

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang menjadi tempat destinasi wisata populer di Indonesia dengan berbagai pilihan destinasi wisata yang menarik (Sitoresmi, 2021). Salah satu destinasi wisata menarik adalah desa wisata yang banyak dijumpai di daerah Yogyakarta. Pada tahun 2020, terdapat 141 desa wisata dengan tiga kategori yaitu desa wisata maju, desa wisata berkembang dan desa wisata tumbuh. Jumlah desa wisata yang beragam dapat menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi Kota Yogyakarta. Pada tahun 2020, terdapat 1.314.649 jumlah pengunjung wisata di Daya Tarik Wisata (DTW).

Salah satu daerah di Yogyakarta yang memiliki Daya Tarik Wisata (DTW) adalah Kabupaten Gunung Kidul. Potensi desa wisata di Kabupaten Gunung Kidul sangat beragam yaitu terdapat 12 desa wisata yang tersebar di berbagai wilayah pedesaan dan tentunya memiliki keunikan tersendiri (Pemkab Gunung Kidul, 2022). Desa wisata di Kabupaten Gunung Kidul yaitu Desa Wisata Bleberan, Desa Wisata Bejiharjo, Desa Wisata Mulo, Desa Wisata Umbulrejo, Desa Wisata Nglanggeran, Desa Wisata Putat, Desa Wisata Pacarejo, Desa Wisata Ngeposari, Desa Wisata Kemadang, Desa Wisata Ngestirejo, Desa Wisata Sidoarjo dan Desa Wisata Jelok Beji.

Potensi wisata yang ada di Kabupaten Gunung Kidul, memunculkan beberapa kelompok pariwisata sebagai tokoh dalam pengembangan destinasi wisata. Kelompok tersebut sering disebut POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) yang terdiri dari berbagai elemen masyarakat lokal. Dengan adanya sebuah kelompok di dalam sebuah desa wisata, maka bidang ilmu komunikasi mengambil peran salah satunya komunikasi kelompok dengan konsep pola komunikasi kelompok.

Komunikasi di dalam sebuah kelompok memiliki peran penting karena terjadi perpindahan gagasan antara satu dan yang lain sehingga akan memunculkan timbal balik atau *feedback*. Kesalahpahaman dalam komunikasi kelompok karena perbedaan gagasan sering terjadi dan perlu dihindari dengan cara terbuka dan melakukan musyawarah mufakat dalam suatu kelompok (Arifin, 2015). Komunikasi kelompok yang terjadi dapat menciptakan pola dinamika dalam kelompok yang akan menjadi penentu efektifitas komunikasi.

Dinamika dalam kelompok menjadi salah satu alat untuk menghasilkan kerja sama kelompok yang optimal sehingga pengelolaan kelompok menjadi lebih efektif dan produktif. Dinamika kelompok dapat membuat anggota kelompok menyadari setiap individu dalam kelompok hadir dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Kesadaran ini perlu diciptakan dalam kelompok agar menjadi lebih efektif dalam mencapai tujuan kelompok.

Dinamika kelompok berupaya untuk menciptakan situasi sehingga anggota kelompok merasa terlibat aktif dalam setiap perkembangan yang terjadi di dalam kelompok dan merasa bahwa dirinya merupakan bagian dari kelompok tersebut. Sehingga, setiap individu akan memiliki tanggung jawab dalam mewujudkan tujuan kelompok dan komunikasi menjadi lebih efektif.

Dinamika-dinamika tersebut akan membentuk pola komunikasi yang disepakati oleh anggota kelompok dan sesuai dengan tujuan serta karakteristik individu dalam kelompok. Menurut Kusnanto dan Syaifudin (Prasetyo & Palupi, 2017) pola komunikasi sebagai pola interaksi antara dua orang atau lebih dalam mengirim dan menerima pesan yang tepat sehingga memiliki persamaan persepsi. Pola komunikasi menjadi salah satu cara untuk menyalurkan dan menerima informasi serta bertukar pikiran antar anggota kelompok. Pola komunikasi membantu kelompok untuk mencapai efektivitas komunikasi sehingga tujuan dari kelompok dapat terwujud. Proses komunikasi dalam suatu kelompok berlangsung secara langsung atau tatap muka dengan lebih memperhatikan komunikasi antar individu. Pola komunikasi kelompok menjadi acuan untuk berhasil atau tidaknya suatu kelompok.

Pola komunikasi kelompok yang terjadi di dalam sebuah kelompok pariwisata, dapat digunakan untuk melihat penerapan model *Community Based Tourism* (CBT). Model *Community Based Tourism* (CBT) menjadi model pengembangan pariwisata yang ideal untuk diterapkan. Kriteria dalam model CBT

ini yaitu mendapatkan dukungan dan partisipasi dari masyarakat lokal, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat dan kegiatan pariwisata melindungi budaya dan lingkungan. Model CBT melibatkan masyarakat lokal dengan memberikan kesempatan untuk mengelola dan membangun industri pariwisata sehingga keuntungan yang diperoleh dapat didistribusikan secara merata kepada kelompok pariwisata. Dalam hal ini, kelompok pariwisata menjadi tokoh utama dalam pengembangan wisata (Allo et al., 2018).

Penerapan model CBT dalam destinasi wisata dengan melibatkan peran masyarakat lokal dan terbentuklah suatu kelompok pariwisata yang memiliki pola komunikasi yaitu salah satunya desa wisata. Desa wisata merupakan salah satu keunggulan yang dapat dijadikan peluang untuk dapat mengembangkan potensi desa yang dimiliki sesuai dengan kebutuhan dalam rangka mewujudkan peningkatan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat setempat (Nugroho & Suprpto, 2021, h.7). Setiap desa memiliki potensi yang beragam serta memiliki potensi keunikan yang dapat dikembangkan. Desa wisata memberikan ruang untuk pelestarian budaya, kearifan lokal, dan mempertahankan nilai karakteristik desa.

