

Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Wisata Sawah di Desa Pematang Johar

Communication Strategy Village Head In Developing Rice Field Tourism In The Pematang Johar Village

¹Tenerman*, ²Elvita Yenni

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia.

(*)Email Korespondensi: tenerman@umsu.ac.id

Abstrak

Keberhasilan suatu program desa yang dilakukan oleh pemimpin desa yaitu Kepala Desa, maka akan berinteraksi langsung maupun tidak langsung untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak yang dapat mendukung pengembangan desa wisata sawah khususnya di Desa Pematang Johar. Strategi komunikasi kepala desa sangat dibutuhkan dalam mengembangkan desa wisata sawah di Pematang Johar, dimana media komunikasi sangat berperan penting dalam menyampaikan pesan ke berbagai pihak termasuk memasarkan dan mempromosikan desa wisata sawah sebagai sebuah produk yang layak. Berkembangnya desa wisata sawah di Desa Pematang Johar diharapkan dapat mendukung terwujudnya desa yang mandiri, nyaman dan maju juga mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan meningkatkan pendapatan desa. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Hasil yang diperoleh bahwa berkembangnya wisata sawah di Desa Pematang Johar dikarenakan optimalitas peran kepala desa melalui jaringan kerjasama dengan berbagai perusahaan yang mempunyai CSR, sehingga memberikan bantuan dalam mengembangkan wisata sawah secara menyeluruh. Namun, masih terdapat beberapa kendala dan hambatan yaitu terkait akses ke wisata sawah yang masih belum memadai serta belum optimal masyarakat dalam memberikan dukungan untuk pengembangan wisata sawah

Kata Kunci: strategi komunikasi, kolaborasi, wisata sawah

Abstract

The success of a village program carried out by the village leader, namely the Village Head, will interact directly or indirectly to communicate with various parties who can support the development of rice field tourism villages, especially in Pematang Johar Village. The village head's communication strategy is very much needed in developing a rice field tourism village in Pematang Johar, where the communication media plays an important role in conveying messages to various parties including marketing and promoting the rice field tourism village as a viable product. The development of a rice field tourism village in Pematang Johar Village is expected to support the realization of an independent, comfortable and advanced village as well as create a prosperous community and increase village income. The method used in this research is qualitative research. The results obtained are that the development of rice field tourism in Pematang Johar Village is due to the optimal role of the village head through a network of cooperation with various companies that have CSR, thus providing assistance in developing rice field tourism as a whole. However, there are still some obstacles and obstacles related to access to rice field tourism which is still inadequate and the community is not yet optimal in providing support for the development of rice field tourism.

Keywords: communication strategy, collaboration, rice field tourism

PENDAHULUAN

Pembangunan desa melalui pengembangan pariwisata menjadi salah satu upaya untuk menindaklanjuti isu strategis dalam pembangunan nasional bahwa

pariwisata sebagai pilar utama dalam penyumbang devisa terbesar. Maka, pengembangan pariwisata di desa harus dapat dikelola dengan baik dan benar, dalam hal ini peran penting pemerintah desa

sangatlah dibutuhkan terutama Kepala Desa. Komunikasi menjadi sebuah alat atau media bagi seorang pemimpin khususnya kepala desa dalam menyampaikan program kerja, karena dengan komunikasi yang efektif dapat memberikan hasil yang sesuai dengan apa yang menjadi tujuan pembangunan. (Rahmat, 2019) berpendapat bahwa dalam penggunaan strategi dalam bidang komunikasi yang menjadi sebuah penentu dalam memberikan kepastian terhadap orang lain, sehingga pesan yang disampaikan komunikator mampu dipahami dengan baik oleh komunikan. Kemudian, (Cangara, 2013) dalam mengembangkan pembangunan dibutuhkan strategi perencanaan komunikasi dapat dijalankan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menetapkan komunikator sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi, harus kaya ide serta penuh daya kreativitas.
2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, yaitu masyarakat sebagai sasaran program komunikasi, dimana masyarakat menentukan berhasil tidaknya suatu program.
3. Menyusun pesan yang disesuaikan dengan program yang mau disampaikan. Pesan ini bersifat informatif, persuasif dan mendidik.
4. Memilih media dan saluran komunikasi, meliputi sumber daya komunikasi yang tersedia.

