STRATEGI KOMUNIKASI *STAKEHOLDER* UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI DALAM PENGEMBANGAN AGROWISATA MELALUI PENDEKATAN *COMMUNITY BASED TOURISM* (CBT)

(Studi Kasus: Agrowisata Petik Jeruk Di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)

Oleh:

SARWOEDI

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2017

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

STRATEGI KOMUNIKASI *STAKEHOLDER* UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI DALAM PENGEMBANGAN AGROWISATA MELALUI PENDEKATAN *COMMUNITY BASED TOURISM* (CBT)

(Studi Kasus: Agrowisata Petik Jeruk Di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)

Oleh:

SARWOEDI

135040101111044

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2017

Repository Universitas Brawijaya
KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS BRAWIJAYA FAKULTAS PERTANIAN
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2017

Sarwoedi

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Repository Universitas Brawijaya

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian	: Strategi Komunikasi *Stakeholder* Untuk Meningkatkan Partisipasi dalam Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) (Studi Kasus: Agrowisata Petik Jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang)
Nama	: Sarwoedi
Nim	: 135040101111044
Jurusan	: Sosial Ekonomi Pertanian
Program Studi	: Agribisnis
Laboratorium	: Komunikasi
Menyetujui	: Ir. Edi Dwi Cahyono, M.Agr., Sc., Ph.D.

Disetujui:

Pembimbing Utama,

Ir. Edi Dwi Cahyono, M.Agr., Sc., Ph.D.

NIP. 19610615 198602 1 1001

Diketahui,

Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian,

Mangku Purnomo, SP., MSi., Ph.D

NIP. 19770420 200501 1 001

Tanggal Persetujuan:

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Setiyo Yuli Handono, SP., MP.,MBA
NIP. 19820716 200604 1 001

Penguji II

Alia Fibrianingtyas, SP., MP.
NIK. 20160990020 5 2001

Penguji III

Ir. Edi Dwi Cahyono, M. Agr, Sc. Ph. D
NIP. 19610615 198602 1 001

Tanggal Lulus :

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

"Banyak perjuangan dan rintangan yang telah saya lalui..
Terlahir sebagai anak pulau terpencil, menantang maut dengan
menyebrangi lautan tanpa fasilitas transportasi yang memadai..
Namun semua itu seakan mencair
ketika mengingat akan tujuan dan cita-cita.
Bahkan saya tidak memiliki hak untuk mengeluh,
karena semua yang saya miliki
telah melebihi dari ekspektasi."

Skripsi ini, Saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta (Rama & Ibu)

Kakak dan keluarga lainnya

Serta sahabat-sahabat.

RINGKASAN

Sarwoedi. 135040101111044. Strategi Komunikasi *Stakeholder* Untuk Meningkatkan Partisipasi dalam Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan C*ommunity Based Tourism* (CBT) (Studi Kasus: Agrowisata Petik Jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Di bawah bimbingan Ir. Edi Dwi Cahyono, M.Agr., Sc., Ph. D.

Komunikasi merupakan strategi penting untuk menciptakan partisipasi *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community Cased Tourism* (CBT). Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memperkuat komunitas di sekitar destinasi melalui komunikasi secara efektif yaitu dengan pendekatan komunikasi yang partisipatif sebagai alternatif dari pendekatan yang menekankan pada peningkatan partisipasi dari masing-masing *stakeholders*. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui *stakeholders* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas, (2) mendeskripsikan dan mengevaluasi partisipasi *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas, (3) mendeskripsikan proses komunikasi antar *stakeholder* dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk, (4) mengidentifikasi strategi komunikasi *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah sepuluh orang, yang terdiri dari informan kunci dan informan penunjang, dengan menggunakan teknik *purposive sampling.* Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, telah mendapatkan dukungan dari berbagai pihak *stakeholder*, mulai dari tingkat desa (Kepala Desa, Kelompok Tani, Ketua Pengelola, Masyarakat) sampai pada tingkat kabupaten (Dinas Pariwisata, PPL), (2) Partisipasi dari masing-masing *stakeholder* hanya terbatas pada tahap perencanaan saja namun hal ini tidak berlaku untuk masyarakat, dimana masyarakat tidak dilibatkan secara langsung dalam tahap perencanaan. Partisipasi pada tahap pelaksanaan dan evaluasi masih belum optimal, (3) Proses komunikasi yang dilakukan antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) sebagai berikut: (a) pengiriman informasi yang dilakukan antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata masih bersifat top-down. Komunikasi masih di dominasi oleh pihak-pihak yang memiliki informasi lebih, (b) Pertukaran informasi pada dasarnya tentang upaya perbaikan-perbaikan pada agrowisata petik jeruk agar lebih baik kedepannya, (c) Pemaknaan informasi pada masing-masing *stakeholder*, memahami dengan informasi yang di pertukarkan. Namun temuan ini tidak berlaku untuk masyarakat, dimana masyarakat tidak memahami dengan informasi dalam perencanaan terkait pengembangan agrowisata petik jeruk. (4) strategi komunikasi yang dilakukan oleh masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yaitu meliputi, kualitas komunikator, kualitas pesan, ketepatan media dan perancangan efek: (a)

kemampuan dari masing-masing *stakeholder* (komunikator) sudah cukup bagus, (b) informasi yang di pertukarkan telah sesuai dan memenuhi kebutuhan dari masing-masing stakeholder terkait pengembangan agrowisata petik jeruk, (c) terdiri dari berbagai macam media yang digunakan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk, namun media dalam penyampaian informasi di dominasi oleh media komunikasi interpersonal dan media HP, (d) mendapatkan respon yang baik dari masing-masing *stakeholder* terkait penerapan strategi komunikasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk.

Berdasarkan hasil dan pembahasan, saran yang dapat peneliti berikan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang adalah sebagai berikut: (1) masing-masing *stakeholder* diharapkan dapat meningkatkan partisipasinya, tidak hanya terbatas pada tahap perencanaan saja, tetapi pada tahap pelaksanaan dan juga tahap evaluasinya, (2) Proses Komunikasi khususnya dalam penyampaian informasi tidak lagi menerapkan penyampaian informasi secara *top-down*. Tetapi sebaiknya menerapkan komunikasi yang partisipatif dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan, (3) Penelitian ini tidak fokus untuk mengkaji pola komunikasi partisipatif, tetapi fokusan utama yaitu strategi komunikasi berdasarkan 4 aspek. Yaitu komunikator, pesan, media dan efek. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat berfokus pada pola komunikasi partisipatif, hal ini dengan alasan melihat pentingnya penerapan pola komunikasi partisipatif dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan.

Repository Universitas Brawijaya

SUMMARY

Sarwoedi. 135040101111044. Stakeholder Communication Strategy to Increase Participation in Agro-Tourism Development Through Community Based Tourism (CBT) Approach. (Case Study: Agrowisata Petik Jeruk in Selorejo Village, Dau District, Malang Regency). Supervised by Ir. Edi Dwi Cahyono, M.Agr., Sc., Ph.D

Communication is an important strategy to create stakeholder participation in agro-tourism development through the approach of Community Cased Tourism (CBT). Strategies that can be done is to strengthen the community around the destination through effective communication with a participatory communication approach as an alternative to an approach that emphasizes the increased participation of each stakeholders. This study aims to: (1) identify stakeholders involved in community-based agro-development efforts, (2) to describe and evaluate stakeholder participation in community-based agro-tourism development, (3) to describe communication process among stakeholders in developing citrus citrus agro-tourism, 4) identify stakeholder communication strategy in agro-tourism development through Community Based Tourism (CBT) approach.

This research uses qualitative research method, with case study approach. The number of informants in this research were ten people, consisting of key informants and supporting informants, using purposive sampling technique. Data collection techniques are done by observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis uses interactive analytical models from Miles and Huberman.

The results of this study indicate: (1) Community-based agro-tourism (CBT) in Selorejo village, Dau sub-district, Malang regency has received support from various stakeholders, ranging from village level (Village Head, Farmer Group, Head of Management, To the district level (Dinas Pariwisata, PPL), (2) Participation of each stakeholder is limited to the planning stage but this does not apply to the community, where the community is not directly involved in the planning phase. Participation in the implementation and evaluation stage is still not optimal, (3) The communication process conducted among stakeholders in the development of community based agrowisata petik jeruk (CBT) as follows: (a) the delivery of information between stakeholders in agro-tourism development is still top- Down. Communication is still dominated by the parties who have more information, (b) information exchange is basically about improvement efforts on agrowisata petik jeruk to be better in the future, (c) the meaning of information on each stakeholder, understand with the information in Exchange. However, this finding does not apply to the community, where the community does not understand with information in planning related to the development of agrowisata petik jeruk. 4) Communication strategies undertaken by each stakeholder in the development of community-based agro-tourism (CBT) that includes, communicator quality, message quality, media accuracy and effect design: (a) the ability of each stakeholder (communicator) has (b) the information in exchange has been appropriate and meets the needs of each stakeholder regarding the development of agrowisata petik jeruk, (c) consists of various media used in the agrowisata petik jeruk development effort, but the media in the delivery of information in domination

by the media of interpersonal communication and the media of handphone, (d) get good response from each stakeholder related to the implementation of communication strategy in the agro-tourism development program of citrus.

Based on the results and discussions, the suggestions that researchers can give related to the development of agrowisata petik jeruk (CBT) in Selorejo Village, Dau District, Malang Regency are as follows: (1) each stakeholder is expected to increase participation, planning stage only, but at the implementation stage and also the evaluation stage, (2) communication process especially in the delivery of information no longer apply top-down information delivery. But it is better to apply participative communication where there is two-way or dialogical communication so as to produce a common understanding of the message, (3) this research does not focus to study participative communication pattern, but the main focus is communication strategy based on four aspects. Namely communicators, messages, media and effects. So for the next research is expected to focus on the pattern of participatory communication, this is the reason to see the importance of the implementation of participatory communication patterns in the development of sustainable agrotourism.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang telah memberikan segala rahmat, nikmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

" Strategi Komunikasi *Stakeholder* Untuk Meningkatkan Partisipasi dalam Pengembangan Agrowisata Melalui Pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) "

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, serta memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan proposal skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua atas segala doa, motivasi, dan kesabarannya dalam mengajarkan serta membimbing penulis hingga seperti saat ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada bapak Ir. Edi Dwi Cahyono, M.Agr., Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing utama atas segala bimbingan, motivasi, dan kesabarannya kepada penulis. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada Bapak Suwaji selaku ketua pengelola dari Agrowisata Petik Jeruk di, Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan sebagai bahan evaluasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik di masa yang akan datang. Penulis berharap dengan adanya penelitian yang sudah dilakukan dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan dapat dijadikan sumber informasi dan evaluasi bagi pihak-pihak yang terkait.

Malang, Juli 2017

Penulis

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Sarwoedi, terlahir di Pulau Kangean, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Sumenep pada tanggal 24 Juni 1994 dari keluarga Bapak Sarnoji dan Ibu Intiyah. Penulis merupakan anak Terakhir dari dua bersaudara. Pada tahun 2000 penulis masuk TK Al-Ahmad. Pada tahun 2002 penulis menempuh pendidikan dasar di SDN Angon-angon 1 Arjasa, kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 1 Arjasa pada tahun 2007. Pada tahun 2010 sampai pada tahun 2013 Penulis menempuh pendidikan di SMAN 1 Arjasa.

Pada tahun 2013 penulis diterima di Universitas Brawijaya Malang, Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negri. Pada semester akhir, penulis melakukan penelitian di Agrowisata Petik Jeruk, Desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur dengan Judul " Strategi Komunikasi Stakeholder Untuk Meningkatkan Partisipasi dalam Pengembangan Agrowisata".

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN ..... **i**

SUMMARY ..... **iii**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **ix**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**

I. PENDAHULUAN ..... Error! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2 Rumusan masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3 Batasan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.4 Tujuan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

1.5 Kegunaan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

II. TINJAUAN PUSTAKA ..... Error! Bookmark not defined.

2.1 Penelitian Terdahulu ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2 Tinjauan tentang Agrowisata ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.1 Tujuan Dan Kegunaan Agrowisata ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.2 Potensi Pengembangan Agrowisata ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.2.3 Kendala Pengembangan Agrowisata ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3 *Community Based Tourism* (CBT) ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.1 Prinsip *Community Based Tourism* (CBT) ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.3.2 Pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4 Partisipasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4.1 Bentuk Partisipasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Partisipasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.5 *Stakeholder* ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.6 Strategi Komunikasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.6.1 Unsur-unsur Strategi Komunikasi Yang Efektif ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.6.2 Problem Strategi Komunikasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.7 Kerangka Pemikiran ..... **Error! Bookmark not defined.**

2.8 Proposisi Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2.9 Pengukuran Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**
III. METODE PENELITIAN ..... Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.2 Metode Penentuan Lokasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.3 Metode Penentuan Informan ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.4 Metode Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.5 Metode Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
3.6 Keabsahan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Daerah Lokasi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
4.1.1 Letak Geografis dan Batas Wilayah ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.1.2 Tata Guna Lahan ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.1.3 Keadaan Penduduk ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2 Profil Agrowisata Petik Jeruk..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.1 Sejarah dan Profil Agrowisata Petik Jeruk ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.2.2 Struktur Organisasi Agrowisata Petik Jeruk ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.3 Gambaran Umum Infroman ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.3.1 Proses Penentuan Informan ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.4 Hasil dan Pembahasan..... **Error! Bookmark not defined.**
4.4.1 *Stakeholder* Yang Terlibat dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT) ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.4.2 Partisipasi *Stakeholder* dalam Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT) ..... **Error! Bookmark not defined.**
4.4.3 Proses Komunikasi *Stakeholder* dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT)..... **Error! Bookmark not defined.**
4.4.4 Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT)..... **Error! Bookmark not defined.**
V. PENUTUP ..... Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**
5.2 Saran ..... **Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR PUSTAKA..... Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN..... Error! Bookmark not defined.

Repository Universitas Brawijaya

DAFTAR TABEL

Nomor Halaman

Teks

Tabel 1. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel Konsep Stakeholder **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Konsep Partisipasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Konsep Strategi Komunikasi..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. Distribusi Penggunaan Luas Wilayah Desa Selorejo **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur ... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 6. Keadaan Penduduk Desa Selorejo Berdasarkan Mata Pencaharian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 7. Keadaan penduduk Desa Selorejo Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 8. Matriks Analisis Stakeholder dalam Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 9. Partisipasi Stakeholder dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 10. Proses Komunikasi Stakeholder dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT).. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 11. Strategi Komunikasi Stakeholder dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT).. **Error! Bookmark not defined.**

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR GAMBAR

Nomor Halaman

Teks

Gambar 1. *Strategic Management*: *A Stakeholder Approach* (Freeman, 2010). .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. Metode Analisis Deskriptif Miles & Huberman **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. Peta Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 5. Struktur Organisasi dalam Agrowisata Petik Jeruk .. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 6. *Stakeholder* dalam Agrowisata Petik Jeruk..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 7. Kegiatan Perbaikan Fasilitas Berupa Pagar pada Agrowisata ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 8. Tampilan Instagram Agrowisata Petik Jeruk ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 9. Tampilan Facebook Agrowisata Petik Jeruk ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 10. Warung Kuliner.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 11. Keindahan dan Kebersihan Lingkungan ..... **Error! Bookmark not defined.**

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Halaman

Teks

Lampiran 1. *Interview Guide* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 2. Transkrip *Interview* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dianggap sebagai alat yang ampuh untuk pengembangan perekonomian melalui penyediaan lapangan kerja, sumber investasi dan penyumbang devisa bagi suatu negara (Gutierrez, 2012). Gutierrez juga menegaskan bahwa pariwisata tidak hanya dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap tiga dimensi pembangunan berkelanjutan, tetapi juga memiliki keterkaitan erat dengan sektor-sektor lain dan dapat menciptakan lapangan kerja yang layak dan menghasilkan peluang perdagangan (Gutierrez, 2012). Pariwisata Indonesia telah menjadi salah satu pilihan warga dunia, dengan daya tarik terbesar dalam persaingan pariwisata dengan negara lain yaitu kategori budaya, sumberdaya alam dan sumberdaya manusia. Menurut *Word Economic Forum* (WEF) indeks daya saing wisata indonesia pada tahun 2016 mengalami pengingkatan berada di urutan 50 yang sebelumnya berada pada urutan 70 di tahun 2014-2015 (Kementerian Pariwisata, 2016).

Dewasa ini banyak studi yang menjelaskan bahwa industri pariwisata secara signifikan berkontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi, sehingga industri pariwisata layak untuk dikembangkan. Di Indonesia pariwisata yang potensial untuk dikembangkan adalah agrowisata. Rachmat (2005), mengatakan industri agrowisata pada tiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini mengindikasikan adanya *demand* masyarakat akan kebutuhan tersier, terutama pada pemenuhan kebutuhan psikis dimana preferensi dan motivasi wisatawan berkembang secara dinamis. Tingginya permintaan dan perkembangan agrowisata secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitar baik secara sosial maupun ekonomi. Indikator dampak sosial ekonomi antara lain; 1) penyerapan tenaga kerja 2) berkembangnya struktur ekonomi, yaitu timbulnya aktifitas perekonomian lain seperti usaha pertokoan, warung, restoran, transportasi dan lain-lain, 3) peningkatan pendapatan masyarakat, 4) kesehatan masyarakat, dan pembangunan desa (Utama, 2007).

Keberhasilan dalam pelaksanaan pembangunan agrowisata tidak terlepas dari adanya partisipasi *stakeholder*, menurut Gunn *dalam* Byrd (2007). Hal ini sejalan dengan Freeman *dalam* Byrd (2007), yang menyatakan keterlibatan dan partisipasi *stakeholders* merupakan kriteria utama dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan. Pendapat ini diperkuat oleh Direktori Wisata agro (2009), yang menyatakan kepedulian pemerintah dalam pengembangan pertanian yaitu melalui konsep wisata agro dengan memberikan pelatihan dan pemberdayaan pada masyarakat yang dikenal dengan istilah *Community Based Tourism* (CBT) atau Pariwisata Berbasis Komunitas.

Community Based Tourism (CBT) merupakan sebuah alternatif dalam pengembangan pariwisata yang dianggap lebih menguntungkan masyarakat setempat dan menjamin keberlanjutan pariwisata. Anstrand (2006) mendefinisikan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. Di berbagai negara penerapan konsep CBT telah banyak dilakukan untuk menjaga keberlanjutan dari pariwisata, salah satunya yaitu di Palawan, Philipina (Okazaki, 2008). Penerapan serupa yaitu konsep CBT telah banyak pula dilakukan di Indonesia, salah satunya yaitu di Kusuma Agro, Malang Jawa Timur (Nurhidayati, 2012). Dalam penerapan konsep CBT menjelaskan bahwa masyarakat lokal tidak hanya ditempatkan sebagai objek, tetapi masyarakat juga ditempatkan sebagai subjek dari pariwisata, yaitu masyarakat ikut berperan dalam merencanakan dan menentukan proyek untuk menjaga keberlanjutan dari pariwisata (Nurhidayati, 2012). Pendapat ini diperkuat oleh Saarinen (2006), yang mengartikan bahwa CBT merupakan bentuk alternatif pariwisata yang dikembangkan berdasarkan negosiasi dan partisipasi *Stakeholder* sebagai kunci utama mewujudkan pariwisata berkelanjutan.

Peran *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan melalui pendekatan CBT sangat penting. Strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan memperkuat komunitas di sekitar destinasi melalui komunikasi secara efektif, sedangkan untuk mendapatkan komunikasi yang efektif ditentukan oleh strategi komunikasi (Pratiwi, 2012). Strategi komunikasi yang disarankan pada paradigma pemberdayaan komunitas yaitu melalui pendekatan komunikasi yang

partisipatif sebagai alternatif dari pendekatan modernisasi yang menekankan pada peningkatan produktifitas (Hadiyanto, 2009). Suparjan *et al.* (2003), menguatkan pendapat mengenai pentingnya komunikasi, yang mengatakan bahwa keberhasilan dari suatu kegiatan ditentukan oleh proses komunikasi yang terjalin didalamnya. Sehingga dapat dikatakan peran komunikasi dapat di jadikan strategi penting untuk menciptakan partisipasi *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community Cased Tourism* (CBT).

Pariwisata di Kabupaten Malang sangat beragam, salah satunya berada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau. Desa Selorejo merupakan daerah penghasil jeruk manis terbesar di Kabupaten Malang dengan jumlah produksi 24.500 ton per tahun (Data Potensi Desa Selorejo, 2014). Potensi wisata Desa Selorejo, Kecamatan Dau yaitu berupa kekayaan dan keindahan alam, kondisi lingkungan yang kondusif, hawa yang sejuk dan segar melengkapi kebutuhan masyarakat ataupun calon wisatawan untuk melepas stress (Data Potensi Desa Selorejo, 2014). Berdasarkan pertimbangan bahwa kawasan pariwisata mampu menarik perkembangan ekonomi wilayah sekitarnya, maka pengembangan kegiatan di kawasan pariwisata perlu mendapatkan prioritas serta penanganan berdasarkan perencanaan yang baik. Selanjutnya potensi obyek dan daya tarik wisata perlu digali, dilindungi, dikelola, dan dimanfaatkan secara berdaya guna, menyeluruh dan berkesinambungan dari berbagai pihak *(stakeholders)*.

Salah satu obyek wisata alam Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, antara lain yaitu Agrowisata Petik Jeruk yang terbentuk sejak pada tahun 2003. Agrowisata petik jeruk ini merupakan agrowisata berbasis masyarakat *(cummunity based agro-tourism)* dimana lahan yang digunakan adalah lahan jeruk milik petani sendiri. Petani yang lahannya jadikan sebagai lahan agrowisata mendapatkan penerimaan tambahan dari penjualan jeruk biasanya, sehingga pendapatan petani bertambah apalagi pada saat terjadi penurunan harga pada musim panen raya.

Namun dalam pelaksanaan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini, mengalami berbagai macam kendala, salah satunya yaitu lemahnya peran dari masing-masing *stakeholder* yang disebabkan oleh kesibukan

dari *stakeholder* sehingga tidak bisa berpartisipasi dengan optimal dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk ini. Selain itu, permasalahan hubungan komunikasi yang tercipta antar *stakeholder*, terkait upaya pengembangan agrowisata ini jarang dilakukan. Sehingga agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini masih belum berkembang dibandingkan dengan agrowisata sejenis yang ada di Kota Malang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Maharani (2015), mengatakan bahwa lemahnya kesadaran serta partisipasi yang datang dari berbagai pihak pemangku kepentingan baik pemerintah khususnya masyarakat setempat yang ada di Desa Selorejo menyebabkan agrowisata petik jeruk masih kurang berkembang di bandingkan dengan agrowisata sejenis. Selain itu Maharani mengatakan bahwa total petani yang ada di Desa Selorejo 80% merupakan petani jeruk tetapi dari total tersebut hanya 10% petani jeruk yang berpartisipasi dan ikut bergabung dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat *(Community Based Agro-Tourism)*. Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui strategi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi dari masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Cummunity Based Tourism* (CBT) agar mampu menghadapi persaingan dalam perkembangan usaha agrowisata dan tetap bisa berkelanjutan di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

1.2 Rumusan masalah

Pengembangan agrowisata dengan menggunakan pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) lebih efektif sebagai alat menyejahterakan masyarakat lokal. Pendekatan CBT memiliki kelebihan karena menempatkan masyarakat lokal sebagai subjek pengembangan pariwisata, bukan sebagai objek (Nurhidayati, 2012). Dengan demikian, pengembangan agrowisata dengan pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) merupakan suatu alternatif untuk mengembangkan potensi pertanian lokal, meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat lokal (Gumelar S. Sastrayuda, 2010). Oleh karenanya dalam pengembangan CBT dibutuhkan partisipasi dari berbagai pihak *stakeholder*

yang terdiri dari pemerintah *(government)*, perusahaan atau pengelola *(private)*, dan masyarakat lokal *(civil society)* untuk mewujudkan agrowisata yang berkelanjutan.

Keberhasilan dalam pelaksanaan pembangunan agrowisata tidak terlepas dari adanya partisipasi *stakeholder*. Partisipasi *stakeholders* merupakan kreteria utama dalam pengembangan agrowisata yang berkelanjutan. Salah salah cara untuk meningkatkan partisipasi *stakeholder* dapat dibangun melalui hubungan komunikasi yang terjalin antar *stakeholder*. Selajan dengan itu, hasil penelitian Djumiarti (2014), dengan menggunakan teori Tjokromidjojo (1994), terdapat tiga hal penting yang dapat mempengaruhi partisipasi yaitu: masalah kepemimpinan, komunikasi dan pendidikan. Pendapat ini diperkuat dengan teori datang dari Sastropoetro *dalam* Djumiarti (2014), yang menyatakan ada lima unsur penting yang menentukan gagal dan berhasilnya partisipasi yaitu : (1) komunikasi yang efektif (2) perubahan sikap dan tingkah laku (3) kesadaran yang didasarkan pada perhitungan dan pertimbangan (4) antusiasme yang menumbuhkan spontanitas (5) serta adanya rasa tanggung jawab terhadap kepentingan bersama. Sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan strategi penting untuk meningkatkan partisipasi *stakeholder* dalam menunjang pengembangan agrowisata petik jeruk.

Namun pada kenyataannya, hubungan komunikasi antar *stakeholder* masih terbilang kurang efektif dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas. Hal ini dapat dibuktikan dari lemahnya partisipasi masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Selain itu mulai dari terbentuknya agrowisata berbasis komunitas, hingga saat ini jarang diadakan pelatihan ataupun pemberdayaan kepada ketua pengelola agrowisata dan juga kepada masyarakat setempat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas.

Berdasarkan urain tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi *stakeholder* untuk meningkatkan partisipasi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang agar tetap berkelanjutan?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan, tidak menyimpang dan terarah, maka penelitian ini terbatas pada:

1. Proses komunikasi yaitu fokus tentang penyampaian informasi, pertukaran informasi dan pemaknaan informasi yang dilakukan oleh *stakeholder* karena di asumsikan bahwa peran *stakeholder* merupakan faktor penting dalam keberhasilan untuk pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT).
2. Strategi komunikasi yaitu fokus pada bentuk komunikasi, desain pesan dan media yang digunakan *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata dengan pendekatan CBT.

1.4 Tujuan Penelitian

Secara khusus tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *stakeholders* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT)
2. Untuk mendeskripsikan dan mengevaluasi partisipasi *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas.
3. Untuk mendeskripsikan proses komunikasi antar *stakeholder* dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk.
4. Mengidentifikasi strategi komunikasi *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT)

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan, diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Tempat Penelitian

   Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh ketua pengelola agrowisata petik jeruk sebagai referensi dalam mengembangkan usahanya sesuai dengan kemanfaatan bersama masyarakat lokal sekitar. Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan bagi para *stakeholder* untuk tetap berpartisipasi dalam

pengembangan agrowisata. Partisipasi dapat dilakukan melalui pemberdayaan dan pemberian pelatihan kepada masyarakat lokal supaya mampu mengelola serta mengembangakan dengan baik agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Tujuannya supaya tetap berkelanjutan secara sosial dan ekonomi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai salah satu referensi dan rujukan bagi pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Malang dalam upaya pengembangan objek wisata berbasis masyarakat, yaitu melalui pembuatan kebijakan untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat khususnya agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo, Kecamtan Dau, Kabupaten Malang, agar tetap bisa berkelanjutan dari segi sosial dan ekonomi. Selain itu dari penelitian ini diharapkan pihak pemerintah khususnya Dinas Pariwisata selaku *stakeholder* eksternal dapat meningkatkan perannya dengan menempatkan posisinya sebagai fasilitator untuk menunjang pengembangan agrowisata berbasis masyarakat.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa atau para peneliti sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan berdasarkan pengalaman yang dilakukan dalam menggali data dan melakukan analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan rujukan untuk dimanfaatkan bagi instansi akademisi dalam upaya mendukung pengembangan pariwisata di Indonesia supaya mampu bersaing dengan pariwisata lain di kancah global.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa acuan penelitian terdahulu untuk memperkaya wawasan, referensi pengetahuan, dan sumber pustaka. Berikut ini adalah beberapa pustaka dari penelitian terdahulu:

Adedokun (2010), dari Departement of Education Foundations and Management, Faculty of Education, University of Ado-Ekiti, melakukan penelitian dengan judul *The Impact of Communication on Community Development*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengapa komunikasi yang efektif perlu untuk dipertahankan dalam pembangunan atau pengembangan masyarakat pedasaan. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukan bahwa komunikasi yang efektif akan meningkatkan partisipasi yang aktif dari masyarakat dalam upaya mendukung pembangunan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa ketika masyarakat dilibatkan dalam strategi komunikasi, maka akan mempengaruhi mereka untuk ikut ambil bagian atau berpartisipasi dalam pelaksanaan pembangunan tersebut. Relevansi dari penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis adalah sama-sama meneliti tentang pentingnya komunikasi dalam meningkatkan partisipasi untuk keberhasilan dalam suatu pembangunan. Namun perbedaannya tidak hanya terletak pada lokasi penelitian, melainkan pada penelitian terdahulu hanya berfokus pada dampak komunikasi dalam pembangunan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata dengan pendekatan *Community Based Tourism* yang didalamnya juga membahas bagaimana cara untuk meningkatkan partisipasi dari masyarakat untuk kemajuan dalam suatu pembangunan.

Oktavia (2007) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Partisipasi Pemangku Kepentingan *(stakeholder)*, Kebijakan dan Perencanaan Program Terhadap Pengembangan Kepariwisataan Provinsi Banten". Penelitian ini membahas secara mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kepariwisataan Provinsi Banten dilihat dari tiga variabel bebas

Yaitu partisipasi pemangku kepentingan *(stakeholder)*, kebijakan dan perencanaan program. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif dan analisis regresi linier untuk menguji pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Penelitian klasik agar model dapat memenuhi kriteria BLUE (Best Linier Unbiased Estimator). Dari hasil yang diperoleh terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara partisipasi pemangku kepentingan, kebijakan dan perencanaan program terhadap pengembangan kepariwisataan. Hasil penelitian ini, menegaskan kembali bahwa partisipasi, kebijakan dan perencanaan program merupakan faktor yang penting dalam pengembangan kepariwisataan di Provinsi Banten. Dengan kata lain pengembangan kepariwisataan tidak terlepas dari adanya partisipasi *stakeholders*, kebijakan dan perencanaan program baik secara parsial maupun bersama-sama. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis adalah sama-sama meneliti tentang pentingnya partisipasi *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata. Namun perbedaannya terletak pada alat analisis yang digunakan, lokasi penelitian serta fokus permasalahan yang akan dikaji, dimana peneliti akan berfokus pada bagaimana strategi komunikasi *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata melalui pendekatan CBT.

Nurhidayati (2012), dalam tesisnya yang berjudul "Penerapan Prinsip *Community Based Tourism* (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu, Jawa Timur". Tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis penerapan prinsip-prinsip CBT dalam pengembangan agrowisata di Kota Batu. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip ekonomi CBT menghasilkan mayoritas sektor pariwisata bisnis untuk menyerap tenaga kerja dan pendapatan masyarakat lokal yang berasal dari wisata belanja (pengeluaran wisatawan). Penerapan prinsip-prinsip sosial CBT dalam pengembangan agrowisata peningkatan persepsi positif dari individu tentang perkembangan *agrotourism*, meningkatkan kebanggaan masyarakat, kekuatan modal sosial serta menghasilkan perubahan yang bagus di masyarakat. Penerapan prinsip budaya CBT dalam pengembangan *agrotourism* lebih memperkuat budaya lokal. Interaksi yang timbul antara wisatawan dan menghasilkan pertukaran komunitas unsur-unsur

budaya di masyarakat dan wisatawan. Penerapan prinsip-prinsip politik CBT dalam pengembangan agrowisata memperkuat peran organisasi lokal dalam mekanisme pengendalian pengelolaan sumber daya pariwisata dan menempatkan masyarakat sebagai pengambil keputusan. Pelaksanaan prinsip-prinsip lingkungan CBT telah menghasilkan model penentuan daya dukung oleh masyarakat lokal. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan oleh penulis adalah sama-sama ingin meneliti tentang pentingnya penerapan prinsip *Community Based Tourism* (CBT) dalam agrowisata supaya dapat berkelanjutan. Namun perbedaannya, dalam penelitian ini hanya mengkaji tentang pentingnya CBT tanpa melihat sisi pendukung dalam pengembangan CBT, seperti pentingnya komunikasi antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan CBT seperti yang akan dilakukan oleh peneliti.

Berdasarkan Penelitian-penelitian yang dipaparkan diatas, diketahui terdapat adanya persamaan dan perbedaan fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu para peneliti hanya cenderung melihat satu aspek tertentu saja dalam pengembangan agrowisata, misalnya hanya fokus pada aspek komunikasi dan juga hanya fokus pada aspek *stakeholder*, tanpa melihat aspek secara keseluruhan seperti yang sudah dilakukan oleh peneliti saat ini. Seperti aspek komunikasi, aspek *stakeholder* dan juga penerapan CBT dalam upaya pengembangan agrowisata agar tetap berkelanjutan. Selain itu perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terletak pada fokus lokasi penelitian, dimana tidak ditemukan kesamaan fokus penelitian karena selama ini belum pernah ada penelitian yang dilakukan di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang mengenai "Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT)".

2.2 Tinjauan tentang Agrowisata

Agrowisata adalah salah satu bentuk wisata yang mengandalkan sektor pertanian atau dimana wisatawan dapat mempelajari kehidupan di suatu wilayah pertanian (Akpinar, 2003). Sedangkan Gumelar S. Sastrayuda (2010), mengatakan agrowisata merupakan rangkaian kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai obyek wisata, baik potensial berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertanian serta budaya masyarakat petaninya. Definisi tersebut diperkuat dalam Surat Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: 204/KPTS/ 30HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 Tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro, didefinisikan "sebagai suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, perjalanan, rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian.

Menurut Jolly dan Reynolds (2005), agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja di sektor pertanian bagi kesenangan dan edukasi para pengunjung. Agrowisata menghadirkan potensi sumber pendapatan dan meningkatkan keuntungan masyarakat. Pengunjung kawasan agrowisata dapat berhubungan langsung dengan para petani dan mendukung peningkatan produk - produk pertanian secara tidak langsung. Lebih lanjut, Lobo et all (1999) menjelaskan bahwa pembangunan agrowisata akan menawarkan kesempatan bagi petani lokal untuk meningkatkan sumber pendapatan mereka dan meningkatkan kualitas dan kesejahteraan hidup sejalan dengan keberlanjutan dari kegiatan tersebut. Selain itu, melalui pengembangan agrowisata yang menonjolkan budaya lokal dalam memanfaatkan lahan, kita bisa meningkatkan pendapatan petani sambil melestarikan sumber daya lahan, serta memelihara budaya maupun pengetahuan lokal (*indigenous knowledge*) yang umumnya telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya (Utama, 2011).

Berdasarkan pengertian dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa agrowisata merupakan suatu bentuk objek wisata yang dikembangkan oleh pengusaha dengan memanfaatkan sektor pertanian untuk

kesenangan dan edukasi para pengunjung. Agrowisata dapat dikembangkan oleh perseorangan atas kehendak pribadi atau sekelompok masyarakat dengan tujuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat lokal.

2.2.1 **Tujuan Dan Kegunaan Agrowisata**

Menurut Ginting (2009), Pengembangan agrowisata memiliki beberapa tujuan antara lain: 1) memberikan kontribusi pada pendapatan asli daerah; 2) membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta sekaligus berfungsi untuk menjaga dan melestarikan kekayaan alam dan hayati. Dimana sasaran yang akan dicapai adalah: a) terwujudnya panduan awal bagi pemerintah daerah dalam perencanaan pengembangan kawasaan agrowisata; b) terwujudnya motivasi bagi pemerinah daerah dan swasta atau masyarakat dalam mengembangkan kawasan agrowisata; c) terwujudnya kawasan yang mendukung kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup; d) terwujudnya peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan daerah atau masyarakat.

2.2.2 **Potensi Pengembangan Agrowisata**

Pembangunan pariwisata di Indonesia terus mengalami peningkatan, konsumsi jasa dalam bentuk komoditas wisata sudah menjadi kebutuhan bagi setiap masyarakat sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan yang dipeoleh, aspirasi dan kesejahteraannya. Kecenderungan pemenuhan kebutuhan dalam bentuk menikmati obyek-obyek seperti udara yang segar, pemandangan alam yang indah, pengetahuan tentang budaya, termasuk budaya dibidang pertanian. Kecenderungan ini merupakan sinyal tingginya permintaan akan wisata agro dan peluang wisata agro sebagai usaha untuk meningkatkan pendapatan yang bergerak dibidang pertanian (Rachmat, 2005)

Potensi wisata agro ini belum secukupnya dikembangkan dan dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu perlu dirumuskan langkah-langkah yang kongkrit dan oprasional untuk tercapainya kemantapan dalam usaha agrowisata, sesuai dengan keunikan dan kekayaan dari setiap spesifik lokasi di tiap daerah. Dalam pengembangan agrowisata dibutuhkan kerjasama yang sinergis diantara tiap-tiap pelaku dalam pengelolaan agrowisata, yaitu masyarakat, swasta, dan pemerintah (Darwanto, 2005)

2.2.3 Kendala Pengembangan Agrowisata

Tidak mudah dalam mengembangkan sebuah arowisata yang ideal, oleh karena itu diperlukan sebuah konsep yang matang dalam pengelolaan sebuah agrowisata agar dapat berkelanjutan. Berikut beberapa hal yang perlu dijadikan perhatian dalam pengembangan agrowisata menurut tirtawinata dan fachrudin (1999):

1. Potensi yang belum dikembangkan sepenuhnya

   Potensi dalam pengembangan agrowisata di Indonesia sangat besar di karenakan kondisi alam yang mendukung dan banyak unsur-unsur budaya lokal yang menarik dalam setiap daerah. Namun permasalahan lain yang dihadapi yaitu terbatasnya aksesibilitas dalam menuju lokasi yang masih kurang memadai. di karenakan faktor transportasi dan infrastruktur yang masih kurang terfasilitasi. Selain itu para pengelola hanya memfokuskan usahanya pada hasil produksi komoditas pertanian saja. Paket-paket agrowisata yang sudah ada kurang berkembang dan inovatif sehingga menimbulkan kesan yang monoton.

2. Promosi dan Pemasaran agrowisata

   Untuk memperkenalkan potensi agrowisata kepada wisatawan domestik dan wisatawan manca negara masih terbatas. Pemanfaatan berbagai media dapat digunakan sebagai media promosi seperti media sosial, media cetak, lembaga pemerintah dan lain-lain masih belum dimanfaatkan secara optimal dikarenakan terbatasnya pengetahuan pada pihak pengelola.

3. Kurangnya kesadaran pengunjung terhadap lingkungan

   Masih sering dijumpai obyek wisata yang rusak akibat ulah pengunjung yang kurang bertanggung jawab, kurangnya kesadaran terhadap pemeliharaan dan perawatan lokasi wisata menyebabkan turunya kualitas obyek wisata tersebut. Untuk menghindari kerusakan yang timbul akibat ulah pengunjung, maka seharusnya dibuat peraturan yang jelas mengenai tata tertib pengunjung. Apa saja yang tidak boleh dilakukan dicantumkan dengan jelas untuk menjamin ketertiban dalam obyek wisata. Terutama bagi anak-anak yang tidak memahami peraturan yang ada maka perlu adanya pengawasan bagi pihak pengelola ataupun orang tua.

4. Terbatasnya kemampuan sistem managerial pihak pengelola dan masyarakat. Managerial merupakan komponen yang dibutuhkan untuk semua kegiatan usaha. Managemen yang baik dalam promosi, perencanaan, pemasaran, maupun pengembangan produk agrowisata sangat mempengaruhi keberhasilan. Upaya yang dapat dilakukan dengan meningkatkan minat pengunjung dan juga mempertahankan keberlanjutan dari agrowisata. Namun disayangkan, pengelolaan agrowisata di Indonesia masih terlihat kurang profesional. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya kualitas tenaga kerja yang ada dimana mayoritas agrowisata di tangani oleh masyarakat setempat yang masih kurang memiliki keahlian khusus dalam upaya pengembangan agrowisata melalui inovasi-inovasi sebagai daya tarik wisata.
5. Belum adanya peraturan yang lengkap

Peraturan dan tata caradalam pengelolaan agrowisata hingga saat ini belum digarap secara utuh, peraturan untuk pembuatan agrowisata belum tetuang secara teknis. Kiranya dibuatkan pedoman sebagai acuan yang digunakan untuk semua pihak dalam pengembangan agrowisata.

Jadi dapat disimpulkan bahwa agrowisata merupakan salah satu sektor pariwisata di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namun pengembangan agrowisata tidak terlepas dari berbagai kendala dalam pengelolaannya. Oleh karenanya perlu dirumuskan strategi komunikasi yang partisipatif dari berbagai pihak *stakeholde*r dalam upaya pengembangannya supaya dapat terkelola dan terorganisir dengan baik. Dengan harapan keberadaan dari agrowisata tersebut dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal di sekitar destinasi.

2.3 *Community Based Tourism* (CBT)

Community Based Tourism (CBT) muncul sebagai sebuah alternatif dari pengembangan pariwisata. Hausler (2005), dalam *Tourism Forum International* mendefinisikan CBT sebagai bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pengembangan pariwisata. Menurut Hausler (2005) terdapat tiga unsur penting

CBT yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam managemen dan pengembangan pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat serta pemberdayaan politik (*capacity building*) masyarakat lokal yang bertujuan meletakkan masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan. Sedangkan menurut Suansri (2003), *Cummunity Based Tourism* (CBT) merupakan pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. Anstrand (2006) menguatkan definisi *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya, diatur dan dimiliki oleh komunitas, dan untuk komunitas.

Pantin dan Francis (2005), menyusun definisi Cummunity Based Tourism (CBT) sebagai integrasi dan kolaborasi antara pendekatan dan alat (*tool*) untuk pemberdayaan ekonomi komunitas, melalui assessment, pengembangan dan pemasaran sumber daya alam dan sumber daya budaya komunitas. Demartoto dan Sugiarti (2009:19) mendefinisikan CBT sebagai pembangunan pariwisata dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Cummunity Based Tourism* (CBT) merupakan bentuk dari pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dengan memberikan keterampilan kepada masyarakat yang di kemas melalui konsep pariwisata untuk menjaga keberlanjutan dari pariwisata tersebut dengan harapan dapat memberikan dampak positif bagi sosial ekonomi masyarakat setempat (*lokal*).

2.3.1 Prinsip *Community Based Tourism* (CBT)

Prinsip dasar *Community Based Tourism* (CBT) menurut (*United Nations Environmental Program* (UNEP) dan *World Trade Organisazation* (WTO) 2005), yaitu sebagai berikut: (1) mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata; (2) mengikutsertakan anggota komunitas dalam setiap aspek; (3) mengembangkan kebanggaan pada komunitas; (4) mengembangkan kualitas hidup komunitas; (5) menjamin keberlanjutan pada lingkungan; (6) mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal; (7) membantu berkembangnya suatu pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas; (8) menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia; (9) mendistribusikan keuntungan secara adil kepada anggota komunitas; dan (10)

berperan dalam menentukan prosentase pendapatan dalam proyek-proyek yang ada di komunitas.

Sedangkan Suansri (2003), mengembangkan prinsip dari *Community Based Tourism* (CBT) yaitu terdiri dari 5 aspek utama, antara lain:

1) Prinsip Ekonomi, dengan indikator timbulnya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata dan timbulnya pendapatan masyarakat lokal.
2) Prinsip Sosial, dengan indikator terdapat peningkatan kualitas hidup, adanya pengingkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki-laki dan perempuan, generasi muda dan tua, dan terdapat mekanisme penguatan organisasi komunitas.
3) Prinsip Budaya, dengan indikator mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, mendorong berkembangnya pertukaran budaya dan adanya pembangunan yang melekat erat dalam budaya lokal.
4) Prinsip Lingkungan, dengan indikator pengembangan *carryng capacity area*, terdapat sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan dan adanya kepedulian tentang pentingnya konservasi.
5) Prinsip Politik, dengan indikator terdapat upaya peningkatan partisipasi dari penduduk lokal, terdapatnya upaya untuk meningkatkan kekuasaan komunitas yang lebih luas dan terdapat mekanisme yang menjamin hak-hak masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya alam (SDA).

2.3.2 Pendekatan *Community Based Tourism* (CBT)

Menurut Gumelar S. Sastrayuda (2010), terdapat beberapa pendekatan dalam Cummunity Based Tourism antara lain:

1. Filosofi hidup di masyarakat

Filosofi hidup dimasyarakat perlu diarahkan dan di perhatikan, agar sesuai dengan filosofi pembangunan kepariwisataan. Karena apabila belum selaras maka akan menyebabkan kendala atau permasalahan. *Mindset* masyarakat dalam memandang tamu atau wisatawan harus diubah menjadi peluang atau aset dalam sumber usaha. Perlu disadarkan bahwa wisatawan yang datang akan membawa manfaat berupa penghasilan dalam bentuk penyediaan jasa dan lain-

lain kepada wisatawan sehingga dapat menambah penghasilan bagi masyarakat setempat dan dijadikan peluang untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru.

