kunci: Desa Wisata Kunjir, Ekowisata, Komunitas Janis, Strategi Komunikasi,

ABSTRACT

COMMUNICATION STRATEGY OF JALAN INOVASI SOSIAL (JANIS) IN THE DEVELOPMENT OF KUNJIR TOURISM VILLAGES RAJABASA DISTRICT OF SOUTHERN LAMPUNG REGION

Kunjir Tourism Village is one of the most strategic tourism destinations located in South Lampung Regency, among others exotic island called Pulau Mengkudu, as well as plywood, waterfall that also enjoy other natural beauty that has not been maximized its potential. The condition gained the attention of Jalan Inovasi Sosial (Janis) Community to develop appropriate communication strategies in introducing Kunjir Tourism Village to tourists. Based on that, then the formulation of the problem in this research is how the communication strategy of Jalan Inovasi Sosial (Janis) Community in the development of Village Tourism Kunjir District Rajabasa South Lampung regency. Furthermore, the purpose of this study is to explain and analyze the communication strategy of Jalan Inovasi Sosial (Janis) Community in the development of Village Tourism Kunjir District Rajabasa South Lampung regency. The type of research used is descriptive research type through qualitative approach. Technique of collecting data obtained through observation, interview, literature and documentation. Based on the results of research and discussion shows that the implementation strategy in the development of Village Tourism Kunjir implemented through activities, objectives, targets and roles undertaken by the Janis Community. Supporting strategy in developing Kunjir Tourism Village, the parties involved are Villagers, Village Heads, Tourism Awareness Group (Pokdarwis), Karang Taruna Desa Kunjir, Village Devices, and all Janisian. Integration strategy implemented in the development of Kunjir Tourism Village in general is seen from the communication activities between Janis Community and the surrounding community in the development of Kunjir Tourism Village.

Keywords: Kunjir Tourism Village, Ecotourism, Janis Community, Communication Strategy.

**STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS JALAN INOVASI SOSIAL
(JANIS) DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA KUNJIR
KECAMATAN RAJABASA KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Oleh:

ARDIKA DEWANTARA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2017

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS JALAN INOVASI SOSIAL (JANIS) DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA KUNJIR KECAMATAN RAJABASA KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Ardika Dewantara**

NPM : 1016031085

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. **Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhanik', is written over the stamp area.

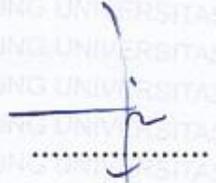
Dhanik Sulistyarni, S.Sos., Mcomm&MediaSt.

NIP 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.



Penguji Utama : Dr. Andy Corry W, M.Si



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarie Makhya
NIP 19590803 198603 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Oktober 2017

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ardika Dewantara
NPM : 1016031085
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl.Way Muli No.10, Kelurahan Tanjung Raya,
Bandar Lampung
No. Hp/ No. Telp. Rumah : 0813-6723-9939

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Strategi Komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) Dalam Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 22 November 2017

Yang membuat pernyataan,



Ardika Dewantara

NPM 1016031085

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 02 Mei 1991. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, buah cinta dari pasangan A.Rachman dengan Naswati, S.Pd. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK Pertiwi, SD Negeri 2 (Teladan) Rawa laut, SMP Arjuna Bandar Lampung pada tahun 2007, dan SMA Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2010. Pada tahun 2010 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis sempat aktif dalam beberapa organisasi kemahasiswaan salah satunya, aktif dalam kepengurusan HMJ Ilmu Komunikasi Unila sebagai anggota bidang *Broadcasting* periode 2011-2012 dan Kepala Bidang *Broadcasting* 2012-2013 serta menjadi Ketua UKM Sinema Fakultas 2013-2014. Sebelum aktif dalam pengerjaan skripsi, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) selama 30 hari di TVRI Lampung pada bagian Liputan, *Dubbing* dan *Editing*. Penulis juga melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 30 hari di Desa Negeri Agung, Kecamatan Marga Tiga, Kabupaten Lampung Timur.

MOTO

**“Sebaik-baik manusia
adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia”**

(HR.Thabrani Dan Daruquthni)

**“Pekerjaan paling menyenangkan di dunia
adalah hobi yang dibayar”**

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin...

Puji syukur khadirat ALLAH SWT

Kupersembahkan karya ini kepada...

“Kedua orang tua ku tercinta”

“Kakak-kakak ku, dan keponakanku”

“Semua keluarga besar, kerabat, sahabat
dan semua orang yang ada di sekelilingku”

“Terima kasih atas dukungan doa,
waktu dan kebaikan kalian”

SANWACANA

Alhamdulillahillobbil 'alamin. Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya lah skripsi ini dapat diselesaikan dan Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan umat Islam Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) Dalam Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan”** adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan dorongan, motivasi, dan bantuan baik langsung maupun tidak langsung kepada penulis, antara lain:

1. Allah SWT, atas segala yang telah Engkau berikan, dan atas semua yang telah Engkau takdirkan. Hamba-Mu ini hanyalah lemah dan Engkaulah Maha Segalanya.
2. Kedua Orang Tua saya, A.Rachman dan Naswati, S.Pd. yang selalu sabar menghadapi anaknya hingga sekarang. terima kasih untuk semua hal yang telah kalian berikan selama ini, semangat, motivasi, doanya dan kasih sayangnya yang tak pernah putus.

3. Kedua Kakakku, Arni Agustina dan Artanti Iova serta Kakak Ipar dan keponakan yang selalu sabar dan memotivasi, doa dan kasih sayangnya yang diberikan kepada penulis.
4. Keluarga besar H.Nachrowi, Paman-paman, Bibi-bibi, Sepupu-sepupu, Keponakan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
5. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos, M.Si selaku dosen Pembimbing Utama dan Dosen Pembimbing Akademik dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas segala bimbingan, waktu, kesabaran, kebaikan dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama kuliah maupun proses bimbingan skripsi.
8. Bapak Dr. Andy Corry W, M.Si. selaku dosen pembahas dan penguji utama dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan bimbingannya serta saran dan masukannya terhadap penulis.
9. Seluruh jajaran dosen Fisip Universitas Lampung terutama Jurusan Ilmu Komunikasi antara lain; Bapak Teguh, Bapak Agung, Ibu Nina, Ibu Dhanik, Ibu Ida, Bapak Sarwoko, Bapak Firman, Bapak Andy, Ibu Wulan, Ibu Andi Windah, Ibu Hestin, Ibu Tina, Ibu Ana, Ibu Nanda, Bapak Riza, Bapak Rudi, Ibu Bangun, Bapak Cahyono, dan Bapak Toni yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama penulis menimba ilmu di jurusan ini.

10. Komunitas Jalan Inovasi Sosial (JANIS), Rizkur, Rei, Dyla, Netta, Merry, El, Dedi, Cinda, Dul, Ahmed, Gita, Gilang, Fajri, Kevin, Inggit, Andez, Jerry, Enda, Shei, Kia, Diah, Icon, Fikri, Desto, Popo, Shinta P, Shinta Sinaga, Fangky, Aca, Adit, Adys, Manda, Angga Limbunk, Anggino, Ericha, Apriska, Ari, Aria, Fiqi, Algi, Arbud, Desto, Arum, Dea, Debby, Diki, Dony, Edo, Erin, Fajar, Ferry, Gita Giwek, Ika, Ines, Iyan, Karin, Kiki, Sivam, Laily, Reza, Aden, Nadia, Nanda, Nia, Novita, Riko, Pandu, Panji, Piyam, Rifka, Riyan, Sendy, Shoffan, Shyntia, Sikho, Titin, Welly, Yogi.
11. Masyarakat Desa, Kepala Desa, Pokdarwis, Karang Taruna Kunjir, Perangkat desa wisata kunjir.
12. Teman-teman komunikasi 2010, semoga semua kebersamaan kita tidak sampai disini. Amin. Terima kasih untuk pengalaman, ilmu, keceriaan, kesenangan, kesedihan, kegalauan, kerja keras, kekompakan, pertolongan, dan semua yang pernah kita lakukan bersama.
13. Kakak-kakak tingkat Komunikasi Unila, terima kasih atas pengalaman, ilmu, dan kebersamaannya.
14. Keluarga Besar Komunikasi unila angkatan 2011-2016, Tetap kompak, sukses selalu.
15. Keluarga Besar YPK, Ahong, Deka, Dewi, Aji, Apin, Duta, Fajri, Jaya, Imam, Riksa, Amsal, Tyo, Gele, Ebol, Putra, Artta, Audry, Bayu, Bowo, Danis, Dian, Egy, Iko, Gepeng, Syahid, Gagah, Ilham, Barker, Name, Sade, Janu, Ladi, Sena, Metal, Obi, Pandu, Reza, Gawir, Manda, Rendi, Ridho, Ridho H, Risky

Congor, Uwi, Sarah, Simeng, Teddy, Togar, Tyo Saezar dan yang tidak bias saya sebutkan satu persatu, kalian luar biasa..

16. Romantika Diamor, Deka, Dewi, Fi, Ahong, Obi, Pandu, Mput, Rina, Tia, Azul, makasih sudah menemani dikala susah dan senang.

17. Instameet Lampung, Gendon, Edo, Agung, Bowo, Adit, Angga, Ari, Azka, Cody, Danar, Desta, Devriza, Dian Risky, Dian, Dio, Dova, Fajri, Fariz, Fitri, Fikrifrandy, Galih, Gusti, Hanif, Ical, Tale, Arif, Imam, Idham, Arif Raja, Janu, Rifqi, Rizki, Sun, Sigot, Yapri, Bobby, Zaky, Dan Lain-Lain.

18. LP2S, Bang Budi, Bunda, Agung, Mbak Denis, Fajri, Fauzan, Sade, Ucok, Kak Reza, Ucok, Fajar, Sidik.

19. Teman- teman KKN Desa Negri Agung.

20. Sella Anggraini terima kasih atas segalanya yang telah diberikan selama ini. Terima kasih sudah setia menemani, mendengarkan keluh kesah, motivasi, pengertian, dan semangatnya.

21. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan doa yang belum disebutkan sebelumnya serta kepada anda yang membaca skripsi ini, semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi anda khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

Penulis,

Ardika Dewantara

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2. Strategi Komunikasi.....	10
2.2.1. Pengertian Strategi Komunikasi.....	10
2.2.2. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi.....	13
2.2.3. Pentingnya Strategi Komunikasi.....	14
2.2.4. Strategi Komunikasi yang Efektif.....	18
2.3. Komunikasi Organisasi	18
2.4. Komunikasi Interpersonal	22
2.5. Desa Wisata.....	25
2.5.1. Pengertian Desa Wisata	25
2.5.2. Pengembangan Desa Wisata	31
2.6. Teori Jaringan dalam Komunikasi Organisasi	33
2.7. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian	36
3.2. Definisi Konsep.....	37
3.3. Fokus Penelitian	38
3.4. Informan.....	39
3.5. Sumber Data.....	40
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7. Teknik Analisa Data.....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1. Gambaran Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan	43
4.1.1. Sejarah Singkat Desa Wisata Kunjir.....	43
4.1.2. Keadaan Geografis.....	45
4.1.3. Potensi Desa Wisata Kunjir	46
4.2. Gambaran Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis)	48
4.2.1. Gambaran Komunitas Janis	48
4.2.2. Visi dan Misi.....	50
4.2.3. Nilai-nilai Organisasi	51
4.2.4. Azas-azas	52

4.2.5.	Struktur Organisasi	53
4.2.6	Rencana Kerja Komunitas Janis	56
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Profil Informan	57
5.2	Strategi Komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam Pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan	71
5.2.1	Implementasi.....	72
5.2.2	Dukungan.....	89
5.2.3	Integrasi	96
5.3	Pembahasan.....	117
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	128
6.2	Saran.....	130

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan sektor pariwisata dapat dipengaruhi oleh sektor ekonomi, hal ini terlihat dari tujuan pengembangan sektor pariwisata yang salah satunya adalah untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal yang tinggal di sekitar objek wisata. Adanya interaksi antara kedua sektor ini diharapkan dapat mendorong dalam mewujudkan proses pembangunan yang berkesinambungan dan membawa dampak terhadap perbaikan kesejahteraan masyarakat. Tahun 2008 merupakan awal gebrakan di bidang pariwisata ketika muncul adanya suatu proses pengembangan industri berbasis kreatifitas. Sejak saat itu, perkembangan industri pariwisata alternatif terus mencari bentuk wisata yang berbeda, khas, spesifik, dan memiliki daya tarik bagi para wisatawan. (Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia, 2008). Bentuk wisata yang berbeda dan memiliki unsur khas ini sekarang hadir dalam bentuk desa wisata dengan menampilkan kekayaan kebudayaan daerah setempat.

Pembangunan kepariwisataan Indonesia sebagai bagian integral dari pembangunan nasional diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat Indonesia dengan prioritas dan arah kebijakan untuk

meningkatkan penerimaan negara (devisa), perluasan dan pemerataan kesempatan usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkaya kebudayaan nasional dengan tetap melestarikan kepribadian bangsa dan memperhatikan kelestarian lingkungan fungsi dan mutu lingkungan serta mendorong pemanfaatan segala potensi sumber daya yang berupa sumber daya alam dan buatan yang dapat dijadikan daya tarik wisata berupa keadaan alam, flora, fauna, hasil karya manusia, budaya dan kehidupan masyarakat di pedesaan serta peninggalan sejarah dan budaya yang merupakan modal bagi pengembangan dan peningkatan kepariwisataan di Indonesia.

Analisis *United International World Tourism Organization* (UNWTO) mengatakan bahwa Indonesia mempunyai kekuatan dalam pengembangan potensi desa wisata. Pengembangan pariwisata berbasis desa tidak saja untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia, tetapi juga memberikan dampak pemerataan pembangunan hingga tingkat desa dan mengangkat perekonomian masyarakat (Karyono, 2007:6). Potensi wisata kawasan merupakan potensi yang sangat menjanjikan, selama ini potensi wisata masih merupakan mutiara yang terpendam dan belum digali secara maksimal, disisi yang lain budaya masyarakat desa di sekitar kawasan wisata juga menyimpan kekayaan yang sangat luar biasa menjanjikan, oleh sebagian orang inilah yang disebut dengan desa wisata. Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Salah satu tujuan wisata di Provinsi Lampung yang mempunyai potensi yang sangat strategis yaitu Kabupaten Lampung Selatan.

Kabupaten Lampung Selatan merupakan suatu tujuan yang menarik bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, selain banyak tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi, adat istiadat masyarakatnya pun sangat kental dengan nilai-nilai historis yang unik untuk dipelajari maupun hanya sekedar berkunjung. Pengembangan objek wisata selain tempat-tempat yang mengandung sejarah (historis), pengembangan pariwisata terbaru dilakukan dengan menyiapkan potensi-potensi kampung-kampung dan desa-desa wisata.

Desa wisata merupakan aset yang masih perlu diasah pemanfaatannya salah satunya melalui pelatihan oleh pemerintah maupun swasta guna menciptakan kesejahteraan masyarakat desa wisata, agar mampu menjadi andalan pariwisata daerah. Pada umumnya desa wisata dikelola oleh warga setempat dengan suasana yang masih alami dan cenderung disukai oleh wisatawan dengan memanfaatkan euphoria "*back to nature*".

Meskipun desa wisata dapat dikatakan sebagai model pariwisata yang cukup unik dan dapat dikategorikan sebagai tujuan wisata baru, masih tetap dibutuhkan peran kreatif masyarakat untuk mengoptimalkan potensi wisatanya karena desa wisata termasuk dalam wisata minat khusus dimana wisatawan dapat mempelajari berbagai hal yang telah menjadi budaya masyarakat sekitar di desa tersebut.

Salah satu faktor yang berpengaruh dalam keberhasilan pengembangan Desa Wisata Kunjir adalah keberadaan Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) merupakan sebuah komunitas sosial yang bergerak di bidang Inovasi, yakni memberikan dan membangun bersama inovasi-inovasi yang dapat membantu dan

mempermudah kehidupan masyarakat di desa dan pulau, yang nantinya bisa meningkatkan ekonomi warga di desa tersebut. Desa Wisata Kunjir memiliki luas \pm 5000 ha dan terdiri dari 4 dusun, 10 RT, dengan jumlah kepala keluarga yaitu 573 orang dan jumlah warga keseluruhan yang tinggal di Desa Kunjir 2647 orang. Mayoritas masyarakat di sini berasal dari suku Lampung, namun ada beberapa pendatang yang berasal dari suku Jawa, Sunda, maupun Jawa Serang (Jaseng) (Arsip Desa Wisata Kunjir, 2017).

Salah satu peran dari Janis yang memiliki pengaruh nyata dalam mendukung perkembangan Desa Wisata Kunjir adalah berhasil meningkatkan kualitas dan kuantitas program-program atraksi wisata, yang disuguhkan kepada para wisatawan. Peran yang dijalankan oleh Janis, biasanya akan memunculkan aktor-aktor tertentu yang memiliki dominansi peran dibanding dengan aktor lainnya.

Setiap akhir pekan mungkin hanya \pm 10-20 orang saja yang datang berkunjung. Sekarang, setiap *weekdays* total wisatawan yang datang berkisar antara 20-30 orang dan yang paling mengejutkan adalah ketika akhir pekan, setiap *weekend* para pelancong yang datang dari berbagai daerah bisa mencapai 200-300 orang. Total wisatawan yang hadir setiap bulannya mencapai 1.000 orang terhitung bulan Desember-Januari. Sungguh merupakan data yang fantastis dan sulit dipercaya. Kini perlahan Desa Wisata Kunjir bisa semakin mandiri untuk mengelola potensi wilayahnya. Desa Kunjir memiliki sebuah pulau eksotis bernama Pulau Mengkudu beserta batu lapis, air terjun yang memukau, juga keindahan alam lainnya yang diabaikan begitu saja.

Ketika Janis pertama kali datang kesana, warga desa cukup meragukan kapasitas yang dimiliki. Namun sekarang, warga yang tadinya terbiasa membuang sampah ke laut setiap pagi setiap hari sepanjang tahun dari jaman dulu, menjadi malu dan tersadar. Janis bisa merubah pola pikir warga setempat, Janis berpotensi memberikan pengaruh baik dan luar biasa bagi masyarakat luas. (http://nationalgeographic.co.id/travelmate/gallery_detail/1824).

Semakin terkenalnya Desa Wisata Kunjir oleh wisatawan, maka diharapkan akan mampu meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat Desa Kunjir. Hal ini tentunya diperlukan adanya peran serta masyarakat bukan hanya pada waktu sekarang saja, akan tetapi tetap berkesinambungan secara terus menerus terutama untuk tetap menjaga kelestarian alam dan lingkungan di sekitar obyek wisata.

Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam rangka memperkenalkan setiap obyek wisata yang ada di Indonesia kepada para wisatawan baik lokal maupun mancanegara memang sangat dibutuhkan adanya strategi komunikasi yang efektif baik secara internal di antara anggota Janis maupun secara eksternal melalui media sosial.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu : “Bagaimana strategi komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan menganalisis strategi komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi dan diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang secara khusus pada komunikasi organisasi.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran peneliti dan keberhasilan strategi ini dapat diimplementasikan di tempat-tempat lain yang serupa permasalahannya dengan Desa Wisata Kunjir.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan guna mempermudah peneliti dalam mendapatkan informasi seputar strategi komunikasi yang baik dan dalam menentukan buku acuan yang tepat. Suatu strategi atau upaya-upaya diperlukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Keberhasilan ataupun kegagalan dalam pencapaian suatu tujuan dapat dinilai dari strategi yang digunakan sebelumnya, maka dari itu, penelitian mengenai strategi banyak kita temui hingga sekarang, terlebih strategi komunikasi karena pada dasarnya manusia senantiasa berkomunikasi.

Aset wisata merupakan identitas yang perlu dilestarikan dan diwariskan agar tidak hilang, terlebih di tengah modernisasi yang membuat kurangnya kepedulian masyarakat tentang lingkungan terutama kekayaan alam yang dimiliki. Penelitian mengenai kebudayaan dan wisata, khususnya upaya pelestarian memang menjadi kajian yang menarik. Menurut Masyhuri dan Zainuddin, (2008:100) seorang peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya.

