

Community Based Tourism (CBT) sebagai Model Pengembangan Desa Wisata Adat Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang

Bambang Dwi Prasetyo¹, Nufian Susanti Febriani², Wayan Weda Asmara Dewi³

^{1,2,3}Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya

Jl. Veteran Malang, 65145, Indonesia

Email: bambgprast@ub.ac.id^{1*}

Abstract

Tourism is one of the important activities that helps aspects of community economic development. Tourism development policies must be supported by all parties so that they can run optimally. The existence of tourism development is able to become an economic driver with the emergence of new jobs for the community, besides that the development of tourism can also prevent environmental damage and loss of local culture, so that later it is hoped that the community will become more aware of tourism activities. Community involvement in tourism development is known as Community Based Tourism (CBT). The success of developing a tourist village itself is largely determined by the potential for tourism attraction that must be owned by the village, one of which is the development of indigenous people-based tourism. This research was conducted using qualitative research through in-depth interviews. The stages in this study include three stages, namely: the pre-research stage to identify problems, objectives and research flow through literature study, then carry out the observation and interview stages to identify challenges and support for the Traditional Tourism Village model, Ngadas Village, Malang Regency, and finally is the final stage where the researcher will map and formulate the design of a tourist village model. The results of the study are that Empowerment of the Ngadas tourism village involves Community Based Tourism (CBT), namely Tourism Awareness Groups (Pokdarwis) and Bumdes of Ngadas Village through the village's local potential which is staged to become an attractive treat for tourists to come visit.

Keywords: *Community Based Tourism; Tourist Village*

Abstrak

Pariwisata salah satu kegiatan penting yang membantu aspek pengembangan perekonomian masyarakat. Kebijakan pengembangan pariwisata harus di dukung oleh semua pihak agar berjalan secara optimal. Pengembangan pariwisata mampu menjadi penggerak ekonomi dengan munculnya lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat, selain itu dengan adanya pengembangan pariwisata juga dapat mencegah kerusakan lingkungan serta hilangnya kebudayaan setempat, sehingga nantinya diharapkan masyarakat akan menjadi lebih aware terhadap kegiatan pariwisata. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata tersebut salah satunya dapat dikenal dengan nama *Community Based Tourism (CBT)*. Keberhasilan pengembangan desa wisata sendiri sangat ditentukan oleh potensi daya tarik pariwisata yang harus dimiliki oleh desa, salah satunya adalah pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adat. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam. Tahapan dalam penelitian ini meliputi tiga tahapan, yakni: tahapan *pre-research* untuk mengidentifikasi masalah, tujuan dan alur penelitian melalui studi pustaka, kemudian melakukan tahap observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi tantangan dan dukungan terhadap model Desa Wisata Adat Desa Ngadas Kabupaten Malang, dan yang terakhir merupakan tahap akhir dimana peneliti akan melakukan pemetaan dan perumusan desain model desa wisata. Hasil penelitian adalah bahwa Pemberdayaan desa wisata Ngadas melibatkan CBT yaitu Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Bumdes Desa Ngadas melalui potensi lokal desa yang di pentaskan menjadi sebuah suguhan yang menarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung.

Kata kunci: *Community Based Tourism; Desa Wisata*

Pendahuluan

Pariwisata adalah alat yang dapat digunakan untuk membantu mengembangkan masyarakat. Pada tahun 1970-an, pariwisata dipromosikan sebagai salah satu cara untuk membantu mengembangkan ekonomi suatu negara (Juma & Khademi-Vidra, 2019). Namun, dalam masyarakat saat ini, fokusnya telah bergeser ke ekowisata, pro-poor tourism, dan wisata berbasis masyarakat. CBT merupakan salah satu jenis pariwisata yang memungkinkan masyarakat untuk menguasai industri pariwisata dan mendapatkan porsi keuntungan yang signifikan. *Pro-Poor Tourism* adalah jenis pariwisata berbeda yang membantu memerangi kemiskinan di daerah tertentu. Pariwisata Berbasis Komunitas Berbantuan Donor adalah jenis pariwisata yang didanai oleh donatur dan membantu mengembangkan komunitas (Juma & Khademi-Vidra, 2019). Banyak faktor yang dapat berkontribusi agar sebuah tempat menjadi menarik bagi wisatawan, termasuk suasana yang damai dan tenteram, banyak kegiatan, pemandangan, dan keanekaragaman hayati yang kaya. Keterlibatan masyarakat penting untuk kelangsungan tujuan dan industri pariwisata jangka panjang. Sedikit penelitian yang dilakukan tentang bagaimana perasaan masyarakat dalam keterlibatan mereka untuk kegiatan pariwisata, dan ini adalah bagian penting dari sebuah keberlanjutan. Pengelolaan sumber daya berbasis masyarakat melibatkan pemberian hak penuh atau sebagian kepada masyarakat lokal atas tanah dan sumber daya, yang dapat membantu meningkatkan mata pencaharian mereka. *Community-based Tourism* (CBT) adalah jenis pariwisata di mana komunitas lokal memiliki akses pada sumber daya seperti kegiatan pariwisata yang bermanfaat bagi masyarakat dan dunia yang lebih luas. CBT adalah jenis pariwisata yang semakin populer, dan dapat ditemukan di berbagai belahan dunia. Beberapa sumber daya ini, seperti daerah pedesaan dan kegiatan pariwisata yang beragam memiliki banyak potensi.