2. Keterampilan masyarakat setempat

Keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat lokal sebagai kunci dari pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan. Keterampilan yang dimaksud adalah berupa keterampilan dalam menyediakan berbagai kebutuhan wisatawan, baik berupa keterampilan dalam menyuguhkan berbagai atraksi maupun informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan. Keterampilan dalam masyarakat sangat berkaitan erat dengan kreatifitas masyarakat dalam bentuk ide atau gagasan yang dimiliki oleh masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

3. Aturan atau norma masyarakat

Banyak kalangan yang memandang jika pariwisata berkembang maka aturan bermasyarakat semakin longgar dan rusak. Pandangan semacam ini perlu diluruskan, justru aturan masyarakat dapat dikemas menjadi daya tarik wisata, sehingga wisatawan tertarik dan ingin mempelajari aturan yang dipegang teguh oleh masyarakat tersebut.

4. Adat

Adat merupakan aset dari objek wisata, adat masyarakat setempat yang unik dan masih tradisional perlu dipertahankan dan dikembangkan secara luas agar menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung. Banyak wisatawan yang datang ke suatu tempat wisata yang hanya tertarik pada adat istiadat masyarakat lokal yang dianggap unik dan menarik untuk dipelajari, oleh karenanya bagi suatu daerah wisata perlu mempertahankan dan mengembangkan adat atau budaya masyarakat yang masih di anggap unik dan tradisional.

5. Partisipasi masyarakat

Pola pembinaan pemberdayaan masyarakat menitik beratkan pada tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya partisipasi untuk mencapai tujuan dan kesejahteraan bersama. Oleh karenanya dalam setiap program ataupun proyek dalam upaya pengembangan desa perlu di libatkan masyarakat setempat untuk menyukseskan tujuan bersama yang akan dicapai.

2.4 Partisipasi

Secara harfiah, partisipasi berasal dari bahasa Inggris *participation* yang berarti peran serta. Dalam pengertian yang lebih luas, partisipasi dapat diartikan sebagai bentuk peran serta atau keikutsertaan secara aktif atau pro aktif dalam suatu kegiatan (Solekhan, 2014). Sumarto *dalam* Sembodo (2006), menjelaskan bahwa partisipasi merupakan suatu proses yang memungkinkan adanya interaksi yang baik antar *stakeholders* sehingga kesepakatan-kesepakatan dan tindakan yang bersifat inovatif lebih mungkin tercipta, dimana ruang untuk mendengarkan, belajar, refleksi dan memulai suatu aksi bersama bisa terjadi.

Nasdian (2006) menyatakan partisipasi sebagai proses aktif, inisiatif diambil oleh warga komunitas sendiri, dibimbing oleh cara berfikir mereka sendiri, dengan menggunakan sarana dan proses (lembaga dan mekanisme) dimana mereka dapat menegaskan kontrol secara efektif. Nasdian (2006) juga memaparkan bahwasanya partisipasi dalam pengembangan komunitas harus menciptakan peran serta yang maksimal dengan tujuan agar semua orang dalam masyarakat tersebut dapat dilibatkan secara aktif pada proses dan kegiatan yang direncanakan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Pengertian Partisipasi dari beberapa ahli yang telah dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa partisipasi merupakan mengambil bagian atau peranan secara langsung dalam seluruh tahapan proses kegiatan dengan menyumbangkan berupa pikiran, tenaga, uang keahlian dan lain-lain secara suka rela ataupun dipaksa agar mampu menyelesaikan masalah yang dihadapinya. Dalam tiap tahap proses penyelesaian masalah yang mereka hadapi akan berjalan baik sesuai yang mereka inginkan apabila mereka sendiri yang terlibat dalam proses penyelesaiannya, mulai dari perencanaan sampai pada tahap akhir yaitu evaluasi.

2.4.1 Bentuk Partisipasi

Bahwa pada dasarnya proses partisipasi terdiri dari empat bentuk . Menurut Cohen dan uphoff *dalam* Solekhan (2014), bentuk partisipasi yaitu:

1. Partisipasi dalam Perencanaan / Pengambilan Keputusan

Dalam proses partisipasi ini berkaitan gagasan atau ide yang menyangkut kepentingan bersama. Wujud partisipasi ini antara lain, seperti proses

perencanaan yang berkaitan dengan ikut menyumbangkan gagasan atau pemikiran, kehadiran dalam rapat, diskusi, atau merespon dari tiap pembicaraan yang disampaikan. Selain itu menetapkan tujuan alternatif kegiatan yang akan dikerjakan dan bagaimana melaksanakannya. Keterlibatan seseorang atau kelompok dalam suatu program ataupun rencana akan menimbulkan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap program ataupun proyek yang akan dilaksanakan.

2. Partisipasi dalam Pelaksanaan

Pada proses partisipasi dalam pelaksanaan ini meliputi menggerakkan sumber daya, kegiatan administrasi, koordinasi dan penjabaran program. Pada tahap implementasi ini kegiatannya berupa menyumbangkan uang, tenaga, pikiran, alat dan waktu. Pada tahap ini yang di maksudkan ialah memikul beban bersama pada program ataupun proyek yang akan dijalankan.

3. Partisipasi dalam Evaluasi

Partisipasi pada tahap ini yaitu berkaitan dengan mengevaluasi setiap masalah dalam proses pelaksanaan program secara menyeluruh. Partisipasi ini bertujuan untuk mengetahui pencapaian program yang telah di rencanakan.

4. Tahap Menikmati Hasil

Pada tahap ini dijadikan indikator keberhasilan partisipasi masyarakat pada tahap perencanaan dan pelaksanaan proyek. Selain itu, dengan melihat posisi masyarakat sebagai subjek pembangunan, maka semakin besar manfaat proyek dirasakan, berarti proyek tersebut berhasil mengenai sasaran.

2.4.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi Partisipasi

Partisipasi yang tumbuh dalam masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor. dikatakan oleh Sastropoetro *dalam* Djumiarti (2014), terdapat lima unsur dalam menentukan gagal atau berhasilnya partisipasi yaitu: 1) Komunikasi yang efektif, 2) Perubahan sikap dan tingkah laku 3) Kesadaran yang didasarkan pada perhitungan dan pertimbangan 4) Antusiasme yang menumbuhkan spontanitas dan, 5) Serta adanya rasa tanggung jawab untuk kepentingan bersama. Pendapat lain datang dari Tjokromidjojo *dalam* Djumiarti (2014), yang mengatakan partisipasi dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu kepemimpinan, komunikasi dan pendidikan.

1. Kepemimpinan

Tidak dapat pungkiri bahwa kepemimpinan sangat mempengaruh tingkat partisipasi seseorang atau kelompok. Semakin tinggi jabatan atau kepemimpinan yang dimiliki oleh seseorang maka semakin menentukan tingkat partisipasi dan dapat mempengaruhi individu ataupun kelompok lain untuk bisa menciptakan kepedulian melalui partisipasi demi tercapainya tujuan bersama.

2. Komunikasi

Komunikasi merupakan faktor utama dan penentu dalam tingkat partisipasi seseorang. Dengan komunikasi yang efektif seseorang individu ataupun kelompok dapat dipengaruhi sesuai dengan keinginan yang kita kehendaki, khususnya dalam upaya mendorong untuk menumbuhkan rasa kepedulian demi mewujudkan kepentingan bersama.

3. Pendidikan.

Pendidikan dikatakan sebagai salah satu syarat mutlak untuk berpartisipasi. Pendidikan dianggap dapat memengaruhi sikap hidup seseorang terhadap lingkungannya, suatu sikap yang diperlukan bagi peningkatan kesejahteraan seluruh masyarakat dalam mencapai tujuan bersama.

Berdasarkan dari pernyataan-pernyataan tersebut dapat di simpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi partisipasi, salah satunya yaitu dari faktor komunikasi. Dimana komunikasi sangat penting untuk menjaga hubungan yang baik antar individu ataupun kelompok. Komunikasi dapat mempengaruhi seseorang ataupun kelompok dalam menumbuhkan partisipasi terhadap suatu perencanaan ataupun program yang akan di jalankan. Dengan adanya komunikasi yang efektif hubungan antar individu atau kelompok akan terjalin dengan baik. Sehingga memungkinkan untuk terciptanya rasa saling perduli terhadap kepentingan bersama.

2.5 *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* sudah mengakar dalam ilmu bisnis dan organisasi. Teori ini menjadi payung dalam menjelaskan hubungan organisasi ataupun perusahaan terhadap tanggung jawab pada anggota organisasi (Dempsey 2010). Demspsey juga mengatakan bahwa teori *stakeholder* berangkat dari model konvensional dengan pendekatan pada orentasi keuntungan maksimal dengan mengadopsi garis konsep

siapa yang seharusnya terlihat memiliki kepentingan utama dalam organisasi ataupun dalam suatu perusahaan. Menurut Ghazali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Thomas dan Preston (1995), mengidentifikasi tiga fungsi teori *stakeholder*, yaitu:

1. Deskriptif: Pendekatan deskriptif pada intinya menyatakan bahwa, *stakeholder* secara sederhana merupakan deskripsi yang realitas mengenai bagaimana sebuah perusahaan beroperasi. Teori *stakeholder* dalam pendekatan deskriptif, bertujuan untuk memahami bagaimana manager menangani kepentingan *stakeholder* dengan tetap menjalankan kepentingan perusahaan. Manajer dituntut untuk mengarahkan energi mereka terhadap seluruh pemangku kepentingan, tidak hanya terhadap pemilik perusahaan saja.
2. Instrumental: Teori *stakeholder* dalam pendekatan instrumental menyatakan bahwa, salah satu strategi pihak manajemen perusahaan untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik adalah dengan memperhatikan para pemangku kepentingan. Pendekatan instrumental bertujuan untuk mempelajari konsekuensi yang ditanggung perusahaan, dengan melihat dari pengelolaan hubungan *stakeholder* dan berbagai tujuan tata kelola perusahaan yang telah dicapai.
3. Normatif: Teori *stakeholder* dalam pendekatan normatif menyatakan bahwa setiap orang atau kelompok yang telah memberikan kontribusi terhadap nilai suatu perusahaan memiliki hak moral untuk menerima imbalan (rewards) dari perusahaan, dan hal ini menjadi suatu kewajiban bagi

manajemen untuk memenuhi apa yang menjadi hak para pemangku kepentingan. Pendekatan normatif juga bertujuan untuk mengidentifikasi pedoman moral atau filosofis terkait dengan aktivitas ataupun manajemen perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* teori merupakan suatu teori yang mempertimbangkan kepentingan kelompok *stakeholder* yang dapat memengaruhi strategi perusahaan. Pertimbangan tersebut memunyai kekuatan karena *stakeholder* adalah bagian perusahaan yang memiliki pengaruh dalam pemakaian sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan. Strategi *stakeholder* bukan hanya kinerja dalam finansial namun juga kinerja sosial yang diterapkan oleh perusahaan.

Metode yang lain tentang analisis *stakeholder* dalam organisasi ataupun perusahaan menggambarkan bagaimana aktifitas dan hubungan *stakeholder* terkait sebuah perubahan dalam kebijakan ekonomi yang akan berdampak pada organisasi ataupun perusahaan tersebut (Dempsey 2010). Pada umumnya teori *stakeholder* menggambarkan bagaimana hubungan komunikasi berlangsung dalam suatu organisasi. Teori *stakeholder* memiliki pandangan berbeda tentang komunikasi. Dimana dalam suatu perusahaan konflik komunikasi dapat digambarkan melalui teori *stakeholder* sebagai penyedia rekomendasi praktis sebelum dan sesudah konflik komunikasi pada suatu organisasi ataupun perusahaan (Dempsey 2010).

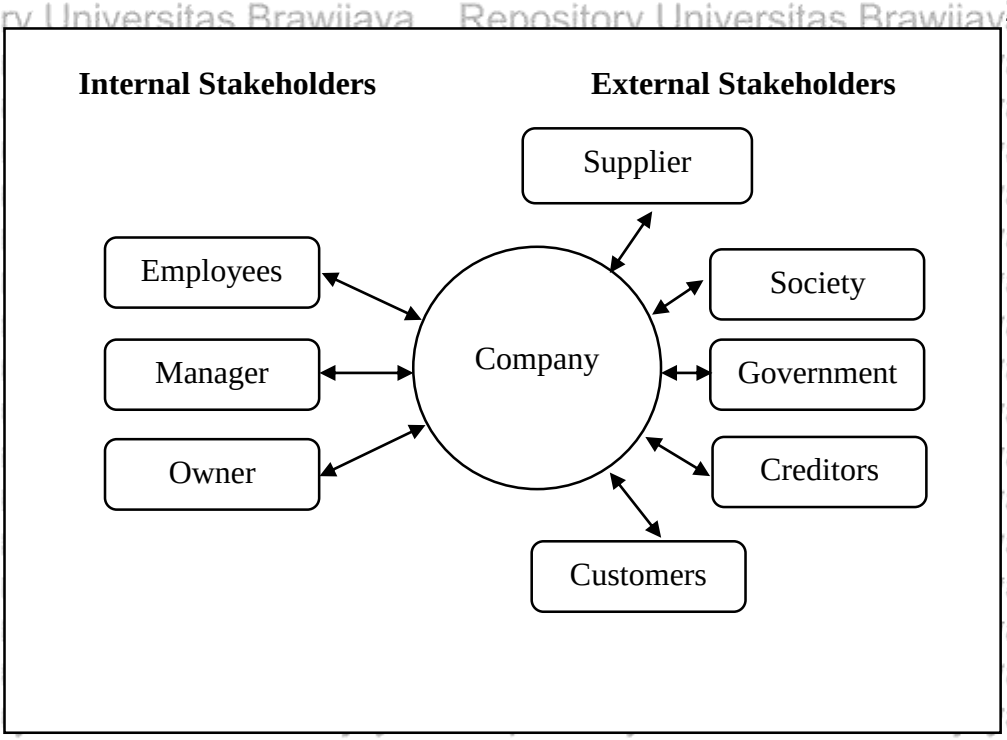
Secara umum *stakeholder* dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak terkait yang mempunyai kepentingan atau perhatian dan berpengaruh atau terkena dampak secara langsung terhadap suatu obyek. Obyek di sini dapat berupa masalah, organisasi, kebijakan, program, proyek, bangunan fisik dan sebagainya (Bryson, 2008). Selain itu pendapat lain datang dari Hornby (1995), yang mengatakan bahwa pemangku kepentingan *(Stakeholder)* didefinisikan sebagai perorangan, organisasi, dan sejenisnya yang memiliki andil atau perhatian dalam bisnis atau industri dalam konteks sektor pertanian, secara organisasi pemangku kepentingan dapat dikategorikan dalam lingkup yang lebih luas, yakni pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), sektor swasta, dan komunitas.

Hetifah (2009) mendefinisikan *stakeholder* adalah individu atau kelompok organisasi perempuan dan laki-laki yang memiliki kepentingan, terlibat atau

dipengaruhi (secara positif maupun negatif) oleh suatu kegiatan program pembangunan. Ada tiga *stakeholder* utama yang saling berintraksi dan menjalankan fungsinya masing – masing, yaitu *state* (negara atau pemerintah), *private sector* (sektor swasta atau dunia usaha), dan *society* (masyarakat). Institusi pemerintah berfungsi menciptakan lingkungan politik dan hukum yang kondusif, sektor swasta menciptakan pekerjaan dan pendapatan, sedangkan masyarakat berperan dalam membangun interaksi sosial, ekonomi dan politik termasuk mengajak masyarakat-masyarakat untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi, sosial dan politik. Secara garis besar, pemangku kepentingan dapat dibedakan atas tiga kelompok (Crosby 1992), yaitu:

1. Pemangku kepentingan utama, yakni yang menerima dampak positif atau negatif (di luar kerelaan) dari suatu kegiatan.
2. Pemangku kepentingan penunjang, adalah yang menjadi perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Mereka dapat digolongkan atas pihak penyandang dana, pelaksana, pengawas, dan organisasi advokasi seperti organisasi pemerintahan, LSM, dan pihak swasta. Dalam beberapa kegiatan, pemangku kepentingan penunjang dapat merupakan perorangan atau kelompok kunci yang memiliki kepentingan baik formal maupun informal.
3. Pemangku kepentingan kunci, yakni yang berpengaruh kuat atau penting terkait dengan masalah, kebutuhan, dan perhatian terhadap kelancaran kegiatan.

Freeman (2010), mendefinisikan bahwa *stakeholder* merupakan kelompok maupun individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi. Freeman juga menyatakan bahwa peran dan partisipasi *stakeholder* merupakan kreteria utama keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan tertentu. Freeman kemudian menyajikan model hubungan dari kategori *stakeholder* ke dalam bentuk yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal, adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Strategic Management: *A Stakeholder Approach* (Freeman, 2010).

Dari model hubungan *stakeholder* dalam suatu perusahaan yang di yang dijelaskan oleh Freeman, menunjukkan bahwa dalam suatu perusahaan tidak terlepas dari peran masing-masing *stakeholder*, baik *stakeholder* eksternal maupun *stakeholder* internal untuk mencapai tujuan perusahaan. *Stakeholder* internal yaitu yang berpengaruh kuat atau penting terkait dengan masalah, kebutuhan, perhatian terhadap kelancaran kegiatan, dan pengambilan keputusan, serta menerima dampak positif atau negatif (di luar kerelaan) dari suatu kegiatan perusahaan. Sedangkan *stakeholder* eksternal yaitu hubungan yang bersifat fungsional yang bertumpu pada kemitraan untuk menjadi perantara dalam membantu proses kelancaran kegiatan perusahaan. Dimana masing-masing *stakeholder* internal maupun *stakeholder* eksternal memiliki hubungan dan saling keterkaitan secara langsung maupun tidak langsung dalam menjalankan suatu perusahaan.

Hal ini berlaku juga dalam perusahaan berupa agrowisata yang mana *stakeholder* memiliki peranan yang penting dalam menunjang kemajuan suatu agrowisata. Pernyataan ini di perkuat oleh Freeman *dalam* Byrd (2007), yang menyatakan bahwa peran *stakeholder* merupakan kunci keberhasilan dalam

pengembangan agrowisata berkelanjutan. Pendapat serupa datang dari Gun 1994 *dalam* Byrd (2011), yang menyatakan bahwa dalam pelaksanaan pembangunan agrowisata berkelanjutan membutuhkan peran dari *stakeholder*.

2.6 Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi yang digunakan (Effendy, 2003). Effendy juga mengatakan bahwa, strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi dan managemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berubah sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Sedangkan menurut Smith (2005) mengatakan strategi komunikasi adalah kegiatan atau kampanye komunikasi yang sifatnya informasional maupun persuasif untuk membangun pemahaman dan dukungan terhadap suatu ide, gagasan atau kasus, produk maupun jasa yang secara terencana untuk mencapai tujuan tertentu.

Strategi komunikasi sendiri diartikan sebagai suatu strategi untuk yang mengartikulasikan, menjelaskan dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan tujuan komunikasi (Liliweri, 2011). Adapun tujuan dari strategi komunikasi menurut Liliweri (2011), adalah memberitahu (*announcing*), memotivasi (*motivating*), mendidik (*educating*), menyebarkan informasi (*informating*), dan mendukung pembuatan keputusan *(supporting decision making).* Ada tiga pendekatan dalam strategi komunikasi menurut Berger (Griffin, 2006), yaitu strategi pasif, aktif, dan interaktif. Di antara ketiga strategi komunikasi tersebut, pendekatan interaktif lebih banyak disarankan dalam pembangunan karena pendekatan ini tampak lebih mengedepankan nilai-nilai humanis serta budaya baru yang pada gilirannya mampu mengubah *mind-set* masyarakat tentang pembangunan.

R.Wyne Pace, Bran D.Peterson, dan Dallas Burnet *dalam* Abidin (2015), menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama yaitu: a) *to secure understanding* (memastikan bahwa komunikasi mengerti pesan

yang diterima); b) *to establish acceptance* (maka penerimaannya itu harus dibina); dan c) *to motivate active* (akhirnya kegiatan di motivasikan). Apabila komunikasi dikelola secara baik akan memberikan kontribusi hasil yang optimal. Karenanya dalam berkomunikasi perlu menyusun strategi yang tepat. Melalui strategi komunikasi inilah pelaku komunikasi *(stakeholder)* akan lebih mudah untuk menyebarluaskan pesan komunikasi secara sistematis baik yang bersifat informatif, persuasif, maupun instruktif kepada masyarakat dengan ketercapaian hasil yang optimal.

2.6.1 Unsur-unsur Strategi Komunikasi Yang Efektif

Menurut Liliweri (2011), mengatakan dalam melakukan strategi komunikasi ada beberapa unsur yang harus diperhatikan, antara lain:

1. Kualitas sumber (Komunikator)

Secara teoritis hasil atau akibat penyampaian pesan terhadap pihak penerima, akan lebih cepat diterima bila komunikator memiliki:

a. Kredibilitas

Menurut Rogers (1983) kredibilitas yang dimiliki seseorang dibagi 2 jenis. pertama, kredibilitas yang berkaitan dengan status/kedudukan formal *(competence credibility).* Upaya persuasif akan lebih efektif bila dilakukan tidak hanya orang-orang yang mempunyai *competence credibility*. Kedua, orang yang dipandang lebih jujur dan terbuka.

b. Daya tarik

Merupakan karakteristik yang menentukan keberhasilan, bila sumber dinilai menarik oleh penerima, maka upaya persuasif akan lebih cepat berhasil.

c. Kekuasaan

Pada aspek kekuasaan ini terdiri dari kharisma yang dimiliki oleh seorang komunikator, wibawa otoritas misalnya pemimpin dalam suatu organisasi yang dapat mempengaruhi orang yang menjadi bawahannya, dan yang terakhir yaitu keahlian atau kompetensi yang dimiliki oleh seorang komunikator melalui proses belajar.

2. Kualitas pesan

Secara umun terdapat dua faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang suatu pesan yang efektif, yaitu struktur pesan dan daya tarik pesan.

a. Struktur pesan

Pada struktur pesan ini hal yang harus diperhatikan adalah isi pesan yang akan disampaikan, serta struktur penyajian yang harus sesuai dan terurut.

b. Daya tarik pesan

Pesan yang disampaikan harus memiliki daya tarik agar mudah diterima atau diadopsi oleh seorang komunikan, daya tarik pesan bisa berupa substansi atau isi pesan.

3. Ketepatan media (Saluran komunikasi)

Dalam penyebarluasan pesan ada dua saluran yakni, saluran komunikasi personal, dan saluran komunikasi non personal (komunikasi melalui media massa). Pada saluran komunikasi personal lebih menekankan pada aspek persuasif, komunikasi personal dapat dilakukan secara langsung kepada khalayak yang akan dituju. Sedangkan pada saluran komunikasi non personal dapat dilakukan melalui media elektronik seperti TV, internet, radio dan lain-lain. Kelebihan dari saluran komunikasi non personal yaitu jangkauan khalayak yang dituju lebih luas dan proses penyampaian informasi lebih cepat.

4. Segmentasi audiens (Komunikan)

Komunikan atau khalayak merupakan faktor penentu dalam komunikasi, oleh karenanya seorang komunikator harus memahami kondisi internal dan eksternal dari komunikan yang akan dituju supaya pesan atau informasi yang akan disampaikan dapat diterima.

5. Merancang Efek (Feedback)

Untuk mendapatkan efek atau feedback dari proses komunikasi yang dilakukan maka seorang komunikator atau sumber harus menetapkan tujuan yang akan dicapai sehingga efek atau respon yang diterima dapat sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan.

6. Gangguan

Gangguan adalah faktor penghambat dalam transmisi pesan dari pengirim kepada penerima, gangguan ini bisa berupa banyak faktor, antara lain yaitu a) hambatan teknis berupa kurangnya sarana dan prasarana sebagai faktor pendukung dalam proses penyampaian pesan, b) hambatan perilaku seperti sifat emosional dan ketidakmauan untuk berubah, c) hambatan bahasa, yaitu ketidak sesuaian bahasa yang disampaikan oleh seorang pengirim pesan kepada penerima pesan.

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa untuk memperoleh komunikasi yang efektif perlu memperhatikan berbagai aspek mulai dari komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan gangguan.

2.6.2 Problem Strategi Komunikasi

Pelaksanaan strategi komunikasi tidak selamanya berjalan mulus, terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambat dari kesuksesan strategi komunikasi tersebut. Problem pada pelaksanaan pada strategi komunikasi tentu akan mempengaruhi efektivitas dari proses komunikasi. Menurut Ardianto, Komala dan Karimah (2007), terdapat tiga jenis problem strategi komunikasi, diantaranya: hambatan psikologi, hambatan sosial kultural, dan hambatan interaksi variabel.

1. Hambatan Psikologi

   Hambatan psikologi merupakan hambatan yang terjadi pada unsur-unsur kegiatan psikis manusia. Beberapa bentuk unsur kegiatan psikis manusia adalah kepentingan (*interest*), prasangka (*prejudice*), stereotip (*stereotype*), dan motivasi (*motivtion*).

2. Hambatan Sosial Kultural

   Hambatan dalam prosetnik, proses komunikasi yang disebabkan karena aspek kebudayaan seperti: aneka etnik, perbedaan norma sosial, kurangnya kemampuan dalam bahasa indonesia, pendidikan yang belum merata serta hambatan mekanis.

3. Hambatan Interaksi Variabel

   Merupakan hambatan yang terjadi pada proses komunikasi massa. Hambatan antar variabel terdiri dari polarisasi, orentasi intensional, evaluasi statis dan indiskriminasi.

Dalam suatu pembentukan strategi komunikasi perlu melalui proses komunikasi, dimana proses komunikasi di bagi menjadi dua tahap (Effendy, 2004) yaitu antara lain:

1. Proses komunikasi dalam perspektif psikologi

Yaitu proses komunikasi perspektif yang terjadi di dalam diri komunikator dan komunikan. Proses membungkus pikiran dengan bahasa yang dilakukan oleh komunikator *(encoding)*, lalu di transmisikan kepada komunikan. Selanjutnya terjadi proses komunikasi interpersonal dalam diri komunikan *(decoding)*, untuk memaknai pesan yang disampaikan kepadanya.

2. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik.

Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dpata di klasifikasikan lagi menjadi beberapa yaitu:

a. Proses komunikasi secara primer *(Primary pattern)*

Proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa lisan *(Verbal)*, dan juga dengan menggunakan lambang-lambang menggunakan bahasa tubuh, isyarat, gambar dan lain sebagainya *(inverbal)* yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

b. Proses komunikasi secra sekunder *(Secondary pattern)*

Proses penyampaian pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media untuk menyampaikan pesannya yang bersifat informatif seperti media massa dan media non-massa.

c. Proses komunikasi secara linier *(Linear pattern)*

Konsep komunikasi yang paling sederhana, yang dimaknai sebagai proses komunikasi sepihak. Dimana terdapat komunikasi yang lurus atau satu arah dan tidak ada *feedback* dari komunikan. Model komunikasi ini lebih tepat digunakan menyampaikan informasi yang lebih bersifat intruksi atau indokrinasi.

d. Proses komunikasi secara sirkular *(Sirculary pattern)*

Yaitu dimana proses komunikasi yang disampaikan oleh seorang komunikator mendapatkan *feedback* dari seorang komunikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat di simpulkan bahwa komunikasi merupakan proses pengiriman pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi terdapat berbagai model proses komunikasi yang dapat dilakukan sesuai dengan tujuan dari seorang pengirim pesan atau komunikator.

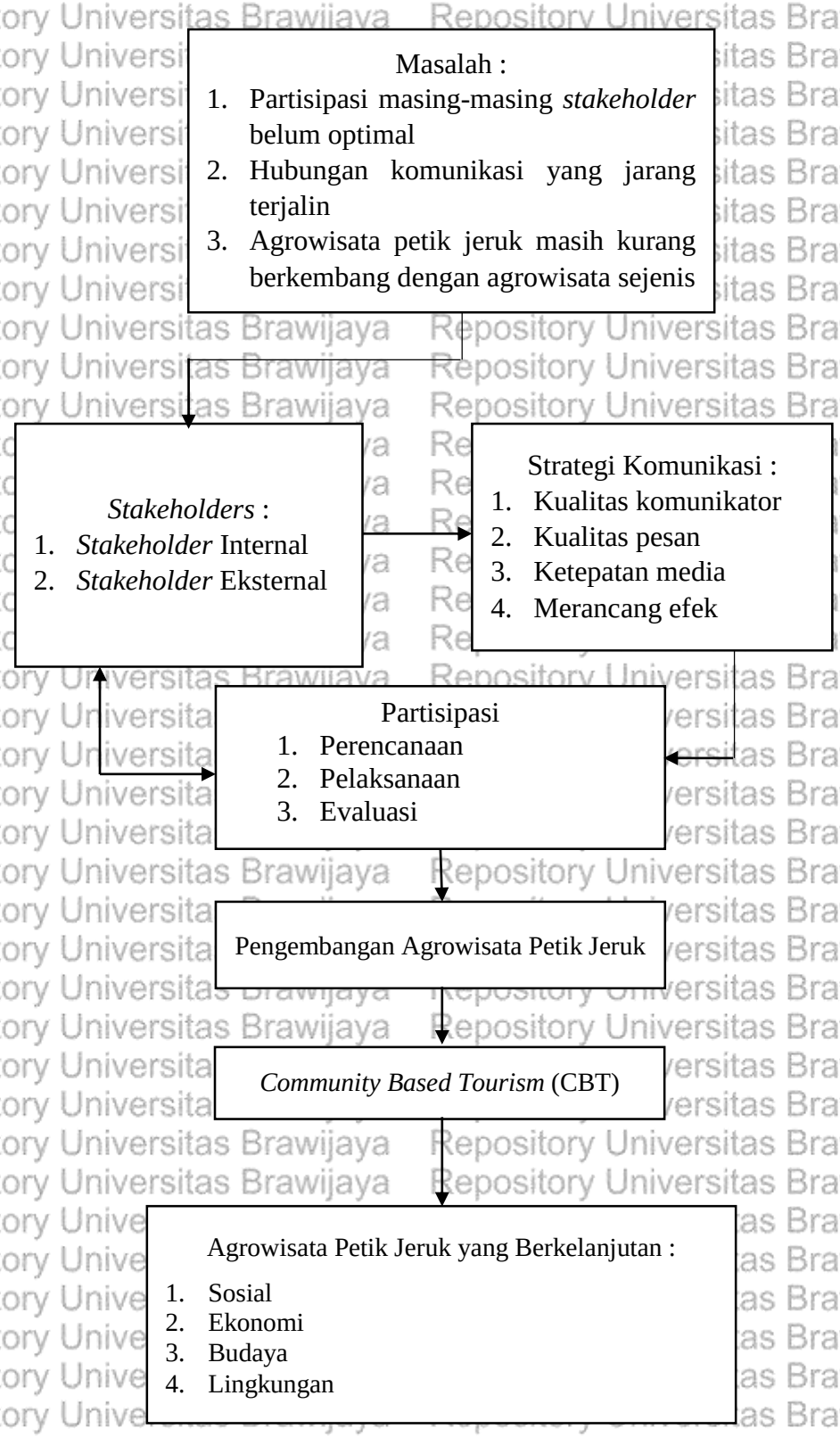
2.7 Kerangka Pemikiran

Industri agrowisata pada tiap tahunnya mengalami perkembangan sangat pesat, hal ini dilihat dari permintaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan psikis. Tingginya akan permintaan dan perkembangan agrowisata secara langsung atau tidak langsung akan memberikan dampak bagi masyarakat sekitar baik secara sosial maupun ekonomi (Utama, 2007). Berdasarkan pertimbangan bahwa kawasan pariwisata mampu menarik perkembangan ekonomi wilayah sekitarnya, maka pengembangan kegiatan di kawasan pariwisata perlu mendapatkan prioritas penanganan berdasarkan perencanaan yang baik. Selanjutnya potensi obyek dan daya tarik wisata perlu digali, dilindungi, dan dimanfaatkan secara berdaya guna, menyeluruh dan berkesinambungan dari berbagai pihak *(stakeholders)*.

Gunn dan Freeman dalam Byrd (2007), yang menyatakan keberhasilan dalam pelaksanaan pembangunan agrowisata yang berkelanjutan tidak terlepas dari adanya partisipasi *stakeholder*. Oleh karena itu sebuah partisipasi *stakeholder* sangat penting dalam menentukan keberhasilan dalam agrowisata berkelanjutan. Keberhasilan dalam suatu program pengembangan agrowisata ditentukan oleh komunikasi yang terjalin didalamnya, oleh karena itu dibutuhkan strategi komunikasi untuk mendapatkan komunikasi yang efektif. Hal ini diperkuat dengan pendapat Pratiwi (2012), yang mengatakan bahwa untuk mendapatkan komunikasi yang efektif ditentukan oleh strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang efektif menurut Liliweri (2011), yaitu ditentukan oleh beberapa unsur, diantaranya: (a) Komunikator; (b) Pesan; (c) Media; (d) Komunikan; (e) Efek; (f) Gangguan. Dan apabila komunikasi dikelola secara baik memberikan kontribusi hasil yang optimal. Oleh karenanya dalam berkomunikasi perlu menyusun strategi yang jitu. Lewat strategi komunikasi inilah pelaku komunikasi *(stakeholder)* lebih mudah untuk menyebarluaskan pesan komunikasi secara sistematis baik yang bersifat informatif, persuasif, maupun instruktif kepada masyarakat dengan tentu hasil yang optimal.

Salah satu obyek wisata alam Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, antara lain yaitu agrowisata petik jeruk. Agrowisata petik jeruk ini merupakan agrowisata yang dikelola bersama masyarakat setempat, yaitu dimana lahan yang digunakan sebagai agrowisata merupakan lahan milik petani. Pengembangan agrowisata berbasis komunitas atau dikenal dengan istilah dengan *Community Based Tourism* (CBT) merupakan sebuah alternatif dalam pengembangan pariwisata yang dianggap lebih menguntungkan masyarakat setempat dan menjamin keberlanjutan pariwisata (Anstrand, 2006). Selain itu Saarinen (2006), mengartikan bahwa CBT merupakan bentuk alternatif pariwisata yang dikembangkan berdasarkan negosiasi dan partisipasi *Stakeholder* sebagai kunci utama mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Oleh kerena itu peran *stakeholder* merupakan kunci utama dalam upaya pengembangan agrowisata yaitu dengan cara memperkuat komunitas lokal melalui strategi komunikasi yang terjalin antar *stakeholder* dalam upaya menunjang pengembangan agrowisata melalui pendekatan *Community based tourism* (CBT) agar mampu menghadapi persaingan dalam perkembangan usaha agrowisata dan tetap bisa berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka secara rinci dapat digambarkan dalam alur pemikiran penelitian pada gambar 2.



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Melalui *Pendekatan Cummunity Based Tourism* (CBT)

2.8 Proposisi Penelitian

Proposisi penelitian ini yaitu diduga bahwa:

1. Menurut landasan teori dari Freeman & Gunn dalam Byrd 2007, yang menyatakan bahwa partisipasi *stakeholder* merupakan kunci utama dari keberhasilan pengembangan agrowisata berkelanjutan. Oleh karena itu diduga bahwa *stakeholder* memiliki peran penting dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.
2. Menurut landasan teori dari Sastopoetro dan Tjokroamidjojo dalam Djumarti 2014, yang menyatakan bahwa tingkat partisipasi ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya adalah kepemimpinan, pendidikan dan komunikasi. Oleh karena itu diduga bahwa untuk meningkatkan partisipasi dari masing-masing *stakeholder* ditentukan oleh komunikasi yang efektif, dan untuk mendapatkan komunikasi yang efektif membutuhkan strategi komunikasi.
3. Menurut landasan teori dari Liliweri, 2011 yang mengatakan bahwa terdapat beberapa unsur yang menentukan dari strategi komunikasi yang efektif yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan gangguan. Oleh karena itu diduga bahwa strategi komunikasi yang diterapkan pihak *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas dipengaruhi oleh beberapa unsur diantaranya komunikator, pesan, media, komunikan, efek dan gangguan.

2.9 Pengukuran Variabel

Tabel 1 Devinisi Oprasional dan Pengukuran Variabel Konsep *Stakeholder*

No.	Konsep	Variabel	Definisi operasional variabel	Pengukuran Variabel
1.	*Stakeholder* dalam agrowisata	*Stakeholder* internal yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk	Yakni yang berpengaruh kuat atau penting terkait dengan masalah, kebutuhan, perhatian terhadap kelancaran kegiatan dan pengambilan keputusan serta menerima dampak positif atau negatif (di luar kerelaan) dari suatu kegiatan pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. Terlibat secara langsung dalam upaya pengembangan agrowisata b. Menjelaskan mengenai pengaruh dalam mengambil keputusan terkait upaya pengembangan agrowisata c. Memiliki akses dan kesempatan dalam mendesain informasi terkait pengembangan agrowisata
		Stakeholder eksternal yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk.	Yaitu hubungan yang bersifat fungsional yang bertumpu pada kemitraan untuk menjadi perantara dalam membantu proses kelancaran kegiatan pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. Menjelaskan mengenai kemampuan dan kompetensi dalam berkomunikasi terkait pengembangan agrowisata b. Menjelaskan mengenai peran dan fungsi dalam upaya pengembangan agrowisata

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Konsep Partisipasi

No.	Konsep	Variabel	Definisi operasional variabel	Pengukuran Variabel

Repository Universitas Brawijaya

1.	Partisipasi dalam pengembangan agrowisata petik jeruk	Perencanaan dalam pengembangan agrowisata petik jeruk.	Keterlibatan *stakeholder* dalam tahap awal penyusunan perencanaan serta pengambilan keputusan dalam penentuan kegiatan dalam pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. *Stakeholder* hadir dan terlibat dalam proses perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk. b. *Stakeholder* mengetahui secara jelas tentang isi pesan dari rencana yanga akan dijalankan. c. *Stakeholder* berperan menyampaikan ide atau gagasan dalam setiap kegiatan yang akan dijalankan
		Pelaksanaan dari perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk.	Keterlibatan *stakeholder* dalam implementasi perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. *Stakeholder* ikut menyediakan lahan perkebunan jeruk untuk kegiatan agrowisata. b. *Stakeholder* ikut berperan dalam menyediakan barang ataupun jasa berupa parkir, penginapan (*home stay*), kuliner dan lain-lain untuk keperluan wisatawan. c. *Stakeholder* terlibat aktif dalam kegiatan promosi agrowisata.

Repository Universitas Brawijaya

				d. *Stakeholder* ikut berperan dalam penyampaian ide atau informasi yang diterima dari wisatawan.
		Evaluasi terkait dengan implemantasi pengembangan agrowisata petik jeruk.	Keterlibatan *stakeholder* dalam menilai pelaksanaan dan hasil pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. *Stakeholder* selalu hadir dalam kegiatan evaluasi terkait pengembangan agrowista. b. *Stakeholder* aktif dalam memberikan saran dan kritik untuk pengembangan agrowisata petik jeruk.

Tabel 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Konsep Strategi Komunikasi.

No.	Konsep	Variabel	Definisi operasional variabel	Pengukuran variabel
1.	Strategi Komunikasi *Stakeholder*	Kualitas komunikator yang ikut terlibat dalam upaya	Yaitu menunjukkan kemampuan dari komunikator dalam berkomunikasi terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. Menjelaskan mengenai Kompetensi atau kemampuan komunikator

Repository Universitas Brawijaya
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
REPOSITORY.UB.AC.ID

		pengembangan agrowisata petik jeruk		b. Menjelaskan mengenai sikap atau daya tarik dari komunikator c. Kedudukan atau jabatan komunikator
		Kualitas pesan yang disampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata.	Yaitu pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. Kesesuaian dan Daya tarik Pesan b. Urutan penyajian pesan yang disampaikan
		Ketepatan media yang digunakan dalam penyampaian informasi pengembangan agrowisata.	Kesesuaian media yang digunakan dalam upaya penyampain informasi kepada komunikan yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk.	a. Komunikasi secara langsung b. Komunikasi secara tidak langsung separti dengan penggunaan media (Hp, Fb, website, Brosur, Papan pengumuman dan lain-lain)
		Segmentasi Audiens yang ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata	Komunikator harus memahami kondisi internal dan eksternal dari komunikan yang akan dituju agar pesan atau informasi yang akan disampaikan dapat diterima.	a. Bertindak sesuai arahan yang disampaikan b. Hasil dari penginderaan terhadap pengembangan agrowisata

Repository Universitas Brawijaya

		Merancang Efek untuk mendapatkan respon yang baik dalam pengembangan agrowisata petik jeruk.	Komunikator atau sumber harus menetapkan tujuan yang akan dicapai sehingga efek atau respon yang diterima dapat sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan	a. Menerima dan mau berpartisipasi dalam pengembangan agrowisata. Atau Menolak dan tidak mau berpartisipasi dalam pengembangan agrowisata.
		Gangguan yang dihadapi dalam proses penyampaian pesan terkait pengembangan agrowisata petik jeruk.	Faktor penghambat dalam transmisi pesan dari pengirm kepada penerima, gangguan ini bisa berupa banyak faktor.	a. Kurangnya sarana dan prasarana dalam penyampaian pesan atau informasi b. Sifat emosional dan tidak mau berubah c. Ketidak sesuaian bahasa yang disampaikan

Repository Universitas Brawijaya

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus (*case study*). Moleong (2011), berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sebagai mana yang diungkapkan oleh Sugiono (2016), bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Baxter & Jack (2008), mendefinisikan studi kasus sebagai pendekatan penelitian yang melakukan eksplorasi suatu fenomena dalam konteksnya dengan menggunakan data dari berbagai sumber. Kriyantono (2012), menyebutkan metode penelitian studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis. Yin (2015), menyatakan penelitian studi kasus adalah metode penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena kontemporer yang terdapat dalam konteks kehidupan nyata, yang dilaksanakan ketika batasan-batasan antara fenomena dan konteksnya belum jelas, dengan menggunakan berbagai sumber data.

Yin (2015), menjelaskan dalam penelitian studi kasus harus berangkat dari jawaban atas tiga pertanyaan epistemologis yaitu terkait dengan pertanyaan penelitian, kontrol atas objek, dan kebaruan penelitian. Pertanyaan penelitian "bagaimana" dan "mengapa" akan di arahkan ke serangkaian peristiwa kontemporer, dimana peneliti hanya memiliki peluang yang kecil atau tidak mempunyai peluang sama sekali untuk melakukan control terhadap peristiwa tersebut. Kedua, peneliti tidak mengontrol peristiwa atau gejala sosial yang diteliti. Peneliti meneliti suatu peristiwa sebagaimana adanya peristiwa tersebut. Ketiga, peristiwa atau gejala sosial yang diamati merupakan peristiwa kontemporer atau masa kini sehingga peneliti dapat mengamati secara langsung dan melakukan wawancara mendalam dengan objek penelitian.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3.2 Metode Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa (1) Desa Selorejo merupakan sentra penghasil jeruk manis terbesar di Kabupaten Malang, (2) Desa Selorejo memiliki potensi dalam agrowisata petik jeruk, (3) agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo masih belum berkembang dibandingkan dengan agrowisata sejenis, (4) peran masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk masih belum optimal, (5) belum ada penelitian yang dilakukan sebelumnya di agrowisata petik jeruk terkait dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini. Waktu penelitian ini sudah dilaksanakan pada bulan April 2017 sampai dengan Mei 2017 di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

3.3 Metode Penentuan Informan

Pada penelitian kualitatif tidak dikenal istilah sampel. Namun sampel pada penelitian kualitatif disebut informan atau subyek penelitian (Kriyantono, 2012). Informan adalah anggota dari kelompok yang diteliti yang akan mengantarkan peneliti ke jantung persoalan yang ingin diketahui dan diselidiki. Informan dalam studi kualitatif menekankan pada kualitas informan bukan pada kuantitasnya (Salim, 2006). Informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive*. Menurut Sugiono (2016), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 10 informan yang dipilih berdasarkan dengan kriteria yang dibutuhkan peneliti. Yang terdiri dari informan inti dan informan pendukung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Informan inti terdiri dari *stakeholder* internal yaitu Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk, Kelapa Desa, Ketua Kelompok Tani, dan Ketua Gabungan Kelompok Tani. Sedangkan untuk informan pendukung terdiri dari *stakeholder* eksternal yaitu Instansi Pemerintah seperti Dinas Pariwisata dan Penyuluh Pertanian Lapang (PPL), serta wisatawan dan masyarakat atau petani yang ikut bergabung dalam pengembangan agrowisata petik jeruk.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Kriyantono (2012), Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama dilapangan. Data primer ini termasuk data mentah *(raw data)* yang harus di proses lagi sehingga menjadi informasi yang bermakna. Menurut Ruslan (2010), menjelaskan data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi. Hal ini sejalan dengan Sugiono (2016), yang menyatakan data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh dari sumber pertama. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari informan atau subyek penelitian melalui:

a. Observasi

Menurut Arikunto (2002), observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti serta pencatatan secara sistematis. Sedangkan menurut Kriyanto (2012), observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung tanpa mediator sesuai obyek untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan obyek tersebut. Observasi berguna untuk menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi, mengamati secara langsung obyek yang akan diteliti sehingga memperoleh data yang diperlukan. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi observasi partisipan dan observasi non partisipan:

1. Observasi Partisipan

Dalam observasi ini peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian (Basrowi & Suwandi, 2008).

2. Observasi non Partisipan

Dalam observasi non partisipan peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen (Basrowi & Suwandi, 2008).