Setiap program pembangunan membutuhkan komunikasi yang berfungsi untuk menjalin dan menghubungkan satu orang dengan yang lainnya, dan berperan penting dalam sebuah perencanaan, koordinasi, dan informasi, hal ini lah yang menjadi sebuah strategi komunikasi kepala desa dalam melaksanakan setiap program kerja dan kebijakan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, komunikasi dalam penerapannya menjadi sebuah transaksi untuk meningkatkan kerja dan mengoptimalkan keinginan dalam sebuah lembaga atau instansi yang mempunyai bentuk dan strategi. (Saepudin et al., 2016) menjelaskan bahwa strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication*

management) untuk mencapai suatu tujuan. Maka, dalam rangka mengembangkan desa wisata sawah di Desa Pematang Johar, perlu terjalannya komunikasi yang baik antar pihak yang berkepentingan, meliputi masyarakat, pemerintah dan pihak swasta. Dimana, Kepala desa bertindak menjadi sebagai komunikator dan memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan dan memakmurkan desa dengan berbagai program pembangunan desa termasuk program desa wisata sawah.

Letak desa yang berbatasan langsung dengan Kawasan Industri Medan (KIM), maka menjadikan kekuatan program desa wisata sawah yang diciptakan oleh pemerintah untuk dapat mengembangkan lebih maju. Hal inilah dibutuhkan kemampuan berkomunikasi dan penggunaan strategi komunikasi yang dimiliki oleh antar pihak terutama Kepala Desa, untuk menarik perhatian pihak swasta untuk dapat memberikan bantuan baik berupa pembiayaan (dana) atau sarana dan prasarana yang dapat mendukung pengembangan desa wisata sawah di Desa Pematang Johar.

Komunikasi yang dibangun oleh Kepala Desa dalam mengembangkan desa wisata sawah di Desa Pematang Johar, masih membutuhkan strategi yang tepat sehingga dapat mempengaruhi pihak-pihak yang berkepentingan dapat bekerjasama memajukan desa di sektor pariwisata. Sasaran utama yang sangat membutuhkan adanya komunikasi yang baik dalam pengembangan desa wisata sawah adalah masyarakat. Hal ini disebabkan oleh realisasi pengembangan desa wisata sawah mulai mengalami ketimpangan di lingkungan masyarakat sehingga terjadi kesalahpahaman antar penduduk dalam ikut terlibat dalam program desa wisata sawah.

Pengembangan desa wisata sawah juga sangat membutuhkan pemahaman dan kesiapan masyarakat dalam ikut mengelola dan mengawal pengembangan desa wisata sawah di Desa Pematang Johar. Seperti hasil penelitian dari (Hajar, Siti; Faustyna; Santoso, 2022) bahwa harus ada strategi awal yang dilakukan oleh pemerintah desa untuk memenuhi unsur menjadi desa wisata yaitu dengan melakukan peremajaan tampilan desa

melalui penataan ruang serta pembangunan yang dapat mengusung ciri khas desa. Kemudian, (Husin Demolingo, 2015) dan (Saputra & Ali, 2020) juga menyatakan bahwa mengembangkan pariwisata melalui potensi desa, juga dipengaruhi oleh fasilitas pendukung yaitu akses transportasi, daya tarik dan sarana prasarana sehingga dapat memberikan keunggulan wisata seperti budaya dan lainnya. Selanjutnya, (Putri, 2021) akan tetapi dalam mengembangkan wisata di desa harus dapat menimalisir permasalahan yang terkait pada pola pemikiran dan karakter masyarakat yang masih primitif, akses yang belum memadai, belum berkembangnya inovasi dalam penggunaan teknologi serta keterbatasan sumber daya, maka sangat dibutuhkan strategi komunikasi dalam mengatasi permasalahan tersebut sehingga dapat mengembangkan salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah desa sebagai sebuah terobosan inovasi dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada masyarakat, dan termasuk pengembangan potensi desa yaitu wisata sawah. Salah satu mediana adalah memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mempromosikan wisata sawah yang dikembangkannya. Strategi inilah yang dikembangkan oleh Kepala Desa Pematang Johar.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu jenis penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan apa adanya dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat dan memahami setiap konteks fenomena secara keseluruhan. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. (Creswell, 2014) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu dan kelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. (Hajar, 2017) dalam proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur

mengumpulkan data yang spesifik, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kepala Desa Pematang Johar dalam mengembangkan wisata sawah, meliputi hambatan dan keberhasilannya.