Beberapa peneliti ternyata tertarik untuk mengulas hal-hal yang berkenaan dengan strategi komunikasi dan pariwisata yang berwujud pada analisis skripsi. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu tentang strategi komunikasi dan pariwisata.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1. Peneliti	Lisda Aprilia (2013)
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Pengelolaan Objek Wisata Rohani Bukit Kelam di Kabupaten Sintang
Hasil Penelitian	Strategi komunikasi yang dilakukan oleh petugas atau pihak pengelola yaitu Pastoran di dalam mengembangkan dan mengelola objek wisata Rohani Bukit Kelam hanya melalui rapat bersama Uskup dan pihak pengelola Objek Wisata Rohani Bukit Kelam. Sementara dari pihak Pastoran belum pernah atau belum melaksanakan upaya pendekatan kepada media cetak untuk memudahkan berita tentang Wisata Rohani Bukit Kelam, media lokal seperti Kapuas Post berhubungan karena biayanya mahal.
Kontribusi Pada Penelitian	Menjadi referensi bagi penelitian yang dilakukan serta membantu proses penyusunan penelitian.
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menjelaskan strategi komunikasi dan jaringan komunikasi yang digunakan dalam pengelolaan obyek pariwisata dan kendala yang dihadapi dalam kegiatan pengelolaan obyek pariwisata. Sedangkan penelitian yang akan disusun peneliti yaitu untuk mengembangkan obyek pariwisata kepada masyarakat.
Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada strategi komunikasi khususnya terkait dengan obyek pariwisata.
2. Peneliti	Putri Pusvita Sari (2012)
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Museum Lampung dalam Menarik Minat Pengunjung (Studi Pada Museum Negeri Provinsi Lampung Ruwa Jurai)

Hasil Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam pemasaran Museum Lampung yang bertujuan untuk menarik minat pengunjung
Kontribusi Pada Penelitian	Membantu peneliti dalam memahami proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Museum Negeri Provinsi Lampung Ruwa Jurai dalam menarik minat pengunjung
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi dalam pemasaran Museum Lampung yang bertujuan untuk menarik minat pengunjung. Sedangkan penelitian yang akan disusun peneliti adalah tentang bagaimana strategi komunikasi dalam pengembangan obyek wisata.
Persamaan	Sama-sama untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menarik minat pengunjung.
3. Peneliti	Jody Arfianto (2013)
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Yayasan CIKAL Dengan Masyarakat Dalam Pelestarian Ekowisata di Teluk Kiluan
Hasil Penelitian	Strategi komunikasi yang digunakan Yayasan CIKAL dalam pelestarian ekowisata di Teluk Kiluan melalui dua pendekatan komunikasi, yaitu pendekatan komunikasi organisasi dan pendekatan komunikasi interpersonal. Yayasan CIKAL menggunakan pendekatan komunikasi organisasi sebagai cara efektif untuk menyampaikan informasi.
Kontribusi Pada Penelitian	Menjadi referensi bagi penelitian yang dilakukan serta membantu proses penyusunan penelitian.
Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi dalam kegiatan pelestarian terhadap obyek pariwisata. Sedangkan penelitian yang akan disusun peneliti adalah tentang bagaimana strategi komunikasi dalam pengembangan obyek wisata.
Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada strategi komunikasi khususnya terkait dengan obyek pariwisata.

2.2. Strategi Komunikasi

2.2.1. Pengertian Strategi Komunikasi

Menurut Arifin (1994:10), strategi komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisi tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Strategi komunikasi merupakan suatu seni atau cara dalam menentukan posisi dan membangun citra organisasi dan juga harus didukung oleh teknik komunikasi yang baik, metode penyampaian dan pemilihan media yang tepat. Strategi komunikasi juga dapat diterapkan untuk proyek terpisah dalam rencana jangka yang panjang maupun pendek, atau dapat menunjuk ke strategi komunikasi di luar rencana periodik tersebut atau di bawah strategi organisasi yang menyeluruh.

Sebuah kelompok organisasi, merencanakan cara komunikasi sangat penting dan mempunyai banyak manfaat untuk berbagai alasan. Komunikasi menjamin pemanfaatan sumber daya langka secara paling efisien, dapat membantu memprioritaskan tuntutan-tuntutan yang berlawanan, dan memberikan arahan yang jelas yang terkait dengan kegiatan sehari-hari. Lebih lanjut, komunikasi dapat mengidentifikasi mereka yang membawa perubahan dan memberi cara terbaik untuk menghadapi mereka, memungkinkan telaah kegiatan organisasi saat ini dan memberikan tolak ukur untuk mengukur keberhasilan diwaktu yang akan datang. Strategi komunikasi agar berjalan dengan baik, perlu memperhatikan hal-hal seperti berikut:

a. Sasaran

Perlunya mengidentifikasi sasaran siapa dengan siapa yang perlu berkomunikasi untuk mencapai tujuan organisasi.

b. Tujuan

Tujuan adalah kunci sukses strategi komunikasi. Tujuan tersebut harus mampu memastikan bahwa strategi komunikasi yang dikembangkan merupakan tuntutan kebutuhan organisasi, bukan karena adanya kebutuhan atas komunikasi itu sendiri. Kegiatan komunikasi Anda bukan merupakan akhir dari semua kegiatan, tetapi dilakukan demi organisasi dan karena itu harus dikaitkan dengan tujuan organisasi. Menggabungkan tujuan komunikasi dan tujuan organisasi akan menegaskan pentingnya dan relevansi komunikasi, dan karena itu akan menjadi kasus yang meyakinkan untuk melakukan kegiatan komunikasi dalam organisasi.

c. Pesan

Mencari target yang strategis dan konsisten adalah kunci pesan organisasi. Ciptakan sesuatu yang komprehensif dan mencakup semua pesan kunci, dan beri tekanan pada unsur-unsur yang berbeda untuk pendengar yang berbeda.

d. Evaluasi dan Amandemen

Pertimbangkan melakukan audit komunikasi untuk memperkirakan efektivitas strategi komunikasi dengan pendengar internal maupun external dengan melakukan diskusi internal.

e. Instrumen dan kegiatan

Kenali instrumen dan kegiatan yang sesuai untuk mengkomunikasikan pesan kunci.

Menurut Liliweri (2011: 240), strategi komunikasi itu:

- a. Strategi yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan satuan tujuan komunikasi dalam rumusan yang baik.
- b. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
- c. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan dalam rangkaian aktivitas komunikasi yang berbasis pada satuan teknik bagi pengimplementasian tujuan komunikasi. Adapun taktik adalah satu pilihan tindakan komunikasi tertentu berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.
- d. Strategi berperan memfasilitasi perubahan perilaku untuk mencapai tujuan komunikasi manajemen.

Jadi dapat ditarik kesimpulan dengan melihat beberapa definisi diatas bahwa strategi komunikasi adalah suatu perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang melibatkan komponen-komponen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.2.2. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi berfungsi sebagai cara agar komunikasi yang dilakukan menjadi efektif. Sedangkan tujuannya ialah untuk (Liliweri, 2011: 248):

1. Memberitahu (*Announcing*)

Strategi bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik perhatian sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan.

2. Memotivasi (*Motivating*)

Seseorang melakukan tindakan dimulai dari motivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan.

3. Mendidik (*Educating*)

Lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

4. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan.

5. Mendukung Pembuatan Keputusan (*Supporting Decision Making*)

Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya.

Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai.

2.2.3. Pentingnya Strategi Komunikasi

Dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yang tergolong kompleks, penting untuk menetapkan strategi yang akan digunakan agar komunikasi menjadi efektif. Terdapat tiga esensi utama dari praktik strategi komunikasi yang dikemukakan Liliweri (2011: 249), yaitu:

1. Strategi Implementasi

Tahapan dalam strategi implementasi, antara lain:

- a. Mengidentifikasi visi dan misi. Visi merupakan cita-cita ideal jangka panjang yang dapat dicapai oleh komunikasi dengan mengandung tujuan, harapan dan cita-cita ideal yang selanjutnya dijabarkan oleh misi.
- b. Menentukan program dan kegiatan. Melaksanakan serangkaian aktivitas sesuai dengan penjabaran misi.
- c. Menentukan tujuan. Dari setiap program yang akan dijalankan biasanya mempunyai tujuan yang akan diperoleh sebagai salah satu indikator keberhasilan.
- d. Mengenali *Audiens*. Pada tahap ini, komunikator perlu mengenali terlebih dahulu sasaran komunikasi yang disesuaikan dengan tujuan komunikasi, apakah bersifat informatif (memberikan informasi saja), persuasif (mengajak) dan instruktif (memberikan perintah). Dalam pengenalan sasaran, komunikator perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pesan yang akan disampaikan disesuaikan dengan pengalaman, pendidikan, status sosial, pola hidup, ideologi dan keinginan sasaran.
 - 2) Situasi dan kondisi di sekeliling sasaran pada saat pesan akan disampaikan dapat mempengaruhi penerimaan pesan, misalnya suasana sedih, sakit dan situasi lingkungan yang tidak mendukung.
- e. Mengembangkan Pesan. Setelah mengenal komunikan, maka perlu untuk mengemas pesan secara tepat, benar dan menarik minat sasaran. Perlu dilakukan pengkajian tujuan pesan. Namun sebelumnya harus dipahami dulu isi pesan yang cocok untuk disampaikan. Satu pesan dapat menggunakan lebih dari satu teknik komunikasi, atau menggunakan satu atau beberapa lambang (misalnya: bahasa, gambar, warna, gerak tubuh, suara, dan sebagainya). Pemilihan bahasa atau lambang harus disesuaikan dengan komunikan untuk menghindari bias makna, seperti penggunaan bahasa asing maupun kalimat konotatif dan ambiguitas.
- f. Identifikasi Komunikator. Kredibilitas komunikator yaitu kemampuan komunikator dalam menumbuhkan kepercayaan komunikan terhadap pesan. Kepercayaan ini timbul antara lain karena profesi, kedudukan, dan keahlian yang dimiliki komunikator. Kriteria komunikator berkredibilitas yaitu yang memiliki daya nalar tinggi dan memiliki karakter serta moral yang baik. Karena komunikator dengan karakter dan kepribaidian yang kuat, dapat menyampaikan pesan dengan makna yang kuat pula.
- g. Mekanisme Komunikasi/Media. Pemilihan media sangat bergantung pada tujuan yang akan dicapai, bentuk pesan yang akan disampaikan dan teknik

komunikasi yang akan dipakai. Media ada banyak jenisnya, kita dapat menyesuaikan pesan yang akan disampaikan dengan memperhatikan kelebihan dan kekurangan pada tiap-tiap media. Maka dari itu, tidak menutup kemungkinan apabila dalam menyampaikan sebuah pesan, media yang digunakan lebih dari satu.

- h. *Scan* Konteks dan Persaingan. Perlu adanya perhitungan mengenai resiko dari setiap strategi yang telah ditentukan agar dapat diantisipasi dengan menyediakan solusi dari setiap permasalahan yang diduga akan timbul di depannya.

2. Strategi Dukungan

Tahapan dalam strategi dukungan antara lain:

- a. Mengembangkan mitra yang bernilai. Perlu adanya strategi yang tepat dalam membudidayakan, mengembangkan, dan mengoptimalkan berbagai elemen atau unsur dari berbagai rekan, mitra, maupun koneksi yang mempunyai daya dukung yang tinggi dan berkompeten.
- b. Melatih para pembawa atau penyebar pesan. Para pembawa atau penyebar pesan, harus dibekali dengan pengetahuan dan kemampuan yang cukup, sehingga perlu dikembangkan kegiatan pelatihan.
- c. Mengembangkan semacam tata aturan bagi kegiatan penyebarluasan informasi kepada audiens. Diusahakan agar informasi yang disebarkan merupakan informasi yang spesifik dan aktual, sehingga dapat digunakan konsumen. Apalagi jika informasi ini tidak saja sekedar pemberitahuan

atau motivasi semata, tetapi mengandung unsur pendidikan, misalnya melalui pemantauan dan evaluasi implementasi.