Dalam penelitian ini jenis observasi yang digunakan yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan, observasi dilakukan sebelum peneliti terjun kelapang untuk melihat gejala-gejala dan fenomena yang terjadi di tempat penelitian dan observasi juga dilakukan selama proses penelitian berlangsung untuk memudahkan pengumpulan data. Seperti peneliti telah terjun dan terlibat langsung dengan beberapa aktivitas yang dilakukan oleh ketua pengelola agrowisata petik jeruk. Misalnya pada saat peninjauan pada lokasi agrowisata serta kegiatan perawatan pada lokasi kebun agrowisata petik jeruk.

b. Wawancara mendalam *(Indepth interview)*

Menurut Kriyantono (2012), wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan dan dilakukan terus menerus agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Mantja (2007), menyatakan wawancara mendalam mencakup dua dasar proses, yaitu mengembangkan hubungan baik (*rapport*) dan mengerjar perolehan informasi. Pada penelitian ini metode wawancara mendalam yang dilakukan peneliti, sama dengan metode wawancara pada umumnya, yang membedakan adalah pada wawancara mendalam dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama serta mendapatkan kedalaman informasi untuk menjawab dari tujuan bersama informan di lokasi penelitian.

2. Data Sekunder

Menurut Silalahi (2012), Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Menurut Ruslan (2010), menjelaskan data sekunder diperoleh dalam bentuk sudah jadi atau tersedia melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan oleh instansi atau organisasi. Hal ini diperkuat dengan Sugiono (2016), yang menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, melainkan sudah dikumpulkan oleh pihak lain dan sudah diolah sedemikian rupa. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui:

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi dan wawancara

sering dilengkapi dengan kegiatan penelusuran dokumentasi. Menurut Kriyantono (2012), tujuan dokumentasi adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui dokumentasi yaitu data yang terkait dengan bahasan yang akan diteliti oleh peneliti sebagai data pelengkap, yaitu berupa pengumpulan dokumen, jurnal, foto dan lain-lain.

3.5 Metode Analisis Data

Pawito (2007), menjelaskan bahwa dalam penelitian komunikasi kualitatif pada dasarnya dikembangkan dengan maksud hendak memberikan makna (*making sense of*) terhadap data, menafsirkan data (*interpreting*), atau menginformasikan (*informating*) kedalam bentuk narasi yang kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-poposisi ilmiah yang akhirnya sampai pada kesimpulan final. Analisis data di lapangan model Miles & Hubermen *dalam* Sugiono (2016), menyatakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Data yang diperoleh dalam penelitian ini di analisis melalui tiga jalur, yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarik kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Langkah-langkah analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data *(data reduction)*

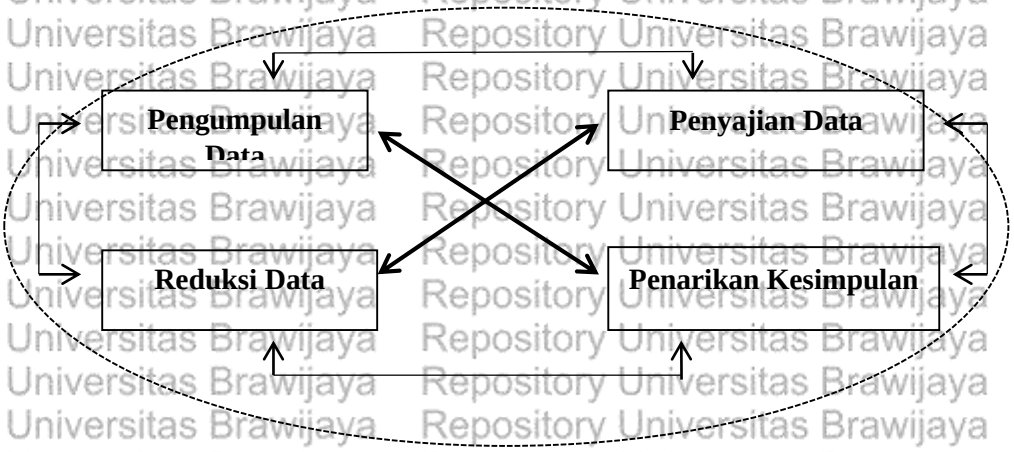
   Reduksi data dalam penelitian ini meliputi proses pemilihan, pemusatan, perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari catatan-catatan tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen, dan materi empiris lainnya yang ditemukan di lapangan selama proses penelitian berlangsung. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, serta membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga akhirnya data dapat disimpulkan dan diverifikasi.

2. Penyajian Data *(data display)*

Penyajian data adalah sebuah pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan penyimpulan dan aksi. Data dalam penelitian ini data di sajikan setelah melalui tahap reduksi. Penyajian data dalam penelitian ini bertujuan untuk membantu dalam memahami apa yang terjadi terhadap temuan di lapang. Selain itu penyajian data juga dilakukan untuk menganalisis secara mendalam terhadap fenomena yang ditemukan atau mengambil aksi berdasarkan hasil dan pemahaman dari peneliti.

3. Penarikan Kesimpulan *(conclusions drawing)*

Kegiatan analisis ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada penelitian ini, proses penarikan kesimpulan dimulai dari permulaan pengumpulan data, peneliti menganalisis dan mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, sebagai alur sebab-akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan "final" tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, tergantung pada besarnya data yang diperoleh atau kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, serta kecakapan peneliti. Berikut merupakan skema dari alur analisis data menggunakan metode Miles dan Huberman :



Gambar 1. Metode Analisis Deskriptif Miles & Huberman

Setiap penelitian harus dapat dinilai tingkat keabsahan datanya. Ukuran kualitas sebuah riset terletak pada kesahihan atau validitas data yang dikumpulkan

selama riset (Kriyantono, 2012). Sedangkan menurut sugiono (2016), suatu data dikatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan dengan apa yang sesungguhnya terjadi. Pada penelitian ini untuk menguji digunakan metode triangulasi. Menurut Kasiyan (2015), triangulasi merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan seorang peneliti saat penelitian, pengumpulan data dan analisis data. Hal ini di perkuat oleh pendapat dari Moleong (2011), yang menyatakan bahwa triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Hal serupa di ungkapkan oleh Sugiono (2016), yang menyatakan metode triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Menurut Bungin (2007), proses triangulasi dilakukan terus menerus sepanjang proses pengumpulan data dan analisis data, sampai suatu saat peneliti yakin bahwa sudah tidak ada lagi perbedaan dan tidak ada lagi yang perlu dikonfirmasi kepada informan. Beberapa teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Triangulasi Sumber

   Triangulasi sumber adalah pengecekan data yang telah di peroleh melalui beberapa sumber (Sugiono, 2016). Pada penelitian ini triangulasi sumber dilakukan dengan cara membandingkan data dari hasil wawancara yang dilakukan pada pihak *stakeholder* (Ketua pengelola agrowisata, ketua kelompok tani, Dinas pariwisata, dan PPL) dengan data yang diperoleh dari masyarakat yang terlibat dan sudah bergabung dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

2. Triangulasi Teknik

   Triangulasi teknik adalah pengumpulan data dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya pada data yang diperoleh melalui wawancara, kemudian dicek dengan observasi ataupun melalui dokumentasi. Bila teknik pengujian tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data yang dikumpulkan (Sugiono, 2016). Pada penelitian ini triangulasi teknik

dilakukan dengan cara membandingkan data dari hasil wawancara kepada masing-masing *stakeholder* dengan teknik yang berbeda yaitu melalui dokumentasi yang diperoleh dari dokumen, studi literatur ataupun arsip yang ada kantor desa dan juga dengan foto-foto yang diperoleh selama kegiatan penelitian berlangsung

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Daerah Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak Geografis dan Batas Wilayah

Desa Selorejo merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang yang memiliki luas wilayah 2544,726 ha. Desa Selorejo berada pada ketinggian 800-1200m dpl dengan topografi pegunungan, memiliki suhu rata-rata 25° C. Desa Selorejo terdiri dari dua dusun yaitu Dusun Krajan dan Dusun Selokerto. Batas wilayah Desa Selorejo adalah sebagai berikut:

Sebelah Barat : Hutan

Sebelah Selatan : Desa Petungsewu

Sebelah Utara : Desa Gading Kulon

Sebelah Timur : Desa Tegalweru

Gambar 1. Peta Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.
Sumber: Data Potensi Desa Selorejo (2017)

4.1.2 Tata Guna Lahan

Luas lahan Desa Selorejo menurut penggunaannya sebesar 2403,0 ha. Lahan tersebut diantaranya digunakan sebagai pemukiman umum, ladang tegalan, irigasi, perkebunan dan lain sebagainya. Secara rinci penggunaan lahan di Desa Selorejo di jelaskan pada Tabel 4.

Tabel 1. Distribusi Penggunaan Luas Wilayah Desa Selorejo

Tanah	Penggunaan	Luas (Ha)	Persentase (%)
Kering	Pemukiman Umum	39,8	1,65
	Ladang/Tegalan	26,7	1,11
Sawah	Irigasi Teknis	5,0	0,21
Perkebunan	Perkebunan Rakyat	238,8	9,93
Hutan	Hutan Lindung	1383,8	57,59
	Hutan Rakyat	7,7	0,32
	Hutan Produksi	675,1	28,09
	Hutan Konversi	1,5	0,06
Fasilitas Umum	Pertokoan,Sekolah, Jalan	24,6	1,02
Total		2403,0	100,00

Sumber: Data Potensi Desa Selorejo (2017)

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa 86,6 % wilayah Desa Selorejo merupakan wilayah hutan yang sebagian besar merupakan hutan lindung yang dikelola oleh perhutani. Tanah kering sebesar 2,76 yang terdiri dari pemukiman dan ladang atau tegalan. Sawah irigasi teknis sebesar 0,21%. Sedangkan untuk luas perkebunan rakyat memiliki persentase sebesar 9,93% dimana lahan tersebut digunakan untuk menanam tanaman jeruk. Selebihnya wilayah Desa Selorejo digunakan untuk fasilitas umum seperti perkantoran, sekolah, jalan umum dan fasilitas lainnya.

4.1.3 Keadaan Penduduk

1. Distribusi Penduduk Berdasarkan Umur

Sumberdaya manusia berperan penting dalam pembangunan suatu wilayah. Wilayah yang sebagian besar penduduknya merupakan angkatan kerja akan lebih mudah berkembang dari pada wilayah yang mempunyai sedikit angkatan kerja. Sebagian besar penduduk Desa Selorejo berprofesi sebagai petani. Jumlah penduduk Desa Selorejo sebanyak 4,044 jiwa yang terdiri dari 2021 laki-laki dan 2023 perempuan. Keadaan penduduk Desa Selorejo berdasarkan umur secara rinci ditampilkan pada Tabel 5.

Tabel 2. Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur

Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
0-9	572	14,14
10-19	709	17,53
20-29	721	17,83
30-39	721	17,83
40-49	721	17,83
>50	600	14,84
Total	4044	100,00

Sumber: Profil Desa Selorejo (2017)

Sebagaimana terlihat pada tabel di atas, jumlah penduduk usia produktif (15-50 tahun) sebayak 2508 jiwa atau 62,02 % dari jumlah penduduk Desa Selorejo. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat ketersediaan tenaga kerja di Desa Selorejo sangat tinggi.

2. Distribusi Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian

Manusia merupakan mahluk yang mempunyai kebutuhan-kebutuhan seperti sandang, pangan, papan, sehehatan dan lain sebagainya. Berbagai cara akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya yaitu dengan cara bekerja agar dapat menghasilkan uang. Keadaan penduduk Desa Selorejo berdasarkan mata pencaharian disajikan pada Tabel 6.

Tabel 3 Keadaan Penduduk Desa Selorejo Berdasarkan Mata Pencaharian

Keterangan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
Petani	1885	93,18
Pekerja di sektor jasa/perdagangan	61	3,01
Pekerja di sektor industri	23	1,13
Jasa pemerintahan/non pemerintahan	39	1,93
Jasa lembaga keuangan	1	0,05
Jasa perdagangan	12	0,60
Jasa angkutan dan Transportasi	2	0,10
Total	2023	100,00

Sumber: Data Potensi Desa Selorejo (2017)

Dari tabel di atas dapat diketahui sebayak 1885 atau 93,18% penduduk Desa Selorejo berprofesi sebagai petani. Hal ini dapat dikatakan bahwa mayoritas masyarakat Desa Selorejo merupakan petani. Dan sisanya terdistribusi ke dalam berbagai profesi lainnya di luar pertanian.

3. Keadaan Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat perkembangan suatu wilayah tidak hanya ditentukan oleh kuantitas penduduk yang dimiliki, tetapi juga tergantung pada kualitas sumberdaya manusia yang dimilikinya. Suatu wilayah dengan tingkat pendidikan penduduk yang masih kurang rendah lebih sulit dalam menerima inovasi karena kurangnya pengetahuan, kemauan untuk mencoba hal-hal baru masih kurang dan lebih berpedoman pada adat istiadat dan juga tradisi yang sudah lama di terapkan oleh orang-orang yang terdahulu. Peningkatan wawasan dan pengetahuan sangat penting untuk menunjang kemajuan sumberdaya manusia yang membawa perubahan lebih maju untuk wilayahnya.

Tabel 4. Keadaan penduduk Desa Selorejo Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Usia 10 th ke atas yang buta huruf	98	3,63
Tidak tamat SD / sederajat	690	25,62
Tamat SD / sederajat	948	35,20
Tamat SLTP / sederajat	570	21,18
Tamat SLTA / sederajat	337	12,51
Tamat S1	21	0,78
Tamat D3	12	0,45
Tamat D2	17	0,63
Total	2693	100,00

Sumber: Data Potensi Desa Selorejo (2017)

Dari data di atas menunjukkan bahwa persentase jumlah penduduk yang buta huruf dan tidak tamat sekolah dasar mencapai 25,62%, dan sebagian besar penduduk Desa Selorejo hanya menyelesaikan pendidikan tingkat sekolah dasar dengan persentase mencapai 35,20%. Fasilitas pendidikan di Desa Selorejo kurang memadai karena hanya memiliki 2 taman kanak-kanak (TK), dan 2 Sekolah Dasar (SD) yang masing-masing terletak di Dusun Krajan dan Dusun Selokerto. Sedangkan untuk Sekolah Menengah Pertama (SMP) terletak di luar Desa Selorejo yaitu di Desa Tegalweru, sedangkan untuk Sekolah Menengah Atas (SMA) terletak di Kecamatan Dau.

4.2 Profil Agrowisata Petik Jeruk

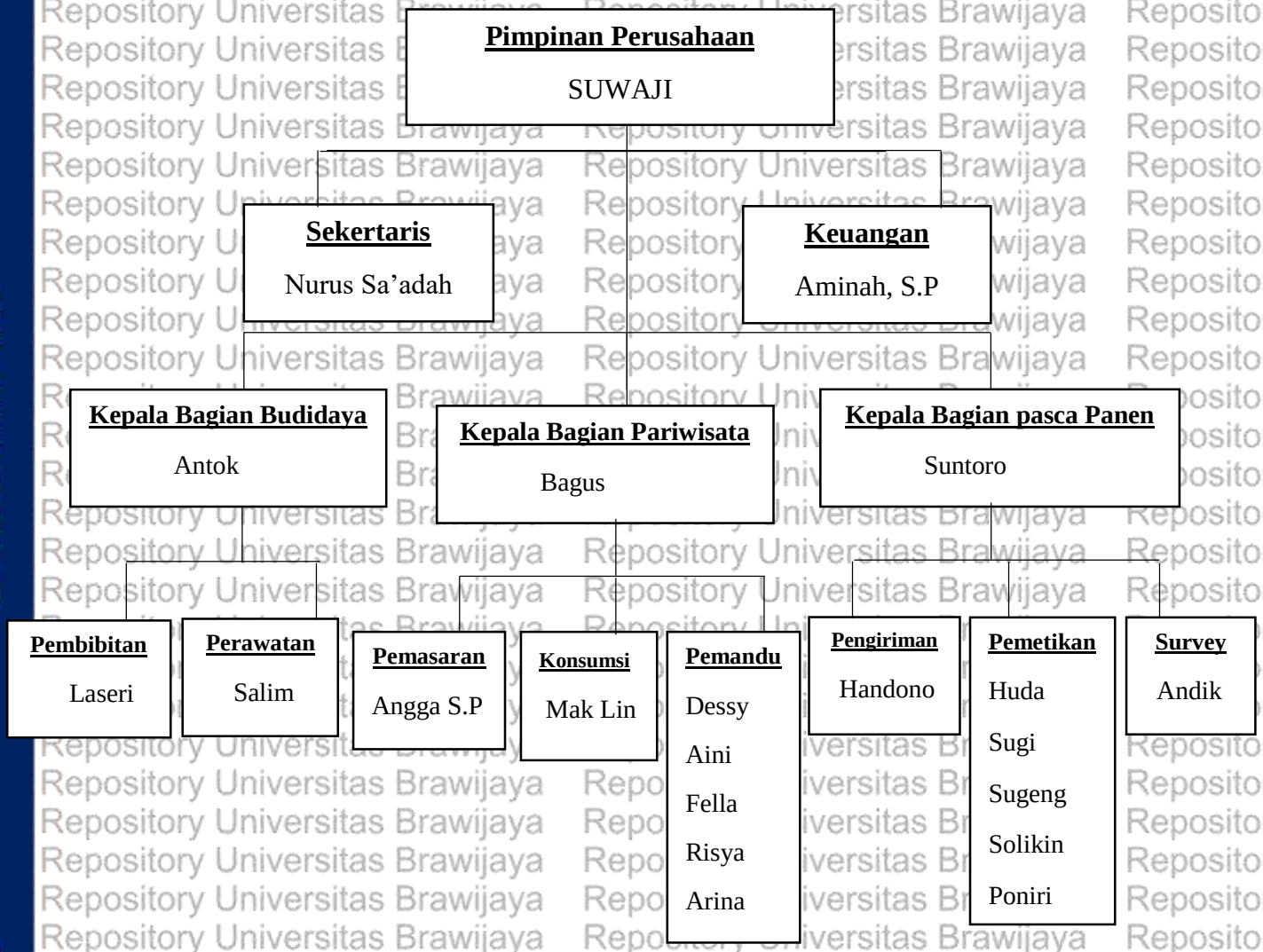
4.2.1 Sejarah dan Profil Agrowisata Petik Jeruk

Desa Selorejo di kenal sebagai daerah penghasil jeruk manis di Kabupaten Malang. Buah jeruk manis ini telah menjadi icon dan kebanggaan bagi Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Melihat potensi pertanian khususnya tanaman jeruk dimana hampir semua masyarakat di Desa Selorejo merupakan petani jeruk, akhirnya ketua kelompok tani berdiskusi dengan masyarakat setempat terkait pembentukan agrowisata petik jeruk ini. Sehingga pada tahun 2007 Dinas Pertanian dan Dinas Pariwisata Kabupaten Malang meresmikan terbentuknya agrowisata petik jeruk ini. Karena terbatasnya sumberdaya manusia untuk mengelola agrowisata ini, akhirya ketua kelompok tani berserta Dinas Pariwisata menunjuk Bapak Suwaji untuk menjadi ketua dalam pengelolaan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini.

Pada awal perkembangannya agrowisata petik jeruk ini mengalami banyak permasalahan, hal ini dikarenakan terbatasnya sumberdaya manusia yang berkompeten dalam mengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. Dimana pada awal di resmikannya, agrowisata ini mengalami kerugian. Hal tersebut dikarenakan tiket masuk untuk agrowisata ini 5.000 per orang. Dan ketika harga di naikkan menjadi 10.000 per orang belum juga menguntungkan. Masalah tersebut dikarenakan mereka tidak mengetahui aturan-aturannya, dimana pada awalnya tidak ada aturan khusus bagi pengunjung. Pengunjung yang datang ada sebagian memanen jeruk yang tidak semestinya di panen. Selain itu juga ada beberapa wisatawan yang merusak tanaman jeruk dikarenakan tidak mengetahui cara panen yang tepat. Setelah banyaknya kendala tersebut akhirnya saat ini harga masuk untuk tiket agrowisata yaitu 20.000 per orang. Dan wisatawan sudah dapat menikmati dan makan jeruk sepuasnya di tempat, dengan ketentuan serta aturan yang telah di tetapkan oleh pihak pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini.

4.2.2 Struktur Organisasi Agrowisata Petik Jeruk

Untuk mempermudah dalam mengelola dan memanagemen agrowisata petik jeruk ini, di butuhkan struktur organisasi yang jelas. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam system pengelolaan dan pengembangan pada agrowisata petik jeruk. Dimana setiap bagian-bagian devisi telah ditangani oleh orang-orang yang di anggap kompeten di bidangnya.



Gambar 2. Struktur Organisasi dalam Agrowisata Petik Jeruk
Sumber: Data Potensi Desa Selorejo (2017)

4.3 Gambaran Umum Infroman

4.3.1 Proses Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* atau penentuan informan secara sengaja sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan informan dilakukan secara sengaja dan acak dengan pertimbangan dapat memberikan informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini terdapat dua kreteria informan, yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. Dasar pertimbangan dalam pemilihan informan adalah berdasarkan kriteria dan keterkaitan dengan fokus penelitian. Selain itu peneliti juga mempertimbangkan kemudahan dalam menggali informasi dari masing-masing informan yang di tentukan.

Setelah menentukan informan maka proses selanjutnya adalah wawancara mendalam kepada masing-masing informan. Dalam proses wawancara mendalam, peneliti mengajukan pertanyaan terbuka dan tidak terstruktur. Pada proses wawancara ini peneliti tidak menguji jawaban dari informan, melainkan informan memberikan informasi yang detail berdasarkan pengalaman dan pemaknaanya. Didalam wawancara peneliti sesekali mengulang pertanyaan untuk menegaskan konsistensi jawaban informan. Selain itu, pada proses wawancara peneliti menggunakan alat perekam suara sebagai alat dokumentasi wawancara, dan kegiatan wawancara mendalam di akhiri dengan kegiatan foto-foto pada informan.

1. Informan Kunci *(Stakeholder Internal)*

Key informan yaitu orang-orang yang paling banyak menguasai dan mengetahui informasi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan diteliti. Pada penelitian ini dipilih empat informan yang dijadikan sebagai informan kunci untuk digali secara mendalam mengenai pandangannya terhadap pengembangan agrowisata petik jeruk. Informan kunci ini dipilih dari berbagai latar belakang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pemilihan empat informan sebagai informan ini merujuk pada pendapat Creswell (2016) bahwa dalam penelitian studi kasus cukup dengan empat sampai lima kasus untuk digali informasinya. Berikut profil masing-masing informan dalam penelitian.

a. Suwaji

Bapak Suwaji merupakan ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini yang berada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Saat ini beliau berumur 40 tahun, dengan pekerjaan utama beliau adalah seorang petani dan juga pedagang. Selama ini Bapak Suwaji selalu aktif dalam setiap kegiatan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini.

b. Bambang

Bapak Bambang adalah seorang Kepala Desa di Desa Selorejo Kecamatan Dau. Beliau saat ini berumur 44 tahun dengan pendidikan terakhir yaitu D3. Bapak Bambang sudah menjabat sebagai kepala desa selama 3 tahun. Beliau mulai ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini semenjak menjadi kepala desa.

c. Purwoto

Bapak Purwoto adalah Ketua Kelompok Tani di Desa Selorejo, saat ini beliau berusia 51 tahun dengan pendidikan terakhir yaitu di Tingkat Sekolah Dasar (SD). Untuk pekerjaan utama beliau adalah seorang petani jeruk. Bapak Purwoto sudah menjabat menjadi ketua kelompok sudah sekitar 10 tahunan. Walaupun pendidikan hanya sampai di tingkat Sekolah Dasar tapi pengalaman dan wawasan beliau cukup luas. Hal ini dikarenakan beliau aktif mengikuti pelatihan-pelatihan yang di berikan oleh PPL.

b. Agus

Bapak Agus adalah Ketua Gabungan Kelompok Tani di Desa Selorejo, saat ini beliau berusia 40 tahun dengan pendidikan terakhir yaitu di Tingakat Sekolah Dasar (SD). Untuk pekerjaan utama beliau adalah seorang petani jeruk. Bapak Agus sudah mejabat menjadi ketua gabungan kelompok tani sudah sekitar 5 tahun.

2. Informan Penunjang (*Stakeholder* Eksternal)

Informan pendukung merupakan yang berasal dari berbagai kalangan yang dapat membantu menjelaskan dan mendukung informasi yang diperlukan, informan ini juga terlibat dalam interaksi sosial pada masalah yang diteliti (Miles dan Huberman, 1992). Informan penunjang adalah yang menjadi

perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Mereka dapat digolongkan atas pihak penyandang dana, pelaksana, pengawas, dan organisasi advokasi seperti organisasi pemerintahan, LSM, dan pihak swasta, maupun masyarakat. Informan penunjang dapat merupakan perorangan atau kelompok kunci yang memiliki kepentingan baik formal maupun informal. Informan penunjang pada penelitian ini sebanyak 6 orang, pemilihan informan ini berdasarkan kemudahan dalam mengakses informasi dan keterbukaan dalam menyampaikan pandangannya terhadap pengembangan agrowisata di Desa Selorejo. Penggunaan informan pendukung ini dimaksudkan untuk mendukung dan memperkuat informasi yang diberikan oleh informan kunci sehingga pembahasan dalam penelitian ini menjadi kaya *(rich and thick description)*. Pertimbangan lain penggunaan informan pendukung adalah untuk menghindari ketergantungan informasi dari informan inti (Yin, 2015). Berikut merupakan profil dari informant penunjang:

a. Yuli

Ibu Yuli adalah seorang kepengurusan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang. Beliau bertugas dalam melaksanakan koordinasi perencanaan, evaluasi dan pelaporan program Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. saat ini Ibu Yuli berusia 50 tahun. Beliau sudah menjabat dan menjadi bagian dari kepengurusan Pariwisata di Kabupaten Malang selama 10 tahun terakhir.

b. Heru

Bapak Heru adalah seorang wisatawan yang berasal dari Yogyakarta. Saat ini beliau tinggal di Surabaya untuk menjalankan bisnisnya, beliau juga sudah menikah dengan gadis Surabaya. Saat ini beliau berusia 35 tahun dengan pendidikan terakhir SMA. Beliau datang ke Malang dalam rangka urusan bisnis. Disamping urusan bisnis beliau juga menyempatkan diri untuk berkunjung ke berbagai wisata yang ada di Kota Malang, salah satunya ke agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

c. Azis

Bapak Azis adalah seorang wisatawan yang berasal dari Surabaya. Saat ini beliau berusia 40 thn dengan pendidikan S1. Beliau datang ke Malang bersama bapak Heru dalam rangka urusan bisnis. Disamping urusan bisnis beliau juga menyempatkan diri untuk berkunjung ke berbagai wisata yang ada di Kota Malang, salah satunya ke agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

d. Bagus

Bagus merupakan anggota yang telah bergabung selama tiga tahun terakhir dalam pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Bagus sendiri saat ini sudah berusia 23 tahun dengan pendidikan terakhir SMA. Bagus menjabat sebagai pemandu wisatawan. Pekerjaan utama dari Mas Bagus adalah seorang petani jeruk. Alasan Mas Bagus ikut bergabung dalam agrowisata ini, karena dia melihat agrowisata ini kurang inovatif, sehingga dia berharap dapat sama-sama mengembangkan agrowisata petik jeruk ini lebih maju kedepannya.

c. Salim

Bapak Salim merupakan anggota yang ikut bergabung dalam agrowisata petik jeruk. Beliau mulai ikut bergabung dalam pengembangan agrowisata ini sudah lima tahun terakhir. Saat ini beliau sudah berusia 34 tahun dengan pendidikan terakhir beliau adalah sampai di Tingkat Sekolah Dasar (SD). Bapak Salim menjabat sebagai bagian perawatan kebun agrowisata petik jeruk. Pekerjaan utama beliau adalah seorang petani jeruk. Alasan beliau untuk ikut bergabung dengan agrowisata petik jeruk ini yaitu untuk memperoleh tambahan penghasilan diluar dari hasil budidaya jeruknya.

d. Sudarto

Bapak Sudarto merupakan petani jeruk yang ikut bergabung dalam agrowisata petik jeruk. Saat ini beliau berusia 51 tahun, dengan pendidikan terakhir beliau adalah di tingkat Sekolah Dasar (SD). Alasan beliau ikut bergabung adalah untuk memperoleh pendapatan tambahan atau pendapatan sampingan dengan mengikuti atau ikut bergabung dalam pengembangan agrowisata petik jeruk.

4.4 Hasil dan Pembahasan

4.4.1 *Stakeholder* Yang Terlibat dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT)

Mengetahui pemangku kepentingan (*Stakeholder*) merupakan hal mendasar yang harus dilakukan terlebih dahulu dalam analisis pemangku kepentingan terkait dengan implementasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Peran *stakeholder* merupakan faktor yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan pengembangan agrowisata. Gunn (1994), menyatakan keberhasilan dalam pelaksanaan pembangunan agrowisata tidak akan terlepas dari adanya partisipasi *stakeholder*. Melihat pentingnya keterlibatan dari masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata, maka di perlukan adanya kesadaran dari masing-masing *stakeholder* untuk bersama-sama ikut mengembangkan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang supaya dapat berkelanjutan sesuai dengan prinsip CBT yaitu berkelanjutan secara sosial, ekonomi, lingkungan dan budaya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), maka pada dasarnya hampir semua *stakeholder* mendukung dengan adanya pengembangan agrowisata ini, mulai dari tingkat desa sampai dengan tingkat kabupaten. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan yang menegaskan bahwa masing-masing *stakeholder* ikut mendukung dengan keberadaan agrowisata petik jeruk berbasais komunitas (CBT) yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

> "Lumayan banyak mas, mulai dari mayarakat, aparat desa berupa kelompok tani, gabungan kelompok tani, PPL bahkan pihak pemerintah berupa Dinas Pariwisata pun ikut mendukung dengan adanya agrowisata ini, terutama di bidang pembinaan- pembinaan, *tour guide* dan juga penataan *home stay*." (Wawancara dengan Bapak Bambang, 44 thn, 04 Mei 2017).

Pernyataan serupa juga sudah dijelaskan oleh Bapak Purwoto selaku ketua kelompok tani " Subur Makmur" mengenai para *stakeholder* yang terlibat dan

mendukung dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yaitu:

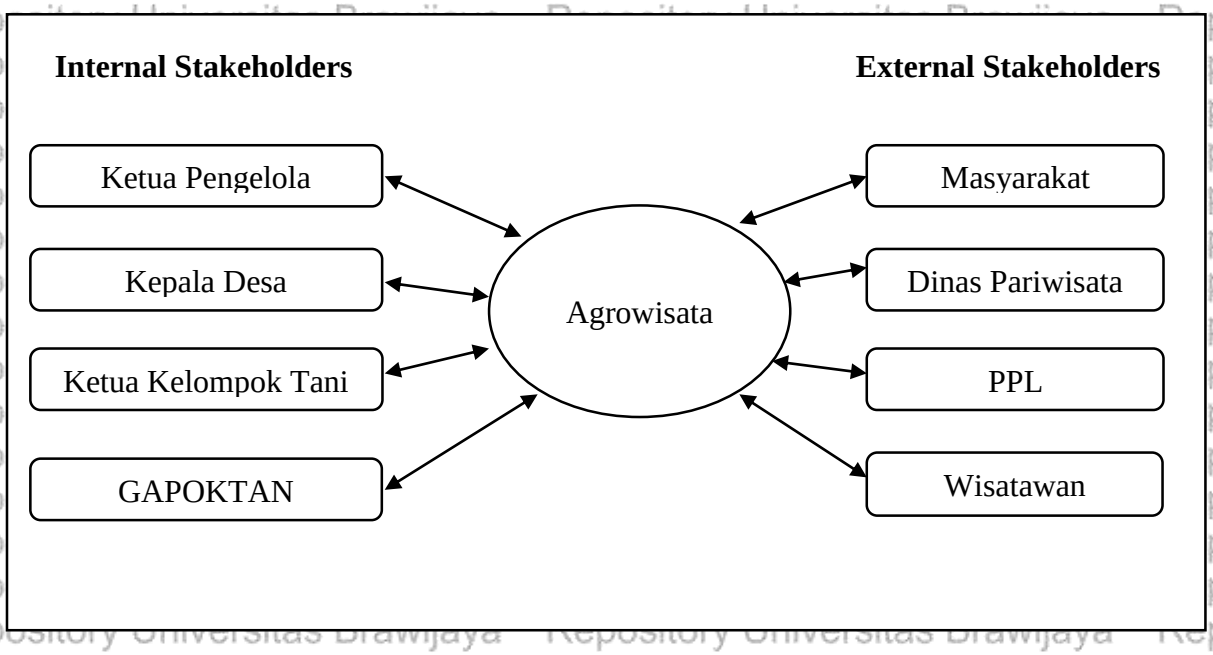
"Ada banyak mas, kalau dari Desa ada Kepala Desa, dari Kecamatan ada PPL, dari Pihak Pemerintah ada Dinas Pariwisata. Dukungannya banyak mas mulai dari yang berupa uang sampai dukungan berupa bantuan alat-alat. Misalnya kepala desa sering dulu sering meminjamkan mobilnya untuk mengantar saya kalau di undang untuk pertemuan-pertemuan seperti pameran-pameran juga. Terus untuk PPL itu sering memberikan pelatihan kepada saya dan juga kepada petani bagaimana cara-cara budidaya jeruk yang baik itu, serta bagaimana cara menangani panen dan pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata itu juga lumayan besar dukungannya, dulu pernah memberikan uang untuk kas desa itu sebesar 2 juta." (Wawancara dengan Bapak Purwoto, 51 thn, pada tanggal 9 Mei, 2017)

Cuplikan wawancara dari beberapa informan di atas, menunjukkan bahwa dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini telah mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Mulai dari tingkat desa sampai pada tingkat kabupaten. Misalnya untuk dukungan dari tingkat desa datang dari kepala desa, ketua kelompok tani, ketua gabungan kelompok tani (GAPOKTAN), dan juga dari masyarakat. Sedangkan untuk dukungan lain datang dari pihak-pihak lembaga pemerintah, misalnya PPL, dan juga pihak dari dinas pariwisata. Dukungan ini tentu sangat membantu dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), mengingat bahwa agrowisata petik jeruk ini masih tahap pengembangan, sehingga memang dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk bersama-sama membangun agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini agar mampu bersaing dengan agrowisata-agrowisata sejenis.

Pernyataan di atas, di perkuat dengan pernyataan dari informan Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk, yang menegaskan bahwa agrowisata petik jeruk berbasis komunitas telah mendapatkan perhatian dan dukungan dari berbagai pihak *stakeholder*.

"Kalau dari Desa ada Ketua Kelompok Tani, Kepala Desa, dari Kecamatan ada PPL, dari Pihak Pemerintah ada Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian juga ikut terlibat dan mendukung, dukungan mereka sangat penting, mengingat bahwa agrowisata petik jeruk ini masih tahap pengembangan maka kita memang sangat membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, untuk ikut membantu mengembangakan agrowisata ini." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, pada tanggal 5 Mei 2017).

Pernyataan dari informan diatas juga menegaskan bahwa agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini, masih pada tahap pengembangan. Sehingga dalam tahap pengembangan ini di perlukan dukungan berbagai pihak *stakeholder*. Agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, ini telah mendapatkan dukungan dari berbagai pihak *stakeholder*, mulai dari tingkat desa sampai pada tingkat kabupaten. Peran *stakeholder* ini sangat penting untuk kemajuan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) kedepannya. Dimana temuan ini didukung oleh pernyataan Freeman *dalam* Byrd (2007), bahwa keterlibatan dan partisipasi *stakeholder* merupakan kriteria utama dalam upaya pengembangan agrowisata yang berkelanjutan. Dengan kata lain pengembangan kepariwisataan tidak terlepas dari partisipasi *stakeholders*, kebijakan dan perencanaan program baik secara individu maupun bersama-sama sangat membantu dalam upaya pengembangan agrowisata. Sehingga mampu bersaing dengan agrowisata-agrowisata serupa yang ada di Kabupaten Malang. Jika merujuk pada teori *stakeholder* yang di kemukakan oleh Freeman (2010), maka *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. *Stakeholder* dalam agrowisata petik jeruk

Pada gambar di atas, menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, tidak terlepas adanya dukungan dari berbagai pihak *stakeholder*, baik *stakeholder* internal maupun *stakeholder* eksternal dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Pada *stakeholder* internal dukungan datang dari ketua pegelola agrowisata, kelapa desa, ketua kelompok tani, dan ketua gabungan kelompok tani. Sedangkan dukungan dari *stakeholder* eksternal datang dari masyarakat, Dinas Pariwisata, PPL, dan juga datang dari wisatawan. Penuturan dari beberapa informan di atas, di buktikan dengan pernyataan Ibu Yuli dari Dinas Pariwisata. Yang menyatakan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Malang juga sudah terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan informan:

> "Kita juga sudah ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo itu mas. Contohnya kita pernah membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dengan harapan agar masyarakat Desa Selorejo mampu mengembangkan potensi yang dimiliki. Khususnya dalam aspek pariwisata. Karena itu memang sudah bagian dari tanggung jawab kita. Misalnya juga setiap ada event-event atau pameran produk-produk pertanian, kita selalu melibatkan pihak-pihak dari agrowisata misal ketua dari pengelola untuk ikut memamerkan hasil produksi jeruk nya. Selain itu apa bila kita kedatangan tamu-tamu rombongan dari luar kota, kita juga mengarahkan untuk mengunjungi agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo." (Wawancara dengan Ibu Yuli, 50 thn, 17 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan ibu Yuli dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, menggambarkan bahwa keterlibatan dinas pariwisata selaku bagian dari *stakeholder*, sudah terlibat dalam mendukung upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) dengan mengembangkan potensi agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo. Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, telah memposisikan sebagai motivator dan fasilitator. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang di ungkapkan oleh Gayatri (2005), yang menyatakan bahwa peran Pemerintah sebagai bagian dari *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata harus memposisikan sebagai motivator dan fasilitator.

Dalam penerapannya peran Dinas Pariwisata sebagai motivator yaitu melalui dorongan agar agrowisata petik jeruk dapat berkembang maju. Contohnya yaitu dengan melakukan berbagai upaya untuk memotivasi berbagai lapisan *stakeholder* yang telah terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk, agar tertarik untuk mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Desa Selorejo, khususnya di bidang pertanian. Upaya motivasi dilakukan melalui sosialisasi sadar wisata (POKDARWIS), pelatihan pengelolaan usaha wisata, dan juga pelatihan untuk mengembangkan wisata edukasi melalui pembelajaran dalam aspek budidaya dan panen pasca panen, yang nantinya di edukasikan pada wisatawan.

Sebagai fasilitator, pihak dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang telah melakukan berbagai upaya untuk memfasilitasi pengembangan potensi agrowisata petik jeruk ini. Misalnya dengan menyediakan sarana prasarana di obyek wisata, seperti pembangunan fasilitas umum (toilet, tempat sampah). Dinas juga telah memfasilitasi agrowisata petik jeruk dalam bidang promosi, yaitu dengan cara melibatkan pihak-pihak *stakeholder* dalam setiap event-event yang di adakan. Misalnya melalui expo, bazar dan pameran-pameran hasil produk pertanian dimana dalam hal ini yaitu produksi jeruk yang dihasilkan ikut di promosikan. Selain itu promosi juga dilakukan dengan merekomendasikan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini kepada setiap tamu dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan di atas, pada dasarnya telah membuktikan bahwa masing-masing *stakeholder* telah mendukung dan terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Dukungan tersebut terutama pada saat penyusunan perencanaan dan semua *stakeholder* sudah terlibat dalam perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) kecuali masyarakat. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak dilibatkan secara langsung dalam perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk. Indentifikasi keterlibatan *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata petik jeruk penting untuk dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mempermudah dalam tahap perencanaan-perencanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk melalui hubungan kerjasama antar berbagai pihak *stakeholder*.

Setelah para *stakeholder* terindentifikasi, maka langkah selanjutnya adalah klasifikasi *stakeholder* dengan mengelompokkan dan membedakan antar *stakeholder*. Menurut Reed *et al.* (2009) metode analisis menggunakan matriks pengaruh dan kepentingan dengan mengklasifikasikan *stakeholder*. Penyusunan matriks pengaruh dan kepentingan dilakukan berdasarkan pada data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap informan kunci yang ditransformasikan menjadi data berupa skoring dan selanjutnya dikelompokkan menurut klasifikasi *stakeholder* tersebut. Penetapan skor menggunakan panduan penilaian melalui pertanyaan untuk mengukur tingkat pengaruh dan kepentingan *stakeholder*. Berikut analisis *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk di sajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Matriks Analisis *Stakeholder* dalam Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk

		Stakeholder Eksternal			
		Tingkat Kepentingan			
		Dinas Pariwisata	**PPL**	**Masyarakat**	**Wisatawan**
Stakeholder Internal — Tingkat Pengaruh	**Kepala Desa**	- Regulasi - Kordinasi -Fasilitator	Kordinasi	Komunikasi	Tidak ada komunikasi
	Ketua Pengelola Agrowisata	-Kordinasi - Pelatihan	Pelatihan Wisata Edukasi	-Patner Kerja - Komunikasi	Komunikasi
	Ketua Kelompok Tani	-Kordinasi -Fasilitator	-Pelatihan -kordinasi	-Pelatihan - Komunikasi	Tidak ada komunikasi
	Gapoktan	-Kordinasi	-kordinasi -Pelatihan	-Fasilitator	Tidak ada komunikasi

Keterangan:

= Memiliki Tingkat Kepentingan dan Pengaruh yang Tinggi dalam Agrowisata

= Memiliki Tingkat Kepentingan Tinggi tetapi Pengaruhnya Rendah

= Memiliki Tingkat Kepentingan Rendah dan Pengaruh yang Rendah

Dapat dilihat pada Tabel 8 diatas bahwa matriks pengaruh dan kepentingan *stakeholder* tersebut menunjukkan bahwa masing-masing *stakeholder* memiliki klasifikasi yang berbeda sesuai dengan tingkat pengaruh dan kepentingannya dalam

pengembangan agrowisata petik jeruk. *Stakeholder* internal umumnya mempunyai tingkat kepentingan dan tingkat pengaruh yang tinggi terhadap upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Hal ini sesuai dengan tugas pokok yang dimiliki oleh *stakeholder* internal sebagai pemangku kepentingan kunci yang memiliki kewenangan penuh dalam urusan pengembangan agrowisata petik jeruk.

Pada *stakeholder* eksternal misalnya Dinas Pariwisata dan juga PPL memiliki kepentingan tinggi namun pengaruh yang dimiliki rendah. Kedua *stakeholder* tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan agar lebih aktif dan sekaligus menerima manfaat yang positif. Masing-masing *stakeholder* tersebut memiliki kepentingan tinggi, dikarenakan semua kegiatan yang dilakukan untuk mensejahterakan masyarakat sekitar obyek wisata, baik pemuda, pedagang maupun masyarakat umum lainnya. Namun *stakeholder* eksternal memiliki pengaruh yang kecil karena hanya berperan sebagai fasilitator. *Stakeholder* eksternal tidak bisa selalu fokus dalam memberikan dukungan, hal ini dikarenakan kesibukan yang dimilikinya.

Sama halnya dengan Dinas Pariwisata dan juga PLL, masyarakat selaku *stakeholder* eksternal memiliki kepentingan yang tinggi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat di Desa Selorejo. Mereka banyak bergantung pada sumber daya alam khususnya pada hasil pendapatan dari aktivitas kegiatan agrowisata petik jeruk. Yaitu melalui penyediaan barang atau jasa baik berupa kuliner, akomodasi, dan berbagai kebutuhan wisatawan lainnya. Namun masyarakat tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap upaya pengembangan agrowiasata petik jeruk. Hal ini dikarenakan lemahnya akses yang dimiliki masyarakat, dimana semua kebijakan dan perencanaan serta pengambilan keputusan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini di dominasi oleh *stakeholder* internal dalam agrowisata petik jeruk.

Melihat pentingnya keterlibatan dari *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata ini, maka di butuhkan kesadaran pada masing-masing

stakeholder, baik *stakeholder* internal ataupun dukungan dari *stakeholder* eksternal untuk terus mendukung dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Dukungan tersebut diharapkan tidak hanya pada tahap perencanaan saja, melainkan pada tahap pelaksanaan dan juga pada tahap evaluasi, supaya agrowisata petik jeruk dapat berkelanjutan sesuai dengan prinsip *Community Based Tourism* (CBT) yang di ungkapkan oleh Suansri (2003), yaitu agrowisata yang memperhitungkan keberlanjutan pada aspek lingkungan, aspek sosial, ekonomi, dan aspek budaya. Melalui pemberdayaan kepada masing-masing *stakeholder* dengan membentuk perencanaan program-program seperti wisata kuliner, penataan *home stay* dengan tujuan menghasilkan usaha sector pariwisata yang mayoritas menyerap tenaga kerja lokal dan peningkatan pendapatan dari masyarakat yang berasal dari belanja wisatawan. Selain itu pelestarian budaya lokal sebagai suatu keunikan atau ciri khas yang dapat menarik perhatian calon wiasatawan.