Desa Wisata Nglanggeran merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa wisata Nglanggeran memiliki luas 762.0990 hektar dengan kepemilikan tanah yang didominasi oleh tanah kas desa. Wilayah tersebut sebagian besar digunakan sebagai lahan pertanian, perkebunan, ladang dan pekarangan.

Desa Nglanggeran terdiri dari 5 dusun yaitu Dusun Karang Sari, Dusun Doga, Dusun Nglanggeran Kulon, Dusun Nglanggeran Wetan dan Dusun Gunungbutak dengan pusat pemerintahan desa di Dusun Doga.

Daya tarik wisata yang dimiliki oleh Desa Nglanggeran dibagi menjadi empat yaitu pertama daya tarik alam dengan adanya Gunung Api Purba dan didukung oleh kawasan embung, kedua daya tarik budaya dengan upacara adat kirab budaya rasulan, kesenian jathilan dengan daya tarik pendukung kehidupan masyarakat desa dengan aktivitasnya. Selain itu juga terdapat daya tarik kerajinan dengan adanya kerajinan kayu berupa topeng dan gelang dengan didukung paket wisata membuat kerajinan batik topeng, kemudian terdapat daya tarik kuliner dengan makanan khas yaitu Dodol Kakao dan Brownies Singkong dan didukung dengan mengadakan workshop pengolahan Dodol Kakao dan Brownies Singkong. Daya tarik kelima yang ditawarkan di Desa Nglanggeran yaitu daya tarik buatan dengan wahana permainan *outbond* dengan didukung oleh lokasi wisata yang representatif (Gunung Api Purba, 2022).

Dalam mengelola destinasi wisata tersebut, Desa Wisata Nglanggeran memiliki sebuah kelompok pariwisata yang diawali oleh Kelompok Pemuda Karang Taruna. Kemudian pada tahun 2007 dibentuklah sebuah lembaga BPDW (Badan Pengelola Destinasi Wisata) dengan melibatkan masyarakat lokal mulai dari ibu PKK, kelompok tani, pemerintah desa dan juga pemuda Karang Taruna. Namun saat ini nama BPDW berubah menjadi POKDARWIS (Kelompok Sadar

Wisata). POKDARWIS dalam mengelola destinasi wisata mendapat pendampingan langsung dari Dinas Budaya dan Pariwisata Gunung Kidul dan Dinas Pariwisata DIY serta beberapa Sumber Daya Manusia yang berkecimpung di perguruan tinggi (Gunung Api Purba, 2022).

Keberagaman daya tarik yang dimiliki oleh Desa Nglanggeran yang dikelola oleh BPDW, berhasil membawa Desa Wisata Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik dunia 2021 yang ditetapkan oleh Organisasi Pariwisata Dunia atau *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) di Madrid, Spanyol. Prestasi yang diraih tersebut dikarenakan aktivitas Desa Wisata Nglanggeran dinilai baik dalam mengembangkan pariwisata dengan bukti kondisi desa, lingkungan, alam, budaya yang tetap terjaga serta adanya keharmonisan masyarakat lokal (Rianjani, 2021).

Penghargaan sebagai desa wisata terbaik bersaing dengan 44 desa wisata dari 32 negara yang masing-masing memiliki keunggulan dari segi Sumber Daya Alam (SDA), budaya, serta Tindakan dan komitmen inovatif terhadap pengembangan pariwisata. Sebelumnya, Desa Wisata Nglanggeran juga pernah meraih penghargaan tingkat ASEAN yaitu ASEAN Sustainable Tourism Award dan ASEAN Community Based Tourism (CBT) Award (Suharyanto, 2022). Keberhasilan meraih penghargaan tersebut, dapat menambah nilai keunggulan dan keunikan Desa Wisata Nglanggeran sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Gunung Kidul yang melibatkan kelompok pariwisata.

Melihat pada penelitian terdahulu, topik pola komunikasi kelompok khususnya pariwisata sudah diangkat menjadi topik penelitian dengan menggunakan metode dan teori yang berbeda-beda. Penelitian tersebut antara lain milik Muhammad Arif dengan judul “Pola Komunikasi Organisasi Dalam Mengembangkan Pariwisata Taman Buah di Kabupaten Deli Serdang” dengan tujuan penelitian untuk menjelaskan pola komunikasi organisasi untuk mengembangkan pariwisata taman buah di Kabupaten Deli Serdang. Dalam penelitian ini, Muhammad Arid menggunakan teori komunikasi organisasi, pola komunikasi, teori mendapatkan kepatuhan, teori informasi organisasi dan teori perencanaan komunikasi untuk melihat pola komunikasi secara vertikal, horizontal, komunikasi eksternal, koordinasi dalam organisasi dan pelayanan (ARIF, 2018).

Adapula penelitian yang diangkat oleh Fathul Qorib dan Amanah Rakhim Syahida berjudul “Pola Komunikasi Pariwisata Pengrajin Keramik di Kelurahan Dinoyo Kota Malang.” Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh pengelola Kampung Wisata Keramik Dinoyo sehingga dapat ditemukan solusi tersistem dan dapat menyelesaikan persoalan di dalam kampung wisata. Peneliti menggunakan teori strategi *public relation* untuk mengetahui sistem *Tourism Opportunity Spectrus* (TOS) sehingga mendapatkan hasil mengenai pola komunikasi yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata (Qorib & Syahida, 2018).