- d. Mengontrol setiap tahapan/jenis kegiatan. Setiap pelaksanaan kegiatan harus dilakukan pengawasan atau *controlling*, sehingga kemajuan atau kemunduran dari kegiatan dapat terindikasi dengan mudah.

3. Strategi Integrasi

Tahapan dalam strategi integrasi antara lain:

- a. Mengintegrasikan komunikasi terutama pada level kepemimpinan. Pengintegrasian (*integration*) ialah fungsi operasional manajemen personalia yang terpenting, sulit dan kompleks untuk merealisasikannya. Hal ini disebabkan karena bawahan bersifat dinamis dan mempunyai pikiran, perasaan, harga diri, sifat, serta membawa latar belakang, perilaku, keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda dalam organisasi.
- b. Melengkapi sumber daya. Seluruh sumber daya yang berpotensi dalam memajukan organisasi harus disediakan dan dilengkapi semaksimal mungkin, hal ini dimaksudkan agar dapat mendukung setiap gerakan yang akan dilakukan oleh organisasi.
- c. Mengintegrasikan komunikasi melalui organisasi. Komunikasi yang telah terbangun harus diintegrasikan secara menyeluruh kepada setiap unit di dalam organisasi, sehingga tidak menimbulkan kesimpangsiuran terhadap tujuan yang hendak dicapai dalam organisasi tersebut.
- d. Melibatkan staf pada semua level untuk memberikan dukungan dan integrasi. Seluruh elemen dan unsur dalam organisasi harus dilibatkan

secara langsung maupun tidak langsung, sehingga setiap pemegang tanggung jawab dalam organisasi merasa

2.2.4. Strategi Komunikasi yang Efektif

Strategi komunikasi yang efektif adalah saat tujuan dari komunikasi tercapai. Untuk mencapai komunikasi yang efektif maka perlu diperhatikan hal-hal berikut (Liliwari, 2011: 256):

- a. Inovasi yang adaptif (*adaptive innovation*). Inovasi dilakukan untuk meningkatkan kualitas komunikasi dengan melakukan suatu perubahan.
- b. Kesatuan suara (*one voice*). Seluruh kerabat kerja melaksanakan kegiatan dengan satu suara atau satu komando.
- c. Sesuaikan waktu (*showtime*). Semua komunikasi digambarkan berada tepat di atas pentas.
- d. Strategi mempercepat (*strategic speed*). Berkaitan dengan cara kerja yang cepat dan cerdas.
- e. Disiplin berdialog. Pengawasan terhadap ucapan dan presentasi dalam sebuah kegiatan komunikasi.

2.3. Komunikasi Organisasi Sebagai Strategi Komunikasi

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (dalam Romli, 2011: 2) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan

berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang di setuju secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Terdapat beberapa persepsi mengenai komunikasi organisasi (Muhammad, 2005: 65), antara lain:

a. Persepsi Redding dan Sanborn

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan menulis dan komunikasi evaluasi program.

b. Persepsi Katz dan Kahn

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti didalam suatu organisasi. Menurut Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan.

Secara umum, fungsi komunikasi dalam organisasi menurut Sendjaja (1994: 134-136) adalah sebagai berikut:

a. Fungsi Informatif

Organisasi dapat dipandang sebagai suatu sistem pemrosesan informasi. Maksudnya, seluruh anggota dalam suatu organisasi berharap dapat memperoleh informasi yang lebih banyak, lebih baik dan tepat waktu. Informasi yang didapat memungkinkan setiap anggota organisasi dapat melaksanakan pekerjaannya secara lebih pasti.

b. Fungsi Regulatif

Fungsi ini berkaitan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi. Terdapat dua hal yang berpengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu:

- 1) Berkaitan dengan orang-orang yang berada dalam tataran manajemen, yaitu mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Juga memberi perintah atau intruksi supaya perintah-perintahnya dilaksanakan sebagaimana mestinya.
- 2) Berkaitan dengan pesan, yaitu pesan-pesan regulatif yang pada dasarnya berorientasi pada kerja. Artinya, bawahan membutuhkan kepastian peraturan tentang pekerjaan yang boleh dan tidak boleh untuk dilaksanakan.

c. Fungsi Persuasif

Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya

daripada memberi perintah. Sebab pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibanding kalau pimpinan sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

d. Fungsi Integratif

Setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaannya dengan baik. Ada dua saluran komunikasi yang dapat mewujudkan hal tersebut, yaitu :

- 1) Saluran komunikasi formal seperti penerbitan khusus dalam organisasi tersebut (*buletin, news latter*) dan laporan kemajuan organisasi.
- 2) Saluran komunikasi informal seperti perbincangan antar pribadi selama masa istirahat kerja, pertandingan olahraga, ataupun kegiatan darmawisata. Pelaksanaan aktivitas ini akan menumbuhkan keinginan untuk berpartisipasi yang lebih besar dalam diri karyawan terhadap organisasi.

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (2005) dalam Rohim (2009: 152) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Jaringan atau *network* merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antarindividu dan kelompok. Jaringan dapat dikatakan sebagai sebuah sistem. Dimana elemen-elemen di dalamnya saling berhubungan satu sama lain. Organisasi menurut Muhammad (2005: 71) adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu, di antara orang-orang tersebut terjadi pertukaran komunikasi. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi.

Teori tentang jaringan komunikasi (dalam Muhammad, 2005: 102) ini menjelaskan bahwa peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi. Interaksi yang terjadi antara Komunitas Janis terhadap masyarakat di sekitar Desa Wisata Kunjir dan wisatawan dapat diukur pula dengan menggunakan landasan teori jaringan ini dengan mengidentifikasi interaksi antarindividu oleh ketua kelompok masyarakat (tokoh masyarakat) dan wisatawan dalam penyebaran informasi mengenai pesan yang disampaikan oleh Komunitas Janis.

2.4. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi secara etimologis atau menurut kata asalnya berasal dari bahasa latin yaitu yang berarti *communication*, yang berarti sama makna mengenai suatu hal. Jadi berlangsungnya proses komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan ataupun kepentingan tertentu. Komunikasi dapat berlangsung apabila ada pesan yang akan disampaikan dan terdapat pula umpan balik dari penerima pesan yang dapat diterima langsung oleh penyampai pesan.

Selain itu komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu, merubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tak langsung melalui media. Dalam

komunikasi ini memerlukan adanya hubungan timbal balik antara penyampain pesan dan penerimanya yaitu komunikator dan komunikan.

Menurut Carl I. Hovland dalam Effendy (2007:9), ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi dan pengertian seseorang terhadap orang lain.

R. Wayne Pace dalam Cangara (2004:32) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau *communication interpersonal* merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung.

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk verbal atau nonverbal, seperti komunikasi pada umumnya komunikasi interpersonal selalu mencakup dua unsur pokok yaitu isi pesan dan bagaimana isi pesan dikatakan atau dilakukan secara verbal atau nonverbal. Dua unsur tersebut sebaiknya diperhatikan dan dilakukan berdasarkan pertimbangan situasi, kondisi, dan keadaan penerima pesan.

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan aktif bukan pasif. Komunikasi interpersonal bukan hanya komunikasi dari pengirim pada penerima pesan, begitupula sebaliknya, melainkan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi interpersonal bukan sekedar serangkaian

rangsangan-tanggapan, stimulus-respon, akan tetapi serangkaian proses saling menerima, penyerapan dan penyampaian tanggapan yang telah diolah oleh masing-masing pihak.

Komunikasi Interpersonal juga berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Dan perubahan tersebut melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat untuk memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama.

Komunikasi *interpersonal* atau komunikasi antar pribadi adalah proses pertukaran informasi serta pemindahan pengertian antara dua orang atau lebih di dari suatu kelompok manusia kecil dengan berbagai efek dan umpan balik (*feed back*) (Widjaja, 2008:8).

Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan maka kita perlu bersikap terbuka, sikap percaya, sikap mendukung, dan terbuka yang mendorong timbulnya sikap yang paling memahami, menghargai, dan saling mengembangkan kualitas. Hubungan interpersonal perlu ditumbuhkan dan ditingkatkan dengan memperbaiki hubungan dan kerjasama antara berbagai pihak. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan.

2.5. Desa Wisata

2.5.1. Pengertian Desa Wisata

Pariwisata merupakan salah satu bentuk aplikasi dari industri versi baru, dimana sektor ini dapat menyediakan peningkatan kesejahteraan ekonomi dalam waktu yang cepat dan menjadi sebuah stimulator bagi sektor lain yang mendukung aktivitas pariwisata itu sendiri seperti transportasi, perdagangan-jasa, dan sebagainya (Wahab, 2003:88), sehingga sektor pariwisata akan tumbuh dengan baik apabila didukung dengan adanya daya tarik di suatu lokasi, baik itu yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata ataupun turunan dari sektor pariwisata yang telah berasimilasi dengan sektor lain.

Daya tarik wisata sendiri memiliki definisi sebagai sebuah potensi natural atau alamiah, binaan atau rekayasa yang menjadi fokus dalam pengembangan pariwisata (Yoeti, 2010:74). Daya tarik ini bisa ditampilkan dalam berbagai bentuk atraksi wisata yang ditawarkan. Salah satu bentuk wisata yang memiliki daya tarik ialah desa wisata. Daya tarik dari suatu desa wisata merupakan kombinasi dari kegiatan sosial dan budaya masyarakatnya, dimana hal semacam ini tergambar dalam sistem adat istiadat, pola kebudayaan, kearifan lokal, kehidupan masyarakat pedesaan, serta aktivitas masyarakat desa yang sebagian besar bekerja sebagai petani tradisional.

Desa wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan budaya masyarakat yang dikelola dan dikemas secara menarik dan

alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Muliawan, 2008: 57).

Desa Wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dalam tata cara dan tradisi yang berlaku (Yoeti, 2010: 71).

Menurut Priasukmana (2001: 1), pembangunan desa wisata bertujuan untuk:

- a. Mendukung program pemerintah dalam mewujudkan pembangunan pariwisata dengan menyediakan obyek wisata yang alternatif
- b. Menggali potensi desa untuk pembangunan masyarakat sekitar
- c. Memperluas lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk desa, sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa. Dengan demikian akan terjadi pemerataan pembangunan ekonomi desa
- d. Mendorong masyarakat kota yang relatif memiliki tingkat perekonomian yang mapan agar dapat berkunjung ke desa untuk berwisata (*ruralisasi*)
- e. Menumbuhkan rasa bangga bagi masyarakat desa untuk tetap tinggal didesanya serta mengurangi tingkat urbanisasi
- f. Mempercepat pembauran antara orang-orang non pribumi dengan orang pribumi.
- g. Memperkokoh persatuan bangsa sehingga bisa mengatasi disintegrasi.