4.4.2 Partisipasi *Stakeholder* dalam Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT)

Partisipasi *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata berbasis komunitas (CBT) telah lama di anjurkan. Hal ini dipertimbangkan bahwa peran *stakeholder* dapat meningkatkan daya dukung masyarakat dan kemajuan pada agrowisata (Jamal & Gezt, 1995). Pengembangan pariwisata berbasis komunitas (CBT), mensyaratkan pendekatan partisipatif agar terbentuk kemitraan di antara *stakeholder* (Demartoto, 2009). Pendekatan partisipatif membutuhkan koordinasi dan kerjasama serta peran yang berimbang antara berbagai unsur *stakeholder* termasuk pemerintah, swasta, dan masyarakat. Dalam hal ini partisipasi *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata berbasis komunitas (CBT) di bedakan menjadi tiga tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Tahap perencanaan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) meliputi kegiatan perancangan informasi terkait pengembangan agrowisata, misalnya tentang penataan *home stay*, pembuatan fasilitas berupa tempat sampah, WC umum, dan perencanaan terkait pembentukan struktur organisasi dalam kepengurusan agrowisata serta perencanaan lainnya. Tahap pelaksanaan meliputi

pembinaan-pembinaan terkait perencanaan yang telah di tentukan. Misalnya pelatihan berupa pengiriman informasi terkait tatacara pengembangan agrowisata. Tahap evaluasi meliputi kegiatan penilaian dan perbaikan terhadap pelaksanaan agrowisata supaya lebih baik lagi untuk kedepannya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, maka pada dasarnya hampir semua *stakeholder* ikut aktif dalam merencanakan pengembangan agrowisata ini, namun permasalahan terletak pada tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Berdasarkan pernyataan dari beberapa informan mengatakan bahwa kesibukan dari masing-masing *satkeholder* menyebabkan sulitnya untuk melaksanakan perencanaan-perencanaan yang telah di susun. Selain itu permasalahan terletak pada sumber daya manusia (SDM), khususnya masyarakat tidak mau melaksanakan perencanaan yang telah di susun, hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengembangan agrowisata. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan yang menegaskan bahwa masing-masing *stakeholder* hanya terlibat pada tahap perencanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

> "Jadi untuk tahap perencanaan mereka juga ikut merancang bagaimana kedepannya agar agrowisata ini jauh lebih maju dari saat ini. Seperti dulu ada dari pihak dinas pariwisata itu datang kesini untuk membantu menata bagian-bagian yang mengelola agrowisata ini. Mulai dari pembentukan ketua pengelola, bendahara dan juga bagian-bagian yang lain itu sudah di bantu untuk pembentukannya, namun permasalahannya di desa ini pelaksanaannya masih belum mas. Susah masyarakatnya untuk terlibat aktif itu. Mereka aktif hanya pada awal-awal saja. Setelah itu sudah tidak aktif lagi mas. Pokoknya partisipasinya disini untuk semua pihak itu hanya pada batas perencanaannya saja, tapi untuk pelaksanaannya tidak ada. Kita semua suka malas-malasan gitu, ya karena memang kesibukan kita masing-masing mas, sehingga untuk benar-benar total terlibat itu tidak mas. Jadi ya seperti ini mas agrowisata di sini ya gini-gini aja mulai dari dulu." (Wawancara dengan Bapak Purwoto, 51 thn, ketua Kolompok tani, 09 Mei 2017)

Sejalan dengan pernyataan Bapak Purwoto, Bapak Bambang selaku kepala desa, juga menyatakan hal serupa. Bahwa keterlibatan masing-masing *stakeholder* hanya

pada tahap perencanaan. saja berikut pernyataan yang di ungkapkan bapak Bambang :

"Mereka juga terlibat dalam perencanaanya, misalnya yang saya katakan tadi untuk kepala desa sudah membuat program perencanaan untuk pengembangan agrowisata ini kedepannya. Contoh program dalam pembentukan koordinasi lahan parkir dan juga wisata kuliner. Selain itu dulu ada dari pihak dinas pariwisata itu datang kesini untuk membantu menata bagian-bagian yang mengelola agrowisata itu sudah di bantu untuk pembentukannya mas, namun permasalahannya di desa ini pelaksanaannya masih belum mas. Susah masyarakatnya untuk terlibat aktif itu. karena memang kesibukan kita masing-masing mas. Disini pokoknya intinya orang-orangnya individual mas." (Wawancara dengan Bapak Bambang, 40 thn, 04 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan dari beberapa informan di atas, telah membuktikan bahwa peran atau partisipasi dari berbagai *stakeholder* yang ada, hanya terbatas pada tahap perencanaan saja, dimana hampir semua *stakeholder* sudah terlibat aktif dalam merancang berbagai informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Misalnya pada tahap perencanaan terkait penataan *home stay, stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini telah melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk menginformasikan terkait bagaimana menyediakan berbagai kebutuhan jasa wisatawan, mulai dari *homestay*, kuliner, *tour guide* dan kebutuhan jasa lainnya. Pernyataan dari beberapa informan di atas di perkuat dengan pernyataan dari bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), berikut pernyataan yang di sampaikan bapak Suwaji:

"Pada tahap perencanaan mereka juga ikut merancang supaya agrowisata ini jauh lebih maju. Misalnya seperti bagaimana cara penataan home stay, dan bagaimana cara membuat wisatawan tidak hanya sekali datang hanya untuk sekedar ingin tau saja, tapi mereka juga mau datang terus ke agrowisata petik jeruk ini. Untuk kelompok tani itu sendiri di adakan pembinaan-pembinaan dari PPL yang berkaitan dengan pariwisata berupa edukasi cara budidaya yang baik itu seperti apa. Pihak pemerintah juga sudah mencoba membentuk POKDARWIS (kelompok sadar wisata) yang direkrut dari kalangan muda-mudi tapi ya masih belum aktif. Namun Permasalan terletak pada tahap pelaksanaan dan evaluasinya, dimana pada pelaksanaan setiap rencana yang di susun tidak dapat terealisasi secara optimal, hanya sebagian kecil saja yang dapat di wujudkan. Misalnya pada perbaikan fasilitas itu hanya saya saja dan beberapa anggota saja yang mau

untuk memperbaiki kerusakan pada fasilitas agrowisata yang ada." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017)

Pada tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi, semua informan menyatakan berbagai kendala yang terjadi terkait pelaksanaan dari perencanaan yang telah di susun untuk upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Dimana kesibukan dari masing-masing *stakeholder* baik *stakeholder* internal ataupun *stakeholder* eksternal yang ada, membuat perencanaan yang telah di susun tidak berjalan dengan sebagaimana mestinya. Pelaksanaan tidak dapat berjalan secara optimal. Terdapat beberapa saja yang memiliki kesadaran untuk ikut merealisasikan dalam perencanaan yang telah di susun. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 7:

Gambar 4. Kegiatan Perbaikan Fasilitas Berupa Pagar pada Agrowisata

Dari gambar 7 dapat dilihat hanya terdapat beberapa orang saja yang telah terlibat dalam upaya perbaikan fasilitas yang ada pada agrowisata petik jeruk. Kesibukan dan kesadaran pada masing-masing *stakeholder*, yang menyebabkan masing-masing *stakeholder* tidak bisa total untuk terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Untuk itu diperlukan adanya kesadaran dari berbagai pihak *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Sehingga semua perencanaan yang telah di susun tidak sia-sia. Sejalan dengan dengan pernyataan dari beberapa informan di

atas, Ibu Yuli dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang, mengungkapkan hal yang serupa. Berikut kutipan wawancara:

> "Kita sudah mencoba untuk membantu semampu kita dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini mas. Kita bahkan dulu sudah terjun langsung untuk membantu mengatur dan membuat perencanaan agar agrowisata petik jeruk itu bisa berkembang dan bersaing dengan agrowisata yang lainnya. Misalnya kita dulu sudah datang ke sana untuk mencoba membuat struktur kepengurusan dalam pengelolaan agrowisata, mulai dari pembentukan ketua pengelola, bendahara, sekretaris, dan devisi lainnya agar agrowisata petik jeruk itu terkelolah dengan baik. Selain itu kita juga pernah membantu dalam pembentukan program kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang mana terdiri dari kalangan pemuda yang ada di Desa Selorejo. Dengan harapan supaya mereka ikut menjadi pelopor dan pendorong dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk itu. Namun pada hasilnya program yang telah kita susun itu tidak ada yang berjalan dan bertahan lama mas. Kendalanya terletak pada SDM itu sendiri. Dimana *stakeholder* disana baik itu masyarakat juga tidak bisa melaksanakan perencanaan yang telah kita buat. Mereka hanya aktif pada awalnya saja dan setelahnya sudah tidak sama lagi dengan awal perencanaanya. Jadi ya memang susah mas untuk mengembangkan agrowisata petik jeruk itu. Masyarakatnya masih belum siap untuk menjadikan Desa Selorejo untuk menjadi Desa Wisata." (Wawancara dengan Ibu Yuli, 50 tahun, 18 Mei 2017).

Dari informan menyatakan bahwa kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap pengembangan agrowisata petik jeruk ini yang masih rendah, misalnya pada perencanaan pembentukan POKDARWIS, masyarakat hanya ikut aktif pada tahap awal pembentukan saja. Untuk realisasi dari perencanaan yang telah di susun masyarakat pada umumnya malas atau tidak mau terjun langsung dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Masyarakat tidak mau bergerak ketika tidak ada dorongan dari pihak atasan. Selain itu kesadaran dan pengetahuan yang masih rendah akan pentingnya pengembangan agrowisata membuat masyarakat enggan untuk melaksanakan perencanaan yang telah di buat. Oleh karena itu dalam hal ini peran pemerintah daerah sangat dibutuhkan untuk membangun kesadaran masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat melalui sosialisasi sadar wisata (POKDARWIS) supaya manfaat dari keberadaannya agrowisata ini dapat dirasakan langsung oleh berbagai pihak *stakeholder* khususnya masyarakat.

Pemerintah daerah sebagai salah satu *stakeholder* ekternal harus bersinergi dengan *stakeholder* yang lain agar permasalahan keterbatasan sumber daya dapat diatasi dan tercipta suatu *simbiosis mutualisme.* Dalam pengembangan agrowisata ini berbagai upaya telah dilakukan oleh masing-masing *stakeholder* misalnya dengan membangun kerjasama antar sektor, baik sektor swasta, sektor pemerintah lainnya, maupun dengan masyarakat. Upaya ini diwujudkan dalam berbagai hubungan komunikasi yang tercipta mengenai pengembangan agrowisata dengan berbagai pihak tersebut. Contohnya: komunikasi dengan sektor swasta (ketua pengelola agrowisata) dilaksanakan saat event-event promosi wisata melalui pelibatan ketua pengelola dalam setiap program dari pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata. Komunikasi dengan masyarakat dilakukan pada saat sosialisasi dan pelatihan pengelolaan obyek wisata. Contohnya pada saat sosialisasi terkait pengiriman informasi mengenai pembentukan kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Sedangkan komunikasi dengan sektor pemerintah lain misalnya dengan Dinas Pekerjaan Umum dalam peningkatan sarana dan prasarana obyek wisata. Contohnya perbaikan dan perluasan akses jalan untuk menunjang kenyamanan transportasi wisatawan.

Upaya mensinergikan masing-masing *stakeholders* memang tidak mudah, mengingat masih rendahnya partisipasi dari berbagai pihak *stakeholder* yang mana hanya terbatas pada tahap perencanaan saja dalam mengembangkan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Untuk itu perlu dilakukan koordinasi dan komunikasi yang baik dari semua sektor. Peran masyarakat dalam pengembangan potensi agrowisata petik jeruk sangatlah besar dan perlu diseimbangkan dengan peran pemerintah maupun swasta. Namun demikian pada kenyataannya peran masyarakat masih sangat kecil dibandingkan peran *stakeholder* yang lain. Hal ini disebabkan oleh lemahnya akses yang dimiliki masyarakat kepada sumberdaya agrowisata yang ada dan rendahnya keterlibatan mereka dalam mendesain dan merancang informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Selain permasalahan terkait kesibukan dari masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk yang menjadikan dasar permasalahan sehingga perencanaan tidak dapat berjalan dengan baik, kendala lain datang dari faktor sumber daya manusia (SDM) khususnya pada masyarakat yang ada di sekitar agrowisata petik jeruk, yaitu sikap masyarakat yang individual dan kurang peka terhadap lingkungan dalam upaya pengembangan agrowisata membuat perencanaan yang telah di susun tidak sesuai dengan harapan. Berikut beberapa pernyataan dari informan yang menyatakan bahwa permasalahan utama yaitu berasal dari faktor SDM khususnya Masyarakat.

> "Permasalahan-permasalahan terutama terletak pada masyarakat, dimana masyarakat disini itu masih nyaman di zonanya. Jadi untuk mau melakukan perubahan itu sulit. Disini masyarakatnya kurang perduli kepada lingkungan yang ada, misalnya untuk program lingkungan bersih, dimana masyarakat seharusnya ikut membantu mengelola sampah yang ada, sehingga lingkungan tetap dapat terjaga kebersihannya. Namun pada pelaksanaannya masyarakat sulit untuk di atur, terlalu banyak pertimbangan. Dan ujung-ujungnya tidak mau ikut terlibat dalam pelaksanaanya." (Wawancara dengan Bapak Agus, 40 thn, 10 Mei 2017).

Pernyataan dari bapak Agus selaku ketua gabungan kelompok tani di atas, di perkuat dengan pernyataan dari bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk. Berikut pernyataan yang di sampaikan bapak Suwaji kepada peneliti:

> "Kendalanya itu masyarakat sedikit yang ikut bergabung dalam pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. mereka tidak tau aturan-aturannya dan tidak percaya bahkan mereka beranggapan bahwa wisatawan justru malah akan merusak tanaman jeruk miliknya. Selain itu masyarakat juga masih susah untuk di aturnya, seperti untuk melakukan penataan kebun, dan pemberian fasilitas kebun. Mereka tidak mau rugi, hanya mau enaknya saja mas." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Penuturan atau pernyataan dari beberpa informan di atas menegaskan bahwa permasalahan utama juga terletak pada masyarakat, yang mana masyarakat atau petani jeruk yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang memiliki tingkat kesadaran yang masih kurang terhadap keperduliannya pada lingkungan, selain itu masyarakat di Desa Selorejo masih belum siap untuk menjadi desa wisata. Hal ini di karenakan keterbatasan-keterbatasan pada sumberdaya

manusia (SDM) yang ada di Desa Selorejo terhadap pengetahuan dalam mengelola agrowisata yang semestinya. Namun ketika peneliti mengkonfirmasikan terkait permasalahan yang telah di ungkapkan oleh berberapa *stakeholder* yang menyatakan bahwa permasalahan terletak pada kesadaran masyarakat yang masih belum optimal terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini, informan masyarakat memberikan pernyataan bahwa mereka tidak bisa melaksakan perencanaan yang telah di susun oleh *stakeholder* yang lain dalam upaya pengembangan agrowisata ini, hal ini disebabkan masyarakat tidak mengetahui dan tidak pernah di libatkan secara langsung dalam penyusunan informasi terkait perencanaan-perencanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Berikut pernyataan dari beberapa informan masyarakat:

> " Kurang paham tentang itu saya mas, saya tidak pernah di libatkan atau di ajak rapat dan berdiskusi untuk pengembangan agrowisata ini. Saya tidak tau perencanaan dan program-program apa yang buat untuk pengembangan agrowisata ini. Yang saya tau kelompok tani disini tidak aktif, programnya tidak ada yang jalan. Tidak pernah melakukan rapat dan yang lainnya, mereka aktif hanya pada saat ada kunjungan dari dinas-dinas saja." (Wawancara dengan Bagus, 23 tahun, 07 Mei 2017).
>
> "Saya tidak tau iku mas, saya tidak paham masalah perencanaan-perencanaan yang di buat, saya hanya ngikut ae apa yang di sampaikan bapak Suwaji selaku ketua pengelola. Untuk masalah itu mungkin yo pak Suwaji pasti lebih paham." (Wawancara dengan bapak Salim, usia 30 tahun, 06 Mei 2017)

Cuplikan wawancara peneliti dengan beberapa informan di atas, menunjukkan bahwa masyarakat enggan menjalankan perencanaan atau program yang telah di susun oleh pihak *stakeholder*, hal ini di karenakan lemahnya akses yang dimiliki masyarakat untuk mendesain dan mengontrol terhadap upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Dimana masyarakat tidak pernah di libatkan secara langsung dalam perancangan informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Temuan ini berbeda dengan konsep pengembangan pariwisata melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) yang seharusnya. Menurut Hausler (2005), terdapat tiga unsur penting CBT, yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam managemen dan pengembangan

pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat serta pemberdayaan politik (*capacity building*) masyarakat lokal yang bertujuan meletakkan masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan. Pada intinya dalam konsep CBT masyarakat tidak hanya di tempatkan sebagai objek dalam pariwisata, tetapi masyarakat juga di jadikan subjek dalam pariwisata. Pernyataan dari beberapa informan di atas, di perkuat dengan pernyataan yang datang dari Bapak Sudarto, berikut hasil wawancara dari peneliti dengan bapak Sudarto:

> " Saya disini hanya petani jeruk biasa mas, jadi masalah perencanaan dan program-program yang dibuat itu saya tidak pernah terlibat. Dan tidak ada aparat ataupun pihak pengelola yang mengajak saya untuk ikut merancang atau merencanakan program terkait pengembangan agrowisata ini. Saya pasti ikut-ikut aja mas kalau saya di ajak, yang pentingkan tujuannya jelas untuk kemajuan agrowisata ini. Tapikan permasalahannya saya tidak pernah mengetahui apa programnya." (wawancara dengan Bapak Sudarto, 51 thn, 08 Mei 2017).

Salah satu aspek yang harus dipenuhi dalam pengembangan CBT adalah menitikberatkan pengembangannya pada masyarakat. Masyarakat menduduki posisi sebagai bagian integral yang ikut berperan serta, baik secara subjek maupun objek. Dalam hal ini masyarakat seharusnya mulai di libatkan dalam mendesain dan merancang informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), sehingga masyarakat memiliki akses untuk mengontrol dan melaksanakan bersama-sama program yang telah di susun atau di rencanakan. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh Beeton (2006), yang menyatakan peran komunitas dalam pengembangan pariwisata sangat tergantung pada sejauh mana mereka memiliki kesempatan dan kekuatan. Masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* dalam pembangunan memiliki peran strategis, tidak saja sebagai penerima manfaat pengembangan, namun sekaligus menjadi pelaku yang mendorong keberhasilan pengembangan agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Dengan demikian, pengembangan agrowisata petik jeruk melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT) dapat dijadikan alternatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal atau masyarakat sekitar destinasi.

Misalnya, kebutuhan wisatawan memberi peluang usaha pada masyarakat lokal melalui penyediaan barang atau jasa baik hulu maupun hilir. Dampak ekonomi dari pengembangan agrowisata dalam hal ini berkaitan dengan penerimaan pendapatan masyarakat lokal dari kedatangan dan hasil belanja kebutuhan wisatawan. Sumber penerimaan tersebut antara lain berasal dari belanja wisatawan yaitu seperti transportasi, akomodasi, tiket masuk obyek agrowisata, makan dan minum, souvenir atau oleh-oleh, dan pengeluaran wisata lainnya. Selain itu pengembangan agrowisata melalui pendekatan CBT ini dapat di jadikan alternatif dalam pemberdayaan pada masyarakat dengan menciptakan rasa kebanggaan yang timbul dari masyarakat terhadap keberadaan dari agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini.

Kebanggaan masyarakat adalah bagian penting sebagai modal berinteraksi dengan wisatawan. Kebanggaan dapat diartikan sebagai perasaan bangga, senang, besar hati, berharga, yang datang dari masyarakat karena telah menjadi bagian dari keluarga agrowisata petik jeruk ini. Sehingga rasa kebanggaan masyarakat itu akan menimbulkan motivasi dan rasa percaya diri dari masyarakat saat berinteraksi dengan wisatawan. Perasaan bangga tersebut mendorong masyarakat untuk menampilkan dan memberikan pelayanan yang optimal pada wisatawan yang berkunjung ke agrowisata petik jeruk. Hal ini penting dalam tahapan proses selanjutnya, dimana masyarakat akan merasa ikut memiliki dan merasakan manfaat dari keberadaannya agrowisata petik jeruk tersebut. Maka diharapkan masyarakat dapat secara aktif melakukan pengawasan terhadap perencanaan maupun pelaksanaan program-program yang telah di tentukan. Sehingga penyimpangan-penyimpangan mampu di hindarkan guna mencapai keberhasilan pembangunan sesuai tujuan yang telah di rencanakan bersama.

Tabel 6. Partisipasi Stakeholder dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk

Stakeholder Yang Terlibat	Identifikasi Stakeholder	Partisipasi Stakeholder	Evaluasi Partisipasi Stakeholder
Stakeholder Internal	Bapak Suwaji, Kepala Desa dan Ketua Kelomok Tani, Gabungan Ketua Kelompok Tani	1. Perencanaan Semua *stakeholder* ikut merancang informasi yang terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Misalnya tentang penataan *home stay*, pengelolaan sampah, berbaikan dan penambahan fasilitas dan pembentukan POKDARWIS. 2. Pelaksanaan Hampir semua program yang telah di rencanakan, tidak ada yang terealisasikan. Hal ini di karenakan kesibukan dari masing-masing *stakeholder* serta kendala dari SDM khususnya masyarakat yang tidak mau menerapkan perencanaan yang telah di buat. 3. Evaluasi Tidak ada agenda evaluasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk yang dilakukan masing-masing *stakeholder*, karena kesibukan yang dimiliki sehingga tidak bisa tolalitas dalam memberikan dukungannya.	Seharusnya partisipasi tidak hanya terbatas pada tahap perencanaan saja, tetapi berlanjut pada tahap pelaksanaan dan evaluasi. Oleh sebab itu diperlukan adanya kesadaran dari berbagai pihak *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Sehingga semua perencanaan yang telah di susun tidak sia-sia.

Repository Universitas Brawijaya

Stakeholder Eksternal	Dinas Pariwisata, PPL dan juga wisatawan	1. Perencanaan Ikut merancang informasi terkait upaya pengembangan agrowisata. Misalnya untuk Dinas Pariwisata membuat perencanaan terkait penataan home stay, pembuatan struktur atau devisi dalam pengelolaan agrowisata serta pembentukan POKDARWIS. Dan PPL ikut merancang informasi terkait pembinaan dan pelatihan yang di berikan kepada kelompok tani. Misalnya tentang wisata edukasi, penanganan panen dan pasca panen dll. Dan wisatawan ikut merancang informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Misalnya memberikan saran dan masukan terkait fasilitas dan juga ikut mempromosikan. Misalnya wisatawan merancang informasi terkait penambahan WC umum, dan juga tempat sampah. 2. Pelaksanaan Dinas sudah terjun langsung ke Desa Selorejo untuk meninjau kondisi agrowisata petik jeruk, serta ikut merancang pembentukan struktur organisasi dalam kepengurusan agrowisata dan juga pembentukan POKDARWIS. Selain itu	Peran dari *stakeholder* eksternal sudah cukup baik, namun perlu di tingkatkan peran serta kepeduliannya terhadap pengembangan agrowisata ini. Melihat permasalahan yang ada yaitu kepedulian dan kepekaan *stakeholder* internal dan juga masyarakat yang ada di Desa Selorejo terkait pengembangan agrowisata ini, diharapkan stakeholder penunjang atau stakeholder ekternal dapat memberikan masukan-masukan dan pemberdayaan pada SDM yang ada di desa selorejo agar dapat menumbuhkan rasa kepedulian dan rasa memiliki terhadap agrowisata petik jeruk ini.

Repository Universitas Brawijaya

		PPL juga sudah terlibat dalam upaya pembinaan dan pelatihan pada kelompok tani. 3. Evaluasi Evaluasi berkaitan untuk pengembangan agrowisata kedepannya harus seperti apa, agar lebih maju lagi dan mampu bersaing dengan agrowisata sejenis. Misalnya terkait penataan home stay, terkait wisata kuliner dan lain-lain. Dan juga fasilitas yang seharusnya ditambah itu berupa apa saja, misalnya penambahan wahana wisata untuk kedepannya. Dengan harapan dapat menarik perhatian wisatawan lebih banyak lagi.	
	Masyarakat	1. Perencanaan Dalam hal ini masyarakat tidak di libatkan secara langsung dalam penyusunan dan mendesain informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Masyarakat masih dipandang tidak mengetahui apa-apa sehingga pelibatan dalam perencanaan tidak di ikut sertakan. 2. Pelaksanaan Masyarakat sulit untuk melaksanakan program yang telah di rencanakan. Hal ini karena	Seharusnya masyarakat ikut di libatkan dalam penyusunan informasi yang di rancang untuk pengembangan agrowisata petik jeruk ini, sehingga masyarakat mengetahui program atau rencana apa yang akan di jalankan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Selain itu dengan melibatkan masyarakat dalam

Repository Universitas Brawijaya

	masyarakat tidak terlibat dalam mendesain informasi pada tahap perencanaan,sehingga masyarakat merasa tidak memiliki program dan tidak mengetahui secara jelas tujuan dari perencanaan-perencanaan yang telah di susun.	mendesain dan merancang informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini, dapat memberikan akses kepada masyarakat, sehingga masyarakat dapat melaksanakan dan mengontrol secara langsung terkait pengembangan agrowisata petik jeruk ini secara bersama-sama dengan *stakeholder* yang lain.
	3. Evaluasi Tidak ada	

Repository Universitas Brawijaya

4.4.3 Proses Komunikasi *Stakeholder* dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT)

Proses komunikasi pada dasarnya di artikan sebagai proses transfer informasi atau pesan-pesan dari pengirim sebagai komunikator kepada penerima sebagai komunikan. Menurut Ruslan (2014), Tujuan dari proses komunikasi adalah tercapainya saling pengertian (*manual understanding*) antara kedua belah pihak. Secara garis besar proses komunikasi memuat unsur-unsur pokok, yaitu pengiriman informasi, pertukaran informasi dan pemaknaan informasi. Berdasarkan unsur pokok tersebut peneliti kemudian menetapkan proses komunikasi ke dalam tiga unsur yaitu pengiriman informasi, pertukaran informasi dan pemaknaan informasi.

1. Pengiriman Informasi

Berdasarkan wawancara peneliti dengan beberapa informan yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, diketahui bahwa proses pengiriman informasi masih bersifat *top-down* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Dimana proses pengiriman informasi masih di dominasi oleh pihak-pihak yang memiliki informasi lebih. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) :

> "Untuk informasi terkait pengembangan agrowisata ini saya biasanya dulu sering mendapatkannya dari pihak-pihak yang sudah ahli mas terkait cara pengembangan agrowisata, misalnya dari PPL dan juga dari Dinas Pariwisata. Untuk PPL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan dan pembinaan kepada kelompok tani, misalnya terkait wisata edukasi tentang budidaya jeruk dan juga penanganan panen dan pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata biasanya terkait perencanaan agrowisata ini kedepannya seperti apa agar lebih maju. Jadi saya hanya mengikuti saja informasi apa yang di sampaikan oleh pihak yang sudah ahli mas." (Wawancara dengan Bapak Purwoto, 51 thn, Ketua kelompok tani, 09 Mei 2017).

Pernyataan di atas diperkuat oleh pernyataan bapak Salim selaku petani yang ikut bergabung dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Berikut kutipan wawancara yang disampaikan oleh bapak Salim:

> "Terkait informasi apa kata pak suwaji mas, saya manut-manut aja apa yang di sampaikan pak suwaji. Karena kan semua informasinya ya terkait upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya terkait informasi tentang penataan homestay dan penyediaan wisata kuliner. Itu semuanya saya tau dari pak

suwaji mas. Tapi ya itu kadang saya tidak bisa mengelolanya mas, terkait penataan home stay itu. Karena tidak begitu paham." (Wawancara dengan Bapak Salim, 30 tahun, 06 Mei 2017).

Berdasarkan penyajian data di atas, membuktikan bahwa pada proses komunikasi dalam unsur pengiriman informasi yang dilakukan antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini masih bersifat *top-down.* Pada proses komunikasi dalam pengembangan agrowisata ini masih di dominasi oleh pihak-pihak yang memiliki informasi lebih terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Sehingga dengan komunikasi yang bersifat *top-down* ini masyarakat hanya dianggap sebagai objek pembangunan, bukan sebagai pelaku pembangunan itu sendiri. Hal ini tentu berbeda dengan konsep dari *Community Based Tourism* (CBT), yang mana pada konsep CBT, masyarakat tidak hanya dijadikan objek dalam pembangunan pariwisata, tetapi masyarakat juga di jadikan subjek dalam pembangunan pariwisata dengan cara memberikan akses dan kesempatan pada masyarakat untuk ikut merancang dan mendesain serta mengevaluasi terkait informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini.

Temuan peneliti terhadap proses komunikasi yang masih bersifat *top-down* di atas, di perkuat dengan pernyataan dari Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), yang mengungkapkan pengiriman informasi di anggap lebih memudahkan ketika informasi tersebut datang dari satu sumber, sehingga tidak menyebabkan perbedaan persepsi untuk menentukan tujuan. Berikut pernyataan dari bapak Suwaji:

"Informasinya saya mendapatkan langsung dari pihak-pihak yang sudah ahli mas terkait cara pengembangan agrowisata itu seperti apa, misalnya kita selalu mendapatkan informasi dari kelompok tani terkait cara-cara pengembangan agrowisata ini. Soalnya kan ketua kelompok tani disini sering mengikuti even-even dan sering di berikan pembinaan dari PPL. Sehigga wawasan mereka jauh lebih banyak tentang bagaimana pengelolaan agrowisata yang seharusnya. Dan dari informasi yang saya peroleh, saya menyampaikan kepada petani yang ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata ini. Dan selama ini mereka juga mengikuti intruksi yang saya berikan." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017)

Pada penerapan pola komunikasi yang masih bersifat *top-down* antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, seharusnya dirubah pada pola komunikasi partisipatif. Komunikasi partisipatif adalah suatu proses komunikasi dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan (Rahim, 2004). Dalam hal ini yang mana seharusnya masyarakat di libatkan secara aktif dalam proses perancangan informasi sesuai dengan kebutuhan bersama untuk memecahkan permasalahnnya. Dengan demikian masyarakat dapat merasa memiliki program tersebut. Pada penerapan pola komunikasi tentu dapat memperlihatkan intensitas komunikasi yang terjadi antar *stakeholder* dengan masyarakat, karena intensitas bertanya, memberi informasi, meminta klarifikasi, penyebaran informasi dan kebutuhan informasi akan rendah jika komunikasi tersebut bersifat *top-down* (Wahyuni, 2006). Hal ini terbukti dengan pola komunikasi yang diterapkan, menyebabkan hubungan komunikasi antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini terbatas. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan yang mengungkapkan bahwa permasalahan di dasari oleh hubungan komunikasi:

> "Hubungan komunikasinya sudah jarang mas. Sudah lama saya tidak ada komunikasi lagi dengan Bapak Suwaji dan juga pengurus yang lain. Karena sudah tidak pernah melakukan pertemuan lagi terkait pembicaraan mengenai pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Karena tidak memiliki keperluan sehingga sudah jarang komunikasi lagi, jadi saya sudah tidak tau bagaimana kelanjutan dari agrowisata ini." (Wawancara dengan Bapak Agus, 40 thn, 10 Mei 2017).

Pernyataan dari beberapa informan diatas di pertegas oleh pernyataan Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk. Berikut kutipan wawancara dengan bapak Suwaji:

> "Tapi untuk saat ini komunikasi lumayan jarang mas, dulu sering berkomunikasi dengan kelompok tani, disini kan dulu selalu di adakan pertemuan 1 bulan 2 kali. ya dalam pertemuan itu di jadikan ajang transfer informasi terkait pengembangan agrowisata ini. Karena kelompok tani kan sering mengikuti lomba-lomba, dan disitu pasti tau banyak tentang hal-hal baru. Sekaligus juga dijadikan ajang promosi juga. Tapi untuk akhir-akhir ini sudah jarang. Karena ya kesibukan masing-masing mas. Saya juga kan tidak hanya mengurus agrowisata ini. Saya juga dagang, juga petani jadi ya

sibuk. Kalau ketemu paling nyapa saja. Tidak sempat untuk berdiskusi panjang lebar."(Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40thn, 05 Mei 2017).

Kutipan pernyataan dari beberapa informan di atas, membuktikan bahwa hubungan komunikasi antar *stakeholder* sudah jarang di lakukan. Hal ini di karenakan proses komunikasi yang masih bersifat *top-down*. Sehingga kesempatan untuk bertanya, kesempatan untuk memberi informasi, meminta klarifikasi, dan kebutuhan informasi masih terbilang rendah. Temuan ini di perkuat dengan pernyataan Wahyuni (2006), yang menyatakan penerapan komunikasi yang masih bersifat *top-down* membatasi dalam interaksi komunikasi, meliputi kesempatan untuk bertanya, kesempatan untuk memberi informasi dan kesempatan untuk mengklarifikasi informasi terbatas. Keterbatasan dalam hubungan komunikasi yang tercipta antar *stakeholder* menimbukan berberapa kendala dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya pada partisipasi dari masing-masing *stakeholder* yang masih belum optimal dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk. Dimana pada tahap pelaksanaan dan evaluasi dari perencanaan yang telah di susun tidak bisa berjalan sebagaimana mestinya. Contoh terkait dengan perencanaan pembentukan POKDARWIS. Keberadaan dari POKDARWIS saat ini sudah tidak aktif lagi. Hal ini di karenakan rendahnya rasa memiliki dan rasa saling perduli yang muncul dari masing-masing *stakeholder* terkait dengan keberadaannya agrowisata ini, sehingga tidak bisa totalitas dalam menjalankan perannya serta dukungan yang diberikan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini.

Permasalahan lain yaitu itu datang dari kesibukan masing-masing *stakeholder* sehingga tidak bisa total dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Kesibukan dari masing-masing *stakeholder* menyebabkan intensitas komunikasi yang terjalin antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata tidak optimal atau jarang untuk melakukan komunikasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Sehingga hal ini cenderung menghasilkan lemahnya pemahaman antar *stakeholder* terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

2. Pertukaran Informasi

Pertukaran informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), pada dasarnya tentang upaya perbaikan-perbaikan pada agrowisata petik jeruk agar lebih baik untuk kedepannya. Misalnya perturakan informasi tentang penataan *home stay*, pertukaran informasi tentang perbaikan fasilitas, pertukaran informasi tentang wisatawan, pertukaran informasi tentang pelayanan, dan informasi-informasi lain terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Berikut kutipan hasil wawancara dari peneliti dengan beberapa informan terkait pertukaran informasi:

> "Pertukaran informasi biasanya terkait dengan wisatawan dan pelayanan, seperti cara membuat tamu nyaman, serta aturan-aturan agar antara kedua belah pihak sama-sama tidak dirugikan. Seperti pada awal-awalnya pembentukan agrowisata tidak ada batasan mana pohon jeruk yang siap di petik atau tidak. Tapi saat ini di kasih batasan. Misalnya untuk hari ini pohon yang siap di petik itu ini. Dan peraturan untuk tidak merusak kebun" (Wawancara dengan Bapak Bambang, Kepala Desa, 44 thn, 04 Mei 2017).

Serupa dengan bapak Bambang, Bapak Purwoto selaku ketua kelompok tani memperjelas tentang pertukaran informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT):

> "Jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi agrowisata mas, misalnya tadi saya jelaskan itu, untuk PPL biasanya informasi yang di sampaikan terkait wisata edukasinya, mulai dari cara budidaya dan panen pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata itu terkait perencanaan, mulai dari perencanaan tentang wisatawan yang berkunjug itu harus di perlakukan dengan baik agar bisa betah di agrowisata ini dan tidak hanya mau datang satu kali saja tapi mau datang kesini lagi. Selain itu juga terkait penataan home stay, serta terkait perencanaan agrowisata petik jeruk ini kedepannya. Misalnya dengan saran untuk penambahan fasilitas berupa tempat sampah agar lingkungan tetap terjaga dan bersih." (Wawancara dengan Bapak Purwoto, 51 thn, 09 Mei 2017).

Berdasarakan penyajian data dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan di atas, menunjukkan bahwa proses pertukaran informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini berbasis komunitas (CBT) ini, meliputi banyak hal. Misalnya pertukaran informasi terkait wisata edukasi, dimana masing-masing *stakeholder* di berikan pemahaman melalui sosialisasi terkait

bagaimana cara-cara berbudidaya jeruk yang baik serta bagaimana cara panen dan pasca panen yang baik pula. Sehingga dengan harapan pihak pengelola dan juga masyarakat dapat memberikan edukasi terkait cara budidaya dan penanganan panen pasca panen jeruk kepada wisatawan yang berkunjung ke agrowisata petik jeruk ini. Selain itu pertukan informasi terkait penataan *home stay*. Hal ini berkaitan dengan system penyediaan jasa kepada wisatawan. Dimana masyarakat di edukasi terkait penataan *home stay*, misalnya tentang pemberian fasilitas dan juga kebersihan lingkungan serta harga yang sesuai. Sehingga wisatawan tidak merasa kecewa dengan fasilitas dan pelayanan yang di berikan oleh pihak pengelola maupun masyarakat. Pernyataan dari Bapak Bambang dan juga Bapak Purwoto sejalan dengan pernyataan yang di sampaikan oleh Bapak Suwaji Selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

> "Informasi yang di pertukarkan biasanya ya tentang informasi agrowisata mas, mulai dari pelayanan, misalnya seperti cara membuat tamu nyaman, serta aturan-aturan agar antara kedua belah pihak sama-sama tidak dirugikan. Serta informasi yang terkait dengan pengelolaan agrowisata yang baik itu seharusnya seperti apa. seperti pembagian team-team pengelola mulai dari divisi penyedia konsumsi, pemandu wisatawan, dan juga pemasarannya sehingga ketika semua bagian-bagian telah ada yang mengatasi, maka kita berharap pelayanan kepada wisatawan itu dapat memuaskan. Selain itu juga informasi biasanya terkait penyediaan kuliner bagi wisatawan yang berkunjung. Misalnya membuka warung-warung makan, menyediakan oleh-oleh dan lain sebagainya" (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Sama halnya dengan pernyataan sebelumnya, kutipan wawancara dengan Bapak Suwaji memperjelas bahwa pertukaran informasi terkait tentang banyak hal. Mulai dari penyediaan maupun perbaikan pada fasilitas yang ada untuk menunjang kemajuan dari agrowiasaa. Misalnya pertukaran informasi tentang penyediaan tempat sampah di kebun agrowisata, sehingga lingkungan kebun agrowisata dapat terjaga kebersihannya. Selain itu penambahan WC umum dan penambahan pendopo-pendopo sebagai tempat istirahat dan berteduh bagi wisatawan yang berkunjung pada agrowisata petik jeruk ini. Penyediaan berbagai fasilitas ini mampu menciptakan rasa kepuasan yang timbul dari wisatawan. Sehingga ketika kebutuhan serta kepuasan dari wisatawan telah terpenuhi maka tentu memberikan

dampak yang positif bagi agrowisata petik jeruk. Misalnya dengan bertambahnya wisatawan yang berkunjung baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan non lokal. Temuan ini sesuai dengan pernyataan dari Johnson *dalam* Purwoko (2000) mengemukakan kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan kunjungan yang didapatkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa ketika kinerja telah memenuhi harapan, maka wisatawan akan merasa puas.

Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini menambahkan bahwa pertukaran informasi tidak hanya di peroleh dari pihak-pihak *stakeholder* baik ketua kelompok tani ataupun dari Dinas Pariwisata. Tetapi pertukaran informasi yang sering beliau lakukan yaitu dengan para wisatawan yang berkunjung ke agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Wisatawan sering memberikan informasi melalui saran dan masukan terkait pengembangan agrowisata ini. Berikut cuplikan wawancara peneliti dengan ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT):

> "Untuk informasi saya biasanya tau dari wisatawan mas, biasanya saya minta keluhan dan pendapat dari wisatawan terkait agrowisata ini, misalnya tentang pandangan mereka terhadap agrowisata ini seperti apa, selain itu juga saran yang perlu di perbaiki untuk agrowisata ini apa saja. Biasanya pertukaran informasi dengan wisatawan itu terkait fasilitas. Mulai dari penyediaan tempat sampah, WC umum, pembuatan tempat istirahat berupa posku dan juga pertukaran informasi terkait saran pemanbahan fasilitas dan wahana lain selain agrowisata petik jeruk ini. Sehingga kata mereka wisatawan yang datang kesini itu pasti lebih banyak. Karena mereka dimanjakan tidak hanya dari sisi pertaniannya saja, tapi ada wahana-wahana lain seperti yang ada di Kota Batu. Dan setelah memperoleh informasi itu biasanya saya langsung sampaikan pada bapak suwaji sekaligus juga untuk di diskusikan terkait informasi-informasi yang di dapatkan, baik dari keluhan wisatawan ataupun perkembangan wisata kedepannya."(Wawancara dengan Mas Bagus, 23 thn, 07 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan dari informan di atas, membuktikan bahwa wisatawan memiliki peran penting dalam proses pertukaran informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Dimana wisatawan memiliki kesempatan untuk ikut merancang informasi berupa saran-saran yang bertujuan untuk kemajuan agrowoisata. Misalnya terkait dengan perbaikan fasilitas pada agrowisata, selain itu

penambahan fasilitas berupa pembuatan wahana-wahana lain diluar agrowisata. Sehingga di harapkan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang ini mampu bersaing dengan agrowisata-agrowisata sejenis. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa wisatawan yang berkunjung ke agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo:

> "Informasi yang saya pertukarkan terkait dengan penambahan fasilitas misalnya penambahan Tempat sampah, WC umum dan bahkan penambahan wahana–wahana baru disisni. Sehingga wisatawan tidak hanya di suguhkan wisata jeruk saja, tapi ada wahana lain yang menarik perhatian wisatawan. Selain itu informasi yang saya sampaikan yaitu terkait promosi dari pihak pengelola agrowisata. Agar wisatawan yang datang untuk berkunjung ke agrowisata ini tidak hanya dari wisatawan local saja, tapi ya harapan saya ada wisatawan luar negri juga yang mau untuk berkunjung ke agrowisata petik jeruk ini."(Wawancara dengan bapak Heru, 35 thn, 29 Mei 2017).

Pernyataan serupa juga di sampaikan oleh informan wisatawan, berikut kutipan wawancara peneliti dengan informan:

> "Pertukarkan informasi terkait dengan penambahan fasilitas seperti pembuatan tempat sampah empat yang di tambahkan lagi, agar kondisi lingkungan agrowisata itu tetap terjaga. dan bahkan penambahan wahana–wahana baru disisni. Sehingga wisatawan tidak hanya di suguhkan wisata jeruk saja, tapi ada wahana lain yang menarik perhatian wisatawan. Selain itu informasi yang saya sampaikan yaitu terkait promosi dari pihak pengelola agrowisata, dimana pihak pengelolah harus memiliki media social untuk gencar mempromosikan agrowisata ini. Agar wisatawan yang datang untuk berkunjung ke agrowisata ini tidak hanya dari wisatawan local saja tapi juga wisatawan mancanegara."(Wawancara dengan bapak Aziz, 40 thn, 29 Mei 2017).

Pernyataan dari informan wisatawan di atas menunjukkan bahwa wisatawan juga memiliki peranan penting dalam mendasain informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini agar bisa lebih baik lagi, khususnya dalam aspek fasilitas dan juga pelayanan. Misalnya pada penambahan fasilitas terkait penyediaan tempat sampah, toilet dan juga penyediaan wahana-wahana lain di luar agrowisata petik jeruk. Sehingga objek wisata tidak hanya terpaku pada wisata agro saja, melainkan ada alternatif lain sebagai daya

tarik wisatawan, sehingga dapat meningkatkan minat serta kunjungan dari wisatawan pada agrowisata petik jeruk baik dari wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Selain itu pelayanan, yaitu dengan cara menambahkan tenaga kerja yang berkompeten di bidang pariwisata, sehingga mampu memberikan inovasi-inovasi baru untuk kemajuan dari agrowisata petik jeruk.

Hal ini menunjukkan bahwa peran dari wisatawan selaku *stakeholder* eksternal memiliki akses dan juga ikut berkontribusi untuk memberikan saran dan juga informasi terkait banyak hal dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Peran wisatawan sebagai bagian dari *stakeholder* eskternal tentu sangat membantu dalam tahap pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang supaya agrowisata ini mampu berkembang lebih maju serta mampu bersaing dengan agrowisata yang sejenis.

3. Pemaknaan Informasi

Hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, pada dasarnya masing-masing *stakeholder,* baik stakeholder *internal* maupun *stakeholder* eksternal telah memahami tentang informasi yang di pertukarkan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Namun hal ini tidak berlaku pada masyarakat selaku bagian dari *stakeholder*. Dimana masyarakat tidak bisa memahami dengan baik tentang informasi-informasi yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Selain itu permasalahnnya kesadaran serta kesibukan dari masing-masing *stakeholder* menyebabkan pelaksanaan terkait perencanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini tidak bisa berjalan sesuai rencana yang telah di tentukan. Misalnya terkait perencanaan *home stay*, perbaikan fasilitas dan juga perencanaan terkait pembentukan POKDARWIS tidak bisa berjalan sesuai dengan harapan. Berikut cuplikan wawancara peneliti dengan beberapa informan:

"Informasi yang kita terima itu sebenarnya kita memahami mas, misalnya terkait dengan informasi agrowisata yang tadi saya jelaskan itu, untuk PPL

biasanya informasi yang di sampaikan terkait wisata edukasinya, mulai dari cara budidaya dan panen pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata itu terkait perencanaan-perencanaan mulai dari perencanaan tentang wisatawan dan juga perencanaan terkait pengembangan agrowisata itu kita memahami yang di maksudkan. Namun kendala nya karena keterbatasan SDM dalam mengelola dan merealisasikan setiap informasi yang kita peroleh, dalam hal ini kita tidak memiliki kemampuan lebih dalam rangka mengelola agrowisata ini. Karena pada dasarnya masyarakat disini itu hanya seorang petani jeruk biasa." (Wawancara dengan Bapak Purwoto, 51 thn, 09 Mei 2017).