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, penelitian ini menganalisis dengan menggunakan konsep pola komunikasi kelompok dengan teori komunikasi kelompok. Melalui penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis pada interaksi, komunikasi satu arah dan dua arah serta menemukan pola komunikasi POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) yang memiliki keunggulan dan keunikan yaitu sebagai desa wisata terbaik dunia 2021. Maka peneliti mengangkat judul “*Pola Komunikasi Kelompok Pada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Nglanggeran Sebagai Desa Wisata Terbaik 2021.*”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi kelompok pada kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik dunia 2021?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah mengetahui pola komunikasi kelompok yang dilakukan oleh kelompok Desa Wisata Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik dunia 2021.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan wawasan atau sumbangan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya

pada bidang pola komunikasi kelompok serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan *insight* baru kepada desa wisata di Yogyakarta untuk terus melakukan perubahan dan perkembangan sehingga dapat membawa desa wisata ke kancah internasional.

E. Kerangka Teori

Peneliti menggunakan teori komunikasi untuk menggali lebih dalam mengenai pola komunikasi kelompok serta kaitannya dengan pariwisata.

1. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok (*small group communications*) merupakan sekelompok individu yang mempengaruhi satu sama lain, menciptakan beberapa keputusan, melakukan interaksi, mengambil peran, memiliki keterkaitan satu sama lain serta berkomunikasi secara tatap muka (Nurdin, 2014, h.7). Komunikasi kelompok menitik beratkan pada proses komunikasi di dalam sebuah kelompok yaitu bagaimana cara memahami proses komunikasi kelompok, memperkirakan hasil serta proses komunikasi di dalam kelompok tersebut (Alvin A. Goldberg, 1985, h.15). Dalam komunikasi kelompok. Informasi yang disampaikan memiliki keterikatan dengan satu atau lebih pertemuan kelompok yang memiliki persamaan topik.

Komunikasi kelompok dilakukan secara sengaja dan umumnya anggota dalam kelompok akan sadar peran dan tanggung jawab sebagai anggota kelompok.

Komunikasi kelompok memiliki pola yang merupakan gambaran hubungan lingkaran pergaulan antar anggota kelompok yang satu dengan yang lainnya dalam membicarakan isu tertentu. Pola komunikasi kelompok mendukung keberhasilan kelompok dalam berkomunikasi. Selain itu, keberhasilan komunikasi kelompok juga disebabkan oleh keterbukaan akan informasi, kepekaan anggota yang satu dengan yang lainnya, situasi lingkungan yang mendukung komunikasi tersebut berjalan secara efektif, memiliki perasaan yang positif antar anggota (Wiryanto, 2004, hal 48). Efektivitas komunikasi kelompok dapat dilihat pula dari aspek produktivitas, moral dan kepuasan para anggota kelompok. Hasil atau *output* dari produktivitas kelompok dapat dilihat pada keberhasilan pencapaian tujuan.

1.1 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Kelompok memiliki anggota dengan latar belakang yang berbeda-beda. Setiap anggota kelompok memiliki karakteristik unik. Menurut (Wiryanto, 2004, hal 48) karakteristik unik komunikasi kelompok yaitu:

a. Kepribadian kelompok

Anggota kelompok memiliki kepribadian yang unik, berbeda antara individu satu dengan lainnya. Perbedaan kepribadian anggota kelompok menjadi hal yang unik sekaligus tantangan, karena antar anggota harus saling memahami.

b. Norma Kelompok

Norma kelompok menjadi acuan untuk anggota kelompok bertindak. Setiap kelompok memiliki sistem nilai dan konsep norma yang berbeda-beda. Norma dalam suatu kelompok hanya berlaku untuk anggota kelompok tersebut. Menurut Napier dan Gershenfeld, faktor para anggota kelompok akan menerima norma kelompok yaitu bahwa anggota kelompok memiliki keinginan yang berkelanjutan dalam kelompok, antar anggota memiliki hubungan yang sangat erat dan terikat, keanggotaan dalam kelompok sangat penting dan pelanggaran kelompok akan dihukum dengan reaksi negatif.

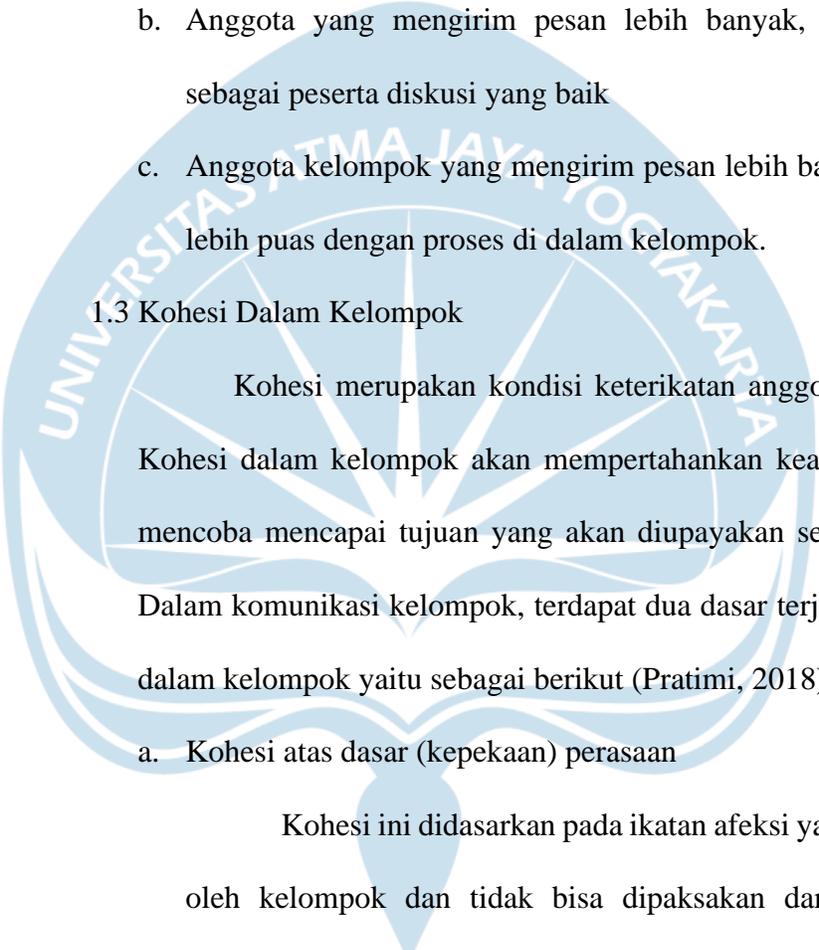
Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja (Nurdin, 2014, h.15) karakteristik yang melekat pada suatu kelompok yaitu norma dan peran. Norma mengatur tentang bagaimana orang di dalam kelompok berperilaku satu dengan lainnya. Terdapat tiga kategori norma kelompok yaitu norma sosial yang mengatur hubungan antar anggota kelompok, norma prosedural yang menguraikan secara