Pentingnya suatu pendekatan dalam proses pembangunan pemodelan agar dalam upaya pembangunan tetap berorientasi kepada kepentingan masyarakat setempat, lingkungan dan peletakan/pembagian zonasi yang tepat dan penataan. Lanskap yang didasarkan kepada kondisi, potensi alam serta karakter sosial, budaya serta ekonomi masyarakat setempat. Adapun pendekatan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Pendekatan kualitas lingkungan masyarakat, dasar utama yang senantiasa harus dijaga keutuhannya, sehingga situasi konflik tidak akan timbul bila langkah-langkah pendekatan dengan segala kearifan untuk memenuhi fungsi-fungsi timbal balik, estetika, rekreatif, ilmiah dan konservasi.
- b. Pendekatan perencanaan fisik yang meliputi daya tampung ruang, pemilihan daya tampung ruang, pemilihan lokasi yang tepat serta peletakan zonasi yang seimbang antara zona inti, zona penyangga, dan zona pelayanan, fisis, tanah, air dan iklim biotis.
- c. Pendekatan terhadap unsur-unsur pariwisata yang dapat dibangun dalam hubungan dengan pemenuhan kebutuhan fasilitas bagi wisatawan.
- d. Pendekatan dasar rencana tapak yang berkaitan dengan peletakan fisik, sistem transportasi, sistem utilitas tipologis, pola penghijauan, pola disain/arsitektural, tata bangunan, topografi, iklim, desain lanskap.

Pendekatan struktur geo-klimatologis dan geo-morfologis setempat harus mendukung kesuburan dan keindahan seperti karakter, pegunungan/ perbukitan yang indah, udara yang sejuk serta kondisi hidrologis yang memungkinkan, budi daya pertanian berkembang. Hubungan antara wisatawan dan penduduk setempat

dan melindungi masyarakat dari melimpahnya kegiatan pariwisata (Suwantoro, 2004: 11).

Potensi pariwisata adalah potensi dari berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kepariwisataaan berarti keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin, yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Sedarmayanti, 2014: 55).

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, tujuan kepariwisataaan yaitu :

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa

Menurut Sedarmayanti (2014: 56), untuk mengembangkan kegiatan wisata daerah, tujuan wisata harus memiliki:

- a. Objek/atraksi dan daya tarik wisata
- b. Transportasi dan infrastruktur
- c. Akomodasi (tempat menginap)
- d. Usaha makanan dan minuman
- e. Jasa pendukung lainnya (hal yang mendukung kelancaran berwisata, misal: biro perjalanan, cinderamata, informasi, pemandu, kantor pos, bank, penukaran uang, internet, wartel, pulsa, salon dan lain-lain).

Sumber daya manusia di bidang pariwisata, menurut Sedarmayanti (2014: 63-64) dikelompokkan menjadi :

- a. Sumber daya manusia berada di lembaga pemerintahan: menghasilkan kebijakan/pembangunan pariwisata.
- b. Sumber daya manusia berada di lembaga pendidikan namun belum terlibat langsung usaha pariwisata, terdiri dari: manajemen/karyawan, pendidik, anak didik.
- c. Sumber daya manusia terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata, pihak yang berperan menghasilkan produk dan/jasa bagi wisatawan dalam kegiatan usaha formal, terdiri dari:
 - 1) Pengelola usaha pariwisata, meliputi: pengusaha sektor formal usaha pariwisata yang mengelola berbagai usaha pariwisata
 - 2) Pekerja/karyawan usaha pariwisata yang bernaung di bawah satu usaha pariwisata lembaga formal

- d. Masyarakat berada di luar sektor lembaga formal, namun terkait bisnis pariwisata.
- 1) Berkaitan pariwisata sebagai industri, maka sumber daya manusia pariwisata adalah sumber daya manusia yang terlibat dan menghasilkan kebutuhan wisatawan di usaha pariwisata meliputi: daya tarik wisata, kawasan wisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makan dan minum, akomodasi, penyelenggaraan: hiburan dan rekreasi, pertemuan, perjalanan, konferensi dan pameran, jasa: informasi pariwisata, konsultan pariwisata, pramusiwata, wisata tirta dan spa dan lain-lain.
 - 2) Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam memajukan sektor pariwisata.
 - 3) Pentingnya sumber daya manusia di bidang pariwisata merupakan sumber daya penting untuk mewujudkan keberhasilan kepariwisataan.
 - 4) Pada industri pariwisata, perusahaan memiliki hubungan langsung dengan konsumen yang sangat bergantung pada kemampuan karyawan dalam membangkitkan minat dan menciptakan kesenangan serta kenyamanan konsumennya.
 - 5) Pengalaman tamu/konsumen dalam industri pariwisata merupakan aktivitas yang memiliki intensitas tinggi dan tidak mudah ditiru/disediakan industri jasa lain.

2.5.2. Pengembangan Desa Wisata

Muliawan (2008: 53) mengemukakan bahwa prinsip pengembangan desa wisata adalah sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan

dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain:

- a. Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat.
- b. Menguntungkan masyarakat setempat.
- c. Berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat.
- d. Melibatkan masyarakat setempat.
- e. Menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

Komponen-komponen dalam pengembangan desa wisata menurut Karyono (2007: 38) antara lain:

- a. Atraksi dan kegiatan wisata. Atraksi wisata dapat berupa seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, hiburan, jasa dan lain-lain yang merupakan daya tarik wisata. Atraksi ini memberikan ciri khas minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Kegiatan wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan atau apa motivasi wisatawan datang ke destinasi yaitu keberadaan mereka di sana dalam waktu setengah hari sampai berminggu-minggu.
- b. Akomodasi. Akomodasi pada desa wisata yaitu sebagian dari tempat tinggal penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.
- c. Unsur institusi atau kelembagaan dan SDM, dalam pengembangan desa wisata, lembaga yang mengelola harus memiliki kemampuan yang handal.
- d. Fasilitas pendukung wisata lainnya, pengembangan desa wisata harus memiliki fasilitas-fasilitas pendukung seperti sarana komunikasi.

- e. Infrastruktur lainnya juga sangat penting disiapkan dalam pengembangan desa wisata seperti sistem drainase.
- f. Transportasi sangat penting untuk memperlancar akses tamu.
- g. Sumber daya lingkungan alam dan sosial budaya.
- h. Masyarakat, dukungan masyarakat sangat besar peranannya seperti menjaga kebersihan lingkungan, keamanan, keramahtamahan.
- i. Pasar domestik dan mancanegara, pasar desa wisata dapat berupa pasar wisata domestik maupun mancanegara.

Tujuan dari adanya pengembangan desa wisata sendiri adalah untuk melestarikan suatu kondisi lingkungan dan memacu terjadinya pertumbuhan ekonomi lokal di suatu daerah sehingga melalui konsep desa wisata ini dapat menjadi salah satu bentuk pariwisata yang ramah lingkungan di masa depan (Yoeti, 2010:78). Di dalam konsep desa wisata terkandung adanya keunikan yang bisa dioptimalkan oleh masyarakat setempat dan keunikan ini bisa berupa *tangible* (berwujud fisik) dan *intangible* (tidak kasat mata).

Beberapa keunikan yang bersifat *tangible* misalnya bentuk arsitektur bangunan dan lansekap desa wisata, pola aktivitas masyarakat, serta paket-paket wisata yang ditawarkan didalamnya, sedangkan untuk yang bersifat *intangible* contohnya adalah kebiasaan dan norma yang berlaku di daerah tersebut, bentuk-bentuk kerja sama antar masyarakat, rasa saling kepercayaan yang diperlihatkan oleh masyarakat setempat, dan sebagainya. Kedua hal inilah yang dapat menambah

daya pikat dari suatu desa wisata dan secara tidak langsung juga menggambarkan bagaimana bentuk pengelolaan dari desa wisata ini sendiri.

Pengembangan desa wisata yang optimal tidak dapat dilepaskan dari masalah ketersediaan Prasarana-Sarana Dasar (PSD) wisata. Adanya akses yang mudah menuju lokasi desa wisata tersebut tentu akan meningkatkan nilai tambah tersendiri selain beberapa kemudahan atau keunggulan potensi alam yang sudah dimiliki oleh desa wisata tersebut. Keberhasilan dalam proses pengembangan suatu desa wisata tidak dapat dilepaskan dari adanya campur tangan sebuah lembaga atau institusi lokal yang mengelola desa wisata tersebut. Institusi lokal ini yang menjadi perpanjangan tangan dari berbagai *stakeholder* yang terhubung langsung dan tak langsung dengan semua aktivitas pariwisata di Desa Wisata Kunjir sehingga hakikat dari keberadaan institusi lokal ini perlu dipahami dengan tepat dan komprehensif.

2.6. Teori Jaringan dalam Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (2005) dalam Rohim (2009: 152) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Jaringan atau *network* merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antarindividu dan kelompok. Jaringan dapat dikatakan sebagai sebuah sistem. Dimana elemen-elemen di dalamnya saling berhubungan satu sama lain.

Organisasi (dalam Muhammad, 2005: 71) adalah komposisi sejumlah orang-orang yang menduduki posisi atau peranan tertentu, di antara orang-orang tersebut terjadi

pertukaran komunikasi. Pertukaran pesan itu melalui jalan tertentu yang dinamakan jaringan komunikasi.

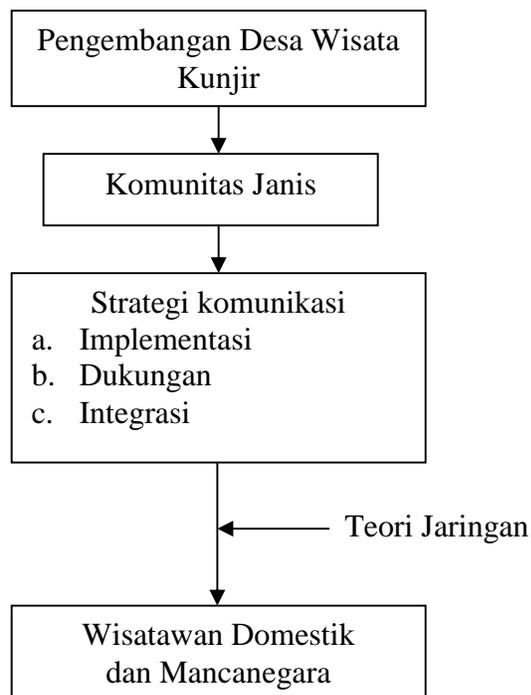
Teori tentang jaringan komunikasi (dalam Muhammad, 2005: 102) ini menjelaskan bahwa peranan individu dalam sistem komunikasi ditentukan oleh hubungan struktur antara satu individu dengan individu lainnya dalam organisasi. Hubungan ini ditentukan oleh pola hubungan interaksi individu dengan arus informasi dalam jaringan komunikasi. Interaksi yang terjadi antara Komunitas Janis terhadap masyarakat di sekitar Desa Wisata Kunjir dapat diukur pula dengan menggunakan landasan teori jaringan ini dengan mengidentifikasi interaksi antarindividu oleh Komunitas Janis dalam penyebaran informasi mengenai pesan yang disampaikan terkait dengan Desa Wisata Kunjir kepada wisatawan.