Pernyataan dari Bapak Purwoto selaku ketua kelompok tani, senada dengan pernyataan yang di sampaikan oleh bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), berikut cuplikan wawancara peneliti dengan informan:

"Iya saya mengerti setiap informasi yang diperoleh mas, Baik itu dari kelompok tani maupun informasi dari pihak lain. Misalnya informasi terkait penataan *home stay*. Sebenarnya saya itu sudah paham dengan perencanaan penataan *home stay* dengan tujuan demi kebaikan dan pelayanan yang baik pada wisatawan. Tetapi karena keterbatasan kita sehingga kita tidak bisa berbuat banyak mas. Misalnya juga perencanaan pembentukan POKDARWIS, itu kita sudah di sosialisasikan kepada masyarakat disini, dan kita sudah tau apa manfaat dan tujuan dari POKDARWIS itu, tetapi ya pada pelaksanaannya itu kita tidak bisa. Sehingga keberadaan POKDARWIS ini sudah tidak aktif lagi. Karena ya keterbatasan pengetahuan dari SDM disini mas. (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Pernyataan dari ke dua informan di atas membuktikan bahwa perancangan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) dapat di pahami oleh masing-masing *stakeholder*, hal ini di buktikan dari pernyataan-pernyataan yang telah di sampaikan oleh informan di atas. Namun kendala terhambatnya program atau perencanan yang telah disusun bukan di karenakan kesalahan pada pemaknaan informasi, melainkan pada sumberdaya manusia (SDM) yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), yaitu berupa kesadaran masyarakat yang kurang tentang rasa perduli dan rasa memiliki terhadap pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Hal ini berbeda dengan pernyataan dari beberapa masyarakat

yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk, dimana masyarakat menyatakan bahwa mereka tidak memahami informasi-informasi yang di dapatkan dari beberapa *stakeholder* yang memiliki informasi lebih seperti ketua kelompok tani, ketua pengelola dan juga *stakeholder* lainnya. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan:

> "Saya tidak paham dengan perencanaanya untuk mengembangkan agrowisata itu seperti apa, informasinya saya tidak begitu tahu. Karena saya tidak pernah terlibat dalam diskusi atau pertemuan-pertemuan yang di adakan untuk memajukan agrowisata ini. Jadi saya ya hanya ngikut-ngikut aja mas. Karena saya memang tidak begitu paham." (Wawancara dengan Bapak Sudarto, 51, 07 Mei 2017).

Kondisi serupa juga terjadi pada Bapak Salim, dimana informan tidak begitu paham tentang informasi-informasi yang di terima terkait dengan perencanaa upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan informan:

> "Saya kurang tau mas, saya tidak begitu paham dengan program-program atau perencanaan yang di buat. Karena saya jarang berkomunikasi mas dengan tokoh-tokoh disini. Saya hanya berkomunikasinya dengan bapak Suwaji saja. Itupun tidak terlalu sering berkomunikasi. Jadi terkait perencanaan yang di buat kita mengikuti saja mampu kita mas." (Wawancara dengan Bapak Salim, 30 thn, 06 Mei 2017).

Komunikasi itu esensinya adalah tindakan pentransferan pesan. Pesan yang berasal dari pihak *stakeholder* selaku komunikator ditransfer ke anggota komunitas atau masyarakat desa yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk selaku komunikan. Tujuan umumnya adalah menegakkan pengertian yang sama atau munual *understanding.* Namun, untuk menciptakan pengertian yang sama antara pihak penyampai pesan (*stakeholder*) dengan khalayak sasaran (masyarakat) bukanlah pekerjaan yang mudah. Ada banyak faktor penghambat yang barangkali akan merintangi terwujudnya pengertian bersama tersebut. Sulitnya mewujudkan pengertian yang sama ini karena kedua pihak, yakni *stakeholder* yang memiliki informasi lebih dimana dalam hal ini berupa ketua pengelola agrowisata petik jeruk, ketua kelompok tani, dan juga tokoh-tokoh masyarakat lainnya, dengan sasaran yaitu dalam hal ini masyarakat yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas

didasarkan pada dua perspektif kepentingan berbeda. Bagi *stakeholder*, tujuan komunikasi adalah memberikan informasi, mendidik, menyenangkan, dan menganjurkan suatu tindakan atau persuasi. sementara bagi masyarakat adalah memahami informasi, mempelajari, menikmati dan menerima atau menolak anjuran informasi yang di berikan oleh *stakeholder*. Oleh sebab itu, perlu di dasarkan pada sikap saling percaya antar masing-masing *stakeholder*.

Berdasarkan penyajian data di atas, menunjukkan bahwa terjadinya perbedaan pemaknaan informasi pada masyarakat yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), dimana masyarakat tidak memahami terkait informasi dalam perencanaan atau program yang telah di buat untuk pengembangan agrowisata ini. Hal ini karena masyarakat tidak memiliki akses dan kesempatan untuk di libatkan secara langsung dalam mendesain informasi terkait perencanaan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Masyarakat dipandang tidak memiliki pendapat dan aspirasi sendiri, tidak berpengalaman dalam pembangunan, hanya sebagai energi dan bukan sebagai sumber informasi yang penting bagi keberhasilan pembangunan sehingga tidak melibatkan partisipasi masyarakat dalam penyusunan informasi. Rendahnya keterlibatan masyarakat dalam perancangan informasi ini menyebabkan lemahnya partisipasi dari masyarakat. Hal ini tentu berbeda dengan konsep *Community Based Tourism* (CBT), dimana seharusnya masyarakat tidak hanya di jadikan objek saja dalam pembangunan pariwisata tetapi masyarakat juga di jadikan subjek dalam pembangunan agrowisata. Dalam hal ini masyarakat seharusnya mulai di libatkan secara langsung dalam mendesain dan merancang informasi terkait perencanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), sehingga muncul pengertian yang sama antara pihak penyampai pesan (*stakeholder*) dengan khalayak sasaran (masyarakat). Oleh sebab itu, perlu di dasarkan pada sikap saling percaya antar masing-masing *stakeholder* untuk bersama-sama dalam membangun agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Tabel 7. Proses Komunikasi Stakeholder dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT)

No.	Proses Komunikasi	Penjelasan
1.	Pengiriman Informasi	Pengiriman informasi yang dilakukan antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini masih bersifat *top-down.* Pada proses komunikasi dalam pengembangan agrowisata ini masih di dominasi oleh pihak-pihak yang memiliki informasi lebih terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Penerapan pola komunikasi dapat memperlihatkan intensitas komunikasi yang terjadi antar *stakeholder* dengan masyarakat, karena intensitas bertanya, memberi informasi, meminta klarifikasi, penyebaran informasi dan kebutuhan informasi akan rendah jika komunikasi tersebut bersifat *top-down*. Hal ini terbukti dengan komunikasi yang bersifat *top-down* menyebabkan hubungan komunikasi antar *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini terbatas.
2.	Pertukaran Informasi	Pertukaran informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), pada dasarnya tentang upaya perbaikan-perbaikan pada agrowisata petik jeruk agar lebih baik untuk kedepannya. Misalnya perturakan informasi tentang penataan *home stay*, pertukaran informasi tentang perbaikan fasilitas, pertukaran informasi tentang wisatawan, pertukaran informasi tentang pelayanan, dan informasi-informasi lain terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

Repository Universitas Brawijaya

No.	Proses Komunikasi	Penjelasan
3.	Pemaknaan Informasi	Pada dasarnya masing-masing *stakeholder* memahami tentang informasi yang di pertukarkan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Namun permasalahnnya kesadaran serta kesibukan dari masing-masing *stakeholder* menyebabkan pelaksanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini tidak berjalan sesuai rencana yang telah di tentukan. Temuan ini tidak berlaku untuk masyarakat selaku bagian dari *stakeholder*, masyarakat tidak memahami terkait informasi dalam perencanaan atau program yang telah di buat untuk pengembangan agrowisata ini. Hal ini karena masyarakat tidak memiliki akses dan kesempatan untuk di libatkan dalam mendesain informasi terkait perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Masyarakat dipandang tidak memiliki pendapat dan aspirasi sendiri, tidak berpengalaman dalam pembangunan, hanya sebagai energi dan bukan sebagai sumber informasi yang penting bagi keberhasilan pembangunan sehingga tidak melibatkan partisipasi masyarakat dalam penyusunan informasi

Repository Universitas Brawijaya

4.4.4 Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT).

Melakukan komunikasi yang efektif tidak hanya sekedar membuat pesan yang berdampak bagi target sasaran, namun juga harus mampu untuk merefleksikan misi dan tujuan yang ingin di capai. Strategi komunikasi yang efektif menurut Liliweri (2011), yaitu ditentukan oleh beberapa unsur, diantaranya: Kualitas komunikator, kualitas pesan, ketepatan media, segmentasi audiens, merancang efek, dan gangguan. Maka apabila komunikasi dikelola secara baik, akan memberikan kontribusi hasil yang optimal. Oleh karenanya dalam berkomunikasi perlu menyusun strategi yang tepat. Melalui strategi komunikasi inilah pelaku komunikasi *(stakeholder)* akan lebih mudah untuk menyebarluaskan pesan komunikasi secara sistematis baik yang bersifat informatif, persuasif, maupun instruktif kepada masyarakat dengan tentu hasil yang optimal. Pada penelitian ini peneliti memfokuskan empat aspek dalam strategi komunikasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yaitu, aspek komunikator, pesan, media dan efek.

1. Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Aspek Komunikator.

Komunikator dalam strategi komunikasi ini adalah *stakeholder* yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). *Stakeholder* memiliki peranan yang sangat besar dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Kredibilitas *stakeholder* penting karena pada kenyataannya partisipan terlebih dahulu memperhatikan siapa fasilitator yang membawa pesan sebelum iya mau menerima pesan yang dibawanya. Apabila kredibilitas *stakeholder* tidak meyakinkan, maka bagaimanapun baiknya pesan yang disampaikan, partisipan tidak akan menerimanya. Dalam konteks ini implementasi upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), kredibilitas seorang *stakeholder* menentukan keberhasilan implementasi program perencanaan yang telah di buat. Berdasarkan wawancara peneliti dengan beberapa informan yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini, mengungkapkan bahwa kemampuan dari masing-masing *stakeholder* dalam berkomunikasi dan juga wawasan terkait upaya

pengembangan agrowisata petik jeruk ini cukup baik. Hal ini dinyatakan oleh beberapa informan. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan:

> "Iya cukup baik mas, apalagi terkait perencanaan dan pembinaan yang di berikan kepada masing masing masyarakat ataupun lembaga desa terikait pengembangan agrowisata ini, seperti penataan *home stay, tour guide,* wisata edukasi juga." (Wawancara dengan Bapak Bambang, 44 thn, 04 Mei 2017).

Pernyataan dari beberapa informan di atas di perkuat dengan pernyataan dari Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk. Berikut pernyataan yang di ungkapkan oleh informan:

> "Iya tentunya bagus mas, karena mereka kan memang sudah ahlinya. apalagi terkait perencanaan dan pembinaan yang di berikan kepada masing masing masyarakat ataupun lembaga desa terikait pengembangan agrowisata ini, seperti penataan home stay, tour guide, wisata edukasi juga semuanya di paparkan ke kita itu dengan cukup jelas. Cuma ya kitanya saja kadang ada kendala terkait pelaksanaanya, seperti terkait penataan home stay itu kita sulit untuk mengaturnya mas." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah di paparkan oleh informan di atas, membuktikan bahwa kemampuan *stakeholder* terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk sudah cukup baik, terutama pada saat penyusunan perencanaan-perencanaan untuk pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Mulai dari perencanaan terkait pelayanan misalnya penataan home stay, penyediaan fasilitas tempat sampah dan toilet dan penyediaan kuliner-kuliner serta perencanaan-perencanaan yang lainnya. Sama hal nya dengan pernyataan dari informan di atas, pernyataan yang serupa datang dari masyarakat yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Berikut pernyataan yang di sampaikan oleh masyarakat terkait dengan pandangan mereka terhadap kualitas dari komunikator dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

> " Kemampuan dari masing-masing tokoh-tokoh disini yang ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata itu sudah bagus mas. Mereka kan sudah banyak punya pengalaman, jadi ya saya pikir cukup bagus kemampuan mereka. Contohnya terkait pembentukan POKDARWIS itu, itukan sebenarnya idenya bagus mas, dengan adanya POKDARWIS itu mungkin mereka berharap di Desa ini jauh lebih maju lagi di sektor pariwisatanya. Tetapi ya kan memang sulit mas, di sini menurut saya SDMnya itu masih

belum siap untuk menjadi desa wisata." (Wawancara dengan mas Bagus, 23 thn, 07 Mei 2017).

Sama halnya dengan Mas Bagus, Bapak Sudarto juga mengungkapkan pernyataan serupa, berikut kutipan wawancara dengan bapak Sudarto:

" Menurut saya kemampuannya cukup baik mas. Misalnya Bapak Suwaji selaku ketua pengelola, beliau kan sudah banyak punya pengalaman, dan juga beliau sering mendapatkan ilmu dan pengetahuan dari pihak-pihak yang sudah ahli juga, jadi ya selama ini saya pikir untuk kemampuan dari masing-masing tokoh disini baik itu pak Suwaji ataupun pak Purwoto selaku ketua kelompok tani sudah cukup baik terkait pengetahuannya terkait pengembangan agrowisata ini. Misalnya dilihat dari perencanaan-perencanaan yang telah di buat." (Wawancara dengan Bapak Sudarto, 51 thn, 07 Mei 2017).

Dari pernyataan beberapa informan di atas, telah menunjukkan bahwa kemampuan dan kredibilitas dari masing-masing *stakeholder* sudah cukup bagus terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, Misalnya terkait dengan perencanaan-perencanaan yang telah di buat. Semua lapisan *stakeholder* termasuk juga masyarakat menyetujui dan percaya akan setiap perencanaan yang di susun dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Kredibilitas dari masing-masing *stakeholder* ini tentu mempermudah dalam mentransfer informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Misalnya ketika masyarakat dan juga *stakeholder* yang lain telah percaya dan mengakui kemampuan ataupun kredibilitas dari seorang komunikator dimana dalam hal ini yaitu *stakeholder* internal ataupun *stakeholder* eksternal yang memiliki informasi lebih, maka mempermudah dalam proses pengiriman pesan. Dan pesan yang di sampaikan mudah untuk di adopsi oleh komunikan. Sehingga hal ini tentu memperlancar dari perencanaan yang ingin di capai terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Temuan ini di dukung oleh pernyataan Devito (1997), yang menyatakan kredibilitas komunikator sebagai hal penting untuk menjadikan orang lain (komunikan) percaya atau tidak percaya terhadap apa yang sudah disampaikan komunikator.

Namun terkendalanya dari setiap perencanaan ataupun program yang telah di susun tidak bisa berjalan sesuai dengan rencana, di sebabkan oleh pola

komunikasi yang di bangun antar *stakeholder* masih bersifat *top-down*. Sehingga kesempatan dan akses yang dimiliki oleh masing-masing *stakeholder* dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini masih terbatas. Ketidak terlibatan masyarakat selaku bagian dari *stakeholder* dalam mendesain dan merancang informasi terkait upaya pengembangan agrowisata ini juga menjadi penyebab terkendalanya pelaksanaan dari perencanaan yang telah di buat untuk pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Sehingga penerapan pola komunikasi antar *stakeholder* ini perlu di pertimbangkan atau di rubah menjadi pola komunikasi yang partisipatif supaya terbentuk hubungan komunikasi timbal balik antar *stakeholder*.

2. Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Aspek Pesan

Strategi komunikasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), bukan hanya menyangkut meningkatkan partisipasi dari masing-masing *stakeholder* saja, akan tetapi bagaimana menciptakan ide atau pesan melalui penyebaran informasi yang berguna sesuai dengan kebutuhan dan prioritasnya sehingga membawa perubahan pengetahuan, keterampilan dan sikap sehingga mampu melihat masalahnya dan menyelesaikan masalahnya sendiri tanpa bergantung dari pihak lain. Strategi komunikasi dalam aspek pesan yang dimaksudkan ini, dilihat dari struktur dan juga daya tarik pesan atau informasi yang di sampaikan oleh masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini.

2.1. Struktur Pesan

Struktur pesan dalam penyampaian informasi terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini merujuk pada sisi pesan (*message sideness*) dan juga urutan penyajian pesan (*Order of Presentation*) yang disampaikan oleh masing-masing *stakeholder* terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan yang telah terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini, diketahui bahwa sisi pesan yang disampaikan hanya bersifat satu sisi (*one side*), dimana informasi yang disampaikan hanya bersifat positif. Misalnya informasi yang berkaitan dengan upaya-upaya pengembangan agrowisata petik jeruk seperti

informasi tentang pelayanan, informasi tentang wisatawan dan lain-lain. Selain itu terkait dengan penyajian pesan yang di sampaikan oleh komunikator dalam hal ini yaitu *stakeholder* yang memiliki informasi lebih. Informasi yang disajikan bersifat *climax order* yaitu menunjuk pada cara penyusunan pesan, dimana argument terpenting /terkuat dari isi pesan ditempatkan pada bagian akhir. Misalnya terkait penyajian pesan yang disampaikan, terlebih dahulu dimulai dengan basa-basi lalu dilanjutkan dengan maksud dan tujuan selanjutnya. Contohnya di awali dari aspek yang mendasar yaitu terkait pelayanan, dan juga perbaikan fasilitas. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan.

> " Sebelum menyampaikan informasi biasanya kita bincang-bincang dulu mas, misalnya nanya kabar, nanya pekerjaannya apakah lancar dan lain-lain, baru di lanjutkan dengan maksud dan tujuan yang akan di informasian, biasanya kita mulai dari hal mudah untuk terealisasikan. Misalnya hal mendasar terkait dengan pelayanan. Dimana kita memberikan pengarahan kepada ketua pengelola agrowisata untuk memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung. Mulai dari sikap yang ramah tamah, sikap yang mengayomi wisatwan dan menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang kenyamanan dari wisatwan. Contohnya penyediaan tempat sampah, penyediaan pendopo, dan juga WC umum." (Wawancara dengan bapak Purwoto, 51 thn, 09 Mei 2017).

Sama halnya dengan pernyataan bapak Purwoto selaku ketua pelompok tani, Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk mengungkapkan hal yang serupa. Berikut pernyataan dari bapak Suwaji:

> " Iya biasanya kita terlebih dahulu ngobrol-ngobrol hal-hal diluar dari topik agrowisata ini mas, seperti nanya kabar, nanya kesehatan dan lain sebagainya. Setelah itu baru kita mendiskusikan terkait bagaimana cara agar agrowisata ini bisa lebih baik lagi untuk kedepannya. Biar suasananya tidak begitu membosankan dan terlalu tegang mas. Sehingga memang kita perlu melakukan strategi dalam berkomunikasi, agar suasana dalam proses komunikasi itu bisa menyenangkan. Berkaitan dengan diskusi perencanaan agrowisata ini kita biasanya membahas bagaimana cara membuat tamu nyaman, serta aturan-aturan agar antara kedua belah pihak sama-sama tidak dirugikan. Seperti pada awal-awal pembentukan agrowisata tidak ada batasan mana pohon jeruk yang siap di petik atau tidak. Tapi saat ini di kasih batasan. Misalnya untuk hari ini pohon yang siap di petik itu ini. Dan peraturan untuk tidak merusak kebun, serta informasi yang terkait dengan

pengelolaan agrowisata yang baik itu seharusnya seperti apa." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Pada umunya penyajian pesan atau informasi yang di berikan oleh masing-masing *stakeholder* yang memiliki informasi lebih terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini dimulai dengan diskusi santai terlebih dahulu. Hal ini bertujuan supaya suasana yang tercipta dalam proses komunikasi lebih mencair dan tidak begitu tegang, sehingga proses penyampaian informasi tidak menimbulkan rasa yang membosankan dari masing-masing *stakeholder*. Penyajian informasi seperti ini dianggap cukup bagus oleh masing-masing *stakeholder*, karena bentuk penyajian pesan yang diawali dengan diskusi yang santai membuat informasi yang disampaikan mudah untuk di mengerti dan di adopsi.

Selain itu informasi yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini terkait banyak hal. Tetapi hanya berfokus pada pesan yang bersifat positif atau membangun. Berdasarkan pernyataan dari beberapa informan di atas membuktikan bahwa jenis informasi yang di pertukarkan itu tidak terbatas. Misalnya informasi terkait dengan pelayanan, dan informasi terkait upaya perbaikan. Misalnya mulai dari sarana dan prasarana yang di butuhkan untuk menunjang pelayanan kepada wisatawan antara lain seperti penyediaan fasilitas umum (toilet, tempat sampah, posko-posko), penyediaan wisata kuliner (warung makan, toko oleh-oleh), penyediaan sarana transportasi (ojek).

Informasi yang di pertukarkan juga terkait dengan wisata edukasi, misalnya *stakeholder* diberikan pemahaman dan pengetahuan melalui sosialisasi-sosialisasi terkait bagaimana cara-cara berbudidaya tanaman jeruk yang baik. Mulai dari tahap awal sampai dengan tahap panen dan perlakuan pasca panen tanaman jeruk. Dengan harapan pihak pengelola ataupun *stakeholder* lain yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini dapat mengedukasikan kepada wisatawan, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke agrowisata petik jeruk ini. Pernyataan dari bapak

Purwoto dan bapak Suwaji sejalan dengan pernyataan yang di sampaikan oleh Ibu Yuli dari Dinas Pariwisata. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan Ibu Yuli:

> " Informasi yang biasanya kita sampaikan itu pada dasarnya terkait banyak hal mas, tetapi semua informasi pastinya berhubungan dengan upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya informasi terkait dengan wisatawan, informasi terkait dengan pelayanan, informasi tentang penataan *home stay*, informasi tentang *tour guide*, informasi terkait perencanaan program dan masih banyak informasi-informasi yang kita pertukarkan. Intinya ya semua informasi terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Contohnya informasi tentang perencanaan penataan *home stay*. Yaitu dimana pihak *stakeholder* termasuk juga masyarakat di edukasi untuk membangun homestay sebagai hunian yang murah namun sesuai dengan standar wisatawan. Sehingga dengan harapan dapat mendatangkan wisatawan lebih banyak, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara." (Wawancara dengan Ibu Yuli, 50, 18 Mei 2017).

Pada umumnya jenis informasi yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) masih belum memiliki standar khusus yang dapat di jadikan dasar pertimbangan dalam penyusunan perencanaan-perencanaan terkait dengan pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Informasi yang di pertukarkan disesuaikan dengan kebutuhan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Misalnya terkait pelayanan, pelatihan pada masyarakat ataupun *stakeholder* yang lain. Berupa edukasi terkait cara-cara pengelolaan agrowisata yang baik, yaitu dengan memperhatikan banyak aspek. Mulai dari aspek sumberdaya manusia (SDM) ataupun sumberdaya alam (SDA) yang menjadi potensi dari Desa Selorejo yang masih belum di kembangkan dengan baik. Contoh terkait pelestarian budaya dengan cara menjaga dan mempertahankan budaya yang dimiliki sebagai ciri khas dan kekayaan daerah untuk dijadikan daya tarik wisata. Selain itu edukasi terkait pelestarian kekayaan sumberdaya alam yang dimiliki. Dengan cara menjaga kekayaan alam yang dimiliki melalui konservasi lingkungan.

2.2. Daya Tarik Pesan

Pesan yang disampaikan terkait dengan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini harus memiliki daya tarik supaya informasi yang disampaikan mudah dipahami dan diadopsi oleh komunikan. Sehingga tujuan yang

diinginkan dari penyampaian informasi dapat terpenuhi. Daya tarik pesan dalam dalam hal ini berkaitan dengan substansi atau isi pesan dan juga gaya penyampaian pesan yang di sampaikan oleh masing-masing *stakeholder* yang memiliki informasi lebih terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Berdasarkan hasil wawancara dari peneliti dengan beberapa informan pada dasarnya mengungkapkan ketertarikan dengan pesan yang disampaikan terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Hal ini dikarenakan pesan yang disampaikan dirasa cukup sesuai dan mudah dipahami, selain itu penyampaian pesan juga di *setting* secara santai. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan beberapa informan:

> "Untuk penyampaian pesan pada dasarnya tidak begitu formal mas, proses penyampaian informasi kita setting secara santai mas, bahwakan dalam penyampaian pesan selalu diselipkan unsur candaan, sehingga komunikasi tidak begitu kaku. Selain itu jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi agrowisata mas, misalnya tadi saya jelaskan itu, untuk PPL biasanya informasi yang di sampaikan terkait wisata edukasinya, mulai dari cara budidaya dan panen pasca panennya. Dan Untuk Dinas Pariwisata itu terkait perencanaan, mulai dari perencanaan tentang wisatawan yang berkunjug itu harus di perlakukan dengan baik agar bisa betah di agrowisata ini dan tidak hanya mau datang satu kali saja tapi mau datang kesini lagi. Selain itu juga terkait penataan home stay, serta terkait perencanaan agrowisata petik jeruk ini kedepannya. Misalnya dengan saran untuk penambahan fasilitas berupa tempat sampah agar lingkungan tetap terjaga dan bersih." (Wawancara dengan Bapak Bambang, 44 thn, 04 Mei 2017)

Pernyataan dari Bapak Bambang selaku kepala desa, sejalan dengan pernyataan dari Bapak Purwoto selaku ketua Kelompok Tani. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan Bapak Purwoto yang menyatakan pesan yang disampaikan terkait upaya pengembangan agrowisata ini memiliki daya tarik tersendiri karena isi pesan yang dirasa sudah sesuai dengan kriteria dan kebutuhan untuk upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas, selain itu pesan yang disampaikan juga diselipkan pesan humor. Berikut cuplikan wawancara dengan Bapak Purwotro:

> "Tidak ada ketentuan khusus mas terkait penyampaian informasi dalam pengembangan agrowisata ini. forum diskusi berjalan santai, tidak begitu formal. Kita bahkan sering guyonan (Bercanda) ditengah-tengah diskusi

berlangsung, ya tujuannya agar tidak begitu membosankan mas, karena saya sendiri kalau suasana diskusinya terlalu formal itu cukup membosankan mas. Selain itu terkait isi dari informasi yang di pertukarkan untuk sementara ini semua informasi sudah sesuai mas. Semua informasi sangat bermanfaat. Karena semua terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan home stay, dan pembinaan pembinaan, dan cara pengelolaan agrowisata itu semuanya sangat bermanfaat untuk kita." (Wawancara dengan Bapak Purwoto, 51, 09 Mei 2017).

Dari pernyataan beberapa informan diatas tergambarkan secara jelas bahwa proses penyampaian informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini di *setting* secara santai. Dimana dalam setiap kesempatan selalu diselipkan unsur humor didalamnya, dengan tujuan supaya suasana yang tercipta lebih mencair dan tidak menimbulkan kebosanan dari masing-masing *stakeholder*. *Setting* santai dengan menyelipkan unsur humor dalam penyampaian informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini mendapatkan respon yang baik dari masing-masing *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan agrowisata petik jeruk. Selain itu terkait isi pesan yang disampaikan oleh pihak-pihak yang memiliki informasi lebih, sudah dirasa cukup sesuai dengan kebutuhan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata, menyatakan bahwa isi pesan atau informasi yang dipertukarkan sudah cukup sesuai dengan kebutuhan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), berikut kutipan wawancara peneliti dengan bapak Suwaji:

"Informasi yang di pertukarkan sudah sesuai mas, misalnya informasi tentang pelayanan, mulai dari pemberian fasilitas dan juga pelayanan yang lain. Semua informasinya sangat bermanfaat. Tetapi ya memang terkadang tidak semua informasi yang kita peroleh itu di terapkan semuanya. Karena memang ya keterbatan-keterbatasan yang kita miliki. Misalnya keterbatasan dana, dan juga tenaga." (Wawancara dengan Pak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan yang di paparkan dari beberapa informan di atas, membuktikan bahwa pada dasarnya setiap informasi yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) sudah sesuai dan telah memenuhi kebutuhan dari masing-masing *stakeholder*. Misalnya

informasi terkait pelayanan, informasi terkait wisatawan, informasi terkait penataan *homestay* , dan juga informasi terkait wisata edukasi, semua informasi sudah dirasa sangat sesuai dan bermanfaat untuk upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Pernyatan dari informan sebelumnya juga di perkuat dengan pernyataan dari bapak Salim selaku petani yang bergabung dalam pengembangan agrowista petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini mengungkapkan pernyataan yang serupa:

> "Selama ini untuk informasi yang kita dapatkan itu semua sudah sesuai, Semua informasi sangat bermanfaat. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan *homestay*, pembinaan tentang wisata edukasi dan cara-cara pengelolaan agrowisata itu semuanya sangat bermanfaat untuk kita. (Wawancara dengan bapak Salim, 30 thn, 06 Mei 2017).

Semua informasi yang di pertukarkan bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang di hadapi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Dengan harapan semua informasi yang di pertukarkan dapat memberikan dampak baik untuk perubahan agrowisata petik jeruk ini agar jauh lebih maju lagi dan dapat bersaing dengan agrowisata-agrowisata yang sejenis. Namun permasalahannya tidak semua informasi yang di dapatkan itu dapat terlaksana ataupun terealisasikan, hal ini di ungkapkan oleh beberapa informan disebabkan oleh keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki. Misalnya pada keterbatasan dana dan juga keterbatasan tenaga.

Pada keterbatasan dana dan tenaga, untuk merealisasikan setiap informasi yang di dapatkan misalnya terkait dengan penambahan ataupun perbaikan fasilitas untuk menunjang kebutuhan wisatawan yaitu berupa toilet, tempat sampah dan juga posko-posko itu membutuhkan dana yang tidak sedikit, sehingga terkadang untuk melakukan perbaikan ataupun penambahan fasilitas, pihak *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini harus mempertimbangkan banyak hal. Yaitu dengan memilah dan memilih perbaikan-perbaikan mana yang perlu untuk di dahulukan sesuai dengan dana dan tenaga yang dimiliki. Sehingga untuk membuat perubahan melalui perbaikan demi kemajuan

agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) harus bertahap dengan menyesuaikan pada modal dan tenaga yang dimiliki.

3. Strategi komunikasi Stakeholder dalam Aspek Media

Media yang digunakan oleh *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) menggunakan berbagai macam media dalam menyampaikan pesan atau informasi. Yaitu media komunikasi interpersonal, kelompok, HP dan juga media sosial (fb, instagram, website) sebagai media untuk promosi. Tujuan penggunaan beragam media tersebut untuk mempermudahkan proses penyampaian informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Berikut pernyataan dari beberapa informan yang menggambarkan penggunaan media yang beragam dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini:

> "Terkait penyampain informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, kita biasanya berkomunikasi secara langsung aja mas, ya kalau ketemu di jalan ya disitu kita ngobrol mas, misalnya dengan pak Suwaji ataupun pak Purwoto. Tapi ya untuk saat ini memang sudah jarang saya untuk berkomunikasinya. Sealin itu dulu juga diadakan rapat untuk berdiskusi terkait agrowisata ini mas." (Wawancara dengan Bapak Agus, 40 thn, 10 Mei 2017)

Pernyataan yang sama di ungkapakan oleh Bapak Bambang selaku kepala desa, berikut pernyataan bapak Bambang.

> "Kalau komunikasi kita biasanya secara langsung mas. Jadi tidak ada ketentuan khusus. Kita komunikasinya dimana saja dan kapan saja kita ketemu dan kita sama-sama tidak sibuk ya di situ kita bisa berkomunikasi, tetapi terkadang terkait komunikasi kita juga menggunakan Hp mas. Dan disini kita juga ada pertemuan warga, tetapi ya memang tidak rutin hanya satu bulan 1 kali untuk peretemuannya. Di situ kita berdiskusi banyak hal, termasuk ya terkait pengembangan agrowisata ini." (Wawancara dengan Bapak Bambang, 44 thn, 04 Mei 2017).

Dari pernyataan beberapa informan di atas menggambarkan secara jelas bahwa penggunaan media dalam penyampaian informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini, mengggunakan beragam media dalam proses penyampaian informasi. Namun media yang digunakan dalam penyampaian informasi terkait upaya pengembangan

agrowisata petik jeruk di dominasi oleh komunikasi interpersonal (*face to face*) dan juga media seluler (HP). Komunikasi interpersonal dalam *setting* santai, Yaitu tidak ada agenda khusus, melainkan memanfaatkan kesempatan yang ada. Komunikasi interpersonal dilakukan dimana saja pada saat ada kesempatan bertemu. Selain komunikasi secara langsung (interpersonal) komunikasi yang mendominasi dilakukan untuk pengembangan agrowisata ini yaitu komunikasi dengan menggunakan media HP. Penggunaan HP dirasa sangat membantu untuk kelancaran dalam berkomunikasi, hal ini melihat dari kesibukan masing-masing *stakeholder* sehingga kesempatan untuk komunikasi secara langsung untuk bertemu masih terbatas, adanya media komunikasi HP ini sangat membantu dalam kelancaran komunikasi antar *stakeholder* terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

Selain pernyataan dari Bapak Agus dan Bapak Bambang, sama hal nya dengan Bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) memperkuat pernyataan dari kedua informan di atas. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan Bapak Suwaji:

> " Dalam komunikasi untuk penyampaian informasi kita langsung aja mas. Misalnya ketemu di kebun sama ketua kelompok tani, ya disitu berdiskusi terkait agrowisata ini. Tapi disini juga kita ada pertemuan mas, rapat di balai desa. Tapi akhir-akhir ini saya sudah jarang ikut mas, karena rapatnya itu malam, dan saya sudah capek kerja seharian jadi tidak bisa ikut rapat. Dan saya juga tidak suka kalau rapat-rapat seperti itu. Karena ya cuman ngomong-ngomong tok panjang lebar tapi pelaksanaannya tidak ada. Dan kalau rapat itu kita kan tidak memililki kesempatan banyak untuk berdiskusinya. Tapi yang tidak kalah penting kita juga sering berkomunikasi lewat Hp mas. Ya memanfaatkan media yang ada mas. (Wawancara dengan bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Komunikasi secara langsung melalui tatap muka memang mendominasi dalam proses pertukaran informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Hal ini dikarenakan dengan komunikasi secara langsung melalui tatap muka (Interpersonal) di anggap mampu memberikan solusi terkait permasalahan atau kendala dalam penyampaian aspirasi dan juga keluhan yang di alami oleh masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan

agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Komunikasi yang pada umumnya di gunakan oleh masing-masing *stakeholder* dalam proses penyampaian informasi ini, dirasa sudah sangat sesuai karena mampu memberikan solusi terkait permasalahan yang di alami. Misalnya dengan penggunaan komunikasi interpersonal akses dan kesempatan yang dimiliki oleh masing-masing *stakeholder* untuk bertanya, untuk menyampaikan informasi dan untuk mengklarifikasi informasi lebih besar dibandingkan dengan penggunaan komunikasi secara kelompok. Hal ini di buktikan dari pernyataan beberapa informan ketika peneliti menanyakan untuk mengkonfirmasi apakah penggunaan media yang digunakan sudah sesuai. Hampir semua informan menyatakan bahwa penggunaan komunikasi yang saat ini digunakan sudah cukup sesuai. Berikut salah satu pernyataan dari informan yang menyatakan bahwa penggunaan media komunikasi sudah sesuai:

> "Iya kita pikir untuk saat ini media yang kita gunakan saya rasa sudah cukup tepat, misalnya kan kalau komunikasi secara langsung (interpersonal) itu sudah cukup baik mas, karena kita bisa banyak-banyak ngobrolnya panjang lebar berbeda kalau sama rapat itu. Karena kalau rapat itu terkadang komunikasi hanya di dominasi oleh orang-orang tertentu saja. Jadi yang lain itu hanya diam saja dan hanya memiliki kesempatan kecil untuk mengungkapkan semua aspirasi ataupu keluhan-keluhannya. Selain itu penggunaan media HP itu juga sangat membantu mas, karena mengingat kesibukan masyarakat disini. Sehingga dengan adanya hp kita kan bisa berkomunikasi kapan saja dan dimana saja." (Wawancara dengan bapak Purwoto, 51 thn, 09 Mei 2017).

Pernyataan dari informan di atas memperkuat bahwa penggunaan komunikasi secara interpersonal dan juga media telepon (HP) sudah sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing *stakeholder* dalam penyampaian informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Hal ini berbeda dengan komunikasi secara kelompok (rapat) dimana hampir semua *stakeholder* mengungkapkan bahwa penggunaan komunikasi kelompok masih kurang sesuai karena pada komunikasi kelompok (rapat) kesempatan untuk mengungkapkan aspirasi ataupun keluhan dari masing-masing anggota itu terbatas. Karena pada umumnya komunikasi kelompok hanya di dominasi oleh pihak-pihak tertentu yang memiliki informasi lebih. Sehingga komunikasi cenderung bersifat *top-down*. Temuan ini di dukung dengan pernyataan dari Devito (1989), yang

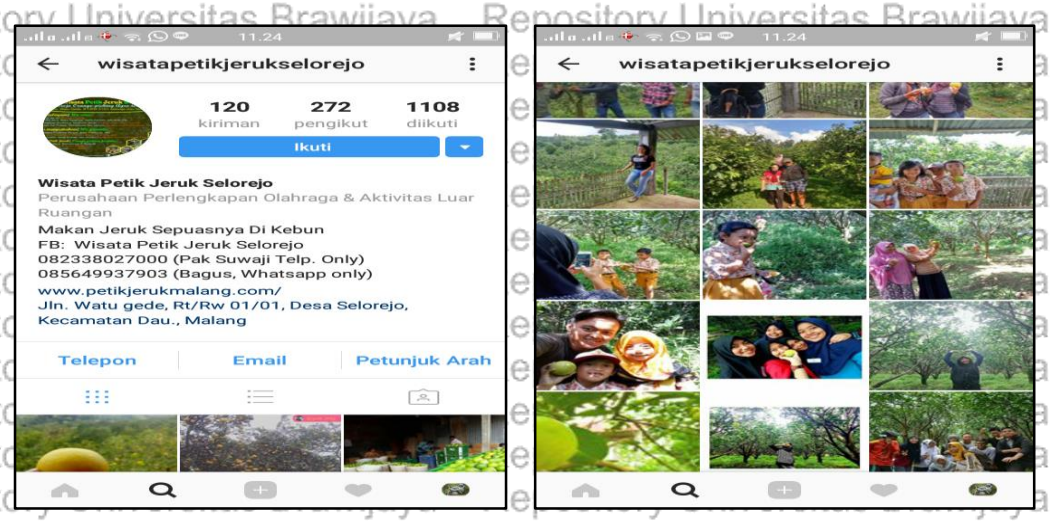
menyatakan bahwa komunikasi interpersonal (*face to face*) dianggap jauh lebih efektif karena pada komunikasi interpersonal peluang dalam pemberian kesempatan untuk menyampaikan aspirasi ataupun pemikiran-pemikiran jauh lebih besar dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya.

Selain itu, dalam penyampaian informasi khususnya promosi dalam memperkenalkan agrowisata petik jeruk ini kepada khalayak yang tidak di ketahui keberadaanya, pihak pengelola agrowisata menggunakan media sosial untuk mempublikasikan agrowisata petik jeruk ini agar dapat di kenal secara luas dengan tujuan untuk menarik wisatawan berkunjung ke agrowisata petik jeruk. Berikut pernyataan dari bapak Suwaji selaku ketua pengelola agrowiata petik jeruk terkait penggunaan media sosial yang di gunakan untuk sebagai media promosi:

> "Kita juga menggunakan media sosial untuk promosi. Seperti instagram, facebook. Selain itu juga kita sudah memiliki web nya juga. www.petikjerukmalang.com ya dengan harapan itu agar masyarakat luas mengetahui keberadaan dari agrowisata petik jeruk ini. sehingga mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke sini. Ketika sudah di kenal banyak orang, saya berharap wisatawan yang berkunjung bukan hanya wisatawan lokal saja, tetapi juga wisatawan dari berbagai negara mau berkunjung kesini. (Wawancara dengan bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Berdasarkan pernyataan dari informan di atas, menunjukkan bahwa pihak pengelola agrowisata petik jeruk telah telah menyadari akan pentingnya promosi untuk kemajuan dari agrowisata yang di kelola. Pemanfaatan media sosial di jadikan alternatif sebagai ajang promosi kepada khalayak luas. Dengan adanya promosi melalui media sosial ini tentu akan memberikan dampak yang baik untuk kemajuan dari agrowisata petik jeruk ini. Salah satunya yaitu akan meningkatnya kunjungan dari wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan non lokal. Promosi melalui media sosial ini pihak pengelola agrowisata mampu menyajikan informasi dan tampilan yang menarik untuk di publikasikan kepada khalayak. Dengan tujuan khalayak akan tertarik terhadap keberadaan dari agrowisata petik jeruk ini. Selain promosi melalui media social, promosi secara langsung yaitu dengan cara menceritakan atau memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung pada agrowisata petik jeruk akan memberikan penilaian yang positif dari wisatawan, sehingga ketika kepuasawan wisatawan

terpenuhi maka dengan tidak disadari wisatawan akan mempromosikan atau merekomendasikan agrowisata petik jeruk kepada calon wisatwan.



Gambar 5. Tampilan Instagram Agrowisata Petik Jeruk

Gambar 6. Tampilan Facebook Agrowisata Petik Jeruk

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa, adanya akun media sosial instagram dan facebook sebagai media promosi pada agrowisata petik jeruk tentu sangat membantu dalam mempublikasikan agrowisata petik jeruk ini supaya dapat dikenal oleh khalayak luas, dengan harapan kunjungan wisatawan yang berkunjung pada agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini tidak hanya terbatas oleh wisatawan lokal saja, tetapi bisa menarik perhatian wisatawan dari berbagai penjuru. Pada

akun instagram dan facebook, pihak pengelola juga membagikan deskripsi tentang agrowisata serta konten-konten yang menarik lainnya. Misalnya tentang foto-foto kegiatan wisatawan, kondisi dari agrowisata petik jeruk serta fasilitas-fasilitas yang dimiliki didalamnya.

4. Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Aspek Efek

Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan yang menyeluruh untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan. Efek komunikasi dalam pembangunan di defenisikan sebagai situasi komunikasi yang memungkinkan munculnya partisipasi masyarakat secara sadar, kritis, sukarela, murni dan bertanggung jawab (Hamijoyo 2005). Dalam hal ini, Efek yang di harapakan dengan penerapan strategi komunikasi yaitu masing-masing dari *stakeholder* baik internal ataupun *stakeholder* eksternal sadar dan mau berpartisipasi untuk bersama-sama membangun agrowisata petik jeruk agar jauh lebih maju dan mampu bersaing dengan agrowisata sejenis.

Efek atau respon merupakan suatu penilaian yang dihasilkan dari masing-masing *stakeholder* terhadap strategi komunikasi yang di terapkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Respon atau tanggapan dari masing-masing *stakeholder* ini sangatlah penting. Hal ini di karenakan tanggapan atau respon dapat di jadikan sebuah pedoman yang nantinya dapat membantu untuk mengetahui sesuai atau tidaknya strategi komunikasi yang telah di gunakan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan peneliti, respon atau tanggapan dari masing-masing *stakeholder* khususnya masyarakat terkait penerapan strategi komunikasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) cenderung berdampak positif. Hal ini dapat di lihat dari tanggapan beberapa *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Berikut kutipan pernyataan dari beberapa informan terhadap respon dari strategi komunikasi yang di gunakan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

> "Dengan komunikasi interpersonal itu saya dapat menyampaikan aspirasi dan masukan-masukan mas terkait pengembangan agrowisata ini. meskipun tidak semua pendapat atau aspirasi itu terwujud semua, tapi ya saya pikir itu sudah cukup baik, dari pada kita sering rapat itu biasanya susah mendapatkan kesempatan untuk berdiskusi panjang lebar dan menyuarakan pendapat itu ya masih ragu kalau di dalam rapat, kebanyakan kita hanya diam saja, hanya ada beberapa saja yang aktif ngomong terus. Tapi kalau kita ketemu langsung atau berbicara tatap muka itukan kita bisa mengutarakan semuanya itu dengan leluasa mas." (Wawancara dengan Bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Pernyataan serupa datang dari bapak Purwoto selaku ketua kelompok tani. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan bapak Purwoto:

> "Iya strategi komunikasi yang di maksudkan itu sedikit-sedikit ada mas. Kadang saya juga menyampaikan pendapat dan saran-saran terkait pengembangan agrowisata ini kedepannya seperti apa. misalnya untuk membuat 1 loket tiket masuk untuk wisatawan biar lebih mudah gitu, tapi ya sampai saat ini masih sama seperti dulu, tiketnya itu tidak dikelola jadi 1 loket. Tapi bebas gitu. Tapi ya kadang saya ngikut-ngikut aja kalau itu informasinya sekiranya baik. Untuk komunikasi secara rapat gitu sebenarnya kurang baik menurut saya mas. Karena yang lain itu cuma ikut datang saja tidak ngomong apa-apa. hanya orang-orang tertentu saja yang terus bicara." (Wawancara dengan bapak Purwoto, 51 thn, 09 Mei 2017).