rinci anggota kelompok dalam membuat keputusan dan norma tugas yang memusatkan pada perhatian pekerjaan yang harus dikerjakan.

1.2 Proses Komunikasi Kelompok

Proses komunikasi kelompok sebagai bentuk upaya untuk memberi batasan pada ruang tertentu terjadinya komunikasi kelompok. Proses komunikasi kelompok terjadi pada berbagai dimensi dan sudut pandang yang tidak terbatas dan tidak tergantung pada peristiwa komunikasi yang terjadi dalam kelompok. Menurut Scheidel dan Crowel (Alvin A. Goldberg, 1985, h.22) proses komunikasi kelompok diartikan sebagai peristiwa umpan balik (*feedback events*) dimana komentar yang dilontarkan salah satu anggota kelompok (X) setelah itu diikuti oleh komentar anggota kelompok lain (Y), kemudian diikuti lagi oleh komentar anggota pertama (X) dan seterusnya. Proses ini menunjukkan bahwa interaksi terjadi secara menyeluruh dengan kegiatan umpan balik tanpa mengubah tujuan.

Proses komunikasi kelompok dapat dilihat pula pada dominasi anggota kelompok dalam menyampaikan pendapat atau siapa yang paling banyak dalam menerima pesan. Terdapat tiga kategori atau indikator dalam proses komunikasi kelompok yaitu sebagai berikut (Nurdin, 2014, h.12):

- 
- a. Anggota kelompok yang mengirim pesan lebih banyak akan dikenal sebagai pemimpin kelompok, meskipun terkadang dalam kelompok itu sebenarnya tidak ada pemimpin
 - b. Anggota yang mengirim pesan lebih banyak, akan dikenal sebagai peserta diskusi yang baik
 - c. Anggota kelompok yang mengirim pesan lebih banyak, merasa lebih puas dengan proses di dalam kelompok.

1.3 Kohesi Dalam Kelompok

Kohesi merupakan kondisi keterikatan anggota kelompok.

Kohesi dalam kelompok akan mempertahankan keanggotaan dan mencoba mencapai tujuan yang akan diupayakan secara kolektif.

Dalam komunikasi kelompok, terdapat dua dasar terjadinya kohesi dalam kelompok yaitu sebagai berikut (Pratimi, 2018):

- a. Kohesi atas dasar (kepekaan) perasaan

Kohesi ini didasarkan pada ikatan afeksi yang dihasilkan oleh kelompok dan tidak bisa dipaksakan dari lingkungan eksternal. Kohesi atas dasar perasaan bersifat tidak universal di dalam kelompok kecil yang intim. Beberapa anggota dapat cenderung kurang mendalam terhadap anggota lain. Mereka dapat saling menghargai namun tidak merasakan ikatan dalam kelompok. Dalam kelompok yang sangat kompak, para anggota

akan menimbulkan rasa loyalitas dan kewajiban yang mendalam.

b. Kohesi atas dasar penghargaan

Kepuasan anggota kelompok menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kohesi kelompok. Banyak anggota yang rutin mengikuti kegiatan dalam kelompok karena mereka mendapatkan penghargaan. Dengan berpartisipasi dalam kegiatan kelompok, mereka merasa lebih baik dan mendapatkan pelajaran dari kegiatan yang diadakan. Jika tidak terdapat penghargaan dalam kelompok, mereka akan merasa tidak dihargai dan kemungkinan besar akan meninggalkan kelompok tersebut.