2.7. Kerangka Pemikiran

Strategi komunikasi adalah suatu cara, taktik ataupun teknik secara menyeluruh yang merupakan rangkaian tindakan yang dilakukan Komunitas Janis dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir. Potensi alam harus tetap dijaga dan dilestarikan oleh masyarakat sekitar agar dapat bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat di sekitar desa wisata. Hal tersebut menjadi dasar masalah penelitian ini. Strategi komunikasi digunakan untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan.

Strategi Komunikasi yang diterapkan oleh Komunitas Janis yang menggunakan proses komunikasi yang terdiri dari cara, tindakan, penerapan berbagai bentuk

komunikasi organisasi dan komunikasi interpersonal. Strategi komunikasi yang digunakan Komunitas Janis yaitu menggunakan metode yang berisikan pesan komunikasi yang juga terdapat fungsi komunikasi organisasi yang terdiri dari fungsi informatif, fungsi pengendali dan fungsi persuasif didalamnya. Dari metode-metode tersebut, Janis mendapatkan cara apa yang akan dilakukan dan bagaimana cara pembentukan perencanaan strategi komunikasi yang baik dan benar sehingga yaitu melalui pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh Janis kepada wisatawan mengenai pengembangan wisata menggunakan teori jaringan.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif menurut Moleong (2004:6) adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik. Dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian kualitatif ini juga dimaknai dengan serangkaian kegiatan penelitian yang mengembangkan pola pikir induktif dalam menarik suatu kesimpulan dari suatu fenomena tertentu. Pola pikir induktif ini adalah cara berpikir dalam rangka menarik kesimpulan dari sesuatu yang lengkap dari permasalahan yang bersifat umum. Dengan pendekatan ini peneliti dapat memperoleh gambaran yang lengkap dari permasalahan yang bersifat khusus kepada yang sifatnya khusus kepada yang sifatnya umum. Dengan pendekatan ini peneliti dapat memperoleh gambar yang lengkap dari permasalahan yang dirumuskan dengan memfokuskan pada proses

pencarian makna dibalik fenomena yang muncul dalam penelitian. Dengan harapan agar informasi yang dikaji lebih bersifat komprehensif, mendalam, alamiah dan apa adanya.

Penelitian ini juga bersifat deskriptif, penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung. Penelitian deskriptif juga dapat diartikan sebagai suatu penelitian yang dilakukan untuk melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada (Rakhmat, 1999: 25). Deskripsi yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah bagaimana cara Komunitas JANIS mengomunikasikan kepada wisatawan tentang pengembangan Desa Wisata Kunjir.

3.2. Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel, yang dijadikan pedoman dalam penelitian, sehingga tujuan dan arahnya tidak menyimpang. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi komunikasi adalah suatu cara, metode, maupun teknik yang menyeluruh dari rangkaian tindakan yang akan dilaksanakan oleh seseorang atau sebuah organisasi/kelompok untuk mencapai beberapa tujuan didalam suatu proses komunikasi.

2. Komunitas Janis merupakan sebuah organisasi yang memiliki fokus utama dalam mengembangkan desa-desa yang memiliki potensi tertentu dengan cara memberikan inovasi-inovasi sederhana namun tepat guna yang dapat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang ada di desa tersebut.
3. Pengembangan desa wisata merupakan prinsip salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan.

3.3. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada bagaimana strategi komunikasi Komunitas Janis dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir. Melalui fokus penelitian ini, suatu informasi di lapangan dapat dipilah-pilah sesuai dengan konteks permasalahan. Sehingga rumusan masalah dan fokus penelitian saling berkaitan, karena permasalahan penelitian dapat dijadikan acuan penemuan fokus penelitian, meskipun fokus dapat berubah dan kurang sesuai dengan data yang ditentukan di lapangan.

Fokus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan Komunitas Janis dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir dalam bentuk implementasi, dukungan dan integrasi.
2. Jaringan komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Janis sebagai strategi pengembangan Desa Wisata Kunjir.

3.4. Informan

Langkah awal untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini adalah dengan menentukan terlebih dahulu informan penelitian. Sebelum menentukan informan penelitian, teknik pemilihan informan adalah dengan teknik *purposive* (disengaja). Menurut Singarimbun dan Effendi (2000: 155), teknik *purposive* bersifat tidak acak, subjek dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Pertimbangan yang digunakan dalam penentuan informan penelitian ini adalah:

1. Informan adalah orang-orang yang berwenang menentukan kebijakan dalam penyusunan strategi komunikasi Komunitas Janis dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir.
2. Turut serta dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga memahami seluk beluk pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi Komunitas Janis dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir.

Berdasarkan kriteria yang disebutkan diatas, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu:

1. Ketua Komunitas Janis Lampung dan anggota
2. Kepala Desa Wisata Kunjir
3. Masyarakat Desa Wisata Kunjir
4. Wisatawan

Alasan pemilihan informan dalam penelitian ini adalah:

1. Informan merupakan orang yang berkaitan langsung dengan permasalahan.
2. Informan mempunyai cukup informasi terkait tentang permasalahan.

3.5. Sumber Data

Sutopo (2006: 56) mengemukakan bahwa jenis data dikelompokkan berdasarkan jenis dan posisinya, mulai dari yang paling nyata sampai dengan yang paling samar-samar, dan mulai dari yang paling terlibat sampai dengan yang bersifat sekunder. Sumber data utama pada penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti sumber data tertulis. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara menggali dan mengumpulkan informasi dari informan yang dianggap mengetahui segala permasalahan yang akan diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari studi literatur (buku, koran, majalah, artikel, dan lain-lain), dan internet.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suyanto dan Sutinah (2011: 19-25), bahwa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

1. Wawancara

Wawancara mendalam yaitu teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada informan. Peneliti dalam hal ini mempersiapkan daftar pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian yang berkaitan dengan strategi komunikasi. Wawancara dilakukan

kepada beberapa informan yang telah ditentukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang serupa. Dalam proses wawancara, peneliti merekam atau dan mencatat hasil jawaban yang diberikan oleh informan.

2. Dokumentasi

Analisis dokumen dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang ada hubungannya dengan penelitian tersebut.

3. Observasi

Observasi merupakan kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.

4. Kepustakaan

Kepustakaan yaitu mencari atau menggali informasi atau pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian ini melalui sumber-sumber ilmiah, literatur, brosur-brosur, dan bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.7. Teknik Analisa Data

Penelitian yang dilakukan bersifat kualitatif yaitu data yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, dan memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola (Moleong, 2004:248).

Proses analisis data kualitatif dilakukan dengan tahap sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakkan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dimana setelah peneliti memperoleh data, harus lebih dulu dikaji kelayakannya dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Penyajian Data (*Display*)

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data.

3. Menarik Kesimpulan (*Verifikasi*)

Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan

4.1.1. Sejarah Singkat Desa Wisata Kunjir

Pada jaman dahulu ada sebuah kapal layar dari Pelabuhan Skala Bekhaak Kekhui yang berpenumpang 3 orang bangsawan menuju Betawi Pulau Jawa. Namun malang bagi mereka dalam pelayaran tersebut diterjang badai di Selat Sunda. Kapal layar yang mereka tumpangi pecah dan mereka terdampar di pesisir, satu dari bangsawan tersebut terdampar di Desa Kunjir lalu menetap, sementara 2 lainnya masing-masing 1 orang terdampar di Teluk Lampung dan 1 lainnya menetap di daerah Dantaran yang sekarang dikenal dengan Kecamatan Penengahan. Pada saat yang sama keadaan Desa Kunjir masih berupa hutan belantara dan belum ada penduduknya. Namun Kunjir sendiri sebelumnya adalah Kunyir, nama tersebut diambil dari jenis tanaman obat-obatan yang berwarna kuning keemasan. Alasan pemberian nama tersebut karena dimana-mana terdapat rumpun pohon kunyit.

Seiring berjalannya waktu, tempat/pekon tersebut jadi ramai, maka terbentuklah beberapa pekon diantaranya Pekon Merak Saka, Merak Lom, Way Lubuk, Kunyir Luah, Kunyir Lom dan Gusung. Masing-masing pekon dimaksud dipimpin oleh

kepala-kepala Suku/Marga diantaranya Batin, Temungung, Kakhiya, Dalam dan Khadin. Namun akibat letusan Gunung Anak Krakatau pada tahun 1883, sebagian besar warga meninggal karena abu panas mencapai dataran tinggi yaitu hingga kurang lebih 100 meter di atas permukaan laut, saat itulah kondisi pekon-pekon di Desa Kunyir hancur.

Pada tahun 1900 mulailah terbentuk pemerintahan yang pada saat itu disebut Kepala Kampung. Kepala Kampung pertama di Desa Kunjir dipimpin oleh Batin Sempurna Jaya yang menjabat dari tahun 1900 hingga 1903. Lalu dilanjutkan oleh Kepala Desa selanjutnya antara lain:

Tabel 2. Nama-nama Kepala Desa yang Pernah Menjabat di Desa Kunjir

No.	Nama	Masa Jabatan
1.	Abu Bakar	1904 s/d 1933
2.	Karya Paksi Marga	1933 s/d 1940
3.	H. Ya'kup	1940 s/d 1945
4.	H. Ibrahim	1945 s/d 1950
5.	Musa Yunus	1979 s/d 1988
6.	Ismail Antoni, Kr	1988 s/d 1991
7.	H.M. Zubir Hs	1991 s/d 1997
8.	Baharoni, SH	1997 s/d 2007
9.	Rapik Udin	2007 s/d 2014
10.	Abdul Rohim	2015 s/d sekarang

Sumber: Arsip Desa Wisata Kunjir, 2017.

Perubahan nama dari Kepala Kampung menjadi Kepala Desa terjadi pada saat jabatan Kepala Desa dipimpin oleh Musa Yunus yaitu terjadi Pada tahun 1979 s/d 1988 hingga sekarang.

4.1.2. Keadaan Geografis

Secara administrasi, Desa Kunjir berbatasan dengan Desa Batu Balak di sebelah timur dan dengan Desa Waymuli di sebelah barat. Jarak dari desa Kunjir menuju ibukota kabupaten (Kalianda) sekitar 22 km atau sekitar 40 menit perjalanan dengan menggunakan kendaraan bermotor. Desa ini memiliki luas sekitar 5000 h dan terdiri dari 4 dusun, 10 RT, dengan jumlah kepala keluarga sekitar 600 orang dan jumlah warga keseluruhan yang tinggal di desa Kunjir diperkirakan kuranglebih ada 2000 orang. Mayoritas masyarakat di sini berasal dari suku Lampung, namun ada beberapa pendatang yang berasal dari suku Jawa, Sunda, maupun Jaseng (Jawa Serang).