Berdasarkan ulasan pernyataan dari beberapa informan di atas membuktikan bahwa dampak dari penerapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini telah mendapatkan respon yang baik. Hal ini membuktikan bahwa penerapan strategi komunikasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini telah sesuai. Dengan bukti berupa dukungan yang datang dari berbagai pihak, mulai dari tingkat desa sampai pada dukungan yang datang dari tingkat kabupaten. Bentuk dukungan tidak hanya dari segi moril saja tapi juga dari segi moral. Misalnya terkait bantuan berupa dana yang di berikan oleh pihak dinas pariwisata untuk kas desa, selain itu dukungan juga berupa pikiriran yang di tuangkan dalam bentuk perencanaan-perencanaan terkait upaya dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Contohnya perencanaan pembentukan POKDARWIS, perencanaan

pembentukan pasar wisata, pembentukan lapangan khusus parkiran wisatawan, yang semuanya nanti akan tertuang dalam RPJMDES (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa). Dan perencanaan-perencanaan yang lainnya.

Sama halnya dengan Bapak Suwaji dan Bapak Purwoto, Bapak Salim selaku petani jeruk yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini mengungkapkan pernyataan yang serupa, berikut kutipan wawancara dengan Bapak Salim:

> "Iya ada mas, seperti tadi itu mas, ada pagar lahan wisata yang rusak, ya saya langsung menyampaikan ke pak Suwaji terkait permasalahan itu mas. Tapi ya saya pikir itu sudah cukup baik, dari pada kita sering rapat itu susah mendapatkan kesempatan untuk berdiskusi panjang lebar tapi kalau kita ketemu langsung atau berbicara tatap muka itukan kita bisa mengutarakan semuanya mas." (Wawancara dengan Bapak Salim, 30 thn, 06 Mei 2017).

Pernyataan dari Bapak Salim di perkuat dengan pernyataan dari Mas agus, berikut pernyataan Mas Bagus:

> " iya sudah cukup bagus mas, karena kita juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan keluhan-keluhan. Misalnya terkait penambahan fasilitas berupa tempat sampah di kebun agrowisata. Alhamdulillah sekarang sudah ada. Tapi ya masih kurang mas karena seharusnya tempat sampah itu bukan hanya ada 1 atau 2 saaja, tapi perlu di perbanyak agar lingkungan kebun agrowisata itu tetap terjaga kebersihannya." (Wawancara dengan Mas Bagus, 23 thn. 07 Mei 2017).

Ulasan pernyataan dari beberapa informan yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, pada dasarnya menyutujui terkait dengan strategi komunikasi yang di terapkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), misalnya pada komunikasi interpersonal yang di terapkan dalam proses penyampaian informasi. Masing-masing *stakeholder* menyutujui penerapan komunikasi interpersonal ini. Hal ini di karenakan pada komunikasi interperosnal kesempatan untuk menyampaikan aspirasi ataupun keluhan-keluhan yang dimiliki oleh setiap masing-masing *stakeholder* lebih besar dibandingkan dengan komunikasi kelompok (rapat) dalam rangka untuk upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Selain itu dampak atau efek dari strategi komunikasi yang di terapkan dalam upaya

pengembangan agrowisata ini yaitu berupa dukungan yang datang dari masing-masing *stakeholder* untuk ikut berpartisipasi dalam rangka upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Berikut ungkapan dukungan yang di lontarkan oleh masing-masing *stakeholder*:

> "Iya, semua pihak mendukung mas, mulai dari masyarakat, kepala desa, PPL, Dinas pun ikut mendukung terkait pembentukan desa wisata ini. Pokoknya yang terbaik untuk desa ini pasti semua mendukung mas. Misalnya dukungan pihak Dinas Pariwisata dan juga PPL itu sudah lumayan besar, mulai dari ikut merencanakan agrowisata petik jeruk ini kedepannya. Kepala desa juga ikut mendukung, dimana setiap ada pertemuan di luar desa biasanya mobil beliau digunakan untuk mengantar kita ke lokasi. Selain itu, dulunya juga tidak semuanya mendukung hanya beberapa saja, tapi setelah kita memberikan pemahaman-pemahaman kepada semua lapisan masyarakat disini akhirnya mereka mau untuk mendukung dan beberapa yang sudah ikut untuk bergabung dalam agrowisata ini. Setelah mereka melihat hasilnya atau dampak dari adanya agrowisata ini, khususnya pada pendapatan masyarakatpun ikut bertambah, karena mereka pendapatkan penghasilan tambahan dari usaha lain, seperti buka warung, toko-toko pada laris semua, jualan makanan dipinggir-pinggir jalan." (Wawancara dengan bapak Suwaji, 40 thn, 05 Mei 2017).

Sama halnya dengan pernyataan-pernyataan di atas, penuturan serupa juga di ungkapkan oleh Mas Bagus selaku pemandu wisatawan, dan juga petani yang bergabung dalam rencana pengembangan agrowisata petik jeruk berbsis komunitas (CBT) ini, berikut penuturan yang di ungkapkan:

> "Iya saya tentunya sangat mendukung mas dengan adanya agrowisata petik jeruk ini, Cuma ya memang perlu banyak catatan-catatan buat agrowisata ini kedepannya agar dapat bersaing dengan agrowisata yang lain. Bentuk dukungan saya berupa ikut memikirkan dan juga mencari-cari informasi untuk pengembangan agrowisata ini, selain itu karena saya bagian pemandu wisatawan, disitu juga saya mencoba melayani wisatawan sebaik mungkin, agar wisatawan itu tidak kecewa dan mau datang lagi untuk berkunjung ke agrowisata ini. Tentunya bayak juga manfaat yang saya peroleh. Mulai dari banyaknya relasi atau teman dan kenalan-kenalan orang baru, selain itu juga untuk tambahan pendapatan ya tentunya ada, cuman itu bukan prioritas utama saya."(Wawancara dengan Mas Bagus, 23 thn, 07 Mei 2017).

Selain itu, dari pernyataan di atas juga menggambarkan dampak positif yang di rasakan oleh oleh masing-masing *stakeholder* termasuk juga masyarakat, dimana banyak perubahan yang di rasakan dengan adanya agrowisata petik jeruk ini. Salah

satu perubahan yang nyata di rasakan oleh masing-masing *stakeholder* yang telah terlibat dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) adalah dari segi ekonomi. Dimana dengan adanya agrowisata petik jeruk ini dapat menghasilkan pendapatan tambahan di luar hasil budidaya jeruknya. Yaitu dengan membuka usaha-usaha baru di luar kegiatan pertanian, melalui penyediaan jasa bagi wisatawan. Misalnya toko oleh-oleh, warung makan, jasa parkir, jasa penginapan dan banyak peluang sumber usaha penghasilan lainnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Antariksa (2012), yang mengatakan industri pariwisata merupakan salah satu alternative sebagai sumber pembagunan ekonomi yang tidak terlalu membutuhkan investasi terlalu besar.

Berdasarkan hasil penelitian yang di temukan oleh peneliti pada dasarnya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) masih melum sepenuhnya menerapkan konsep dari pendekatan *Community Based Tourism* (CBT), yang mana pada konsep CBT seharusnya masyarakat lokal ditempatkan sebagai subjek pengembangan pariwisata, bukan sebagai objek. Hal ini berbeda dengan temuan peneliti, pada agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, yaitu masyarakat masih hanya di jadikan sebagai objek dalam pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Masyarakat tidak memiliki akses dan kesempatan untuk ikut terlibat secara langsung dalam mengevaluasi dan mendesain informasi terkait dengan perencanaan-perencanaan untuk upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini.

Namun di sisi lain, mengacu pada penjelasan-penjelasan di atas, apabila merujuk pada prinsip-prinsip *Community Based Tourism* (CBT) yang di nyatakan oleh Suansri (2003), yaitu berkelanjutan secara ekonomi, sosial, lingkungan dan budaya, maka berdasarkan hasil penelitian yang di temukan oleh peneliti, penerapan prinsip CBT pada agrowisata petik jeruk ini, hanya terbatas pada prinsip keberlanjutan secara ekonomi dan lingkungan. Untuk aspek social dan budaya masih belum sepenuhnya dikembangkan secara optimal, hal ini tentu beresiko pada keberlanjutan dari agrowisata petik jeruk. Pada aspek keberlanjutan secara ekonomi dan lingkungan dengan indikator keberlanjutan secara ekonomi yaitu meningkatkan

kualitas taraf hidup masyarakat melalui tambahan pendapatan yang di hasilkan. Dan keberlanjutan lingkungan berkaitan dengan upaya untuk menjaga agar kualitas lingkungan agrowisata petik jeruk tetap bersih dan dapat dipertahankan keindahannya.

Gambar 7. Warung Kuliner

Pada gambar 10 merupakan bentuk dari kegiatan ekonomi masyarakat, dimana masyarakat membuka usaha baru untuk meningkatkan pendapatan di luar kegiatan pertaniannya. Dalam hal ini masyarakat menciptakan wisata kuliner untuk menunjang kebutuhan dari wisatawan yang akan berkunjung pada agrowisata petik jeruk. Hal ini sejalan dengan prinsip dari *Community Based Tourism* (CBT), Penerapan prinsip ekonomi CBT menghasilkan usaha sector pariwisata yang mayoritas menyerap tenaga kerja lokal dan peningkatan pendapatan komunitas yang berasal dari belanja wisatawan. Dampak ekonomi dari pengembangan agrowisata dalam hal ini berkaitan dengan penerimaan pendapatan masyarakat lokal dari kedatangan wisatawan. Sumber penerimaan tersebut antara lain berasal dari belanja wisatawan yaitu transportasi, akomodasi, tiket masuk obyek agrowisata, makan minum, sovenir/oleh-oleh, dan pengeluaran wisata lainnya (rokok, pulsa telepon seluler, dan sebagainya Sehingga masyarakat dapat menikmati manfaat dari keberadaanya agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).

Gambar 8. Keindahan dan Kebersihan Lingkungan

Berkaitan dengan penerapan prinsip *Community Based Tourism* (CBT), Pada gambar 11 menunjukkan bahwa masyarakat yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini sudah mulai memperhatikan dan perduli akan kebersihan dan keindahan pada lingkungan agrowisata, yang bertujuan untuk menciptakan kondisi lingkungan agrowisata yang bersih dan nyaman. Sehingga dengan harapan wisatawan mampu tertarik dan nyaman untuk berlama-lama berkunjung ke agrowisata petik jeruk ini. Misalnya masyarakat dan juga *stakeholder* yang lain mulai penyediakan fasilitas berupa tempat sampah yang bertujuan untuk menjaga kebersihan lingkungan. Selain itu dengan tersedianya gapura yang menjadi icon Desa Selorejo sebagai desa Wisata. Hal ini tentu memberikan nilai tambah bagi keindahan lingkungan dan menjadikan kebanggan tersendiri bagi masyarakat Desa Selorejo yang mendapatkan pengakuan dengan keberadaanya agrowisata petik jeruk ini.

Tabel 8. Strategi Komunikasi *Stakeholder* dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT).

No.	Strategi Komunikasi *Stakeholder*	Penjelasan
1.	Kualitas Komunikator	Kemampuan *stakeholder* dalam berkomunikasi cukup baik mas, misalnya mulai dari informasi yang disampaikan dan juga perencanaan-perencanaan yang di susun itu sudah bagus. Namun permasalahnnya semua perencanaan yang di susun tidak berjalan dengan semestinya.
2.	Kualitas Pesan	A. Struktur Pesan a. Sisi pesan yang disampaikan hanya bersifat satu sisi (*one side*), dimana informasi yang disampaikan hanya bersifat positif. b. Informasi yang disajikan bersifat *climax order* yaitu menunjuk pada cara penyusunan pesan, dimana argument terpenting /terkuat dari isi pesan ditempatkan pada bagian akhir. B. Penyajian Pesan a. Pesan yang disampaikan cukup sesuai dengan kebutuhan dan mudah dipahami, selain itu penyampaian pesan juga di *setting* secara santai atau diselipkan unsur humor. b. Semua informasi sangat bermanfaat. Karena semua terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan *home stay*, dan pembinaan pembinaan, dan cara pengelolaan agrowisata yang seharusnya.
3.	Ketepatan Media	Terkait penyampain informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, biasanya komunikasi dilakukan secara langsung (Interpersonal) dan juga lewat telfon. Bentuk komunikasi ini sudah dirasa cukup baik oleh masing-masing *stakeholder*.
4.	Merancang Efek	Semua pihak mendukung, mulai dari masyarakat, kepala desa, PPL dan juga Dinas Pariwisata ikut mendukung terkait pembentukan desa wisata ini. Selain itu banyak sekali manfaat yang di rasakan oleh masyarakat yang ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata petik jeruk ini, khususnya dalam aspek ekonomi. Dimana terjadinya peningkatan pendapatan yang di peroleh dari hasil usaha baru. Melalui usaha warung makan, penginapan, jasa parkir dan lain-lain.

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Komunikasi Stakeholder dalam Upaya Pengembangan Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Komunitas (CBT), peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, telah mendapatkan dukungan dari berbagai pihak *stakeholder* yaitu kepala desa, ketua kelompok tani, GAPOKTAN, ketua pengelola agrowisata, masyarakat, Dinas Pariwisata, dan PPL. Namun dukungan hanya terbatas pada tahap perencanaan saja, untuk tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi masih belum optimal. Sehingga dalam tahap pengembangan ini diperlukan dukungan berbagai pihak *stakeholder* baik *stakeholder* internal maupun *stakeholder* eksternal. Dukungan *stakeholder* ini sangat penting untuk kemajuan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) kedepannya. Dengan kata lain pengembangan kepariwisataan tidak terlepas dari partisipasi *stakeholders*, kebijakan dan perencanaan program baik secara individu maupun bersama-sama sangat membantu dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).
2. Partisipasi dari masing-masing *Stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) hanya terbatas pada tahap perencanaan saja. Namun hal ini tidak berlaku untuk masyarakat, dimana masyarakat tidak di libatkan secara langsung dalam mendesain informasi terkait perencanaan pengembangan agrowisata. Permasalahan terletak pada tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Kesibukan dari masing-masing *satkeholder* menyebabkan sulitnya untuk melaksanakan perencanaan-perencanaan yang telah di sussun. Selain itu permasalahan terletak pada Sumber Daya Manusia (SDM), khususnya masyarakat tidak

mau melaksanakan perencanaan yang telah di susun, hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pengembangan agrowisata.

3. Proses komunikasi yang dilakukan oleh antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) sebagai berikut:
   - Proses komunikasi dalam unsur pengiriman informasi yang dilakukan antar *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini masih bersifat *top-down*. Pada proses komunikasi dalam pengembangan agrowisata ini masih di dominasi oleh pihak-pihak yang memiliki informasi lebih terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Sehingga dengan komunikasi yang bersifat *top-down* ini masyarakat hanya dianggap sebagai objek pembangunan, bukan sebagai pelaku pembangunan itu sendiri. Hal ini tentu berbeda dengan konsep dari *Community Based Tourism* (CBT), yang mana pada konsep CBT, masyarakat tidak hanya dijadikan objek dalam pembangunan pariwisata, tetapi masyarakat juga di jadikan subjek dalam pembangunan pariwisata dengan cara memberikan akses dan kesempatan pada masyarakat untuk ikut merancang dan mengevaluasi terkait informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini.
   - Pertukaran informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT), pada dasarnya tentang upaya perbaikan-perbaikan pada agrowisata petik jeruk agar lebih baik untuk kedepannya. Misalnya perturakan informasi tentang penataan home stay, pertukaran informasi tentang perbaikan fasilitas, pertukaran informasi tentang wisatawan, pertukaran informasi tentang pelayanan, dan informasi-informasi lain terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT).
   - Pada dasarnya masing-masing *stakeholder* memahami tentang informasi yang di pertukarkan terkait upaya pengembangan agrowisata

petik jeruk berbasis komunitas ini. Namun permasalahnnya kesadaran serta kesibukan dari masing-masing *stakeholder* menyebabkan pelaksanaan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini tidak berjalan sesuai rencana yang telah di tentukan. Temuan ini tidak berlaku untuk masyarakat selaku bagian dari *stakeholder*, masyarakat tidak memahami terkait informasi dalam perencanaan atau program yang telah di buat untuk pengembangan agrowisata ini. Hal ini karena masyarakat tidak memiliki akses dan kesempatan untuk di libatkan dalam mendesain informasi terkait perencanaan pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) ini. Masyarakat dipandang tidak memiliki pendapat dan aspirasi sendiri, tidak berpengalaman dalam pembangunan, hanya sebagai energi dan bukan sebagai sumber informasi yang penting bagi keberhasilan pembangunan sehingga tidak melibatkan partisipasi masyarakat dalam penyusunan informasi.

4. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh masing-masing *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) yaitu meliputi, kualitas komunikator, kualitas pesan, ketepatan media dan perancangan efek:
   - kemampuan dari masing-masing *stakeholder* sudah cukup bagus terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Misalnya terkait dengan perencanaan-perencanaan yang telah di buat.
   - Informasi yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) sudah sesuai dan telah memenuhi kebutuhan dari masing-masing *stakeholder*. Misalnya informasi terkait pelayanan, informasi terkait wisatawan, informasi terkait penataan *homestay* , dan juga informasi terkait wisata edukasi, semua informasi sudah dirasa sangat sesuai dan bermanfaat untuk upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT). Semua informasi yang di pertukarkan bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang di

hadapi dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Dengan harapan semua informasi yang di pertukarkan dapat memberikan dampak baik untuk perubahan agrowisata petik jeruk ini agar jauh lebih maju lagi dan dapat bersaing dengan agrowisata-agrowisata yang sejenis. Namun permasalahannya tidak semua informasi yang di dapatkan itu dapat terlaksana ataupun terealisasikan, hal ini di ungkapkan oleh beberapa informan disebabkan oleh keterbatasan-keterbatasan yang dimiliki. Misalnya pada keterbatasan dana dan juga keterbatasan tenaga.

- Media yang digunakan oleh *stakeholder* dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) menggunakan berbagai macam media dalam menyampaikan pesan atau informasi. Yaitu media komunikasi interpersonal, kelompok, HP dan juga media sosial (fb, instagram, website) sebagai media promosi. Namun media dalam penyampaian informasi di dominasi oleh komunikasi interpersonal dan juga media seluler (HP). Komunikasi interpersonal dalam *setting* santai.
- Respon atau tanggapan dari masing-masing *stakeholder* khususnya masyarakat terkait penerapan strategi komunikasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) cenderung berdampak positif. Dengan bukti berupa dukungan yang datang dari berbagai pihak, mulai dari tingkat desa sampai pada dukungan yang datang dari tingkat kabupaten.

Mengacu pada penjelasan-penjelasan di atas pada dasarnya penerapan strategi komunikasi yang di lakukan oleh masing-masing *stakeholder* sudah sesuai dengan pendapat yang di kemukakan oleh Liliweri (2011), yang menyatakan bahwa keberhasilan dalam penerapan strategi komunikasi di tentukan oleh beberapa unsur yaitu kualitas komunikator, kualitas pesan, ketepatan media dan perancangan efek.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat peneliti berikan terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT) di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran untuk *stakeholder* yang ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas (CBT)

1. Masing-masing *stakeholder* diharapakan dapat meningkatkan partisipasinya, tidak hanya terbatas pada tahap perencanaan saja, tetapi pada tahap pelaksanaan dan juga tahap evaluasinya. Yaitu dengan menumbuhkan rasa kepedulian bersama dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Yaitu dengan cara ikut terlibat dalam mengontrol dan mengevaluasi terkait dengan perencanaan-perencanaan yang telah di susun sehingga semua perencanaan dapat terlaksana sesuai dengan harapan.
2. Proses Komunikasi khususnya dalam penyampaian informasi tidak lagi menerapkan penyampaian informasi secara *top-down*. Tetapi sebaiknya menerapkan komunikasi yang partisipatif dimana terjadi komunikasi dua arah atau dialogis, sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Dalam hal ini yang mana masyarakat dilibatkan dalam proses perancangan informasi dengan demikian masyarakat dapat merasa memiliki program tersebut.

5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini tidak fokus untuk mengkaji pola komunikasi partisipatif, tetapi fokusan utama yaitu strategi komunikasi berdasarkan empat aspek. Yaitu komunikator, pesan, media dan efek. Sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat berfokus pada pola komunikasi partisipatif, hal ini dengan alasan melihat pentingnya penerapan pola komunikasi partisipatif dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi*. CV Pustaka Setia. Bandung

Adedokun, M. O., Adeyemo, C. W., Olorunsola, O. 2010. *The Impact of Communication on Community Development*. University of Edo-Ekiti

Akpinar, Nevin, dkk. 2003. *Rural Women and Agrotourism in the Context of Sustainable Rural Development*: A Case Study From Turkey.

Anstrand, Melker, 2006, *Community Based Tourism and Sicio-Culture Aspects Relating to Tourism a Case Study of a Swedish Student Excursion to Babati* Tanzania.

Ardianto, Komala dan Siti Karlinah. 2007. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Basrowi, Suwandi, 2008. *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.

Baxter, P. & Jack, S. 2008. *Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers*, The Qualitative Report

Beeton, S. 2006. *Refl ecting or directing perceptions: Fox Media's responses to disasters in tourism destinations*. In BEST Education Network Think Tank :Jamaica.

Bungin, Burhan, 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Berger, Charles. 2006. *Uncertainty Reduction Theory*. Dalam Griffin, E.M. A First Look at Communication Theory. Edisi 6. McGraw-Hill

Byrd. E. T. 2011. *Tourism Ecology: Towards the Responsible, Sustainable Tourism Future*. Departement Of Recreation. Univ ersity Of North Carolina at Greensboro.

Byrd. E. T. 2007. *Stakeholders In Sustanable Tourism Development and Their Roles: Applying Stakeholder Teory To Sustainable Tourism Development*. Departement Of Recreation. University Of North Carolina at Greensboro.

Bryson, John M 2008. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.Chase, S.E. 2005. *Narrative Inquiry: Multiple Lenses, Approaches, Voices*. In N.K. Denzin & Y.S Lincoln.

Crosby, B.L. 1992. *Stakeholder Analysis*: A vital tool for strategic managers. Technical Notes, No. 2. Agency for International Development, Washington DC.

Creswell, J.W. 2016. Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (4th ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Demartoto, A. 2009. *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masysyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press

Devito, 1997. *Human Communication*. Edisi Kelima. Jakarta: Professional Books.

Direktori Wisata Agro Indonesia. 2009. *Tentang Wisata Agro di Indonesia*. Available at http://databasedeptn.go.id/agrowisata/viewfitur.asp (Verified 15 Des 2009).

Demartoto, Argyo, 2009, *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*, Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Dempsey, S. E. 2010. Panelist. "*Economics, Communication and Society Roundtable Pane*l." Rhetorical and Communication Theory Division, The National Communication Association's Annual Convention, San Francisco, CA.

Donaldson,T., & Preston, L. E. 1995. *The Stakeholder Theory og The Corporation: Concepts, Evidence, and Implications*. Academy of Management Review

Djumiarti, Titik. 20014. Dalm Tesis: *Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi dan Tingkat Sosial Ekonomi Terhadap Partisipasi Masyarakat Dalam Membayar PBB Di Kecamatan Kota Kudus.* Semarang: Universitas Diponegoro

Effendy, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Effendy, Onong Uchyana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Freeman, R.E. 1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Freeman, R.E. 2010. *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=NpmA_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Freeman,+R.E.+(1984).+Strategic+management:+A+stakeholder+approach.+Boston:+Pitman.&ots=6-kgG8L5TM&sig=9_88w1hGCIa7LdIUqvaFCR4fDxw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Gunn, C.A. 1994. *Tourism Planning: Basic Concepts Cases (3rd ed)*. Washington, D.C: Taylor & Francis.

Gutierrez, S. 2012. *Global challenges for sustainable tourism.* Paper presented at Conference on Sustainable Tourism Development. Bali: Indonesia.

Ginting, Mustafa. 2009. Agrowisata Alternatif Baru Pariwisata. Available at http://wordpress.com/2009/05/19/agrowisata

Getz, D. and Jamal, T.B. 1994. *The environment–community symbiosis: A case of collaborative tourism planning*. Journal of Sustainable Tourism.

Ghozali, Imam dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadiyanto, 2009. *Desain Pendekatan Komunikasi Partisipatif dalam Pemberdayaan Peternak Domba Rakyat*. DIKTI, 32 (2), 145-154

Hamijoyo S. 2001. *Konflik Sosial dengan Tindak Kekerasan dan Peranan Komunikasi*. Jurnal Mediator Volume 2 Nomor 1. Bandung.

Hausler, Nicole. J.L. 2005. *Heckit modeling of tourist expenditure: evidence from Spain*, International Journal of Service Industry Management

Hetifah, Sumarto, SJ. 2009: *Inovasi Partisipasi dan Good Govermance " 20 Pakarsa Inovatif dan Partisipasi Indonesia " Jakarta*: Yayasan Obor Indonesia.

Hornby, A.S. 1995. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. C. Jonathan, K. Kavanagh, and M. Ashby (Eds.). Oxford University Press, Oxford.

Jamal, T.B. and Getz, D.1995.*Collaboration theory and community tourism planning*. Annals of Tourism Research

Jolly, A. D., & Reynolds, A. K. 2005. *Consumer Demand For Agricultural And On-Farm Nature Tourism.* Uc Small Farm Center Research Brief. Retrieved from http://sfp.ucdavis.edu/files/143466.pdf

Kasiyan. 2015. *Kesalahan Implementasi Teknik Triangulasi Pada Uji Validitas Data Skripsi Mahasiswa Jurusan Seni Rupa FBS UNY*. Yogyakarta. Universitas Negri Yogyakarta.

Kementrian Pariwisata. 2016. Artikel Siaran Pers Rakornas Kepariwisataan ke-II "Sinergi Pusat dan Daerah Menuju 12 Juta Wisman dan 260 Juta Wisnus Tahun 2016. http://www.republika.co.id/berita/en/travelling

Keputusan Bersama Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi Nomor: 204/KPTS/30HK/050/4/1989 dan Nomor KM. 47/PW.DOW/MPPT/89 *Tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro*

Kriyantono, R. 2012. *Teknik Praktis Risert Komunikasi*. Jakarta: Kecana Prenada Media Group

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana

Lobo, R. E., Goldman, G. E., Jolly, D. A., Wallace, B. D., Schrader, W. L., & Parker, S. A. 1999. *Agricultural tourism: agritourism benefits agriculture in Sandiego County*. Retrieved June 4, 2008, from the University of California.

Maharani. Putri. Agustin. 2015. *Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Terhadap Partisipasi Petani Dalam Program Agrowisata Petik Jeruk Berbasis Masyarakat Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Usaha Tani Jeruk Petani Di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.* Universitas Brawijaya: Malang

Mantja, W. 2007. *Etnografi Desain Penelitian Kualitatif Pendidikan dan Managemen Pendidikan*. Malang: Elang Mas

Margono, Slamet. 2006. Metodologi Pendidikan Penelitian. Jakarta: PT. Rinerka Cipta.

Michalic T. 2003. *Economic Instrument Of Environmental Tourism Policy Derived From Environmental Theories. In Fennel DA and Dowling RK. (eds) Ecotourism Policy and Planning*. Wallingford, UK: CABI Publishing

Mulyana, Deddy 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu komunikasi*. PT. Remadja. Bandung: Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

McNabb, D.E. 2002. *Research Methods in Public Administration and Nonprofit Management: Quantitatif and Qualitatif Approaches*, M.E Sharpe, Armonk.

Nasdian, Fredian Tonny. 2006. Pengembangan Masyarakat *(Community Development)*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Nurhidayati, Sri Endah. 2012. *Tesis: Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu, Jawa Timur*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada

Ndraha T. 1990. *Pembangunan Masyarakat: Mempersiapkan Masyarakat Tinggal Landas*. Rineka Cipta. Jakarta

Okazaki, Etsuko. 2008. *A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use*. Japan: Kobe University

Oktafia, Rina. 2007. *Tesis: Pengaruh Partisipasi Pemangku Kepentingan (Stakeholder), Kebijakan dan Perencanaan Program Terhadap Pengembangan Kepariwisataan Provinsi Banten*. Jakarta: Universitas Indonusa Esa Unggul

Pantin, D. and Francis, J., 2005. *Community Based Sustainable Tourism*, UWI SEDU

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta

Pinata, I. Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata* : Yogyakarta

Purwoko. B. A. 2000. *Kepuasan dan Loyalitas: Perspektif Kualitas Layanan*. Jakarta: Komunika Jaya Pratama.

Pratiwi, Adelisa. 2012. *Tesis: Strategi Komunikasi Direktorat Penyiaran Dalam Mengkomunikasikan Peraturan dan Kebijakan Proses Perijinan Penyiaran*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik: Universitas Indonesia

Rachmat, M. 2005. *Kebijakan Strategi Pengembangan Agrowisata Di Indonesia*. Buletin Kawasan, Edisi No. 14 tahun 2005

Ruslan, R. 2008. *Managemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Bagian Press

Reed M, Graves A, Dandy N, Posthumus H, Hubacek K, Morris J, Prell C, Quinn CH, Stringer LC. 2009. Who's Nad Why? *A Typology of Stakeholder Analysis Methods for Natural Resource Management*. Journal of Environmental Management 90:1933-1949.

Rogers, Everett, M., dan Shoemaker, F, Floyd. 1983. *Communication Of Innovations*, New York: The Tree Press

Saarinen, J. 2006. *Traditions of sustainability in tourism studies*. Annals of Tourism Research

Salim, A. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif: Dasar- Dasar*. Jakarta: PT Indeks

Sastrayuda, G. S., 2010. Konsep Pengembangan Kawasan Agro Wisata. *Hand Out* Mata Kuliah *Concept Resort And Leisure*, Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan. Resort And Leisure *(online). Availible at* Http://FileUpi.Edu/Direktori/Fpips

Sastropoetro, Santoso. 1988. *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*. Bandung: PT. Alumni.

Silalahi, U. 2012. *Metode Penelitian Sosial. Bandung*: Refika Adiatama.

Suansri, Potjana, 2003, *Community Based Tourism Handbook*, Thailand: REST Project

Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suparjan. 2003. *Pengembangan Masyarakat: dari Pembangunan sampai Pemberdayaan*. Yogyakarta: Aditya Media.

Sembodo, Heru W. 2006. *Partisipasi Masyarakat dalam Perencanaan Pembangunan Desa di Desa Tanggulrejo Kecamatan Tempuran Kabupaten Magelang*. Tesis, Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya: Malang

Solekhan, Much. 2014. *Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Berbasis Partisipasi Masyarakat*. Malang: Setara Press

Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates Publisher. London.

Tirtawinata, Reza dan Fachrudin, Lisdiana. 1999. *Daya Tarik Pengelolaan Agrowisata*. Penebar Swadaya. Jakarta

Tjokroamidjojo, Bintoro. 1994. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta: PT Toko Gunung Agung

Utama, I Gusti Bagus Rai. *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif*. 2011

Utama, I G.B.R. 2007. *Agro-tourism as an Alternative Form of Tourism in Bali, Case Studies: Bayung Gede, Candikuning, Blimbing Sari, and Pelaga Villages*. Published Master Thesis. CHN University Netherlands.

Wahyuni, Sari. 2015. *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta: Salemba Empat.

Yin, Robert. K. 2015. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers

LAMPIRAN

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 1. ***Interview Guide***

(Untuk *Stakeholder*)

Profil Informan

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan / Jabatan :

A. Pertanyaan Umum

1. Bisa diceritakan apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini?
2. Bisa diceritakan awal mula keterlibatan bapak/ibu dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata ini?
4. Stakeholder siapa saja yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas ?
5. Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pemanfaatan hasil ?

B. Pertanyaan Khusus (Dimensi Komunikasi)

a. Aspek Komunikator

1. Bagaimana cara atau strategi bapak/ibu berkomunikasi dengan stakeholder yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini ?

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

2. Terkait cara atau strategi yang ditempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas?
3. Apakah bapak/ibu mengajak stakeholder luar (Pemerintah, LSM, dll) dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk?
4. Bagaimana kemampuan stakeholder berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk ?

b. Aspek Pesan

1. Bagaimana proses komunikasi yang dibangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?
2. Jenis informasi apa yang dipertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas?
3. Bagaimana isi pesan yang disampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk?

c. Aspek Media

1. Media apa yang dipergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk?
2. Bagaimana pertimbangan pemilihan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi?
3. Apakah pemilihan media yang digunakan sudah tepat?

d. Aspek Efek *(Feedback)*

1. Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitasi ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak?
2. Untuk mendapat respon yang baik, bagimana model komunikasi yang dibangun oleh masing-masing stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini?
3. Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan?

e. Aspek Gangguan

1. Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
2. Kalau ada kendala, permasalahan apa yang biasanya dihadapi?
3. Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Untuk Dinas Pariwisata)

Profil Informan

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan / Jabatan :

A. Pertanyaan Umum

1. Bisa diceritakan awal mula keterlibatan bapak/ibu dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata ini?
3. Bagaimana peran bapak/ibu dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi ?

B. Pertanyaan Khusus (Dimensi Komunikasi)

1. Bagaimana cara atau strategi bapak/ibu berkomunikasi dengan stakeholder yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini ?
2. Terkait cara atau strategi yang ditempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas?
3. Bagaimana proses komunikasi yang dibangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?
4. Jenis informasi apa yang dipertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas?

5. Bagaimana isi pesan yang disampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk, apakah sudah sesuai?
6. Media apa yang dipergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk?
7. Bagaimana pertimbangan pemilihan media yang digunakan untuk menyampaikan informasi?
8. Apakah pemilihan media yang digunakan sudah tepat?
9. Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitasi ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak?
10. Untuk mendapat respon yang baik, bagimana model komunikasi yang dibangun oleh masing-masing stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini?
11. Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan?
12. Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
13. Kalau ada kendala, permasalahan apa yang biasanya dihadapi?
14. Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

(Untuk Masyarakat)

Profil Informan

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

A. Pertanyaan Umum

1. Apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini?
2. Bisa diceritakan awal mula bapak/ibu ikut bergabung dalam pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengembangan agrowisata ini?
4. Stakeholder siapa saja yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas ?
5. Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis komunitas, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan pemanfaatan hasil ?
6. Apakah Bapak/Ibu juga ikut berpartisipasi dalam upaya pengembangan agrowisata? Partisipasi apa yang biasanya bapak/ibu lakukan?

B. Pertanyaan Khusus (Dimensi Komunikasi)

a. Aspek Komunikator

1. Dengan siapa Bapak/Ibu sering berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?
2. Bagaimana cara atau strategi bapak/ibu berkomunikasi dengan stakeholder ? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini ?

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

3. Terkait cara atau strategi yang ditempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas?
4. Bagaimana kemampuan stakeholder berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk ?

b. Aspek Pesan

1. Bagaimana proses komunikasi yang dibangun Bapak/Ibu dengan stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?
2. Jenis informasi apa yang dipertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas?
3. Bagaimana isi pesan yang disampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk?
4. Apakah Bapak/Ibu ikut merancang pesan atau ikut serta mengeluarkan ide untuk pengembangan agrowisata petik jeruk?

c. Aspek Media

1. Bagaimana Bapak/Ibu mendapatkan informasi Informasi? Melalui media apa?
2. Apakah pemilihan media yang digunakan sudah tepat?

d. Aspek Efek *(Feedback)*

1. Bagaimana tanggapan atau respon Bapak/Ibu terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitasi ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak?
2. Perubahan atau manfaat apa yang Bapak/Ibu rasakan setelah ikut bergabung dalam pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
3. Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan?

e. Aspek Gangguan

1. Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi Bapak/Ibu dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ini?
2. Kalau ada kendala, permasalahan apa yang biasanya dihadapi?

3. Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?
4. Apa harapan Bapak/Ibu kedepannya untuk pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

(Untuk Wisatawan)

Profil Informan

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan / Jabatan :

1. Bagaimana tanggapan bapak/ ibu terhadap pembentukan agrowisata ini?
2. Apakah agrowisata ini sudah sesuai dengan harapan bapak/ibu?
3. Apakah bapak/ ibu ikut memberikan saran atau informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini?
4. Bagaimana proses pengiriman informasi yang di bangun pak ?
5. Jenis Informasi apa yang di pertukarkan?
6. Bagaimana respon dari pihak agrowisata terhadap informasi yang di sampaikan?

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Lampiran 2 Transkrip Interview

Transkrip Interview 1

Profil Informan

Nama : Bambang Sopoyono(L) / (44 thn)

Pendidikan Terakhir : D3

Pekerjaan / Jabatan : Kepala Desa

Interview secara resmi di laksanakan pada tanggal 4 Mei 2017 di Kantor Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Interview dilakukan pada jam 09. 15. Berikut adalah kompilasi wawancara penliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini ?

“ Pada awalnya, agrowisata petik jeruk ini berangkat dari kehendak masyarakat. Yang di awali oleh kelompok tani. Dengan alasan untuk memperoleh pendapatan tambahan di luar hasil budidaya jeruk yang dihasilkan. Karena ini kemauan dari kelompok masyarakat atau petani yang memiliki lahan jeruk, maka dari pihak desa akhirnya ini di dijadikan Visi dan Misi Desa, yaitu menjadi desa wisata. Tidak hanya dari komoditas jeruk tapi dari komoditas-komoditas lain juga diharapkan jadi potensi wisata kedepannya. “

Bisa diceritakan Pak awal mula keterlibatan bapak dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini?

“ ya saya tentu ikut terlibat karena pembentukan agrowisata ini telah dijadikan Visi dan Misi Desa Selorejo untuk menjadi desa wisata, serta peran dan partisipasi dari pihak Pemerintah Desa sangatlah besar. Tidak hanya dari segi moral saja, tapi dari segi dana ataupun anggaran, arah pembangunan seperti infrastruktur dan lainnya untuk memenuhi dan menunjang kebutuhan sebagai desa wisata dan juga calon wisatawan yang akan berkunjung agar mereka merasa nyaman”

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

“ Oh banyak, karena sebenarnya ini masih tahap pengembangan jadi masih banyak kendala yang dihadapi. Salah satunya ya dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat sedikit yang ikut bergabung dalam pembentukan agrowisata berbasis masyarakat ini. Karena mereka tidak tau aturan-aturannya dan beranggapan bahwa wisatawan justru malah akan merusak tanaman jeruk miliknya. Namun seiring berjalannya waktu, setelah dilakukannya sosialisai-sosialisasi oleh tokoh-tokoh masyarakat

desa seperti Ketua Kelompok Tani, Ketua Gabungan Kelompok Tani dan PPL dan lainnya, akhirnya sudah banyak masyarakat yang mau dan ikut bergabung dalam pembentukan agrowisata berbasis masyarakat ini. Nah dalam masa transisi masyarakat yang tidak mau menjadi mau, Pak Suwaji ditunjuk untuk menjadi Ketua Pengelola Agrowisata lewat Organisasi Kepemudaan. Tetapi sekarang justru dengan perkembangannya agrowisata ini malah akhirnya hampir menjadi usaha pribadi-pribadi. Karena masyarakat sudah mulai mengetahui dan beranggapan bahwa pak Suwaji mendapat keuntungan lebih dengan adanya agrowisata berbasis masyarakt ini, akhirnya masyarakat mencoba membuka sendiri-sendiri agrowisata ini. Seperti Bapak Sulaiman, Pak Jumini. Sehingga petani saat ini mulai berebut tamu atau wisatawan. Tetapi untuk kedepannya nanti pihak Pemerintah Desa akan mencoba mengorganisir lewat Lembaga Pengelola Desa".

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

" Lumayan banyak mas, mulai dari mayarakat, aparat desa berupa kelompok tani, gabungan kelompok tani, PPL bahkan pihak pemerintah berupa Dinas Pariwisata pun ikut mendukung dengan adanya agrowisata ini, terutama di bidang pembinaan- pembinaan, tour guide dan juga penataan home stay."

Bagaimana pak partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini, mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

" gimana mas? Saya kok kurang mudeng. Oya begini maksudnya pak, maksudnya stakeholder yang ikut terlibat tadi itu, bagai mana bentuk partisipasinya mulai dari tahap perencanaan, seperti: kayak mungkin merancang bagaimana strategi yang seharusnya agar agrowisata berbasis masyarakat ini mampu bersaing dengan agrowisata yang lain, terus tahap pelaksanaannya apakah mereka juga ikut terlibat? Oh... iya jadi untuk perencanaanya hampir semua ikut merancang agrowisata ini kedepannya, misalnya yang saya katakan tadi untuk kepala desa sudah membuat program perencanaan untuk pengembangan agrowisata ini kedepannya. Contoh program dalam pembentukan koordinasi lahan parkir dan juga wisata kuliner. Selain itu dulu ada dari pihak dinas pariwisata itu datang kesini untuk membantu menata bagian-bagian yang mengelola agrowisata itu sudah di bantu untuk pembentukannya mas, namun permasalahannya di desa ini pelaksanaannya masih belum mas. Susah masyarakatnya untuk terlibat aktif itu. karena memang kesibukan kita masing-masing mas. Disini pokoknya intinya orang-orangnya individual mas.

Namun untuk pembentukan lembaganya sendiri baru terbentuk. Tetapi masih belum di kukuhkan. Karena untuk menjadi desa wisata ini, yang paling berat yaitu

membangun moral dan mental masyarakat. Oleh karena itu kita mencoba membentuk POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) yang direkrut dari kalangan muda-mudi tapi ya masih belum aktif.

Nah, terkait evaluasi dari kendala atau permasalahan-permasalahan yang ada terutama masyarakat, infrastruktur seperti akses jalan dari kota ke desa perlu perluasan dan perbaikan. Belum ada home stay serta kuliner-kuliner masih kurang. Oleh karena itu saat ini yang kita butuhkan dari pihak pemerintah berupa pelatihan-pelatihan kepada lembaga-lembaga Desa. Bagaimana lembaga desa nantinya dapat mengembangkan desa wisata ini.

2. Pertanyaan Khusus

Bagaimana cara atau strategi Bapak berkomunikasi dengan stakeholders yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini?

“ iya, komunikasi masih berjalan sampai saat ini, nanti masing-masing instansi kita selalu berkomunikasi antar instansi, nanti masing-masing instansi kita fokuskan, bahwa tujuan kita ini untuk kemajuan pembangunan pariwisata baik dari Dinas Pertanian, Dinas Pariwisata. Komunikasi lebih ke Interpersonal, rapat atau komunikasi massa ada. Intensitas jarang antara 1-2 per tahun. Komunikasi interpersonal dilakukan dengan cara telfon (memanfaatkan teknologi yang ada) tapi kadang ya ketemu langsung atau jagongan kalau bahasa jawanya mas. Misalnya bapak suwaji kedatangan tamu yang jumlahnhya banyak, pasti selalu ada pemberitahuan ke kantor desa. Misalnya lagi ada tamu desa, maka tamu akan di arahkan ke bapak Suwaji, atau pak Sulaiman atau kepada mereka yang kebunnya siap.

Tapi permasalahnnya selama ini masih belum ada kontribusi dari pelaku-pelaku wisata untuk desa. Namun untuk kedepannya harapan ada kontribusi dari pelaku-pelaku wisata untuk desa agar semua masyarakat dapat menikmati keberadaan agrowisata petik jeruk ini. Jadi keuntungan besar tidak hanya dirasakan pelaku wisata tetapi juga masyarakat setempat yang tidak memiliki lahan pun juga ikut dapat merasakan manfaatnya. Seperti, buka usaha warung makan, kuliner-kuliner dan juga buka penyediaan jasa lainnya.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas ?

“ iya, kita berfikir untuk komunikasi Interpersonal yang di lakukan ini sudah cukup berhasil, dimana dengan komunikasi secara langsung yang ini semua belah pihak tidak merasa sungkan untuk menyampaikan aspirasinya dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk. Karena apabila kita berkomunikasi massa seperti komunikasi yang dilakukan pada saat rapat itu, kebayakan mereka malu

untuk berbicara di depan orang banyak. Sehingga mereka cuma diam saja dan manut-manut aja"

Apakah bapak mengajak stakeholder luar seperti Pemerintah, PLL dan LSM dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?

" Iya mas, ya seperti yang saya jelaskan tadi, pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, PPL juga ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya Untuk partisipasi Dinas pariwisata itu cukup tinggi, dimana setiap ada even-even atau pameran desa wisata selorejo selalu di libatkan dan di ikut sertakan untuk ajang promosi. Partisipasi dan peran yang masih lambat dan lemah itu dari pihak KIMPRASMIL (Pemukiman Prasarana Wilayah) contohnya, pembangunan sarana dan prasarana berupa infrastruktur jalan raya masih lambat. Untuk PLL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan-pelatihan kepada kelompok-kelompok tani yang ada terkait dengan upaya pengembangan desa wisata ini.

Bagaimana kemampuan stakeholder berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk ini ?