2. Pariwisata

Istilah pariwisata pertama kali digunakan pada tahun 1959 dalam Musyawarah Nasional Turisme II. Pariwisata secara etimologis berasal dari bahasa Sanskrit yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti berkeliling dan *wisata* berarti bepergian. Atas dasar hal tersebut, pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain (Suwena & Widayatmaja, 2017, hal 19). Selain itu, pariwisata juga didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menjelaskan bahwa pariwisata merupakan kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas dan layanan

yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Perjalanan konsep pariwisata hingga saat ini terus mengalami perubahan. Saat ini pariwisata dianggap sebagai kegiatan yang dapat menghasilkan keuntungan, sehingga muncul keinginan dari berbagai pihak untuk mendirikan destinasi wisata. Beberapa jenis pariwisata yang saat ini sudah dikenal masyarakat yaitu sebagai berikut (Kristiyono, 2018):

- a. Wisata budaya yaitu wisata yang dilakukan untuk memperluas pandangan dan pengalaman mengenai keadaan masyarakat, adat istiadat, cara hidup, kesenian dan lain-lain
- b. Wisata kesehatan yaitu wisata dengan tujuan untuk menukar kondisi dan situasi dari lingkungan asal demi kepentingan beristirahat baik dalam hal jasmani maupun rohani
- c. Wisata olahraga yaitu wisata yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berolahraga atau berpartisipasi dalam pesta olahraga di suatu tempat
- d. Wisata komersial yaitu bentuk perjalanan berupa kunjungan pameran dan pekan raya yang bersifat komersial
- e. Wisata industri yaitu perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok pelajar ke daerah perindustrian dengan tujuan untuk mengadakan penelitian

- f. Wisata maritim yaitu wisata yang berkaitan dengan olahraga air seperti danau, pantai
- g. Wisata cagar alam yaitu jenis wisata yang diselenggarakan oleh biro perjalanan dengan mengatur wisata ke daerah cagar alam, taman lindung, hutan dan lain-lain yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang

Seiring perkembangan zaman, pariwisata dapat dikelola oleh berbagai pihak dari masing-masing daerah untuk menonjolkan ciri khas daerah destinasi. Saat ini masyarakat menjadi kekuatan dasar dalam dunia pariwisata. Pemberdayaan masyarakat diperlukan sehingga akan terjadi pemerataan kemanfaatan dalam pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan. Kegiatan pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan seperti pariwisata perdesaan. Pariwisata perdesaan menjadi salah satu penunjang dari kegiatan wisata yang dapat menjual daya tarik daerah setempat. Desa wisata sebagai objek wisata akan menawarkan berbagai keunikan seperti adat istiadat, sosial budaya, arsitektur bangunan, kebiasaan sehari-hari. Keunikan tersebut dapat menjadi nilai jual yang menunjang perekonomian dalam bidang pariwisata.

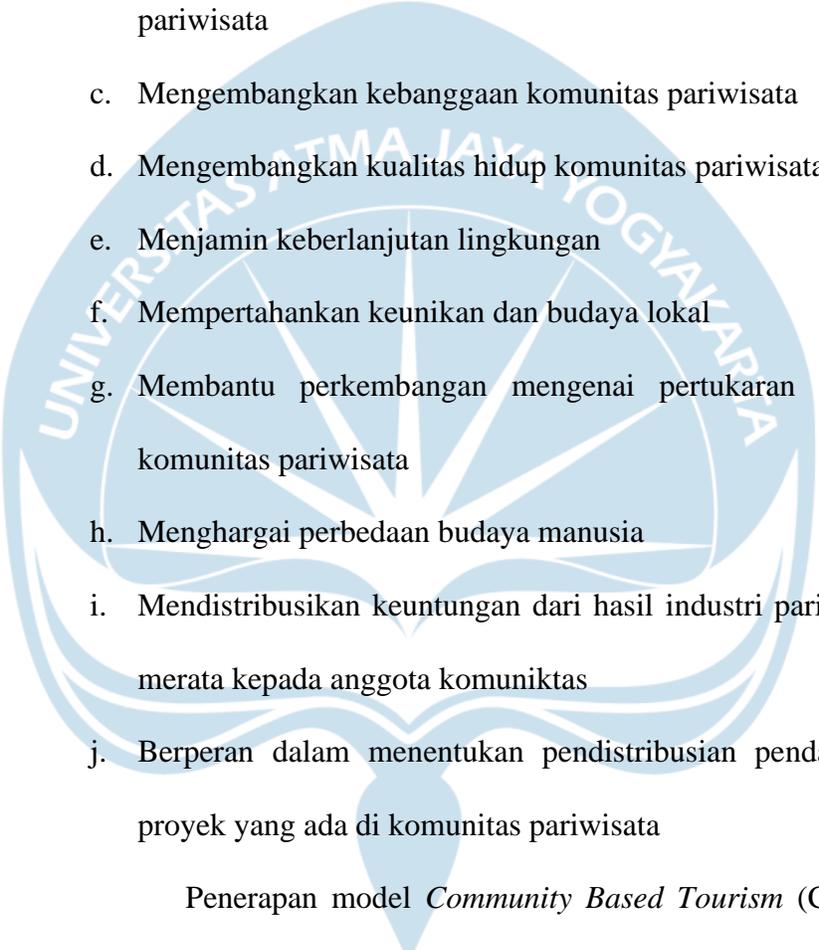
3. *Community Based Tourism (CBT)*

Pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh suatu daerah destinasi wisata akan berdampak positif dan negatif pada tatanan

kehidupan sosial ekonomi masyarakat sekitar. Pengembangan pariwisata dilakukan oleh para pengelola obyek wisata. Di Indonesia, pengelolaan destinasi wisata Sebagian besar dilakukan oleh pihak pemerintah, swasta dan masyarakat. Pengelolaan dengan melibatkan masyarakat lokal menjadi salah satu cara yang ideal untuk memajukan industri pariwisata di Indonesia (Syarifuddin, 2008).

Penerapan konsep pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* (CBT) menurut Nurdin (Allo et al., 2018) merupakan model pariwisata dengan melibatkan masyarakat lokal yang memiliki keterkaitan dengan industri pariwisata dengan cara memberikan kesempatan untuk mengelola, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga keuntungan dapat didistribusikan secara merata kepada masyarakat atau komunitas pariwisata. Pelibatan masyarakat dalam pengembangan industri pariwisata memberi ruang untuk memberdayakan masyarakat serta memberikan lapangan pekerjaan bagi mereka.