Karena lokasinya yang berada di kaki Gunung Raja Basa, desa ini dianugerahi dengan banyaknya sungai yang mengalir. Ada sekitar 5 sungai yang terdapat di desa ini yaitu: sungai Way Limau, Way Belerang, Way Belimbing, Way Kebayan, dan Way Kemuning menjadikan. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa mayoritas masyarakat Kunjir berprofesi sebagai petani. Tentunya sebagian masyarakat kunjir juga menggantungkan kehidupannya dari kekayaan laut yang ada di desa mereka dengan menjadi nelayan. Kehadiran sungai-sungai tersebut juga menjadikan Desa Kunjir terbebas dari masalah air bersih yang biasa dialami oleh desa-desa yang ada di daerah pesisir. Dengan kreatifitas yang mereka miliki, warga Desa Kunjir membuat saluran air dengan menggunakan selang untuk mengalirkan air bersih dari Sungai yang ada di Gunung Rajabasa menuju rumah-rumah mereka.

4.1.3. Potensi Desa Wisata Kunjir

Di Desa Kunjir terdapat beberapa potensi wisata yang dapat di kembangkan seperti air terjun, pantai, sumber air panas (*geothermal*), dan Batu Lapis. Desa ini juga menjadi lokasi penyeberangan utama bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Pulau Mengkudu yang memiliki pemandangan alam yang eksotis Selain menawarkan keindahan alam, Desa Kunjir Juga memiliki beragam acara tahunan yang di adakan setiap tanggal 17 Agustus selama 4 hari meliputi carnival budaya, kapal hias, pameran kerajinan tangan, serta panggung hiburan. Beragam potensi wisata tersebut merupakan alasan yang membuat Dinas Pariwisata setempat menjadikan desa ini sebagai salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Lampung Selatan pada tahun 2015 (www.janisian.org).



Gambar 2. Air Terjun yang berada Di Desa Kunjir, Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan
Sumber: Dokumentasi, 2017.



Gambar 3. Pantai yang berada Di Desa Kunjir, Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan

Sumber: Dokumentasi, 2017.



Gambar 4. Sumber Air Panas (Geothermal) yang berada Di Desa Kunjir, Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan

Sumber: Dokumentasi, 2017.



Gambar 5. Batu Lapis yang berada Di Desa Kunjir, Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan

Sumber: Dokumentasi, 2017.

Untuk menuju Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan pengunjung atau wisatawan dapat menempuh jalur darat dari Bandar Lampung ke arah Kalianda dengan memakan waktu kurang lebih 3 (tiga) jam perjalanan dengan menggunakan kendaraan bermotor atau bagi anda yang berasal dari pulau Jawa dapat ditempuh dari Pelabuhan Bakauheni Lampung dengan waktu tempuh kurang lebih 2 (dua) jam perjalanan.

4.2. Gambaran Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis)

4.2.1. Gambaran Komunitas Janis

Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) berdiri sejak 22 Juli 2015. Jalan Inovasi Sosial (Janis) merupakan sebuah komunitas sosial yang bergerak di bidang pengembangan dan penerapan inovasi sederhana namun tepat guna yang dapat bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang ada di desa. Sebagai langkah awal, desa Kunjir menjadi target utama mereka untuk dikembangkan menjadi salah satu desa tujuan wisata yang ada di kabupaten Lampung Selatan. Inisator di balik berdirinya Janis adalah Rizky Kurnia Wijaya sebagai *Founder* Komunitas Janis. Janisian (sebutan bagi para *volunteer* di Janis) pertama diikuti oleh 12 Pioneer Perintis, yaitu: Dony Rizky Pratama, Abdul Haris, Aditya Darmawan, Ariefalgi Budianto, Destoprani Brajannoto, Ferly Angga, Hesti Setya, Martin Reza, Merry Agustina, Moh. Fikri, Muh. Iqbal, dan Suci Aprodity (www.janisian.org).

Janis bertujuan untuk meningkatkan rasa kepedulian dan jiwa kreatifitas anak muda dengan cara berinovasi dengan *tagline: Build The Nation with Innovation.*

Inovasi dilakukan bertujuan untuk mempermudah kehidupan masyarakat yang berada di pulau atau daerah yang cukup tertinggal. Inovasi yang dimaksud merupakan inovasi sederhana yang dapat diaplikasikan oleh siapa saja tanpa harus menjadi ahli di bidangnya dan diharapkan mampu memiliki nilai tepat guna bagi masyarakat.

Contoh Inovasi yang dihasilkan dari Janis adalah Pembuatan *eco-brick* dan *eco-trashbin* dari limbah botol plastik di Desa Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan. *Eco-brick* dijadikan gapura selamat datang sebagai simbol penyambutan para pengunjung, sedangkan *eco-trashbin* berguna sebagai tempat pembuangan sampah di desa wisata Kunjir. Hal ini menjadi suatu solusi sekaligus inovasi pemanfaatan limbah botol plastik. Selain itu JANIS membuat *eco-sign* sebagai petunjuk lokasi dan peta wisata Desa Kunjir.

Pembuatan sosial media Desa Kunjir sebagai sarana informasi untuk masyarakat menyebarluaskan potensi desa wisata Kunjir dengan disisipkannya peta digital beserta keterangan *itinerary*, dan masih banyak contoh lainnya. Kesimpulannya, kegiatan Janis ditujukan sebagai penerapan segala hal berbentuk inovasi, aplikatif dan sederhana namun tepat guna, demi kemajuan tempat tersebut.

Janis memiliki peran sebagai katalis dalam memfasilitasi pemuda-pemudi dalam membantu menyelesaikan permasalahan yang terdapat di daerah dan lingkungan sekitar. Janis terlibat dalam berbagai proyek untuk menghimpun ide dan inovasi, yang diperuntukan bagi pengembangan potensi desa serta pemberdayaan

masyarakat. Semua bertujuan untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik.

Lebih dari itu, kegiatan yang dikembangkan, Janis terus mencoba membangun karya inovasi dengan fokus pada pembangunan desa dan fasilitas publik berskala kecil, namun memiliki dampak langsung pada penyelesaian masalah yang terjadi di masyarakat. Selama satu tahun, kegiatan Organisasi Kemasyarakatan Janis telah menghimpun lebih dari 500 ide inovasi yang sebagian telah kami realisasikan dalam mengembangkan Desa Wisata Kunjir di Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Mulai dari pembangunan *Ecobrick* 1.000 Botol, Pembuatan *Website* dan Sosial Media Desa Wisata Kunjir, Eksplorasi potensi alam desa wisata, penyuluhan mengenai sadar wisata bagi masyarakat setempat, Pembuatan *Eco-trashbin* dan *Eco-sign*, hingga peresmian *Socio-entrepreneurship Gallery* Desa Wisata Kunjir.



Gambar 6. Komunitas Janis
Sumber: Dokumentasi, 2017.



Gambar 7. Peresmian Desa Wisata Kunjir
Sumber: Dokumentasi, 2017.

4.2.2. Visi dan Misi

Komunitas Janis mempunyai visi sebagai berikut : “Terwujudnya pembangunan Indonesia yang madani melalui inovasi”.

Untuk mencapai visi tersebut Komunitas Janis mempunyai misi sebagai berikut:

- a. Mewujudkan organisasi yang solid, andal, proaktif, dan inovatif untuk mewujudkan pembangunan bangsa.
- b. Membentuk karakter pemuda pemudi yang cerdas, inovatif, serta bijak dalam menghadapi tantangan zaman.
- c. Mengoptimalkan potensi sumberdaya alam secara lestari dengan diimbangi tingkat pengetahuan yang memadai.
- d. Mendorong dan menumbuh kembangkan masyarakat yang mandiri, peduli, dan kreatif dalam pembangunan yang berkelanjutan.
- e. Menjadikan wadah untuk memfasilitasi aspirasi maupun inovasi yang tepat guna (www.janisian.org).

4.2.3. Nilai-nilai Organisasi

Sebuah organisasi dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai pada dasarnya mempunyai nilai-nilai yang tertanam di dalamnya, begitu juga dengan Komunitas Janis yang mempunyai nilai-nilai organisasi sebagai berikut:

- a. Partisipasi
Melibatkan orang-orang yang memiliki potensi dalam proses pengembangan organisasi.
- b. Inovasi
Memberikan solusi yang inovatif dan fleksibel dalam menjawab permasalahan dan tantangan zaman.

c. Sosial

Aktif bekerjasama dengan semua lapisan masyarakat demi terwujudnya visi organisasi.

d. Sukarela

Bekerja dengan dasar kerelawanan yang berazaskan Ketuhanan Yang Maha Esa dan Pancasila.

e. Pengembangan

Melaksanakan pembangunan yang solutif dan berkelanjutan (www.janisian.org).

4.2.4. Azas-Azas

Komunitas Janis dalam mengenalkan desa wisata kepada wisatawan, baik domestik maupun mancanegara mempunyai azas-azas sebagai berikut:

a. Azas keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa

Segala usaha dan aktivitas yang dilaksanakan berdasar dan dijiwai oleh keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa.

b. Azas manfaat dan akuntabilitas

Semua program kerja harus dapat memberikan manfaat dan dapat dipertanggungjawabkan sebenarnya bagi anggota JANIS dan masyarakat pada umumnya.

c. Azas kebenaran dan kekeluargaan

Bahwa upaya mencapai cita-cita dan aspirasi pemuda harus merupakan usaha bersama dari pemuda yang dijiwai semangat kebersamaan dan kebenaran.