" iya cukup baik mas, apalagi terkait perencanaan dan pembinaan yang di berikan kepada masing masing masyarakat ataupun lembaga desa terikait pengembangan agrowisata ini, seperti penataan home stay, tour guide, wisata edukasi juga.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

" untuk pengiriman informasinya kita pengkombinasikan kemauaan atau aspirasi dari masyarakat dengan kemauan dari pihak atasan juga seperti apa, lalu di sinkronkan. Pokoknya komunikasi kita lebih dua arah gitu mas, pokonya sudah tidak jaman informasi itu hanya dari atasan saaja, tidak tidak lagi harus mendokrin masyarakat dengan informasi-informasi. Tapi kita lebih saling berkomunikasi timbal balik gitu. Seperti umpamanya kemauan masyarakat akan penataan kebun wisata, maka kita ikut membantu kemauan masyarakat dalam menata kebunnya".

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ?

"Pertukaran informasi biasanya terkait dengan wisatawan dan pelayanan, seperti cara membuat tamu nyaman, serta aturan-aturan agar antara kedua belah pihak sama-sama tidak dirugikan. Seperti pada awal-awalnya pembentukan agrowisata tidak ada batasan mana pohon jeruk yang siap di petik atau tidak. Tapi saat ini di kasih batasan. Misalnya untuk hari ini pohon yang siap di petik itu ini. Dan peraturan untuk tidak merusak kebun"

Bagaimana ini pesan yang di sampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata ini, apakah sudah sesuai?

" iya, untuk sementara ini semua informasi sudah sesuai mas. Semua informasi sangat bermanfaat. Karena semua terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan home stay, dan pembinaan pembinaan lainnya".

Media apa yang di pergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ?

" terkait penyampain informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, kita biasanya berkomunikasi lewat telfon aja, tapi terkadang ketemuan langsung untuk berdiskusi. Namun kita juga menggunakan media cetak untuk promosi, seperti koran, brosur, pamflet. Kadang juga kita pernah mengundang wartawan untuk meliput desa wisata di Desa Selorejo ini. Untuk web. Kita juga ada. Tinggal aja langsung cari di internet terkait informasi desa, disitu akan keluar banyak informasi".

Apakah pemilihan media yang di gunakan sudah tepat menurut bapak?

" Iya, untuk saat ini media yang kita gunakan kita rasa sudah cukup tepat, tapi untuk kedepannya masih belum tau, kita mengikuti perkembangan jaman aja".

Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak?

"Semua pihak mendukung mas, mulai dari Masyarakat, Petani, Desa, Kecamatan bahka Dinas pun ikut mendukung terkait pembentukan desa wisata ini. Karena saat ini sudah di getolkan arah pembangunan pada pariwisata. Karena di anggap memiliki resiko yang paling kecil. Tidak seperti wisata-wisata non pertanian yang membutuhkan biaya investasi yang cukup besar. Cuman yang di perlukan yaitu kesadaran masyarakat aja untuk menjadi desa wisata. Seperti tidak hanya dari petik jeruknya saja, tetapi mulai dari penataan lingkungan, lingkungan bersih dari sampah-sampah, serta lingkungan yang aman dan nyaman untuk di kunjungi oleh wisatawan".

Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" Oh masih jauh mas, agrowisata petik jeruk ini berbasis masyarakat ini kan masih tahap mengawali atau masih tahap pengembangan. Jadi masih banyak yang perlu di perbaiki. Seperti dari masyarakatnya, juga dari sarana prasarana perlu banyak di perbaiki. Tapi untuk kedepannya ya sudah kita persiapkan melalui dari pembentukan pasar wisata, pembentukan lapangan khusus parkiran wisatawan, yang semuanya nanti akan tertuang dalam RPJMDES (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa).

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

" iya tentu ada mas, Cuma ya permasalahan kecil aja. Seperti dinas hanya fokus pada golongan yang besar saja, sehingga fokusan untuk mendukung pengembangan agrowisata ini ya terpecah gak maksimal. Terus permasalahan komunikasi dengan masyarakat ada juga.mereka masih nyaman di zonanya. Jadi untuk dia mau melakukan inovasi itu masih rendah, seperti untuk melakukan penataan kebun, pemberian fasilitas kebun mereka masih banyak pertimbangan".

Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

" ya kita harus sering-sering melakukan komunikasi mas, terus untuk pembinaan - pembinaan diharapkan mampu terus di adakan. Dan untuk semua permasalahan terkait pengembangan agrowisata ini nanti Desa sudah berencana membentuk Lembaga Pengelolaan Desa Wisata. Ya tapi masih belum di kukuhkan secara resmi terkait dengan pelaksaannya".

Transkrip Interview 2

Profil Informan

Nama : Bapak Suwaji (L) / (40 thn)

Pendidikan Terakhir : SD

Pekerjaan / Jabatan : Petani dan Pedagang / Ketua Pengelola Agrowisata

Interview ke dua ini di laksanakan pada tanggal 5 Mei 2017 di kebun agrowisata petik jeruk. Interview dilakukan pada jam 10.05 pagi. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini? Serta bagaimana awal mula bapak ikut terlibat dalam pengembangannya?

“ Agrowisata petik jeruk ini berangkat dari kelompok tani dengan kehendak masyarakat. Karena kita tidak paham tentang pengelolaan agrowisata, padahal Desa Selorejo ini sudah memiliki nama Desa wisata petik jeruk, akhirnya ketua kelompok tani dan juga kepala desa menunjuk saya untuk menjadi ketua dari pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. Nah saya mulai aktif ikut terlibat ya ketika saya di tunjuk untuk menjadi ketua pengelola dalam pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Kan sebenarya agrowisata ini sudah terbentuk sekitar tahun 2004, cuman ya di resmikannya itu sekitar tahun 2007. Tapi sampai saat ini agrowisata ini mas masih tahap pengembangan, masih banyak yang perlu kita perbaiki kedepannya mulai dari infrastruktur, SDM, dan juga penambahan fasilitas-fasilitas untuk menunjang kebutuhan pengunjung.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

“ Banyak mas, pada awalnya masyarakat sedikit yang ikut bergabung dalam pembentukan agrowisata berbasis masyarakat ini. Mereka pada awalnya rugi karena tiket masuk untuk agrowisata ini 5.000 per orang. Akhirnya harga di naikkan menjadi 10.000 per orang tapi tetap rugi. mereka tidak tau aturan-aturannya dan beranggapan bahwa wisatawan justru malah akan merusak tanaman jeruk miliknya. Namun akhirnya saat ini harga masuk untuk tiket agrowisata yaitu 20.000 per orang. Dan wisatawan sudah dapat menikmati makan jeruk sepuasnya di tempat. Dan untuk kelompok-kelompok pelajar kita memberi harga 15.000 per orang. Tapi dengan pengawasan ketat. Karena di khawatirkan mereka merusak kebun jeruk yang ada. Selain itu kendala utama sebenarnya terletak pada infrastruktur yang ada. Dimana fasilitas jalan yang masih kurang. Untuk jalan

sendiri yang masih sempit dan bus-bus pariwisata tidak bisa masuk desa, sehingga kita tidak bisa melakukan promosi besar-besaran.

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini? Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

“ Opo iku stakeholder mas? Jadi maksud saya, tokoh-tokoh siapa saja pak yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini? Oo.. Kalau dari Desa ada Ketua Kelompok Tani, Kepala Desa, dari Kecamatan ada PPL, dari Pihak Pemerintah ada Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian juga ikut terlibat dan mendukung, dukungan mereka sangat penting, mengingat bahwa agrowisata petik jeruk ini masih tahap pengembangan maka kita memang sangat membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, untuk ikut membantu mengembangakan agrowisata ini. Dukungannya ya seperti, dulu kan disisni jalan-jalannya itu masih rusak dan masih sempit mas, tapi saat ini sudah ada perbaikan mulai ada perluasan juga walaupun masih belum maksimal. Karena pinginnya kita itu bus-bus itu bisa masuk desa. Biar tour-tour dan kunjungan kelompok wisatawan itu banyak yang datang. Tapi di lihat dari jembatan-jembatan kan sekarang sudah dilakukan perluasan, mungkin ya kedepannya jalan-jalan akan di perluas. Tapi ya mungkin masih bertahap, karena harus nunggu dana cair atau ngajukan proposal-proposal dulu mas. Dan dari pihak pengelola juga sudah melakukan perbaikan-perbaikan, seperti pemberian fasilitas-fasilitas untuk wisatawan. Seperti posko-posko untuk tempat berteduh, WC umum, tempat sampah dan lain-lain.

“ terus pak bagai mana bentuk partisipasinya mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasinya? iya jadi untuk tahap perencanaan mereka juga ikut merancang bagaimana kedepannya agar agrowisata ini jauh lebih maju dari saat ini. Seperti bagai mana cara penataan home stay, dan bagaimana cara membuat wisatawan tidak hanya sekali datang hanya untuk sekedar ingin tau saja, tapi mereka juga mau datang terus ke agrowisata petik jeruk ini. Untuk kelompok tani sendiri di adakan pembinaan-pembinaan dari PPL yang berkaitan dengan pariwisata berupa edukasi cara budidaya yang baik itu seperti apa. pihak pemerintah juga sudah mencoba membentuk POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) yang direkrut dari kalangan muda-mudi tapi ya masih belum aktif. Dan saya juga sudah tidak terlalu aktif dalam setiap kegiatannya, karena kesibukan saya yang padat mas. Terkait evaluasi dari kendala atau permasalahan yang ada terutama dari infrastruktur seperti akses jalan dari kota ke desa perlu perluasan dan perbaikan. Belum ada home stay serta kuliner-kuliner masih kurang. Oleh karena itu saat ini yang kita butuhkan dukungan dari semua pihak pemerintah.

2. Pertanyaan Khusus

Bagaimana cara atau strategi bapak berkomunikasi dengan stakeholders yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini?

“ Iya mas, tapi untuk saat ini komunikasi lumayan jarang mas, dulu sering berkomunikasi dengan kelompok tani, disini kan dulu selalu di adakan pertemuan 1 bulan 2 kali, ya dalam pertemuan itu di jadikan ajang transfer informasi terkait pengembangan agrowisata ini. Karena kelompok tani kan sering mengikuti lomba-lomba, dan disitu pasti tau banyak tentang hal-hal baru. Sekaligus juga dijadikan ajang promosi juga. kalau berkomunikasi biasanya kita langsung aja mas, dimana ketemu disitu kita berkomunikasi dan diskusi terkait pengembangan agrowisata ini kedepannya harus seperti apa. kita juga sering berkomunikasi lewat telfon aja mas. Misalnya akan kedatangan tamu desa biasaya saya di telfon, untuk mengarahkan tamu ke agrowisata petik jeruk ini.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas ?

“ Iya pastinya ada mas, meskipun tidak semua pendapat atau aspirasi itu terwujud semua, tapi ya saya pikir itu sudah cukup baik, dari pada kita sering rapat itu biasanya susah mendapatkan kesempatan untuk berdiskusi panjang lebar dan menyuarakan pendapat itu ya masih ragu kalau di dalam rapat, kebanyakan kita hanya diam saja, hanya ada beberapa saja yang aktif ngomong terus. Tapi kalau kita ketemu langsung atau berbicara tatap muka itukan kita bisa mengutarakan semuanya itu dengan leluasa mas.

Apakah bapak mengajak stakeholder luar seperti Pemerintah, PLL dan LSM dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?

“ Iya mas, pihak pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, PPL juga ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya, Untuk partisipasi Dinas pariwisata itu cukup tinggi, dimana setiap ada even-even atau pameran desa wisata selorejo selalu di libatkan dan di ikut sertakan untuk ajang promosi. Setiap ada kunjungan tamu selalu di arahkan ke agrowisata petik jeruk ini mas. Selain itu juga kita sering di berikan pembinaan pembinaan terkait cara pengembangan agrowisata ini, mulai dari cara penyambutan tamu, cara mengelola agrowisata itu seperti apa seharusnya dan banyak lagi mas. Untuk PLL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan-pelatihan kepada kelompok-kelompok tani yang ada terkait dengan upaya pengembangan desa wisata ini seperti cara budidaya jeruk yang benar, dan cara perawatan dan juga cara panen pasca panennya juga. Tapi untuk saat ini komunikasi lumayan jarang mas, dulu sering berkomunikasi dengan kelompok tani, disini kan dulu selalu di adakan pertemuan 1 bulan 2 kali, ya dalam pertemuan itu di jadikan ajang transfer informasi terkait pengembangan agrowisata ini. Karena kelompok tani kan sering mengikuti lomba-lomba, dan

disitu pasti tau banyak tentang hal-hal baru. Sekaligus juga dijadikan ajang promosi juga. Tapi untuk akhir-akhir ini sudah jarang. Karena ya kesibukan masing-masing mas. Saya juga kan tidak hanya mengurus agrowisata ini. Saya juga dagang, juga petani jadi ya sibuk. Kalau ketemu paling nyapa saja. Tidak sempat untuk berdiskusi panjang lebar."

Bagaimana kemampuan stakeholder berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk ini ?

"Iya tentunya bagus mas, karena mereka kan memang sudah ahlinya. apalagi terkait perencanaan dan pembinaan yang di berikan kepada masing masing masyarakat ataupun lembaga desa terikait pengembangan agrowisata ini, seperti penataan home stay, tour guide, wisata edukasi juga semuanya di paparkan ke kita itu dengan cukup jelas. Cuma ya kitanya saja kadang ada kendala terkait pelaksanaanya, seperti terkait penataan home stay itu kita sulit untuk mengaturnya mas."

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

" Untuk berbagai informasinya kita mendapatkan langsung dari pihak-pihak yang sudah ahli mas terkait cara pengembangan agrowisata itu seperti apa, misalnya kita selalu mendapatkan informasi dari kelompok tani terkait cara-cara pengembangan agrowisata ini. Tapi yang tak kalah pentingnya kita itu sering mendapatkan informasi dari kunjungan wisatawan mas. Wisatawan itu sering memberikan saran dan masukan-masukan terkait pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Mulai dari saran untuk penambahan fasilitas misalnya, posko-posko untuk wisatawan istirahat, tempat sampah biar lingkungan agrowisata itu tetap bersih dan banyak lagi mas. Tapi ya kita juga mempertimbangkan setiap masukan dan informasi yang kita peroleh, mana yang sanggup untuk di laksanakan terlebih dahulu dan mana yang masih perlu di pertimbangkan lagi.

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ?

" Informasi yang di pertukarkan biasanya ya tentang informasi agrowisata mas, mulai dari pelayanan, misalnya seperti cara membuat tamu nyaman, serta aturan-aturan agar antara kedua belah pihak sama-sama tidak dirugikan. Serta informasi yang terkait dengan pengelolaan agrowisata yang baik itu seharusnya seperti apa. seperti pembagian team-team pengelola mulai dari divisi penyedia konsumsi, pemandu wisatawan, dan juga pemasarannya sehingga ketika semua bagian-bagian telah ada yang mengatasi, maka kita berharap pelayanan kepada wisatawan itu dapat memuaskan. Selain itu juga informasi biasanya terkait penyediaan kuliner bagi wisatawan yang berkunjung. Misalnya membuka warung-warung makan, menyediakan oleh-oleh dan lain sebagainya"

Bagaimana ini pesan yang di sampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata ini, apakah sudah sesuai? Dan apakah bapak mengerti dengan pesan yang di sampaikan?

" Selama ini untuk informasi yang kita dapatkan itu semua sudah sesuai, Semua informasi sangat bermanfaat. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan *homestay*, pembinaan tentang wisata edukasi dan cara-cara pengelolaan agrowisata itu semuanya sangat bermanfaat untuk kita. Iya saya mengerti setiap informasi yang diperoleh mas, baik itu dari kelompok tani maupun informasi dari pihak lain. Misalnya informasi terkait penataan *home stay*. Sebenarnya saya itu sudah paham dengan perencanaan penataan *home stay* dengan tujuan demi kebaikan dan pelayanan yang baik pada wisatawan. Tetapi karena keterbatasan kita sehingga kita tidak bisa berbuat banyak mas. Misalnya juga perencanaan pembentukan POKDARWIS, itu kita sudah di sosialisasikan kepada masyarakat disini, dan kita sudah tau apa manfaat dan tujuan dari POKDARWIS itu, tetapi ya pada pelaksanaannya itu kita tidak bisa. Sehingga keberadaan POKDARWIS ini sudah tidak aktif lagi. Karena ya keterbatasan pengetahuan dari SDM disini mas

Media apa yang di pergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ?

" Dalam komunikasi untuk penyampaian informasi kita langsung aja mas. Misalnya ketemu di kebun sama ketua kelompok tani, ya disitu berdiskusi terkait agrowisata ini. Tapi disini juga kita ada pertemuan mas, rapat di balai desa. Tapi akhir-akhir ini saya sudah jarang ikut mas, karena rapatnya itu malam, dan saya sudah capek kerja seharian jadi tidak bisa ikut rapat. Dan saya juga tidak suka kalau rapat-rapat seperti itu. Karena ya cuman ngomong-ngomong tok panjang lebar tapi pelaksanaannya tidak ada. Dan kalau rapat itu kita kan tidak memililki kesempatan banyak untuk berdiskusinya. Tapi yang tidak kalah penting kita juga sering berkomunikasi lewat Hp mas. Ya memanfaatkan media yang ada mas.

Kita juga menggunakan media sosial untuk promosi. Seperti instagram, facebook. Selain itu juga kita sudah memiliki web nya juga. www.petikjerukmalang.com ya dengan harapan itu agar masyarakat luas mengetahui keberadaan dari agrowisata petik jeruk ini. sehingga mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke sini. Ketika sudah di kenal banyak orang, saya berharap wisatawan yang berkunjung bukan hanya wisatawan lokal saja, tetapi juga wisatawan dari berbagai negara mau berkunjung kesini."

Apakah pemilihan media yang di gunakan sudah tepat menurut bapak?

" Kita pikir untuk saat ini media yang kita gunakan saya rasa sudah cukup tepat, tapi untuk kedepannya masih belum tau, kita mengikuti perkembangan jaman aja".

Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

" Iya, semua pihak mendukung mas, mulai dari masyarakat, kepala desa, PPL, Dinas pun ikut mendukung terkait pembentukan desa wisata ini. Pokoknya yang terbaik untuk desa ini pasti semua mendukung mas. Misalnya dukungan pihak dinas pariwisata dan juga PPL itu sudah lumayan besar, mulai dari ikut merencanakan agrowisata petik jeruk ini kedepannya. Kepala desa juga ikut mendukung, dimana setiap ada pertemuan di luar desa biasanya mobil beliau digunakan untuk mengantar ke lokasi. Selain itu, dulunya juga tidak semuanya mendukung hanya beberapa saja, tapi setelah kita memberikan pemahaman-pemahaman kepada semua lapisan masyarakat disini akhirnya mereka mau untuk mendukung dan beberapa yang sudah ikut bergabung dalam agrowisata ini. Setelah mereka melihat hasilnya atau dampak dari adanya agrowisata ini, khususnya pada pendapatan masyarakatpun ikut bertambah, mereka pendapatkan penghasilan tambahan dari usaha lain, seperti buka warung, toko-toko pada laris semua, jualan makanan dipinggir-pinggir jalan."

Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" Oh masih jauh mas, agrowisata petik jeruk ini berbasis masyarakat ini kan masih tahap mengawali atau masih tahap pengembangan. Jadi masih banyak yang perlu di perbaiki. Seperti infrastruktur jalan perlu di perluas dan untuk harapan kedepannya wisata tidak hanya mengandalkan petik jeruknya saja, tapi ada wahana-wahana lain yang menarik. Selain itu harapan saya agrowisata ini tidak hanya saya saja yang mengembangkan mas, tapi juga pemuda-pemuda disini juga ikut mengembangkan agrowisata ini, supaya nanti ada regenerasi.

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

"Kendalanya itu masyarakat sedikit yang ikut bergabung dalam pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. mereka tidak tau aturan-aturannya dan tidak percaya bahkan mereka beranggapan bahwa wisatawan justru malah akan merusak tanaman jeruk miliknya. Selain itu masyarakat juga masih susah untuk di aturnya, seperti untuk melakukan penataan kebun, dan pemberian fasilitas kebun. Mereka tidak mau rugi, hanya mau enaknya saja mas."

Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

" Ya kita seharusnya sering-sering melakukan komunikasi mas, tapi ya karena kesibukan masing-masing sehingga masih kurang untuk saling berdiskusi terkait

upaya pengembangan agrowisata ini. terus untuk pembinaan - pembinaan diharapkan mampu terus di adakan."

Transkrip Interview 3

Profil Informan

Nama : Bapak Salim (L) / (30 thn)

Pendidikan Terakhir : SD

Pekerjaan / Jabatan : Petani / Kordinator Perawatan

Interview ke dua ini di laksanakan pada tanggal 6 Mei 2017 di kebun agrowisata petik jeruk. Interview dilakukan pada jam 04.10 sore. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini? Serta bagaimana awal mula bapak ikut terlibat dalam pengembangannya?

" Agrowisata petik jeruk ini pada mulanya berangkat dari kelompok tani dengan kehendak masyarakat. Karena kita tidak paham tentang pengelolaan agrowisata, padahal Desa Selorejo ini sudah memiliki nama Desa wisata petik jeruk, akhirnya ketua kelompok tani dan juga kepala desa menunjuk bapak Suwaji untuk menjadi ketua dari pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. Awal saya ikut bergabung ya pingin kerjo, butuh duit, butuh makan mas, buat anak istri, saya orang gak punya. Pokoknya ya untuk memperoleh tambahan pendapatan mas dengan adanya agrowisata ini.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

" Banyak mas, pada awalnya masyarakat sedikit yang ikut bergabung dalam pembentukan agrowisata berbasis masyarakat ini, tapi ya sekarang sudah lumayan banyak yang ikut bergabung. Untuk jalan-jalannya sendiri yang masih sempit dan perlu ada perbaikan lagi.

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini? Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

" Saya tau tau iku mas, saya tidak paham masalah perencanaan-perencanaan yang di buat, saya hanya ngikut ae apa yang di sampaikan bapak Suwaji selaku ketua pengelola. Untuk masalah itu mungkin yo pak Suwaji pasti lebih paham."

2. **Pertanyaan Khusus**

Dengan siapa Bapak sering berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas? Bagaimana cara komunikasi yang dilakukan ?

" Komunikasi setiap hari saya lakukan dengan pak Suwaji. Jadi saya untuk komunikasi hanya dengan pak suwaji aja. Untuk komunikasi dengan kelompok tani, dan juga kepala desa ataupun tokoh-tokoh yang lain saya tidak pernah melakukan komunikasi dengan mereka. Tapi untuk komunikasi dengan bapak Suwaji biasa dilakukan secara langsung mas, kadang ya lewat telfon komunikasinya.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas? Serta bagaimana kemampuan stakeholder dalam berkomunikasi terkait pengembangan agrowisata ini?

" Iya ada mas, meskipun tidak semua pendapat atau aspirasi itu terwujud semua. Seperti tadi itu mas, ada pagar lahan wisata yang rusak, ya saya langsung menyampaikan ke pak Suwaji terkait permasalahan itu mas. tapi ya saya pikir itu sudah cukup baik, dari pada kita sering rapat itu susah mendapatkan kesempatan untuk berdiskusi panjang lebar tapi kalau kita ketemu langsung atau berbicara tatap muka itukan kita bisa mengutarakan semuanya mas. terkait kemampuan komunikasinya menurut saya lumayan mas. Lumayan maksudnya bagaimana Pak? Ya komunikasi berupa penyampaian informasi terikait pengembangan agrowisata ini, seperti penataan home stay, tour guide, wisata edukasi juga semuanya di paparkan ke kita itu dengan cukup jelas.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

"Terkait informasi apa kata pak suwaji mas, saya manut-manut aja apa yang di sampaikan pak suwaji. Karena kan semua informasinya ya terkait upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya terkait informasi tentang penataan homestay dan penyediaan wisata kuliner. Itu semuanya saya tau dari pak suwaji mas. Tapi ya itu kadang saya tidak bisa mengelolanya mas, terkait penataan home stay itu. Karena tidak begitu paham."

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ? apakah bapak ikut merancang pesan atau ide dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini?

" Jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi agrowisata mas, seperti informasi yang terkait perawatan-perawatan (Cabuk-cabuk), hama-hama. Dan untuk kegiatan yang berkaitan dengan wisatawan ada bagian-bagiannya dewe-dewe mas. Terkait rancangan pesan sebenarnya saya hanya ikut dan menuruti apa informasi yang di sampaikan pak Suwaji. Tapi ya sedikit-sedikit saya terkadang memberikan masukan sama bapak Suwaji terkait pengembangan agrowisata ini.

Apakah informasi yang di pertukarkan sudah sesuai menurut bapak? Dan bapak apakah mengerti dengan informasi yang di pertukarkan?

"Selama ini untuk informasi yang kita dapatkan itu semua sudah sesuai, Semua informasi sangat bermanfaat. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan *homestay*, pembinaan tentang wisata edukasi dan cara-cara pengelolaan agrowisata itu semuanya sangat bermanfaat untuk kita. Tetapi ya memang terkadang tidak semua informasi yang kita peroleh itu di terapkan semuanya. Karena memang ya keterbatan-keterbatasan yang kita miliki. Misalnya keterbatasan dana, dan juga tenaga. Informasinya sebenarnya sudah sesuai, namun saya kurang paham mas, saya tidak begitu paham dengan program-program atau perencanaan yang di buat. Karena saya jarang berkomunikasi mas dengan tokoh-tokoh disini. Saya hanya berkomunikasinya dengan bapak Suwaji saja. Itupun tidak terlalu sering berkomunikasi. Jadi terkait perencanaan yang di buat kita mengikuti saja semampu kita mas.

Bagaimana bapak mendapatkan informasi? Melalui media apa bapak mendapatkan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ? apakah pemilihan media yang digunakan sudah tepat menurut bapak?

" terkait informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, saya biasanya mendapatkan informasi dari bapak Suwaji saja mas, penyampaian informasi biasanya lewat telfon aja, tapi terkadang ketemuan langsung untuk berdiskusi. Iya terkait media yang digunakan saya pikir sudah sesuai mas. Karena kalau komunikasi langsung seperti itu saya pikir cukup baik.

Bagaimana tanggapan atau respon bapak terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini, apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

" Saya tentunya sangat mendukung mas dengan adanya agrowisata petik jeruk ini, ya bentuk dukungan saya ya berupa ikut menjaga dan merawat kebun-kebun agrowisata ini. Agar tetap bagus di pandang wisatawan. Seperti juga saya ikut membuat fasilitas-fasilitas kebun agrowisata berupa pembuatan tempat sampah di setiap kebun agrowisata petik jeruk ini.

Perubahan atau manfaat apa yang bapak rasakan setelah ikut bergabung dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini? Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" Ya tentunya ada manfaat mas yang saya peroleh. Yaitu seperti tambahan penghasilan lebih meningkat, banyak ceperan-ceperan yang diperoleh dengan adanya agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini. Oh ya pengembangan agrowisata ini sudah hampir sesuai dengan harapan mas, hanya perlu ada penambahan fasilitas-fasilitas seperti kebersihan berupa tempat sampah, WC umum dan pembuatan-pembuatan postko untuk pengunjung.

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi bapak dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

" Tidak ada mas, saya manut-manut aja sama informasi yang disampaikan sama bapak Suwaji, ya karena kita saling percaya mas, karena sejauh ini masih belum ada permasalahan komunikasi yang dihadapi.

Transkrip Interview 4

Profil Informan

Nama : Mas Bagus (L) / (23 thn)

Pendidikan Terakhir : SMA

Pekerjaan / Jabatan : Petani / Pemandu Wisatawan

Interview ke empat ini di laksanakan pada tanggal 7 Mei 2017 di rumah Mas Bagus. Interview dilakukan pada jam 16.40 sore. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini? Serta bagaimana awal mula bapak ikut terlibat dalam pengembangannya?

“ Agrowisata petik jeruk ini pada mulanya berangkat dari kelompok tani dengan kehendak masyarakat. Karena kita tidak paham tentang pengelolaan agrowisata, padahal Desa Selorejo ini sudah memiliki nama desa wisata petik jeruk, akhirnya ketua kelompok tani dan juga kepala desa menunjuk bapak Suwaji untuk menjadi ketua dari pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. Awal saya ikut bergabung dalam agrowisata ini, karena saya melihat agrowisata ini kurang inovatif, sehingga saya sehingga saya ikut bergabung dalam upaya pengembangannya. Guna untuk memberikan saran dan ide-ide untuk kemajuan agrowisata ini.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

“ Untuk kendala terletak pada SDM nya mas, disini masyarakatnya jarang untuk bisa komunikatif dengan wisatawan. Misalnya mereka tidak tau bagaimana memperlakukan wisatawan seharusnya. Selain itu masyarakat disini lebih mengutamakan budidayanya di bandingkan dengan ikut bergabung dalam upaya pengembangan agrowisata. Selain itu juga petani sekarang juga tidak mau disatukan dalam pengelolaan agrowisata ini. Mereka lebih suka membuka sendiri-sendiri agrowisatanya.

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini? Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

“Kurang paham tentang itu saya mas, saya tidak pernah di libatkan atau di ajak rapat dan berdiskusi untuk pengembangan agrowisata ini. Saya tidak tau

perencanaan dan program-program apa yang buat untuk pengembangan agrowisata ini. Yang saya tau kelompok tani disini tidak aktif, programnya tidak ada yang jalan. Tidak pernah melakukan rapat dan yang lainnya, mereka aktif hanya pada saat ada kunjungan dari dinas-dinas saja"

2. **Pertanyaan Khusus**

Dengan siapa Bapak sering berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas? Bagaimana cara komunikasi yang dilakukan ?

" Komunikasi hampir setiap hari saya lakukan dengan pak suwaji dan petani lainnya yang bergabung dalam agrowisata ini mas. Untuk komunikasinya biasanya kita langsung aja mas, tidak ada rapat-rapatan. Dimana kita ketemu ya disitu juga kita berkomunikasi. Komunikasi dilakukan terkait banyak hal, baik yang berhubungan dengan agrowisata, misalnya informasi terkait wisatawan, komunkasi berupa evaluasi untuk kedepannya agar jauh lebih maju ataupun komunikasi diluar itu mas. Kadang kalau tidak sempat ketemu kita juga berkomunikasi lewat telfon juga mas. Untuk komunikasi dengan kelompok tani, dan juga kepala desa ataupun tokoh-tokoh yang lain saya tidak pernah melakukan komunikasi dengan mereka.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas? Serta bagaimana kemampuan stakeholder dalam berkomunikasi terkait pengembangan agrowisata ini?

"Iya sudah cukup bagus mas, karena kita juga memiliki kesempatan untuk menyampaikan keluhan-keluhan. Misalnya terkait penambahan fasilitas berupa tempat sampah di kebun agrowisata. Alhamdulillah sekarang sudah ada. Tapi ya masih kurang mas karena seharusnya tempat sampah itu bukan hanya ada 1 atau 2 saaja, tapi perlu di perbanyak agar lingkungan kebun agrowisata itu tetap terjaga kebersihannya. Terkait kemampuan dari masing-masing tokoh-tokoh disini yang ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata itu sudah bagus mas. Mereka kan sudah banyak punya pengalaman, jadi ya saya pikir cukup bagus kemampuan mereka. Contohnya terkait pembentukan POKDARWIS itu, itukan sebenarnya idenya bagus mas, dengan adanya POKDARWIS itu mungkin mereka berharap di Desa ini jauh lebih maju lagi di sektor pariwisatanya. Tetapi ya kan memang sulit mas, di sini menurut saya SDMnya itu masih belum siap untuk menjadi desa wisata.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

"Untuk informasi saya biasanya tau dari wisatawan mas, biasanya saya minta keluhan dan pendapat dari wisatawan terkait agrowisata ini, misalnya tentang pandangan mereka terhadap agrowisata ini seperti apa, selain itu juga saran yang

perlu di perbaiki untuk agrowisata ini apa saja. Biasanya pertukaran informasi dengan wisatawan itu terkait fasilitas. Mulai dari penyediaan tempat sampah, WC umum, pembuatan tempat istirahat berupa posku dan juga pertukaran informasi terkait saran pemanbahan fasilitas dan wahana lain selain agrowisata petik jeruk ini. Sehingga kata mereka wisatawan yang datang kesini itu pasti lebih banyak. Karena mereka dimanjakan tidak hanya dari sisi pertaniannya saja, tapi ada wahana-wahana lain seperti yang ada di Kota Batu. Dan setelah memperoleh informasi itu biasanya saya langsung sampaikan pada bapak suwaji sekaligus juga untuk di diskusikan terkait informasi-informasi yang di dapatkan, baik dari keluhan wisatawan ataupun perkembangan wisata kedepannya. "

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ? apakah bapak ikut merancang pesan atau ide dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini?

" Jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi agrowisata mas, tapi kalau saya sama bapak suwaji lebih ke informasi wisatawan, karena kan saya bagian pemandu wisatawan. Seperti berapa jumlah wisatwan yang akan berkunjung untuk tiap harinya, terus juga terkait keluhan dan saran dari wisatawan untuk agrowisata ini. Terkait rancangan pesan saya juga ikut merancang mas, ya dari semua informasi yang saya peroleh, baik dari wisatawan maupun dari media lain, saya ikut memikirkan bagaimana seharusnya agar agrowisata ini kedepannya jauh lebih maju lagi. Seperti saran untuk di buatnya loket, saran untuk di buatnya fasilitas bagi wisatawan dan beberapa saran yang bertujuan untuk kemajuan agrowisata ini.

Bagaimana bapak mendapatkan informasi? Melalui media apa bapak mendapatkan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ? apakah pemilihan media yang digunakan sudah tepat menurut bapak?

" terkait informasi, saya biasanya mendapatkan informasi dari wisatawan dan juga bapak Suwaji saja mas, penyampaian informasi biasanya secara langsung mas, tapi terkadang lewat telfon aja, kalau tidak bisa ketemu di karenakan kesibukan masing-masing. Iya terkait media yang digunakan saya pikir sudah sesuai mas. Karena kalau komunikasi langsung seperti itu saya pikir cukup baik, karena kita bisa mengetahui langsung informasi yang di sampaikan dari sumbernya. Selain itu juga kalau kita komunikasi secara langsung itu kita dapat leluasa diskusinya mas. Untuk media telfon itu sangat membantu sekali, ya kita memanfaatan media yang ada lah mas. Telfon itu kan mempermudah kita untuk berdiskusi dimanapun kita berada. Jadi tidak harus ketemuan kalau sama-sama sibuk cukup lewat telfon sudah selesai apa yang akan kita komunikasikan.

Bagaimana tanggapan atau respon bapak terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini, apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

"Iya saya tentunya sangat mendukung mas dengan adanya agrowisata petik jeruk ini, Cuma ya memang perlu banyak catatan-catatan buat agrowisata ini kedepannya agar dapat bersaing dengan agrowisata yang lain. Bentuk dukungan saya berupa ikut memikirkan dan juga mencari-cari informasi untuk pengembangan agrowisata ini, selain itu karena saya bagian pemandu wisatawan, disitu juga saya mencoba melayani wisatawan sebaik mungkin, agar wisatawan itu tidak kecewa dan mau datang lagi untuk berkunjung ke agrowisata ini. Tentunya bayak juga manfaat yang saya peroleh. Mulai dari banyaknya relasi atau teman dan kenalan-kenalan orang baru, selain itu juga untuk tambahan pendapatan ya tentunya ada, cuman itu bukan prioritas utama saya"

Perubahan atau manfaat apa yang bapak rasakan setelah ikut bergabung dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini? Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" banyak sekali mas manfaat yang saya peroleh. Yaitu saya lebih banyak punya teman dan kenalan-kenalan orang baru, selian itu juga saya jauh lebih bisa berkomunikasi baik dengan banyak orang. Pokonya banyak mas, saya ikut bergabung dalam agrowisata ini lebih ke proses pembelajaran mas, disini saya banyak mendapatkan pengetahuan dan informasi-informasi baru. Untuk tambahan pendapatan ya tentunya ada, cuman itu bukan prioritas utama saya. Disini saya hanya ingin membuat agrowisata ini jauh lebih maju lagi kedepannya. Karena agrowisata ini masih sangat jauh dari harapan. Banyak sekali yang perlu kita perbaiki mas, mulai dari SDMnya dan juga fasilitas yang masih kurang karena terbatasnya dana.

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi bapak dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

" kendala tentu ada mas, pemikiran-pemikiran mereka masih tradisional mas, ya mungkin karena umur, kan beda sama saya yang masih muda.mereka itu susah untuk melakukan inovasi, terlalu takut untuk mengambil langkah besar, seperti di batu itu kan wisatanya tidak hanya fokus pada satu objek saja tapi banyak, sehingga wisatwan itu dimanjakan oleh beberapa objek itu. Sehingga saran-saran yang saya sampaikan itu juga banyak ya tidak terwujud. Mulai dari penambahan objek wisata, penambahan fasilitas berupa WC umum umpanya, penambahan pendopo-pendopo juga masih tidak terwujud.

Transkrip Interview 5

Profil Informan

Nama : Pak Sudarto (L) / (51 thn)

Pendidikan Terakhir : SD

Pekerjaan : Petani

Interview ke lima ini di laksanakan pada tanggal 7 Mei 2017 di rumah Pak Sudarto. Interview dilakukan pada jam 19.10 malam. Hal ini dikarenakan kesibukan petani mulai pagi sampai sore. Sehingga mereka bisa di wawancarai ketika sudah pulang dari lahan. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini? Serta bagaimana awal mula bapak ikut terlibat dalam pengembangannya?

" Agrowisata petik jeruk ini dulunya pada mulanya berangkat dari kelompok tani dengan kehendak masyarakat. Karena kita tidak paham tentang pengelolaan agrowisata, padahal Desa Selorejo ini sudah memiliki nama desa wisata petik jeruk, akhirnya ketua kelompok tani dan juga kepala desa menunjuk bapak Suwaji untuk menjadi ketua dari pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. Awal saya ikut bergabung dalam agrowisata ini, karena saya melihat agrowisata ini kurang inovatif, sehingga saya sehingga saya ikut bergabung dalam upaya pengembangannya. Guna untuk memberikan saran dan ide-ide untuk kemajuan agrowisata ini.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

" Untuk kendala terletak pada fasilitas yang ada mas serta SDM nya. Disini masyarakatnya kurang perduli pada agrowisata, mereka lebih suka menjual langsung buah jerukya ke tengkulak dari pada ikut bergabung dengan agrowisata yang penerimaannya gak menentu dan sedikit-sedikit gitu. Kalau agrowisata itu kadang ya ada pengunjung kadang juga malah sepi pengunjung, jadi uang yang kita terima itu gak pasti. Beda sama kalau di jual langsung ke pedagang atau tengkulak yang uangnya itu langsung. Untuk fasilitas disini jalannya masih sempit mas, jadi akses untuk kunjungan berupa bus pariwisata itu masih sulit untuk masuk desa.

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini? Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

"Saya disini hanya petani jeruk biasa mas, jadi masalah perencanaan dan program-program yang dibuat itu saya tidak pernah terlibat. Dan tidak ada aparat ataupun pihak pengelola yang mengajak saya untuk ikut merancang atau merencanakan program terkait pengembangan agrowisata ini. Saya pasti ikut-ikut aja mas kalau saya di ajak, yang pentingkan tujuannya jelas untuk kemajuan agrowisata ini. Tapikan permasalahannya saya tidak pernah mengetahui apa programnya. Yang saya tau disini ada kelompok tani tapi kelompok taninya itu tidak aktif sama sekali. Tidak pernah mengadakan pertemuan terkait agrowisata ini. Dan saya pun tidak pernah berkomunikasi dengan kelompok tani dan juga kepala desa disini. Ya karena gak ada keperluan juga mas makanya saya tidak pernah komunikasi juga.

2. Pertanyaan Khusus

Dengan siapa Bapak sering berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas? Bagaimana cara komunikasi yang dilakukan ?

" Komunikasi hampir setiap hari saya lakukan dengan pak suwaji dan petani lainnya yang bergabung dalam agrowisata ini mas. Untuk komunikasinya biasanya kita langsung aja mas, Dimana kita ketemu ya disitu juga kita berkomunikasi. Komunikasi dilakukan terkait banyak hal, apa aja kita omongkan, baik itu masalah pariwisata atau yang lainnya. misalnya informasi terkait cara budidaya jeruk yang baik itu seperti apa, informasi terkait hama penyakit jeruk. Kalau di serang ulat itu biasanya di kasih obat apa biar ulatnya hilang. Pokonya informasi apa saja mas. Untuk telfon kadang ya telfon mas, tapi ya lebih sering komunikasi langsung saja, ngobrol di lahan. Untuk kepala desa atau kelompok tani saya jarang berkomunikasi mas. Sungkan saya, karena masih belum ada keperluan sama mereka.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas? Serta bagaimana kemampuan stakeholder dalam berkomunikasi terkait pengembangan agrowisata ini?

" Iya ada mas, meskipun tidak maksimal. Seperti contohnya saya berkeinginan untuk membuat pagar di setiap pinggir lahan jeruk. Iya itu sudah terwujud. Tapi ya pagarnya masih dari bambu. Dan itupun sudah mulai rusak lagi pagarnya. Dan sampai saat ini masih belum ada perbaikan lagi. Menurut saya kemampuannya cukup baik mas. Misalnya bapak suwaji selaku ketua pengelola, beliau kan sudah banyak punya pengalaman, dan juga beliau sering mendapatkan ilmu dan

pengetahuan dari pihak-pihak yang sudah ahli juga, jadi ya selama ini saya pikir untuk kemampuan dari masing-masing tokoh disini baik itu pak Suwaji ataupun pak Purwoto selaku ketua kelompok tani sudah cukup baik terkait pengetahuannya terkait pengembangan agrowisata ini. Misalnya dilihat dari perencanaan-perencanaan yang telah di buat.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

" Untuk informasi saya tau dari pak suwaji dan juga petani jeruk yang lainnnya mas. Ya saya ngikut-ngikut aja mas, kalau itu informasinya sekiranya penting dan benar saya ikut aja, misalnya cara merawat tanaman jeruk kalau di serang ulat itu dengan cara di semprot menggunakan obat indocron 500ec. Dan cara perawatan lainnya.

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ? apakah bapak ikut merancang pesan atau ide dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini?

" Jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi cara budidaya jeruk dan juga cara perawatannya mas. Seperti yang saya jelaskan tadi mas misalnya cara perawatan tanaman jeruk yang baik itu seperti apa. Terkait rancangan pesan atau informasi saya ikut aja mas. Saya gak begitu paham soalnya jadi saya ngikut aja apa yang sudah di praktekan petani lain terkait perawatan atau penanganan pada tanaman jeruk. Saya tidak paham dengan perencanaanya untuk mengembangkan agrowisata itu seperti apa, informasinya saya tidak begitu tau. Karena saya tidak pernah terlibat dalam diskusi atau pertemuan-pertemuan yang di adakan untuk memajukan agrowisata ini. Jadi saya ya hanya ngikut-ngikut aja mas. Karena saya memang tidak begitu paham"

Bagaimana bapak mendapatkan informasi? Melalui media apa bapak mendapatkan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ? apakah pemilihan media yang digunakan sudah tepat menurut bapak?

"Terkait informasi, saya biasanya mendapatkan informasi dari pak Suwaji saja mas, penyampaian informasi biasanya secara langsung mas, tapi terkadang lewat telfon aja, kalau tidak bisa ketemu di karenakan kesibukan masing-masing. Iya terkait media yang digunakan saya pikir sudah sesuai mas. Karena kalau komunikasi langsung seperti itu saya pikir cukup baik, karena kita bisa mengetahui langsung informasi yang di sampaikan dari sumbernya. Selain itu juga kalau kita komunikasi secara langsung itu kita dapat leluasa diskusinya mas. Untuk media telfon itu sangat membantu sekali. Telfon itu kan mempermudah kita untuk berdiskusi dimanapun

kita berada. Jadi tidak harus ketemuan kalau sama-sama sibuk cukup lewat telfon aja.

Bagaimana tanggapan atau respon bapak terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini, apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

“ Saya tentunya mendukung mas dengan adanya agrowisata petik jeruk ini, dukungan ya berupa ikut bergabung dan juga menjaga agrowisata ini. Tidak hanya itu juga saya ikut merawat kebun agar tetap bagus kadang saya juga ikut memperbaiki tanaman jeruk yang rusak.

Perubahan atau manfaat apa yang bapak rasakan setelah ikut bergabung dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini? Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

“ Oh ya tentunya ada perubahan mas, salah satunya mungkin ya dari pendapatan yang saya terima. Banyak uang ceperan yang saya peroleh. Ya karena kebutuhan yang banyak mas, sehingga perlu kerja serabutan aja, dimana yang sekiranya dapat menghasilkan uang ya disitu saya juga harus ada mas. Tapi agrowisata ini memang masih sangat jauh dari harapan mas, banyak sekali yang perlu di perbaiki, mulai dari SDMnya dan juga fasilitas nya juga harus memadai. Harus banyak dilakukan perbaikan khususnya pada akses jalannya.

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi bapak dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

“ Kendala tentu ada mas, ya salah satunya yaitu dari komunikasi yang terjalin antara masyarakat dan juga aparat-aparat desa disini. Kurangnya komunikisi yang terjalin membuat masyarakat dan aparat itu tidak ada tanggungan untuk sama-sama mengembangkan agrowisata ini. Jarang adanya komunikasi baik berupa rapat yang di adakan desa terkait upaya pengembangan agrowisata ini.

Transkrip Interview 6

Profil Informan

Nama : Bapak Purwoto (L) / (51 thn)

Pendidikan Terakhir : SD

Pekerjaan / Jabatan : Petani dan Pedagang / Ketua Kelompok Tani

Interview ke 6 ini di laksanakan pada tanggal 9 Mei 2017 di rumah bapak Purwoto sendiri. Interview dilakukan pada jam 17.05 sore, hal ini dikarenakan kesibukan bapak Purwoto sehingga beliau hanya bisa di wawancarai ketika pekerjaannya sudah selesai di lahan. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini? Serta bagaimana awal mula bapak ikut terlibat dalam pengembangannya?