Prinsip dasar CBT menurut UNEP (*United Nations Environment Programme*) dan WTO (*World Trade Organization*) tahun 2005 dapat dikategorikan dalam prinsip sosial, prinsip ekonomi, prinsip budaya, prinsip lingkungan dan prinsip politik. Kategori tersebut dijabarkan dalam sepuluh poin prinsip dasar CBT yaitu sebagai berikut (Wiwin, 2018):

- 
- a. Mengakui, mendukung dan mengembangkan komunitas dalam industri pariwisata
 - b. Melibatkan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek pariwisata
 - c. Mengembangkan kebanggaan komunitas pariwisata
 - d. Mengembangkan kualitas hidup komunitas pariwisata
 - e. Menjamin keberlanjutan lingkungan
 - f. Mempertahankan keunikan dan budaya lokal
 - g. Membantu perkembangan mengenai pertukaran budaya pada komunitas pariwisata
 - h. Menghargai perbedaan budaya manusia
 - i. Mendistribusikan keuntungan dari hasil industri pariwisata secara merata kepada anggota komunitas
 - j. Berperan dalam menentukan pendistribusian pendapatan dalam proyek yang ada di komunitas pariwisata

Penerapan model *Community Based Tourism* (CBT) menjadi sangat penting karena dapat memberikan sumbangsih bagi daerah, khususnya Pendapatan Anggaran Daerah (PAD). Keikutsertaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata menjadi motor penggerak dalam menyusun rencana pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal. Tujuan utama dari hal tersebut yaitu untuk kepentingan masyarakat sehingga program yang dibuat tepat sasaran

dan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat setempat (Nurhidayati & Fandeli, 2012).

F. Kerangka Konsep

Berdasarkan kerangka teoritik yang telah disusun oleh peneliti, maka kerangka konsep untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut

1. Pola Komunikasi Kelompok

Pola komunikasi kelompok merupakan cara penyaluran informasi pada seluruh anggota kelompok dan bagaimana informasi tersebut dapat diterima oleh seluruh anggota kelompok. Peran individu dalam kelompok ditentukan pada hubungan antar anggota yang satu dengan yang lainnya. Hubungan yang ada tersebut, ditentukan oleh pola hubungan interaksi anggota dengan arus informasi dan jaringan komunikasi (Rambe, 2018).

Membangun hubungan dan komunikasi yang harmonis dalam suatu kelompok tidak dapat dipisahkan dari komunikasi dan interaksi antar pribadi. Komunikasi antar pribadi dilakukan secara tatap muka dengan spontan atau informal, saling menerima *feedback*, dan partisipan bersifat fleksibel. Komunikasi kelompok bukan sekedar dilakukan hanya untuk merealisasikan tujuan kelompok, namun lebih jauh untuk mengenal pribadi anggota kelompok serta menciptakan suasana nyaman dan dihargai dalam kelompok. Proses aliran informasi dalam kelompok menciptakan suatu proses penyampaian pesan secara tetap

dan berkesinambungan. Terdapat tiga pendekatan dalam pola komunikasi kelompok (Prasetyo & Palupi, 2017):

a. Analisis Interaksi

Komunikasi dalam kelompok yang efektif harus mampu menjaga keseimbangan antara tugas dan perasaan atau emosional serta mengembangkan sistem pengamatan analisis interaksi untuk menganalisis interaksi kelompok. Analisis interaksi dapat diketahui dengan melihat banyak dan lama sebuah kelompok berkomunikasi, komunikasi, komunikator dan media yang digunakan untuk berkomunikasi. Umumnya, anggota yang memiliki otoritas tertinggi akan lebih mengontrol anggota yang memiliki otoritas lebih rendah.

b. Hirarki Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Komunikasi kelompok satu arah memiliki ciri bahwa ketua yang memiliki otoritas tertinggi akan memberikan perintah kepada anggota kelompok, bersifat pasif dan efektifitas komunikasi ditentukan oleh bagaimana cara penyampaian pesan tersebut. Sedangkan komunikasi dua arah, memiliki ciri proses timbal balik (*feedback*) dimana setiap anggota memiliki hak yang sama untuk menyampaikan pesan kepada anggota lain.

Komunikasi dua arah memiliki tiga jenis, yaitu komunikasi vertikal, horizontal dan diagonal. Komunikasi vertikal merupakan penyampaian informasi yang mengalir dari satu tingkat yang lebih

tinggi atau lebih rendah secara timbal balik (komunikasi antara atasan dan bawahan). Sedangkan komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi dimana pertukaran informasi dilakukan oleh dua anggota yang memiliki kedudukan yang sama. Kemudian komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang berlangsung dari anggota yang satu kepada anggota lainnya yang memiliki kedudukan berbeda (PLANGITEN, 2020).

c. Bentuk pola komunikasi

Pola komunikasi menentukan komunikator dan komunikan dalam sebuah kelompok. Terdapat lima tipe pola komunikasi, antara lain sebagai berikut:

1) Pola Lingkaran

Pola lingkaran dalam kelompok memiliki ciri tidak terdapat pemimpin sehingga semua anggota memiliki posisi yang sama. Pola ini memungkinkan semua anggota kelompok dapat berkomunikasi satu sama lain melalui sistem pengulangan pesan.

2) Pola Roda

Pola roda dalam kelompok memiliki pemimpin yang jelas dengan posisi di pusat. Pemimpin dalam kelompok menjadi satu-satunya individu yang mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Sehingga, jika anggota ingin saling

berkomunikasi, maka pesan harus disampaikan melalui pemimpinnya.