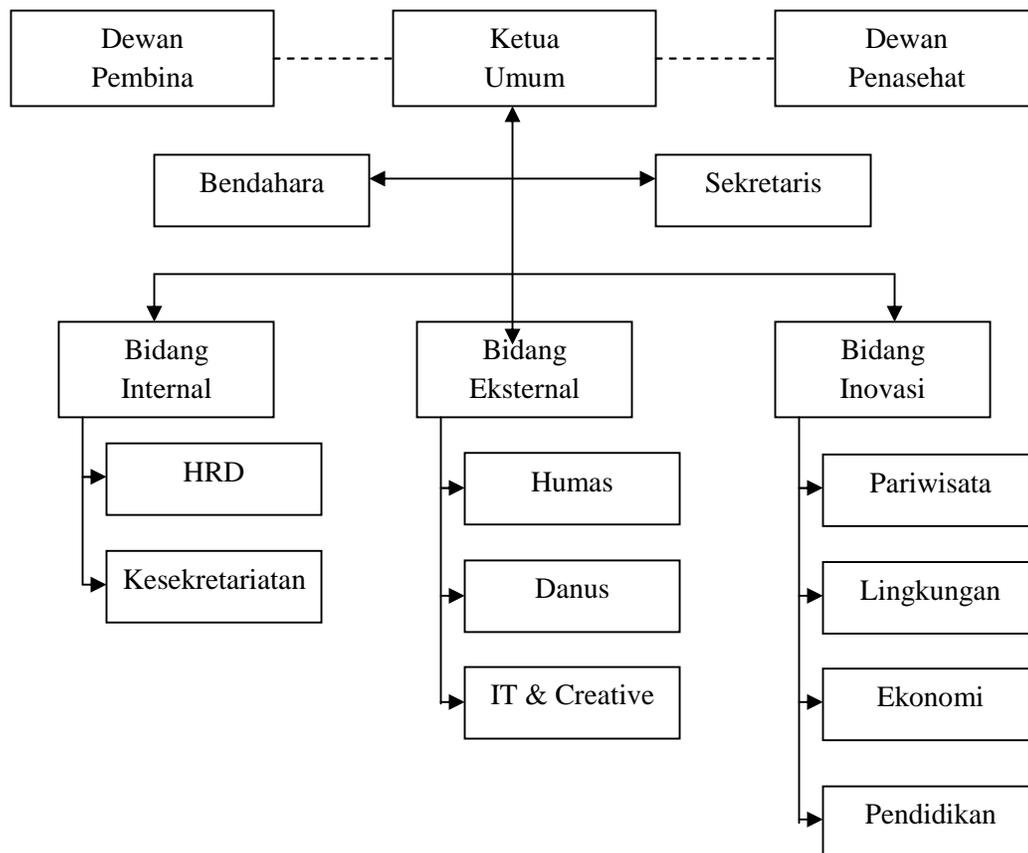
d. Azas demokrasi

Dalam menghadapi masalah-masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan program kerja usaha penyelesaian sedapat mungkin ditempuh dengan jalan musyawarah untuk mufakat.

e. Azas ilmu pengetahuan dan teknologi

Pelaksanaan program kerja hendaknya dapat mendukung peningkatan penguasaan Iptek di kalangan anggota JANIS khususnya dan masyarakat pada umumnya (www.janisian.org).

4.2.5. Struktur Organisasi



Gambar 8. Struktur Organisasi Komunitas Janis
 Sumber: <http://www.janisian.org/p/what-is-janis.html>

1. Dewan Penasehat :
 - a. Dony R Pratama
 - b. Aditya Darmawan
 - c. Hesti
 - d. Martin Reza Chayuda
 - e. Angga
 - f. Iqbal

2. Ketua : Rizky Kurniawan

3. Sekretaris : Aprilidia Dyla

4. Bendahara : Merry Agustina

5. Ketua Bidang Internal : Elisya Febriani
 - a. Kordinator HRD : Uni Windy

 - Anggota :
 - 1) Dedi Buchori
 - 2) Amelia Ullfa
 - 3) Agustina

 - b. Kordinator Kesekretariatan : Cinda Diandara

 - Anggota :
 - 1) Aima Mufidah
 - 2) Bherliana Maharani

6. Ketua Bidang Eksternal : Abdul Haris Adnan
 - a. Kodinator Humas : M.Aden Saputra

 - Anggota :

- 1) Ahmed Sugandi
- 2) Fajar Adi
- 3) Okta
- b. Kordinator Danus : Gita Kurniawan
 - Anggota : Edo
- c. Kordinator IT & Creative : Gilang JP
 - Anggota :
 - 1) Fajri Amien
 - 2) Kevin
 - 3) Galant
 - 4) Inggit Borisha
 - 5) Andez
- 7. Ketua Bidang Inovasi : Reinaldy
 - a. Kordinator Pariwisata : M. Jerry J Suja
 - Anggota :
 - 1) Enda Susianti
 - 2) Diah
 - 3) Sheilla R. Elzhivago
 - b. Kordinator Lingkungan : Icon
 - Anggota :
 - 1) Fikri Kholid
 - 2) Desto Brajanoto
 - 3) Suci Aprodity

- 4) Shinta Puspita Sari
- 5) Fangky Adetia
- 6) Kharis

4.2.6. Rencana Kerja Komunitas Janis

Program Rencana kerja Janis terdiri dari tiga pokok besar, antara lain:

- a. Mengembangkan potensi inovatif dan kreatif anggota yang sesuai dengan fungsi dan tujuan Janis.
- b. Berperan aktif dalam kegiatan kepemudaan dan kemasyarakatan.
- c. Berperan aktif dalam pengembangan masyarakat dan lingkungan.

Untuk kegiatan pengembangan masyarakat dan lingkungan, Janis berfokus pada pengembangan desa wisata dan pembentukan manajemen sebagai berikut:

1. Realisasi desa wisata pertama telah direalisasikan di Desa Kunjir, Kalianda, Lampung Selatan pada 14 dan 15 November 2015. Realisasi desa wisata diawali dengan survei, penyuluhan, dan pengarahan dari Janis kepada masyarakat Desa Kunjir.
2. Pengembangan desa wisata dilakukan dengan pembentukan: *Ecobrick Icon* Desa Wisata, Peresmian Desa Wisata Kunjir, Eksplorasi potensi wisata.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan para informan, maka kesimpulan dari strategi komunikasi Komunitas Jalan Inovasi Sosial (Janis) dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan adalah sebagai berikut:

1. Strategi implementasi dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir dilaksanakan melalui kegiatan, tujuan, sasaran dan peran yang diemban oleh Komunitas Janis. Kegiatan yang dilakukan oleh Komunitas Janis dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir antara lain Komunitas Janis telah membantu mengembangkan Desa Wisata Kunjir diawali dengan membuat *ecobrick* yaitu dari botol bekas yang dimanfaatkan menjadi sebuah *welcoming board*. Kemudian Janis membantu mengembangkan parwisata kunjir dengan mengubah desanya menjadi desa wisata, mempromosikan wisata di kunjir melalui sosial media, membantu perputaran ekonomi masyarakat kunjir dengan mendorong masyarakatnya untuk membuat kerajinan, membuka usaha sesuai dengan bidangnya kemudian Janis membantu mempromosikannya. Di sisi pendidikan dan inovasi, Janis juga mengajak anak-anak di desa Kunjir untuk menyalurkan ide inovasinya melalui JPS.

2. Strategi dukungan dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir maka pihak yang terlibat antara lain Warga Desa, Kepala Desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Karang Taruna Desa Kunjir, Perangkat Desa, serta seluruh Janisian. Selain aparat pemerintah Desa Kunjir, maka strategi dukungan juga dapat berasal dari pemerintah daerah yang dituangkan dalam bentuk perannya. Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Selatan dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir, yaitu pemerintah turut mendukung memajukan Desa Kunjir, dengan memberikan dukungan alat-alat seperti kapal penyebrangan, memberikan beberapa pendanaan untuk kegiatan kunjir dan menjadikan kunjir sebagai tempat kegiatan-kegiatan besar pemerintah di Lampung Selatan.
3. Strategi integrasi yang dilaksanakan dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir secara umum yaitu dilihat dari kegiatan pengkomunikasian antara Komunitas Janis dan masyarakat sekitar dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir. Strategi komunikasi pada Komunitas Janis terhadap wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara sekitar dalam pengembangan Desa Wisata Kunjir, dilakukan dengan strategi komunikasi yang digunakan yakni penggunaan media sosial dan website desa wisata. Komunikasi organisasi pada Komunitas Janis terhadap wisatawan belum efektif, karena website dan sosial media wisata kunjir tidak terupdate secara berkala. Komunikasi interpersonal (antarpribadi) yang terjadi antara Komunitas Janis dan masyarakat sekitar dengan wisatawan bahwa komunikasi interpersonal yang terjalin selama hampir 1 tahun berkegiatan di Desa Wisata Kunjir begitu sangat menyenangkan.

6.2 Saran

1. Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Selatan perlu mengembangkan strategi, kebijakan dan program promosi potensi Desa Wisata Kunjir melalui media elektronik (radio, televisi, internet), media cetak dan spanduk/papan reklame pada tingkat daerah dan internasional jadi bukan hanya pihak swasta yang melakukan hal tersebut. Disediakkannya kapal reguler yang dikelola oleh masyarakat sebagai alat transportasi umum dan wistawan.
2. Pemerintah daerah Kabupaten Lampung Selatan dan pihak yang terkait perlu menyediakan dana pembangunan kepariwisataan, khususnya Desa Wisata Kunjir yang lebih memadai terutama memberikan peluang kepada investor lain untuk membuka kegiatan Desa Wisata Kunjir yang berbasis masyarakat.
3. Perlu upaya sistematis, terencana dan berkelanjutan guna pengembangan sumberdaya manusia masyarakat setempat melalui pendidikan, pelatihan, pendampingan, penyuluhan, pemberdayaan dalam meningkatkan peran, fungsi dan keterlibatan masyarakat setempat dalam kegiatan Desa Wisata Kunjir.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.
- Aprilia, Lisda. 2013. Strategi Komunikasi Pengelolaan Objek Wisata Rohani Bukit Kelam di Kabupaten Sintang.
- Arfianto, Jody. 2013. Strategi Komunikasi Yayasan CIKAL Dengan Masyarakat Dalam Pelestarian Ekowisata di Teluk Kiluan. *Skripsi*. FISIP Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Arifin Anwar. 1994. *Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung. CV. Armico.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Effendy, Onong U. 2007. *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- H.B. Sutopo. 2006. *Penelitian Kualitatif : Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Karyono, Hari. 2007. *Kepariwisataaan*. Jakarta. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta. Kencana.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- Masyhuri dan Zainuddin. 2008. *Metodologi Penelitian. Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung. Refika Aditama.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni, 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.

- Muliawan, H. 2008. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Konsep dan Implementasi*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Priasukmana, Soetarso. 2001. Pembangunan Desa Wisata, Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah. *Jurnal Info Sosial Ekonomi*. Vol 1. No. 1
- Rackmat, Jalaludin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi. Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Romli, Khomsyahrial. 2011. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Grasindo. Jakarta.
- Sari, Putri Pusvita. 2012. Strategi Komunikasi Museum Lampung dalam Menarik Minat Pengunjung (Studi Pada Museum Negeri Provinsi Lampung Ruwa Jurai). *Skripsi*. FISIP Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Sedarmayanti. 2014. *Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata Bunga Rampai Tulisan Parisiwata*. Bandung. PT Refika Aditama.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 1994. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Universitas Terbuka. Bandar Lampung.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 2000. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta. LP3ES.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah. 2011. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Wahab, Salah. 2003. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta. Pradnya Paramita.
- Widjaja. H.A.W. 2008. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2010. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Lain:

http://nationalgeographic.co.id/travelmate/gallery_detail/1824

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

www.desawisatakunjir.com

<http://www.janisian.org/p/what-is-janis.html>

Arsip Desa Wisata Kunjir