“ Dulunya agrowisata petik jeruk ini hanya kebun jeruk biasa. Namun ketika banyak pendatang-pendatang yang berkunjung ke desa ini dan mereka memberikan masukan agar lahan jeruk di desa ini di jadikan agrowisata. Nah dari itu saya selaku ketua kelompok tani berdiskusi-diskusi dengan masyarakat terkait rencana pembentukan agrowisata ini. Dan akhirnya terbentuklah agrowisata petik jeruk ini. Jadi agrowisata ini berangkat dari kelompok tani dengan kehendak masyarakat. Karena kita tidak paham tentang pengelolaan agrowisata, padahal Desa Selorejo ini sudah memiliki nama Desa wisata petik jeruk, akhirnya saya dan juga kepala desa menunjuk bapak suwaji untuk menjadi ketua dari pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. saya mulai aktif ikut terlibat ya ketika awal terbentuknya agrowisata ini. Kan resminya agrowisata ini terbentuk sekitar tahun 2007 an gitu, saya juga agak lupa tepat terbentuknya kapan. Tapi sampai saat ini agrowisata ini mas masih tahap pengembangan, masih banyak yang perlu kita perbaiki kedepannya mulai dari infrastruktur, SDM, dan harus ada pengelolaan sampah-sampah, karena lingkungan disini ini masih kurang bersih untuk menjadi desa wisata, sampah-sampah seharusnya di kelolah. Kan kalau lingkungan bersih pasti kunjungan wisatawan kesini itu merasa nyaman.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

“ Kendalanya banyak mas, masyarakat disini ini masih belum siap desa ini untuk menjadi desa wisata. Seperti dari kesadaran masyarakat akan kebersihan lingkungan disini masih belum bisa menjaga itu. Soalnya sampah-sampah disini

masih belum dikelola. Kan kalau mau mendatangkan tamu dari luar itu seharusnya lingkungan harus bersih harus dijaga biar kalau di pandang itu enak. Selain itu jalan-jalan disini juga masih belum sempurna. Ada jalan-jalan yang masih rusak dan belum di perbaiki. Selain itu juga luas jalan yang masih kurang. Sehingga untuk wisatawan dalam jumlah yang besar seperti bus pariwisata yang mau kesini itu masih terkendala sama akses jalannya.

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini? Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

"Ada banyak mas, kalau dari Desa ada Kepala Desa, dari Kecamatan ada PPL, dari Pihak Pemerintah ada Dinas Pariwisata. Dukungannya banyak mas mulai dari yang berupa uang sampai dukungan berupa bantuan alat-alat. Misalnya kepala desa sering dulu sering meminjamkan mobilnya untuk mengantar saya kalau di undang untuk pertemuan-pertemuan seperti pameran-pameran juga. Terus untuk PPL itu sering memberikan pelatihan kepada saya dan juga kepada petani bagaimana cara-cara budidaya jeruk yang baik itu, serta bagaimana cara menangani panen dan pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata itu juga lumayan besar dukungannya, dulu pernah memberikan uang untuk kas desa itu sebesar 2 juta.

"terus pak bagai mana bentuk partisipasinya mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasinya? iya jadi untuk tahap perencanaan mereka juga ikut merancang bagaimana kedepannya agar agrowisata ini jauh lebih maju dari saat ini. Seperti dulu ada dari pihak dinas pariwisata itu datang kesini untuk membantu menata bagian-bagian yang mengelola agrowisata ini. Mulai dari pembentukan ketua pengelola, bendahara dan juga bagian-bagian yang lain itu sudah di bantu untuk pembentukannya mas, namun permasalahannya di desa ini pelaksanaannya masih belum mas. Susah masyarakatnya untuk terlibat aktif itu. Mereka aktif hanya pada awal-awal saja. Setelah itu sudah tidak aktif lagi mas. Pokoknya partisipasinya disini untuk semua pihak itu hanya pada batas perencanaannya saja, tapi untuk pelaksanaannya tidak ada. Kita semua suka malas-malasan gitu, ya karena memang kesibukan kita masing-masing mas, sehingga untuk total benar-benar terlibat itu tidak mas. Jadi ya seperti ini mas agrowisata di sini ya gini-gini aja mulai dari dulu. Oleh karena itu ya kita sebenarnya butuh kesadaran dari semua pihak mas.

2. **Pertanyaan Khusus**

Bagaimana cara atau strategi bapak berkomunikasi dengan stakeholders yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini?

" Komunikasinya sudah jarang mas, sudah setahunan ini saya sudah jarang berkomunikasi lagi dengan kepala desa dan bapak suwajiiya dan tokoh masyarakat

lainnya. Karena sudah jarang untuk mengadakan pertemuan lagi mas, dulu kan rutin mengadakan pertemuan di balai desa, tapi saat ini sudah jarang. Kepala desa sudah tidak mengadakan pertemuan lagi, saya juga tidak tau kenapa. Ya mungkin karena sibuk kali mas. Saya juga sudah jenuh untuk pertemuan-pertemuan gitu, karena hanya rencana-rencana saja, tidak ada solusi dan pelaksanaanya itu tidak ada. Makanya mungkin rapat-rapatnya juga di tidak adakan. Kalau komunikasi itu saya lebih sering rapat gitu mas, untuk komunikasi secara langsung atau personal itu jarang.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas ?

" Iya sedikit-sedikit ada mas. Kadang saya juga menyampaikan pendapat dan saran-saran terkait pengembangan agrowisata ini kedepannya seperti apa. misalnya untuk membuat 1 loket tiket masuk untuk wisatawan biar lebih mudah gitu, tapi ya sampai saat ini masih sama seperti dulu, tiketnya itu tidak dikelola jadi 1 loket. Tapi bebas gitu. Tapi ya kadang saya ngikut-ngikut aja kalau itu informasinya sekiranya baik. Untuk komunikasi secara rapat gitu sebenarnya kurang baik menurut saya mas. Karena yang lain itu cuma ikut datang saja tidak ngomong apa-apa. hanya orang-orang tertentu saja yang aktif bicara.

Apakah bapak mengajak stakeholder luar seperti Pemerintah, PLL dan LSM dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?

" Iya mas, pihak pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, PPL juga ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya, Untuk partisipasi Dinas pariwisata itu cukup tinggi, dimana setiap ada even-even atau pameran desa wisata selorejo selalu di libatkan dan di ikut sertakan untuk ajang promosi. Setiap ada kunjungan tamu selalu di arahkan ke agrowisata petik jeruk ini mas. Selain itu juga kita sering di berikan pembinaan pembinaan terkait cara pengembangan agrowisata ini, mulai dari cara penyambutan tamu, cara mengelola agrowisata itu seperti apa seharusnya dan banyak lagi mas.Untuk PLL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan-pelatihan kepada kelompok-kelompok tani yang ada terkait dengan upaya pengembangan desa wisata ini seperti cara budidaya jeruk yang benar, dan cara perawatan dan juga cara panen pasca panennya juga.

Bagaimana kemampuan stakeholder berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk ini ?

"Kemampuan stakeholder dalam berkomunikasi cukup baik mas, misalnya mulai dari saran-saran yang diberikan dan juga perencanaan-perencanaan yang di susun itu sudah bagus. Contoh kalau ada wisatawan yang datang itu harus gini-gini, maksudnya kalau ada wisatawan itu harus ramah, harus melayani wisatawan dengan baik. Juga perencanaan terkait home stay-home stay sudah di atur mas. Tapi

ya di desa ini pelaksanaanya masih belum mas, cara-cara dalam menangani wisatawan juga sudah di sosialisasikan namun penerapannya masih belum mas. Susah disini itu mas untuk mengaturnya, semua orangnya pada tidak mau menjalankan kalau tidak ada dorongan terus dari pihak atasan. Ya hanya awal-awal aja semangat abis itu belakangnya sudah tidak lagi.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

"Untuk informasi terkait pengembangan agrowisata ini saya biasanya dulu sering mendapatkannya dari pihak-pihak yang sudah ahli mas terkait cara pengembangan agrowisata, misalnya dari PPL dan juga dari Dinas Pariwisata. Untuk PPL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan dan pembinaan kepada kelompok tani, misalnya terkait wisata edukasi tentang budidaya jeruk dan juga penanganan panen dan pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata biasanya terkait perencanaan agrowisata ini kedepannya seperti apa agar lebih maju.

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ?

" Jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi agrowisata mas, misalnya tadi saya jelaskan itu, untuk PPL biasanya informasi yang di sampaikan terkait wisata edukasinya, mulai dari cara budidaya dan panen pasca panennya. Dan Untuk Dinas Pariwisata itu terkait perencanaan, mulai dari perencanaan tentang wisatawan yang berkunjug itu harus di perlakukan dengan baik agar bisa betah di agrowisata ini dan tidak hanya mau datang satu kali saja tapi mau datang kesini lagi. Selain itu juga terkait penataan home stay, serta terkait perencanaan agrowisata petik jeruk ini kedepannya. Misalnya dengan saran untuk penambahan fasilitas berupa tempat sampah agar lingkungan tetap terjaga dan bersih.

Bagaimana ini pesan yang di sampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata ini, apakah sudah sesuai? Apakah bapak paham dengan informasi yang di pertukarkan?

" Iya, untuk sementara ini semua informasi sudah sesuai mas. Semua informasi sangat bermanfaat. Karena semua terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan home stay, dan pembinaan pembinaan, dan cara pengelolaan agrowisata itu semuanya sangat bermanfaat untuk kita, tapi ya itu mas di desa ini sebenarnya masih belum siap untuk menjadi desa wisata. Hal ini dilihat dari SDMnya yang masih kurang peka terhadap agrowisata ini. Informasi yang kita terima itu sebenarnya kita memahami mas, misalnya terkait dengan informasi agrowisata yang tadi saya jelaskan itu, untuk PPL biasanya informasi yang di sampaikan terkait wisata

edukasinya, mulai dari cara budidaya dan panen pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata itu terkait perencanaan-perencanaan mulai dari perencanaan tentang wisatawan dan juga perencanaan terkait pengembangan agrowisata itu kita memahami yang di maksudkan. Namun kendala nya karena keterbatasan SDM dalam mengelola dan merealisasikan setiap informasi yang kita peroleh, dalam hal ini kita tidak memiliki kemampuan lebih dalam rangka mengelola agrowisata ini. Karena pada dasarnya masyarakat disini itu hanya seorang petani jeruk biasa

Media apa yang di pergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ?

" Terkait penyampain informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, kita biasanya berkomunikasi secara langsung aja mas. Misalnya diadakannya rapat dan juga ketemu langsung untuk sosialisasi-sosialisasi gitu.

Apakah pemilihan media yang di gunakan sudah tepat menurut bapak?

"Iya kita pikir untuk saat ini media yang kita gunakan saya rasa sudah cukup tepat, misalnya kan kalau komunikasi secara langsung (interpersonal) itu sudah cukup baik mas, karena kita bisa banyak-banyak ngobrolnya panjang lebar berbeda kalau sama rapat itu. Karena kalau rapat itu terkadang komunikasi hanya di dominasi oleh orang-orang tertentu saja. Jadi yang lain itu hanya diam saja dan hanya memiliki kesempatan kecil untuk mengungkapkan semua aspirasi ataupu keluhan-keluhannya. Selain itu penggunaan media HP itu juga sangat membantu mas, karena mengingat kesibukan masyarakat disini. Sehingga dengan adanya hp kita kan bisa berkomunikasi kapan saja dan dimana saja.

Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

" Semua pihak mendukung mas, mulai dari masyarakat, kepala desa, PPL, Dinas pun ikut mendukung terkait pembentukan desa wisata ini. Pokoknya yang terbaik untuk desa ini pasti semua mendukung mas. Misalnya dukungan Pihak Dinas Pariwisata dan juga PPL itu sudah lumayan besar, mulai dari ikut merencanakan agrowisata petik jeruk ini kedepannya. Kepala desa juga ikut mendukung, dimana setiap ada pertemuan di luar desa biasanya mobil beliau digunakan untuk mengantar kita ke lokasi. Tapi permasalahannya dari SDM nya. Baik dari masyarakat dan juga tokoh-tokoh masyarakatnya. Disini ini kalau semua diam ya diam semuanya mas. Tidak ada yang mau bergerak untuk melaksanakan perencanaan-perencanaan yang telah di susun. Tokoh masyarakat disini kalau tidak ada yang nyuruh dari atasan seperti Dinas Pariwisata, ya mereka diam aja tidak mau bergerak.

Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" Oh masih jauh mas, agrowisata petik jeruk ini berbasis masyarakat ini masih jauh dari harapan. Harapan saya ya agrowisata di sini sama seperti di batu mas. Di batu itu sudah maju, semua sudah lengkap. Semua fasilitas memadai. Harapan saya ya disini juga seperti itu, ada perbaikan fasilitas dan juga penambahan objek jadi tidak hanya agrowisata petik jeruk saja tapi ada wahana-wahana lain sehingga wisatawan itu banyak memiliki tujuan disini tidak hanya pada agrowisata petik jeruk saja.

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

" Iya tentu ada mas, kebanyakan tokoh-tokoh disini itu pada sibuk semua, jadi untuk berkomunikasi itu susah dan agak jarang karena kesibukan masing-masing. terus permasalahan komunikasi yaitu pada saat tukar pendapat, mulai dari bicara pada tahap perencanaan saja tidak ada pelaksanaanya. Misalnya pada pengelolaan sampah desa, sudah di rencanakan tapi pada pelaksanaanya tidak ada yang mau turun untuk menangani sampah-sampah itu.

Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

" Ya kita seharusnya sering-sering melakukan komunikasi mas, misalnya ada pertemuan-pertemuan yang membahas terkait upaya pengembangan agrowisata ini. tapi ya karena kesibukan masing-masing sehingga masih kurang untuk saling berdiskusi terkait upaya pengembangan agrowisata ini.

Transkrip Interview 7

Profil Informan

Nama : Bapak Agus Yulianto (L) / (40 thn)

Pendidikan Terakhir : SD

Pekerjaan / Jabatan : Petani / Ketua Gabungan Kelompok Tani

Interview ke 7 ini di laksanakan pada tanggal 10 Mei 2017 di rumah bapak Agus Yulianto sendiri. Interview dilakukan pada jam 18.05 malam. hal ini dikarenakan kesibukan bapak Agus sehingga beliau hanya bisa di wawancarai ketika pekerjaannya sudah selesai di lahan. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa di ceritakan Pak apa motivasi pembentukan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini? Serta bagaimana awal mula bapak ikut terlibat dalam pengembangannya?

“ Dulunya agrowisata petik jeruk ini hanya kebun jeruk biasa. Dan dari itu saya berserta kelompok tani berdiskusi-diskusi dengan masyarakat terkait rencana pembentukan agrowisata ini. Dan akhirnya terbentuklah agrowisata petik jeruk ini. Jadi agrowisata ini berangkat dari kelompok tani dengan kehendak masyarakat. Karena kita tidak paham tentang pengelolaan agrowisata, padahal Desa Selorejo ini sudah memiliki nama desa wisata petik jeruk, akhirnya saya dan juga kepala desa menunjuk bapak Suwaji untuk menjadi ketua dari pengelola agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat ini. Dulu saya mulai aktif ikut terlibat ketika saya menjadi ketua gabungan kelompok tani ini. Tapi sekarang saya sudah tidak tau lagi mas, saya sudah tidak aktif ikut terlibat dalam pengembangan agrowisata ini. Karena kesibukan saya, dan juga sudah tidak pernah di adakannya pertemuan makanya sudah putus komunikasi gitu.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

“ Kendalanya dari SDMnya mas. Permasalahan-permasalahan terutama terletak pada masyarakat, dimana masyarakat disini itu masih nyaman di zonanya. Jadi untuk mau melakukan perubahan itu sulit. Disini masyarakatnya kurang perduli kepada lingkungan yang ada, misalnya untuk program lingkungan bersih, dimana masyarakat seharusnya ikut membantu mengelola sampah yang ada, sehingga lingkungan tetap dapat terjaga kebersihannya. Namun pada pelaksanaannya masyarakat sulit untuk di atur, terlalu banyak pertimbangan. Dan ujung-ujungnya tidak mau ikut terlibat dalam pelaksanaanya.”

Oya Pak, Stakeholder siapa saja yang ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini? Bagaimana partisipasi dari masing-masing stakeholder yang terlibat mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

" Dari desa ada Kepala Desa, dari Kecamatan ada PPL, dari Pihak Pemerintah ada Dinas Pariwisata. Dukungannya banyak mas mulai dari yang berupa uang sampai dukungan berupa bantuan alat-alat. Misalnya kepala desa sudah membuat program perencanaan untuk pengembangan agrowisata ini kedepannya. Contoh program dalam pembentukan koordinasi lahan parkir dan juga wisata kuliner, tapi ya itu mas programnya tidak jalan. Susah masyarakatnya untuk melaksanakan program yang telah di susun. Terus untuk PPL itu sering memberikan pelatihan kepada saya dan juga kepada petani bagaimana cara-cara budidaya jeru yang baik itu, serta bagaimana cara menangani panen dan pasca panennya. Dan untuk Dinas Pariwisata itu juga lumayan besar dukungannya, dulu pernah memberikan uang untuk kas desa itu sebesar 2 juta, dan pernah juga memberikan peralatan berupa tenda-tenda itu 5 unit untuk desa.

"terus pak bagai mana bentuk partisipasinya mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasinya? iya jadi untuk tahap perencanaan mereka juga ikut merancang bagaimana kedepannya agar agrowisata ini jauh lebih maju dari saat ini. Misalnya yang saya katakan tadi untuk kepala desa sudah membuat program perencanaan untuk pengembangan agrowisata ini kedepannya. Contoh program dalam pembentukan koordinasi lahan parkir dan juga wisata kuliner. Selain itu dulu ada dari pihak dinas pariwisata itu datang kesini untuk membantu menata bagian-bagian yang mengelola agrowisata ini. Mulai dari pembentukan ketua pengelola, bendahara dan juga bagian-bagian yang lain itu sudah di bantu untuk pembentukannya mas, namun permasalahannya di desa ini pelaksanaannya masih belum mas. Susah masyarakatnya untuk terlibat aktif itu. Mereka aktif hanya pada awal-awal saja. Setelah itu sudah tidak aktif lagi mas. Pokoknya partisipasinya disini untuk semua pihak itu hanya pada batas perencanaannya saja, tapi untuk pelaksanaannya tidak ada. Kita semua suka malas-malasan gitu, ya karena memang kesibukan kita masing-masing mas, sehingga untuk total benar-benar terlibat itu tidak mas. Jadi ya seperti ini mas agrowisata di sini ya gini-gini aja mulai dari dulu. Disini pokonya intinya individu orang-orangnya mas.

2. **Pertanyaan Khusus**

Bagaimana cara atau strategi bapak berkomunikasi dengan stakeholders yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini?

"Hubungan komunikasinya sudah jarang mas. Sudah lama saya tidak ada komunikasi lagi dengan bapak Suwaji dan juga pengurus yang lain. Karena sudah tidak pernah melakukan pertemuan lagi terkait pembicaraan mengenai pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Karena tidak memiliki keperluan

sehingga sudah jarang komunikasi lagi, jadi saya sudah tidak tau bagaimana kelanjutan dari agrowisata ini. Saya juga sibuk jadi sudah tidak fokus sama agrowisata lagi. Tapi sama kegiatan saya yang lain. Kalau komunikasi itu biasanya saya dulu lebih sering rapat gitu mas, untuk komunikasi secara langsung atau personal itu jarang. Ya langsung komunikasi pas rapat itu diskusi sama orang-orang yang hadir.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas ?

" Iya sedikit-sedikit ada mas, tapi ya sampai saat ini masih sama seperti dulu. Gak ada perubahan dalam perkembangan agrowisata ini. Susah mas untuk membangun agrowisata ini agar lebih maju, karena ya itu permasalahannya pada SDM yang ada di desa ini. Susah untuk di atur dan kesadarannya itu rendah dalam upaya membangun desa ini agar lebih maju. Orang-orangnya disini individual, padahal saharusnya kalau masyarakat desa itu biasanya keakraban dan gotong royong nya itu tinggi, tapi disini tidak. Orangnya individual. Untuk komunikasi secara rapat gitu sebenarnya kurang baik menurut saya mas. Karena yang lain itu cuma ikut datang saja tidak ngomong apa-apa. hanya orang-orang tertentu saja yang aktif bicara, makanya kalau rapat itu juga saya ngikut aja apa sama informasi yang di sampaikan.

Apakah bapak mengajak stakeholder luar seperti Pemerintah, PLL dan LSM dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ?

" Iya mas, pihak pemerintah seperti Dinas Pariwisata, Dinas Pertanian, PPL juga ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya, Untuk partisipasi Dinas Pariwisata itu cukup tinggi, Mereka pernah kesini untuk mengatur langsung agrowisata ini, mulai dari pembentukan pengurus-pengurus dan juga pernah memberikan uang untuk kas desa, dan juga memberikan tenda untuk desa juga. Untuk PLL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan-pelatihan kepada kelompok-kelompok tani yang ada terkait dengan upaya pengembangan desa wisata ini seperti cara budidaya jeruk yang benar, dan cara perawatan dan juga cara panen pasca panennya juga.

Bagaimana kemampuan stakeholder berkomunikasi dalam rangka pengembangan agrowisata petik jeruk ini ?

" Kemampuan stakeholder dalam berkomunikasi cukup baik mas, misalnya mulai dari saran-saran yang diberikan dan juga perencanaan-perencanaan yang di susun itu sudah bagus. Misalnya perencanaan program yang di buat kepala desa itu sudah cukup bagus mas terkait pengaturan dan juga strategi pengembangan agrowisata ini, mulai dari pembentukan kordinasi lahan parkir dan juga wisata kuliner. Tapi ya itu mas, pelaksanaannya yang susah. Percuma disini membuat perencanaan yang

bagus karena ujung-ujungnya juga tidak ada yang mau bergerak untuk melaksanakannya.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

"Untuk informasi terkait pengembangan agrowisata ini saya biasanya dulu sering mendapatkannya dari pihak-pihak yang sudah ahli mas terkait cara pengembangan agrowisata, misalnya dari PPL dan juga dari Dinas Pariwisata. Untuk PPL sendiri biasanya sering memberikan pelatihan dan pembinaan kepada kelompok tani. Dan untuk Dinas Pariwisata biasanya terkait perencanaan agrowisata ini kedepannya seperti apa agar lebih maju. Pokoknya informasi kita dulu biasanya mendapatkannya langsung dari pihak atasan mas.

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ?

" Jenis informasi yang di pertukarkan biasanya ya terkait dengan informasi agrowisata mas, biasanya informasi yang di sampaikan terkait wisata edukasinya, mulai dari cara budidaya dan panen pasca panennya. Dan Untuk Dinas Pariwisata itu terkait perencanaan, mulai dari perencanaan tentang wisatawan yang berkunjug itu harus di perlakukan dengan baik agar bisa betah di agrowisata ini dan tidak hanya mau datang satu kali saja tapi mau datang kesini lagi. Selain itu juga terkait penataan home stay, serta terkait perencanaan agrowisata petik jeruk ini kedepannya.

Bagaimana ini pesan yang di sampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata ini, apakah sudah sesuai?

"Iya cukup sesuai mas, Semua informasi sangat bermanfaat. Karena semua terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan home stay, dan pembinaan pembinaan, dan cara pengelolaan agrowisata itu semuanya sangat bermanfaat untuk kita, tapi ya itu mas di desa ini sebenarnya masih belum siap untuk menjadi desa wisata. SDMnya yang perlu di tumbuhkan kesadarannya mas akan rasa memiliki untuk kemajuan desa ini.

Media apa yang di pergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ?

" Terkait penyampain informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, kita biasanya berkomunikasi secara langsung aja mas, ya kalau ketemu di jalan ya disitu kita ngobrol mas, misalnya dengan pak Suwaji ataupun pak Purwoto. Tapi ya saat

ini memang sudah jarang saya untuk berkomunikasinya. Selain itu dulu juga diadakan rapat untuk berdiskusi terkait agrowisata ini mas."

Apakah pemilihan media yang di gunakan sudah tepat menurut bapak?

" Menurut saya masih kurang tepat mas. Kan kalau komunikasi melalui rapat itu susah mas untuk menyampaikan masukan dan saran. Terkadang malu untuk ngomong terkadang juga tidak ada kesempatan karena orang yang ngomong itu banyak.

Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

" Sebenarnya mendudukung-mendukung aja mas, tapi ya itu hanya batas mendukung aja, tidak mau bergerak. Bukti dukungannya itu masih kurang. Hanya pada batas perencanaan saja mas. Untuk pelaksanaanya tidak ada. Disini ini kalau semua diam ya diam semuanya mas. Tidak ada yang mau bergerak untuk melaksanakan perencanaan-perencanaan yang telah di susun. Tokoh masyarakat disini kalau tidak ada yang nyuruh dari atasan seperti Dinas Pariwisata, ya mereka diam aja tidak mau bergerak.

Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" Oh masih jauh mas, agrowisata petik jeruk ini berbasis masyarakat ini masih jauh dari harapan. Harapan saya masyarakat disini mau berubah dan tidak individualis lagi. Semuanya peka pada lingkungan. Dan sama-sama mau untuk mengembangakan desa ini untuk menjadi desa wisata yang maju.

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ? kalau ada, permasalahan apa yang biasanya dihadapi ?

" Iya tentu ada mas, untuk berkomunikasi itu susah dan jarang karena kesibukan masing-masing. terus permasalahan komunikasi juga pada SDM disisni yang masih individualis dan tidak mau di ajak untuk berubah. Contohnya pada penerapan perencanaan yang telah di susun. Untuk penerapannya semua tidak ada yang mau melaksanakan.

Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

" Ya kita seharusnya sering-sering melakukan komunikasi mas, misalnya ada pertemuan-pertemuan rutin yang membahas terkait upaya pengembangan agrowisata ini.

Transkrip Interview 8

Profil Informan

Nama : Bapak Heru (L) / (35 thn)

Pendidikan Terakhir : SMA

Pekerjaan / Jabatan : Pebisnis

Interview ke 8 ini di laksanakan pada tanggal 29 Mei 2017 di Kebun Agrowisata Petik Jeruk. Interview dilakukan pada jam 16.05 sore. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Bagaimana tanggapan bapak terkait pengembangan agrowisata petik jeruk ini? Apa sudah sesuai dengan harapan ?**

   "Masih jauh dari harapan, masih perlu banyak perbaikan-perbaikan. Khususnya dari fasilitas yang ada, pelayanan dan juga dari sisi masyarakatnya atau SDMnya yang ada di Desa Selorejo. Seharusnya di tambahkan WC umum, tempat sampah dan fasilitas yang lain untuk menunjang agrowisata ini agar lebih baik lagi"

2. **Apakah bapak ikut memberikan saran atau informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini**

   " Iya mas, seperti yang saya sampaikan tadi. Saya memberikan saran pada pihak pengelola agrowisata ini terkait penambahan fasilitas berupa tempat sampah agar kebersihan agrowisata ini tetap terjaga. Dan juga lingkungan sekitar tetap bersih.

3. **Bagaimana proses penyampaian informasi yang di bangun?**

   " Informasi di sampaikan secara langsung. Dimana saran yang ingin diberikan itu di sampaikan secara langsung kepada pihak penjaga agrowisata petik jeruk ini.

4. **Jenis Informasi apa yang di pertukarkan ?**

   " Informasi yang di pertukarkan terkait dengan penambahan fasilitas misalnya penambahan Tempat sampah, WC umum dan bahkan penambahan Wahana –wahana baru disisni. Sehingga wisatawan tidak hanya di suguhkan wisata jeruk saja, tapi ada wahana lain yang menarik perhatian wisatawan. Selain itu informasi yang saya sampaikan yaitu terkait promosi dari pihak pengelola agrowisata. Agar wisatawan yang datang

untuk berkunjung ke agrowisata ini tidak hanya dari wisatawan local saja, tapi ya harapan saya ada wisatawan luar negri juga yang mau untuk berkunjung ke agrowisata ini.

5. **Bagaimana respon dari pihak agrowisata terhadap informasi yang di sampaikan?**

" Untuk respon dari pihak pengelola agrowisata ini terhadap semua informasi yang saya berikan itu, responnya baik. Mereka berterimakasih atas semua saran yang saya berikan. namun untuk pelaksanaanya saya tidak tau lagi. Apa mereka mau mewujudkan atau melaksanakan saran yang kami berikan. itu sudah urusan pihak pengelola. Kan tujuan saran saya baik. Yaitu untuk kemajuan agrowisata ini kedepannya.

Transkrip Interview 9

Profil Informan

Nama : Bapak Azis (L) / (40 thn)

Pendidikan Terakhir : S1

Pekerjaan / Jabatan : Pebisnis

Interview ke 9 ini di laksanakan pada tanggal 29 Mei 2017 di Kebun Agrowisata Petik Jeruk. Interview dilakukan pada jam 16.05 sore. Berikut adalah kompilasi wawancara peneliti dengan informan.

1. **Bagaimana tanggapan bapak terkait pengembangan agrowisata petik jeruk ini? Apa sudah sesuai dengan harapan ?**

   "Tentunya masih kurang dari harapan mas, perlu banyak perbaikan. Khususnya penambahan karyawan yang di khususkan untuk menjaga kebersihan dari lingkungan agrowisata ini. Karena kalau lingkungannya terjaga dan bersih otomatis wisatawan yang berkunjung itu merasa nyaman. Selain itu perbaikan-perbaikan harus terus di lakukan kedepannya untuk kebaikan dan kemajuan dari agrowisata ini.

2. **Apakah bapak ikut memberikan saran atau informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini**

   " Iya mas, Saya memberikan saran-saran pada pihak pengelola agrowisata ini terkait penambahan karyawan yang di khususkan untuk menjaga lingkungan agrowisata ini tetap bersih, selain itu juga terkait penambahan fasilitas berupa tempat sampah agar kebersihan agrowisata ini tetap terjaga.

3. **Bagaimana proses penyampaian informasi yang di bangun?**

   " Ya di sampaikan secara langsung saja mas, saran saya langsung berikan atau saya sampaikan pada pihak pengelola.

4. **Jenis Informasi apa yang di pertukarkan ?**

   "Pertukarkan informasi terkait dengan penambahan fasilitas seperti pembuatan tempat sampah empat yang di tambahkan lagi, agar kondisi lingkungan agrowisata itu tetap terjaga. dan bahkan penambahan wahana–wahana baru disisni. Sehingga wisatawan tidak hanya di suguhkan wisata jeruk saja, tapi ada wahana lain yang menarik perhatian wisatawan. Selain

itu informasi yang saya sampaikan yaitu terkait promosi dari pihak pengelola agrowisata, dimana pihak pengelolah harus memiliki media social untuk gencar mempromosikan agrowisata ini. Agar wisatawan yang datang untuk berkunjung ke agrowisata ini tidak hanya dari wisatawan local saja tapi juga wisatawan mancanegara."

5. **Bagaimana respon dari pihak agrowisata terhadap informasi yang di sampaikan?**

" Saya liat sih responnya baik mas. Mereka senang dengan saran-saran yang kita berikan. Kan saran ini bertujuan untuk bahan evaluasi mas biar agrowisata ini lebih baik lagi. Namun untuk pelaksanaanya saya tidak tau lagi. Apa mereka mau mewujudkan atau melaksanakan saran yang kami berikan. itu sudah urusan pihak pengelola. Saya berharap pihak pengelola selalu melakukan perbaikan agar agrowisata petik jeruk ini mampu bersaing dengan agrowisata sejenis, misalnya agrowisata-agrowisata yang ada di Kota Batu.

Transkrip Interview 10

Profil Informan

Nama : Ibu Yuliati (P) / (50 thn)

Pendidikan Terakhir : D3

Pekerjaan / Jabatan : Staff dari Dinas Pariwisat Kabupaten Malang.

Interview secara resmi di laksanakan pada tanggal 17 Mei 2017 di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang. Interview dilakukan pada jam 09. 15. Berikut adalah kompilasi wawancara penliti dengan informan.

1. **Pertanyaan Umum**

Bisa diceritakan Pak awal mula keterlibatan bapak dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis masyarakat (CBT) ini?

“ Kita tentu ikut terlibat dalam setiap upaya pembangunan kepariwisataan. Karena ini memang sudah tugas kita. Serta saat ini Pemerintah muali mengarahkan arah pembangunan pada sector pariwisata. Hal ini karena pariwisata di anggap sebagai alternative dalam menciptakan peluang ekonomi baru dengan resiko yang minim. Tentu kita selaku bagian dari stakeholder dalam pengembangan pariwisata, ini merupakan kewajiban bagi kita untuk mengembangkan sector pariwisata, dimana hal ini juga termasuk pada upaya pengembangan agrowisata petik jeruk di Desa Selorejo. Dengan harapan agrowisata petik jeruk dapat berkembang lebih maju lagi, sehingga mampu menyerap penghasilan dari belanja wisatan yang berkunjung, dengan tujuan untuk meningkatkan perekonomian pada masyarakat lokal atau masyarakat sekitar Destinasi. Kita juga sudah ikut terlibat dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo itu mas. Contohnya kita pernah membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) dengan harapan agar masyarakat Desa Selorejo mampu mengembangkan potensi yang dimiliki. Khususnya dalam aspek pariwisata. Karena itu memang sudah bagian dari tanggung jawab kita. Misalnya juga setiap ada event-event atau pameran produk-produk pertanian, kita selalu melibatkan pihak-pihak dari agrowisata misal ketua dari pengelola untuk ikut memamerkan hasil produksi jeruk nya. Selain itu apa bila kita kedatangan tamu-tamu rombongan dari luar kota, kita juga mengarahkan untuk mengunjungi agrowisata petik jeruk yang ada di Desa Selorejo.

Apasih Pak kendala yang dihadapi dalam upaya pengembangan agrowisata berbasis masyarakat ini?

“Tentunya masih banyak kendala yang dihadapi. Salah satunya ya dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat disini mayoritas masih rendah tingkat kesadarannya dalam pembangunan pariwsata. Masyarakat di Desa Selorejo pada umumnya masih belum

siap untuk menjadi bagian dari pengembangan desa wisata. Rendahnya kesadaran masyarakat itu membuat permasalahan yang cukup rumit. Khususnya pada setiap pelaksanaan dari perencanaan yang telah kita buat. Dimana setiap perencanaan yang tealah kita susun itu itu tidak pernah berjalan dengan baik. Misalnya kita sudah mencoba membentuk POKDARWIS, tapi itu katanya sekarang sudah tidak jalan lagi. Selain kendala dari masyarakat, tentu kendala juga datang dari pihak-pihak stakeholder lain yang ada disana. Misalnya aparat-aparat disana. Kesibukan dari mereka juga membuat pengembangan agrowisata petik jeruk itu lambat. Mereka tidak bisa total dan benar-benar mau berupaya mengembangkan agrowisata petik jeruk itu".

Bagaimana peran bapak/ibu dalam upaya pengembangan agrowisata ini, mulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasinya?

"Kita sudah mencoba untuk membantu semampu kita dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini mas. Kita bahkan dulu sudah terjun langsung untuk membantu mengatur dan membuat perencanaan agar agrowisata petik jeruk itu bisa berkembang dan bersaing dengan agrowisata yang lainnya. Misalnya kita dulu sudah datang ke sana untuk mencoba membuat struktur kepengurusan dalam pengelolaan agrowisata, mulai dari pembentukan ketua pengelola, bendahara, sekretaris, dan devisi lainnya agar agrowisata petik jeruk itu terkelolah dengan baik. Selain itu kita juga pernah membantu dalam pembentukan program kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang mana terdiri dari kalangan pemuda yang ada di Desa Selorejo. Dengan harapan supaya mereka ikut menjadi pelopor dan pendorong dalam upaya mengembangkan agrowisata petik jeruk itu. Namun pada hasilnya program yang telah kita susun itu tidak ada yang berjalan dan bertahan lama mas. Kendalanya terletak pada SDM itu sendiri. Dimana *stakeholder* disana baik itu masyarakat juga tidak bisa melaksanakan perencanaan yang telah kita buat. Mereka hanya aktif pada awalnya saja dan setelahnya sudah tidak sama lagi dengan awal perencanaanya. Jadi ya memang susah mas untuk mengembangkan agrowisata petik jeruk itu. Masyarakatnya masih belum siap untuk menjadikan Desa Selorejo untuk menjadi Desa Wisata.

2. **Pertanyaan Khusus**

Bagaimana cara atau strategi Bapak berkomunikasi dengan stakeholders yang lain? Apakah komunikasi masih berjalan sampai saat ini?

" Komunikasi masih terjalin antara kita dengan pihak sana, namun untuk intensitas komunikasinya masih jarang, karena memang kesibukan kita masing-masing. Kadang kalau ada hal perlu kita cukup komunikasi lewat telfon aja. Untuk komunikasi secara langsung kita jarang, komunikasi langsung dilakukan ketika kita mengadakan kunjungan pada agrowisata petik jeruk itu, dimana komunikasi

langsung itu dilakukan terkait penyampaian banyak informasi terkait upaya pengembangan agrowisata petik jeruk.

Terkait Strategi atau cara yang di tempuh, apakah berhasil dalam menyuarakan aspirasi untuk pengembangan agrowisata petik berbasis komunitas ?

" Masih kurang mas, dimana komunikasi lewat telfon saja ini sebenarnya masih kurang, kita seharusnya sering melakukan komunikasi. Komunikasi tidak hanya lewat telfon saja, tetapi sebaiknya memang perlu untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan rutin. Tetapi mengingat kesibukan kita masing-masing yang membuat intensitas komunikasi secara langsung itu masih terkendala dengan kesibukan dari kita. Karena kita dari pihak dinas juga masih banyak pekerjaan dan urusan tidak hanya berfokus pada agrowisata petik jeruk ini saja, tapi masih banyak urusan-urusan yang lain. Kita kan sebenarnya hanya berperan sebagai fasilitator mas, dimana kita hanya memfasilitasi dan membantu sesuai kemampuan kita.

Bagaimana proses komunikasi yang di bangun antar stakeholder dalam upaya pengembangan agrowisata pengembangan agrowisata petik jeruk ini, mulai dari Pengiriman pesannya seperti apa Pak?

" Terkait pengiriman informasinya kita pengkombinasikan kemauan atau aspirasi dari masyarakat dengan kemauan dari pihak atasan juga seperti apa, lalu di sinkronkan. Seperti umpamanya kemauan masyarakat akan penataan kebun wisata, maka kita ikut membantu kemauan masyarakat dalam menata kebunnya".

Jenis informasi apa yang di pertukarkan dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ?

"Informasi yang biasanya kita sampaikan itu pada dasarnya terkait banyak hal mas, tetapi semua informasi pastinya berhubungan dengan upaya pengembangan agrowisata ini. Misalnya informasi terkait dengan wisatawan, informasi terkait dengan pelayanan, informasi tentang penataan *home stay*, informasi tentang *tour guide*, informasi terkait perencanaan program dan masih banyak informasi-informasi yang kita pertukarkan. Intinya ya semua informasi terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Contohnya informasi tentang perencanaan penataan *home stay*. Yaitu dimana pihak *stakeholder* termasuk juga masyarakat di edukasi untuk membangun homestay sebagai hunian yang murah namun sesuai dengan standar wisatawan. Sehingga dengan harapan dapat mendatangkan wisatawan lebih banyak, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara."

Bagaimana ini pesan yang di sampaikan dalam upaya pengembangan agrowisata ini, apakah sudah sesuai?

" Iya, sementara ini semua informasi sudah sesuai mas. Karena semua terkait dengan upaya pengembangan agrowisata petik jeruk ini. Seperti informasi terkait pelayanan pada wisatawan, penataan home stay, dan pembinaan pembinaan lainnya".

Media apa yang di pergunakan stakeholder dalam menukarkan atau menyampaikan informasi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini ?

" Terkait penyampain informasi dalam upaya pengembangan agrowisata ini, kita biasanya berkomunikasi lewat telfon aja, tapi terkadang ketemuan langsung untuk berdiskusi. Namun untuk komunikasi secara langsung itu masih jarang, kecuali ada agenda khusus kita baru bisa berkomunikasi secara langsung, misalnya kita melakukan kunjungan pada agrowisata petik jeruk. "

Apakah pemilihan media yang di gunakan sudah tepat menurut bapak?

" Seperti yang saya katakan tadi mas, sebenarnya untuk komunikasi menggunakan telfon saja itu masih kurang, karena kalau menggunakan telfon itu kita tidak bisa berkomunikasi secara optimal. Misalnya berkomunikasi panjang lebar itu masih terkendala. Berbeda dengan komunikasi secara langsung melalui tatap muka.

Bagaimana tanggapan atau respon dari masing-masing stakeholder terhadap pembentukan agrowisata berbasis komunitas ini? Apakah mendukung dan ikut berpartisipasi atau tidak pak?

" Pada dasarnya respon dari masing-masing stakeholder disana itu cukup baik mas. semua pihak mendukung mas, mulai dari Masyarakat, Petani, Desa, Kecamatan ikut mendukung terkait pembentukan desa wisata ini. Namun ya mereka hanya sebatas mendukung aja, tapi untuk realisasi dari bukti dukungan nya itu masih belum optimal. Misalnya kita sudah membentuk POKDARWIS, itu semua pihak sudah mendukung dengan pembentukan POKDARWIS, namun pada pelaksanaannya tidak sesuai dengan harapan kita.".

Apakah pengembangan agrowisata petik jeruk ini sudah sesuai dengan harapan Pak?

" Oh masih jauh mas, agrowisata petik jeruk masih tahap mengawali atau masih tahap pengembangan. Jadi masih banyak yang perlu di perbaiki. Seperti dari masyarakatnya, juga dari sarana prasarana perlu banyak di perbaiki. Pokoknya diharapkan kerjasma dari berbagai pihak untuk bersama-sama mengembangakan agrowisata petik jeruk."

Adakah permasalahan atau kendala yang dihadapi antar stakeholder dalam berkomunikasi untuk pengembangan agrowisata berbasis komunitas ?

" Pengetahuan dari stakeholder yang ada di Desa Selorejo itu masih kurang terkait cara-cara pengembangan dan pengelolaan agrowisata yang seharusnya itu seperti

apa. sehingga mereka sulit untuk melakukan perubahan melalui perbaikan dan inovasi yang muncul dari inisiatif mereka sendiri.

Solusi apa yang biasanya di ambil untuk menghadapi permasalahan yang terjadi dalam upaya pengembangan agrowisata petik jeruk berbasis komunitas ini?

" Kita harus sering-sering melakukan komunikasi, komunikasi tidak hanya antra pihak dinas dan stakeholder yang ada dan terlibat dalam pengembagan agrowisata di Desa Selorejo, tetapi yang terpenting adalah komunikasi antar stakeholder yang ada di sana itu perlu di jaga. Sehingga dengan hubungan komunikasi yang baik antar berbagai pihak akan menimbulkan rasa saling percaya dan perduli untuk bersama-sama mengembangkan agrowisata petik jeruk.

Lampiran 3 Fasilitas dan Kondisi Agrowisata

Gambar 8. Kondisi Jalan Desa Selorejo

Gambar 9. Fasilitas Tempat Sampah pada Agrowisata

Gambar 9. Pendopo di Agrowisata

Gambar 10. Kondisi agrowisata

Gambar 11. Kondisi Agrowisata

Gambar 12. Kondisi Jalan di Desa Selorejo

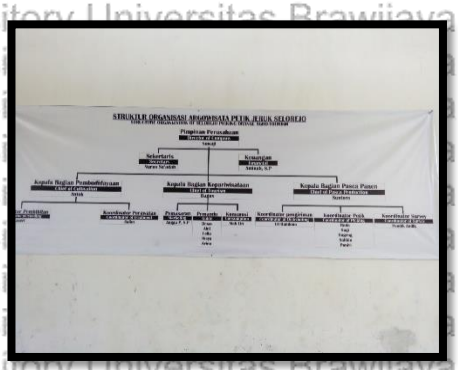
Gambar 13. Gapura di Desa Selorejo

Gambar 14. Kondisi tanaman Jeruk Agrowisata

Gambar 15. Kondisi tanaman jeruk

Gambar 16. Benner yang ada di loket agrowisata petik jeruk

Gambar 17. Benner di loket agrowisata



Gambar 18. Struktur organisasi agrowisata petik jeruk

Dokumentasi Warung Kuliner dan Penginapan

Gambar 19. Penginapan di daerah agrowisata petik jeruk

Gambar 20. Warung makan di sekitar agrowisata

Gambar 21. Warung makan di sekitar agrowisata

Gambar 22. Warung makan di sekitar agrowisata

Gambar 23. Warung makan di sekitar agrowisata

Gambar 24. Warung makan di sekitar agrowisata

Dokumentasi Penelitian

Gambar 1. Kepala Desa

Gambar 2. Ketua Pengelola Agrowisata

Gambar 3. Ketua Kelompok Tani

Gambar 4. Ketua GAPOKTAN

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Gambar 5. Staf Dinas Pariwisata

Gambar 6. Petani Jeruk

Gambar 7. Wisatawan Agrowisata

Repository Universitas Brawijaya
REPOSITORY.UB.AC.ID
UNIVERSITAS BRAWIJAYA