Pariwisata berbasis masyarakat bergantung pada warisan sosial dan budaya serta kegiatan ekonomi seperti produksi pertanian, serta sumber daya alam yang dimiliki dan dikelola oleh penduduk setempat. Semua ini membentuk cara hidup masyarakat secara keseluruhan. Pariwisata berbasis masyarakat beragam dalam bentuk, sifat, dan skala karena sumber daya dan kegiatan yang disebutkan di atas. CBT terjadi ketika sumber daya ini disajikan kepada wisatawan sebagai produk wisata untuk meningkatkan kesetaraan bagi keuntungan individu dan kolektif penduduk serta komunitas lokal. CBT menggabungkan bagian kota, industri perjalanan, homestay, industri, pemeliharaan alam, dan ekowisata. Keragaman CBT membuka berbagai kemungkinan. Ini menunjukkan bahwa daerah tertentu memiliki potensi yang sangat besar untuk menawarkan produk dan pengalaman kepada penduduk lokal serta wisatawan yang bepergian ke daerah terpencil dan mungkin kurang terlayani. Dapat dikatakan bahwa proyek dan produk CBT jarang mengikuti standar. Akibatnya, akan selalu ada pengalaman unik di setiap lokasi dan pengembangan, diikuti dengan perubahan untuk menggantikan produk wisata tersebut.

CBT adalah cara untuk membantu komunitas mengelola sumber daya mereka sekaligus meningkatkan ekonomi. Ini membantu untuk memberdayakan pemerintah daerah dan mempromosikan kohesi masyarakat. Ini juga mendukung promosi pariwisata yang ramah lingkungan, budaya, berkelanjutan, dan ramah lingkungan. Kebijakan pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia sangat tepat. Lahirnya kementerian yang secara khusus menangani pariwisata yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) merupakan langkah yang strategis. Ini juga mendukung promosi pariwisata yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan budaya. Ini menunjukkan bahwa kegiatan pariwisata memiliki peran yang besar bagi bangsa Indonesia. Revida, Erika, dkk (2021) Mengapa hal ini dilakukan, tentu salah satu

alasan pentingnya adalah kegiatan pariwisata sangat mendorong bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dengan kata lain, pariwisata adalah salah satu komponen yang mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat (Revida et al., 2021).

Kebijakan pemerintah ini harus di dukung semua pihak agar berjalan optimal dengan capaian yang diharapkan diantaranya ialah peningkatan ekonomi masyarakat setempat dimana pariwisata dikembangkan. Karena peran sektor pariwisata yang dapat meningkatkan ekonomi suatu negara, pengembangan dan optimalisasi kegiatan pariwisata ini sangat penting (Mukhlis et al., 2020). Seperti yang dilakukan untuk branding kota Nusa Tenggara Timur, cerita video “Eksotisme Pulau Sabu NTT” mampu menunjukkan penggunaan branding kota. Karena Nusa Tenggara Timur adalah destinasi wisata baru, itu adalah contoh yang bagus tentang bagaimana ini dapat diterapkan di kota-kota tetangga yang ingin membantu mengembangkan konsep branding kota. Peneliti menyarankan untuk memperhatikan penggunaan atribut integritas dan koherensi dari cerita yang baik secara moral dan sesuai untuk mencapai penerapan branding kota yang efektif (Claudia et al., 2020)

Pengembangan dan optimalisasi kegiatan pariwisata sangat penting karena potensinya untuk meningkatkan ekonomi suatu negara. Selain itu, dukungan terhadap pengembangan pariwisata di Indonesia juga untuk mencegah sekaligus menghindari dampak yang muncul dari aktivitas pariwisata misalnya kerusakan lingkungan dan hilangnya kebudayaan setempat. Ini bisa terjadi ketika penduduk asli berinteraksi dengan wisatawan, yang nota benanya memiliki latar belakang budaya berbeda.