PEMBAHASAN

Pematang Johar menjadi salah satu destinasi wisata pilihan untuk melepas penat bagi masyarakat. Berdiri di atas lahan seluas 1750 hektare, kawasan wisata ini mengusung tema alam pertanian pedesaan sehingga memberikan emandangan sawahnya yang hijau akan memanjakan mata dan membuat pikiran menjadi rileks serta menenangkan. Untuk menyusuri pematang sawah, pengelola sudah membuat jalan yang terbuat dari semen. Jalan tersebut berada di atas pematang sampai ke tepi sawah. Selain itu, ada pula jembatan kayu yang membelah area sawah. Pengunjung bisa menyusuri sawah tanpa perlu khawatir terpeleket karena pematang yang licin. Fasilitas yang tersedia di area wisata ini tersedia jembatan kayu dan jalan setapak yang sudah berlapis semen yang membelah sawah. Selain itu, tersedia juga perahu bebek dan bola air untuk berkeliling danau. saung, warung makan, toilet, musholla, dan lahan parkir. Namun, di masa musim panen, pemandangan di wisata sawah ini tidak dapat dinikmati oleh para wisatawan/pengunjung.

Pembangunan destinasi wisata sawah ini dengan tujuan untuk meningkat pendapatan petani selain dari hasil pertanian. Berdirinya kawasan wisata sawah ini berkat kerja sama dengan PT Kawasan Industri Medan (Persero). Dengan memanfaatkan lahan sawah yang masih produktif, pengunjung bisa melihat secara langsung kegiatan petani. Selain itu, anak-anak juga bisa mengikuti program edukasi di sini dan merasakan menanam padi secara langsung.

Wisata Sawah yang terletak di Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli, merupakan program unggulan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa, disamping beberapa potensi lainnya

yang dimiliki oleh desa yang dikelola oleh masyarakat desa bersama pemerintah desa melalui BUMDes, yang didirikan sejak 22 Desember 2019.



Gambar 1. Wisata Sawah Desa Pematang Johar

Komunikasi dapat dilakukan dengan langsung dan tidak langsung, tergantung pada kebutuhan dan tuntutan serta tujuan yang ingin dicapai. Dalam komunikasi bahwa komunikator merupakan hal yang penting dalam proses penyebaran informasi, penerimaan informasi yang baik dapat diterima oleh komunikan bergantung pada baik atau buruknya komunikaor dalam menyampaikan pesan dan menggunakan media. Dengan demikian, untuk mengefektifkan interaksi melalui berkomunikasi dibutuhkan strategi yang tepat. Maka, (Nikodimus, 2018) dan (Cangara, 2013) menjelaskan bahwa strategi komunikasi dapat dijalankan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menetapkan komunikator sebagai pelaku utama dalam aktivitas komunikasi. Harus kaya ide, serta penuh daya kreativitas.
- b. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, yaitu masyarakat sebagai sasaran program komunikasi. Masyarakat menentukan berhasil tidaknya suatu program.
- c. Menyusun pesan yang disesuaikan dengan program yang mau disampaikan.

Pesan bersifat informative, persuasive dan mendidik.

- d. Memilih media dan saluran komunikasi UNESCO memberi petunjuk bahwa dalam melakukan pemilihan media komunikasi, perlu memperhatikan hal-hal berikut: sumber daya komunikasi yang tersedia; pemilihan media di kalangan masyarakat sasaran dan terjangkau tidaknya pesan yang akan disampaikan.