3) Pola Y

Pola Y memiliki pemimpin yang jelas dan anggota kelompok dapat menerima dan mengirim pesan dari dua orang lainnya. Pola Y ini relatif kurang tersentralisasi dibandingkan dengan pola roda.

4) Pola Rantai

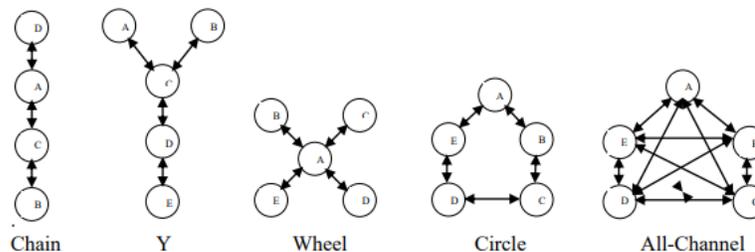
Pola rantai memiliki persamaan dengan pola lingkaran. Namun, anggota kelompok yang posisinya berada di paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang. Anggota yang memiliki posisi di tengah lebih berperan sebagai pemimpin kelompok.

5) Pola Semua Saluran atau Bintang

Pola bintang diartikan bahwa semua anggota kelompok memiliki kekuatan yang sama dalam mempengaruhi anggota lainnya. Setiap anggota dapat berkomunikasi dengan anggota lain. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota kelompok secara optimal.

Gambar 1.1

Bentuk Pola Komunikasi Kelompok



Sumber: National Forum of Educational Administration and Supervision Journal, 2011.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pola komunikasi kelompok dengan menganalisis tiga pendekatan dalam pola komunikasi kelompok. Pola komunikasi kelompok yang dimaksud yaitu bentuk gambaran pola komunikasi yang dilakukan oleh POKDARWIS Desa Wisata Nglanggeran. Dari analisis mengenai interaksi dan hirarki komunikasi satu arah dan dua arah, maka peneliti dapat mengetahui pola komunikasi kelompok yang terbentuk yang terbentuk dalam Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik dunia 2021.

2. Desa Wisata

Pariwisata merupakan salah satu industri yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam hal penyediaan lapangan

pekerjaan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor lain di dalam penerima wisatawan. Kunjungan wisatawan akan berdampak positif bagi daerah maupun negara. Salah satu jenis pariwisata yang berkembang saat ini adalah desa wisata. Desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang menyuguhkan seluruh saana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktivitas harian, arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa serta berbagai potensi yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata misalnya makanan dan minuman khas, cinderamata, penginapan dan lain-lain (Revida, E., 2021, h.3).

Desa wisata memiliki keunikan, kekhasan serta potensi wisata yang dapat dikembangkan. Tidak semua desa wisata dapat dijadikan sebagai kawasan desa wisata, hanya desa yang memiliki potensi wisata yang dapat disebut sebagai desa wisata. Terdapat beberapa kriteria untuk menjadikan desa sebagai desa wisata. Menurut Admoko (Revida, E., 2021., h.4) kriteria desa wisata yaitu:

- a. Memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas baik secara fisik lingkungan alam maupun sosial budaya.
- b. Memiliki fasilitas yang mendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan.
- c. Memiliki interaksi dengan pasar wisata.

- d. Adanya dukungan inisiatif dari masyarakat setempat terhadap pengembangan desa wisata.

Sesuai dengan kriteria desa wisata di atas, maka peneliti memilih Desa Wisata Nglanggeran sebagai objek penelitian. Desa Wisata Nglanggeran memiliki daya tarik wisata yang khas dan indah yaitu Gunung Api Purba, memiliki fasilitas wisata seperti *homestay* dan terdapat Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai pionir dalam mengembangkan Desa Wisata Nglanggeran.

3. Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)

Pariwisata menjadi salah satu bidang yang dapat memperbaiki perekonomian daerah setempat wisata. Sektor pariwisata khususnya desa wisata memberikan ruang kepada masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan desa wisata. Pariwisata juga dapat menyediakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat lokal. Masyarakat lokal dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata memiliki potensi berupa budaya lokal, atraksi budaya dan potensi lainnya yang dapat menghasilkan produk pariwisata. Menurut Adikampana (KKN-PPM UGM Buayan, 2021) masyarakat lokal memiliki posisi strategis dalam melakukan pembangunan pariwisata. Sehingga, keberlanjutan pariwisata sangat tergantung dari tingkat partisipasi masyarakat lokal.

Salah satu kelompok atau organisasi yang menunjukkan bentuk partisipasi masyarakat lokal yaitu POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata). Pokdarwis merupakan kelompok pemangku kepentingan yang berasal dari masyarakat lokal yang memiliki peran strategis dalam mengelola potensi kekayaan alam dan budaya yang dimiliki suatu daerah untuk menjadi destinasi wisata (Putrawan & Ardana, 2019). Selain sebagai penggerak sadar wisata, POKDARWIS juga menjadi penggerak dalam Sapta Pesona (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah dan Kenangan) di lingkungan destinasi wisata.

Keanggotaan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) memiliki syarat-syarat umum yaitu bersifat sukarela, memiliki dedikasi dan komitmen dalam mengembangkan destinasi wisata, masyarakat lokal yang peduli dan tertarik dengan dunia pariwisata, memiliki pekerjaan yang berkaitan dengan kebutuhan wisatawan dan jumlah anggota POKDARWIS minimal 15 orang (KKN-PPM UGM Buayan, 2021). Anggota dalam POKDARWIS tidak dibatasi usia, sehingga di dalam satu kelompok terdapat berbagai latar belakang yang berbeda-beda.