Desa wisata adalah pengembangan pariwisata yang dirancang untuk mencegah kerusakan lingkungan dan kerusakan budaya lokal. Konsep desa wisata pada dasarnya mengacu pada integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu

dengan adat istiadat dan kebiasaan (Hari panggalo, thamrin abduh, 2021). Sehingga konsep pengembangan desa wisata yang berfokus pada ekobudaya adalah yang terbaik. Desa wisata dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa, meningkatkan pendapatan, meningkatkan kualitas lingkungan, dan menjaga kelestarian budaya mereka. Oleh karena itu, pembangunan desa wisata sangat penting untuk menarik wisatawan.

Desa wisata adalah komunitas atau masyarakat yang terdiri dari orang-orang yang tinggal di suatu wilayah terbatas yang dapat berinteraksi secara langsung di bawah pengelolaan tertentu dan memiliki kepedulian dan kesadaran untuk berkontribusi satu sama lain dengan menyesuaikan keterampilan masing-masing. Dikemukakan oleh I Made Suniastha (Ranasinghe et al., 2021), Desa wisata memberikan masyarakat kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung dalam meningkatkan persiapan dan kepedulian mereka terhadap potensi pariwisata atau lokasi wisata yang menarik di daerah masing-masing desa. Desa wisata dapat didefinisikan dengan berbagai cara, termasuk pariwisata desa (*village tourism*), pengembangan berkelanjutan (*sustainable development*), dan ekowisata (*ecotourism*). Meskipun partisipasi masyarakat dalam proyek pengembangan pariwisata dikenal dengan berbagai nama, seperti pariwisata berbasis komunitas (CBT), pariwisata berbasis alam (CBET), agrowisata, pariwisata ekologi dan petualangan, dan homestay. Namun, para ilmuwan belum mencapai kesepakatan tentang istilah untuk menggambarkan berbagai jenis perjalanan ini. Pengelolaan desa wisata juga harus mampu memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang ada di sekitarnya, yang menunjukkan bahwa mereka sejalan dengan konsep pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) yang merupakan program Kementerian Pariwisata. Bersamaan dengan penerapan konsep ini, Kementerian Pariwisata telah giat membangun destinasi pariwisata berkelanjutan dan menerima penghargaan ISTA

(Indonesia Sustainable Tourism Association) pada tahun 2018 (Putri & Ardhanariswari, n.d.)

Pengembangan desa wisata sebagian besar bergantung pada pemberdayaan masyarakat (pembangunan berbasis masyarakat) dan pembangunan berkelanjutan. Rara Sugiarti (2020) menggambarkan pembangunan desa wisata sebagai jenis pariwisata berbasis masyarakat yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengelolaan pariwisata di desa mereka sendiri. Pengembangan desa wisata di daerah tertentu sangat bergantung pada potensi daya tarik pariwisata desa tersebut (Asep Maulana, 2021). Pariwisata berbasis masyarakat adat (*indigenous tourism*), seperti konsep desa wisata di suatu wilayah, didasarkan pada konsep empat H, yaitu habitat (tempat permukiman asli), sejarah (sejarah/asal usul), kerajinan tangan (barang kerajinan tangan), dan warisan (warisan/pusaka budaya). Desa wisata terbentuk sebagai hasil dari penggabungan akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam struktur kehidupan masyarakat yang melebur dengan adat istiadat dan kebiasaan. Desa wisata dibatasi oleh area tertentu dan memiliki potensi daya tarik yang unik. Masyarakat dapat mengelola dan menggabungkan daya tarik tersebut dengan fasilitas pendukungnya untuk menarik wisatawan (Marsono, 2019).

Tiga pendekatan utama digunakan untuk mengembangkan desa wisata: pendekatan pariwisata berkelanjutan, pendekatan pemberdayaan masyarakat, dan pendekatan kewirausahaan, kreatif, dan inovatif (Syaiputra Wahyuda Meisa Diningrat et al., 2019). Proses pengembangan desa wisata terdiri dari tiga tahap: (1) Pembentukan dan penguatan pokdarwis; (2) Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang wisata; dan (3) Pendirian dan penguatan desa wisata. Menurut pemikiran ini, desa wisata adalah bentuk pariwisata berbasis masyarakat di mana penduduk lokal mengundang wisatawan untuk mengunjungi komunitas mereka dengan menyediakan berbagai fasilitas wisata, termasuk akomodasi. Wisata berbasis masyarakat memungkinkan wisatawan untuk menemukan

habitat lokal dan satwa liar, serta merayakan dan menghormati budaya, ritual, dan kearifan tradisional masyarakat lokal. Dengan demikian, masyarakat akan menyadari nilai komersial dan sosial dari warisan alam dan budaya ini, yang pada gilirannya akan mendorong konservasi sumber daya berbasis masyarakat.