Penggunaan strategi dalam bidang komunikasi merupakan penentuan untuk memberikan pemahaman terhadap orang lain, sehingga pesan yang disampaikan komunikator mampu dipahami dengan baik oleh komunikan. Effendy (2015) menjelaskan bahwa strategi komunikasi pada hakikatnya merupakan sebuah perencanaan dan manajemen komunikasi dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Kemudian, Sembiring (2016) berpendapat bahwa strategi komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (planning), pelaksanaan (implementation) hingga evaluasi (evaluation) untuk mencapai suatu tujuan dan sebuah aspek penting yang

memungkinkan adanya proses akselerasi dan berkelanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran. Dengan demikian, strategi komunikasi sangat dibutuhkan untuk mengembangkan desa wisata yang menjadi program pembangunan desa di Desa Pematang Johar, khususnya strategi komunikasi yang dilakukan oleh Kepala Desa.

(Ali & Saputra, 2020) dan (Lubis, 2020) bahwa pemimpin tertinggi di desa adalah Kepala Desa, yang mempunyai wewenang dan kewajiban dalam memajukan desa di berbagai pihak melalui program-program kerja termasuk pengembangan desa wisata termasuk di Desa Pematang Johar. Implementasi program pengembangan desa wisata melalui Wisata Sawah di Desa Pematang Johar, harus didukung oleh strategi komunikasi kepala desa yang tepat, karena program ini sebagai proses yang menekankan cara untuk mengembangkan atau memajukan desa juga sebagai usaha-usaha untuk melengkapi dan meningkatkan fasilitas wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang melibatkan masyarakat lokal sebagai komunitas penggerak desa wisata.

Strategi komunikasi kepala desa harus dapat menentukan cara terbaik dalam mengembangkan desa wisata sawah, salah satunya adalah dengan teknik komunikasi pemasaran. Seperti yang diungkapkan oleh (Rohana Simbolon & Khairifa, 2018) bahwa kiat dalam komunikasi pemasaran yang menjadi strategi meliputi 1) memaksimalkan desain website; 2) hubungan masyarakat; 3) periklanan; 4) promosi lokasi; 5) social networking; 6) penetapan harga; 7) pengemasan; 8) membuat acara atau tayangan langsung. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh kepala desa dalam mengembangkan desa wisata sawah harus dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dan memaksimalkan kegiatan promosi sehingga dapat memberikan keuntungan-keuntungan dalam kemajuan desa.

Keberhasilan desa wisata sawah yang dikembangkan di Desa Pematang Johar, tergantung kepada strategi komunikasi yang dilakukan oleh kepala desa khususnya pada pemilihan media dalam memasarkan atau mempromosikan desa wisata sawah. Salah

satu strateginya terkait pada komunikasi pemasaran, yang dipahami sebagai suatu proses pengiriman dan penerimaan pesan sebagai sebuah produk, dengan tata cara dan teknik komunikasi sehingga menimbulkan keuntungan antara produsen dan konsumen. (Ananda & Susilowati, 2019) menjelaskan bahwa komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran, dimana berusaha untuk menciptakan kesadaran dan pengetahuan dengan berbagai atributnya, menginformasikan keunggulan produk, menciptakan citra, sikap positif dan keinginan membeli sebuah produk. Kemudian, (Eka Krisna Yanti, 2021) dan (Priansa, 2017) bahwa komunikasi pemasaran adalah kegiatan dengan teknik komunikasi yang memiliki tujuan memberikan informasi perusahaan target pasarnya. Dengan demikian, komunikasi pemasaran merupakan alat yang digunakan sebuah instansi dan mempunyai fungsi untuk memberikan informasi, membujuk baik secara langsung maupun tidak langsung tentang sebuah produk yang ditawarkan, seperti desa wisata sawah.