Fokus dalam penelitian ini yaitu pada Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Desa Wisata Nglanggeran. POKDARWIS Desa Wisata Nglanggeran memiliki anggota yang beragam, mulai dari anak muda, ibu-ibu PKK hingga pemerintah desa.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, peneliti akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Erickson (dalam Setiawan, J., Anggito, 2018, h.8) penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang berusaha menemukan dan menggambarkan secara deskriptif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari kegiatan tersebut terhadap kehidupan. Penelitian kualitatif ini bermaksud untuk menemukan dan menggambarkan secara deskriptif mengenai pola komunikasi kelompok yang dilakukan oleh POKDARWIS Nglanggeran sebagai desa wisata terbaik dunia 2021.

2. Metode Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan yaitu dengan menggunakan deskriptif kualitatif. Menurut Nazir (A. Prastowo, 2016, h.186) metode deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti suatu kelompok, objek, kondisi maupun peristiwa yang terjadi pada saat ini. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis namun menggambarkan secara “apa adanya” terhadap suatu fenomena. Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian melalui data yang telah dikumpulkan dan membuat kesimpulan.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Nglanggeran di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul. Penetapan subjek penelitian dengan menggunakan teknik Snowball. Teknik Snowball adalah teknik pengumpulan sampel yang dikembangkan dengan mengikuti rekomendasi. Peneliti akan menghubungi beberapa individu untuk dijadikan sampel kemudian mereka akan diminta menyebutkan nama-nama orang lain yang dapat memungkinkan untuk terlibat dalam penelitian ini. Teknik ini ibarat bola salju kecil yang menggelinding menjadi bola salju yang besar dan semakin besar (Ruane, 2013, h. 175).

Penelitian ini menggunakan teknik snowball karena peneliti berfokus pada komunikasi kelompok yang mana karakter informan sulit ditentukan. Proses pengumpulan data tidak dibatasi jumlah informan, namun akan dihentikan jika ditemukan kesamaan jawaban dari informan.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung berupa data utama misalnya wawancara dengan narasumber (Nugrahani, 2014, h.113). Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data wawancara.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data tambahan yang diambil tidak langsung di lapangan, melainkan diambil dari sumber data yang sudah ada misalnya foto, dokumen, statistik (Nugrahani, 2014, h.113). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku penunjang, artikel, jurnal dan website.

5. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan kegiatan penting dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memperoleh bahan, keterangan, kenyataan dan informasi dari sumber terpercaya (Barlian, 2016, h.42). Metode pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode penggalian data yang dilakukan melalui percakapan dengan tujuan tertentu yang terdiri dari dua pihak atau lebih (Nugrahani, 2014, h.125). Dua pihak yang dimaksud dalam wawancara yaitu pewawancara (*interviewer*) dan orang yang diwawancarai (*interviewee*). Dalam hal ini, teknik wawancara dipilih peneliti sebagai metode pengumpulan data utama karena untuk memperoleh data yang lebih banyak, akurat serta mendalam.

b. Dokumentasi

Menurut Moleong (Nugrahani, 2014, h.143) teknik pengumpulan data dokumentasi dapat dimanfaatkan untuk menguji dan meramalkan

data yang dibutuhkan dalam penelitian. Kegiatan dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah dokumentasi melalui pengambilan foto secara langsung di lokasi penelitian dan foto melalui sosial media terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. Dokumentasi ini dilakukan sebagai pelengkap dari wawancara dan observasi untuk memperkuat hasil.

c. Studi Pustaka

Metode pengumpulan data yang terakhir adalah studi pustaka. Studi pustaka ini dibutuhkan untuk melengkapi dan menguatkan data yang diperoleh dari sumber eksternal penelitian. Sumber dari metode studi pustaka yaitu *website*, buku, artikel, jurnal dan lain-lain yang dapat membantu penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (dalam Setiawan, J., Anggito, 2018, h.236) analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data secara terstruktur dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, memilah dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh pembaca. Terdapat tiga alur yang dilakukan dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data, yaitu proses pemilahan, penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan.

Peneliti melakukan proses pemilahan data berdasarkan *interview*

guide yang telah dibuat serta mentransformasikan data-data yang ada di lapangan dalam bentuk deskriptif. Peneliti akan melakukan wawancara dengan narasumber dengan tujuan untuk mendapatkan berbagai perspektif mengenai pola komunikasi kelompok.

- b. Penyajian Data, yaitu rangkaian mengorganisasi data, menemukan pola-pola serta memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan memberikan tindakan. Peneliti akan menyajikan data dari hasil di lapangan dengan mengorganisasi atau mengelompokkan data tersebut berdasarkan dimensi dan konsep yang telah dibuat sehingga dapat mempermudah untuk melakukan penarikan kesimpulan.
- c. Penarikan Kesimpulan, yakni suatu kesatuan bagian dari kegiatan penelitian yang dijabarkan secara utuh dan jelas. Penarikan kesimpulan merupakan hal yang paling penting dari kegiatan analisis data.

7. Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan uji keabsahan data *credibility*. Peneliti menyajikan uji keabsahan data dengan metode *credibility* (kredibilitas) sehingga dapat menunjukkan bahwa hasil penelitian yang didapatkan tidak meragukan dan sesuai dengan fakta di lapangan. Terkait uji kredibilitas, peneliti akan melakukan triangulasi.

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan di luar data yang digunakan untuk pembandingan terhadap

data. Dalam konteks penelitian, peneliti akan menggunakan teknik keabsahan data dengan Triangulasi Sumber. Triangulasi Sumber yaitu membandingkan kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan pengamatan dengan wawancara (Bachri, 2010).