KESIMPULAN

Metode penyampaian pesan melalui verbal dan non-verbal yang mengandung arti tertentu untuk mengembangkan program desa yang dilakukan oleh Kepala Desa. Komunikasi merupakan bagian sentral dari segala sesuatu yang dilakukan sehari-hari oleh Kepala Desa baik di lingkungan internal desa maupun eksternal desa yang bertujuan untuk memajukan desa melalui program desa, salah satunya adalah desa wisata sawah. Keberhasilan suatu program desa yang dilakukan oleh pemimpin desa yaitu Kepala Desa, maka akan berinteraksi langsung maupun tidak langsung untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak yang dapat mendukung pengembangan desa wisata sawah khususnya di Desa Pematang Johar. Strategi komunikasi kepala desa sangat dibutuhkan dalam mengembangkan desa wisata sawah di Pematang Johar, dimana media komunikasi sangat berperan penting dalam menyampaikan pesan ke berbagai pihak termasuk memasarkan dan mempromosikan desa wisata sawah sebagai sebuah produk yang layak. Berkembangnya

desa wisata sawah di Desa Pematang Johar diharapkan dapat mendukung terwujudnya desa yang mandiri, nyaman dan maju juga mewujudkan masyarakat yang sejahtera dan meningkatkan pendapatan desa.

SARAN

Pengembangan desa wisata sawah di Pematang Johar telah berkembang dengan baik, namun untuk mengoptimalkan perkembangan di masa depan, maka ada beberapa rekomendasi yang dapat dilakukan kepala desa bersama jajaran pemerintahan

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K., & Saputra, A. (2020). Tata Kelola Pemerintahan Desa Terhadap Peningkatan Pelayanan Publik Di Desa Pematang Johar. *Warta Dharmawangsa*, 14(4), 602–614. <https://doi.org/10.46576/wdw.v14i4.891>
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Cangara, H. (2013) *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta; Raja Grafindo Persada
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (Third Edit).
- Eka Krisna Yanti, A. A. I. (2021). Community Based Tourism dalam Menyongsong New Normal Desa Wisata Bali. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1), 72. <https://doi.org/10.23887/jkh.v7i1.31458>
- Hajar, Siti; Faustyna; Santoso, P. (2022). Strengthening Homestay Management Based On Local Wisdom In The Village Lumban Suhi Suhi Toruan. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 115–120. <https://doi.org/10.30656/ka.v4i2.3658>
- Hajar, S. (2017). Increased Capacity Village Officials About Governace Administration in of the Village Administration. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 84(Icog 2016), 387–389. <https://doi.org/10.2991/icog-16.2017.86>
- Husin Demolingo, R. (2015). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Desa Bongo, Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 1(2), 67–82. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2015.v01.i02.p06>
- Lubis, A. P. S. S. H. K. K. N. A. A. D. J. M. S. S. D. A. W. (2020). (OPTIMIZATION OF THE MANAGEMENT, UTILIZATION AND SUPERVISION OF VILLAGE FUNDS IN IMPROVING THE ECONOMY OF VILLAGE COMMUNITIES IN NORTH SUMATRA PROVINCE). *Inovasi: Jurnal Politik Dan Kebijakan*, 19(1), 31–44.
- Nikodimus. (2018). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(2), 106–114. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i2.216>
- Priansa, Juni Donni. (2017) *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung; Pustaka Setia

- Putri, R. A. (2021). *Strategi Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Objek Wisata Danau Tangkas Desa Tanjung Lanjut, Kabupaten Muaro Jambi*.
- Rahmat, N. I. H. . dan D. (2019). Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Meningkatkan Kesadaran Bergotong Royong. *Atsar UNISA*, 1(2), 77–85.
- Rohana Simbolon, B., & Khairifa, F. (2018). Strategi Komunikasi Pemerintahan Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Pada Pembangunan Desa Wisata Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Darma AGUNG*, 26(1), 606–619.
- Saepudin, E., Budiono, A., & Rohman, A. S. (2016). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa Wisata Agro di Kabupaten Bandung Barat. *EduLib*, 6(2), 154–168. file:///C:/Users/Perpustakaan/Downloads/EduLib/Vol 6 No 2 - 2016/5027-10126-1-PB.pdf
- Saputra, A., & Ali, K. (2020). Analisis Kebijakan Pariwisata Terhadap Pengelolaan Objek Wisata Di Kabupaten Samosir. *Warta Dharmawangsa*, 14(4), 564–584. <https://doi.org/10.46576/wdw.v14i4.889>