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan di salah satu desa di Kabupaten Malang, Kecamatan Poncokusumo, yaitu Desa Ngadas. Salah satu dari 36 desa Tengger yang tersebar di empat kabupaten dan kota, desa ini menarik untuk dipelajari. Dengan ketinggian 2150 meter di atas permukaan laut, Ngadas terletak di tengah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TBBTS), yang merupakan enclave dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Luas areanya sekitar 395 hektar, dan topografinya berbukit. Sejak tahun 2007, Ngadas telah ditetapkan sebagai desa wisata oleh Pemerintah Kabupaten Malang karena banyaknya wisata alam yang dapat dinikmati di sana (Hanifah et al., 2022)

Penulis melihat sejauh mana Desa Ngadas menggunakan pendekatan pariwisata berbasis komunitas (CBT) untuk mengelola desa wisatanya. Seperti yang dijelaskan oleh Wiltshier, Peter; Alan Clarke (2019), CBT adalah jenis pariwisata yang memperhatikan kelangsungan budaya, sosial, dan lingkungan. Pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat untuk kepentingan masyarakat. Tujuannya adalah untuk memberi pengunjung kesempatan untuk meningkatkan kesadaran mereka dan mempelajari gaya hidup masyarakat lokal. Berbeda dengan industri lain dan bahkan industri pariwisata secara keseluruhan, informasi dan kerja sama antar pemangku kepentingan dalam industri wisata selalu menekankan masalah ekonomi dan sosial budaya, terutama yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan, sangat penting untuk memperhatikan masalah-masalah besar yang terkait dengan isu-isu lingkungan (Berto & Murwani, 2022)

CBT adalah model pengembangan pariwisata yang berdasarkan pada kesadaran akan nilai-nilai dan kebutuhan masyarakat dalam upaya membangun pariwisata yang lebih bermanfaat bagi kebutuhan, inisiatif, dan peluang masyarakat lokal. CBT bukanlah bisnis pariwisata yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan investor; sebaliknya, CBT lebih berfokus pada dampak pariwisata terhadap masyarakat dan sumber daya lingkungan (Volić, 2023).

Teori pembangunan kepariwisataan konvensional (model berorientasi pertumbuhan), yang sering dikritik karena mengabaikan hak masyarakat lokal dan mengasingkan masyarakat lokal dari aktivitas pariwisata, pada dasarnya bergantung pada konsep CBT. Pariwisata massal telah menghasilkan dampak negatif terhadap lingkungan secara global, termasuk penurunan kualitas lingkungan yang sering ditargetkan oleh wisatawan, yang menyebabkan kritik ini.

Sandeep Kumar (2020) mengatakan bahwa CBT memiliki prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai alat pengembangan masyarakat untuk masyarakat lokal. Prinsip-prinsip ini termasuk mengakui, mendukung, dan mempromosikan pariwisata yang dimiliki oleh masyarakat, melibatkan anggota masyarakat dalam setiap aspek, menjaga keberlanjutan lingkungan, mempertahankan budaya dan karakter lokal yang unik, mengembangkan pembelajaran lintas budaya, dan membagikan keuntungan dari pariwisata kepada orang lain. Penelitian ini akan dilakukan dalam kerangka ini.

Community-Based Planning (CBT) adalah cara berpikir yang mencoba membantu pedesaan di berbagai negara dengan melihat bagaimana masyarakat dapat bekerja sama untuk memperbaiki kehidupan mereka. Ini adalah topik yang kompleks, dan beberapa peneliti merasa sulit untuk menerapkan konsep CBT. Ini karena komunitas memiliki definisi yang berbeda diantara peneliti, dan membuat setiap orang terlibat dalam perencanaan adalah perihal yang kompleks. Namun, jika CBT dirancang

dengan hati-hati, CBT dapat membantu masyarakat pedesaan meningkatkan kehidupan mereka dalam banyak hal. Pertama, ini dapat membantu memberdayakan orang untuk membuat keputusan bagi diri mereka sendiri. Kedua, ini dapat membantu mempromosikan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih signifikan bagi individu dan organisasi. Terakhir, dapat digunakan dengan strategi lain, seperti pembangunan ekonomi dan reformasi fungsi tanah, untuk menciptakan kawasan pedesaan yang lebih berkelanjutan (Durkin et.al, 2023).

CBT di Desa Ngadas menghubungkan peningkatan pendapatan, inklusi sosial, kesetaraan gender, dan kelestarian lingkungan, yang mendorong kemajuan masyarakat. Akibatnya, berbagai kelompok masyarakat sosiokultural dengan peran, fokus, dan prioritas yang berbeda bekerja sama untuk mengelola kegiatan pariwisata dalam proyek CBT. Jenis kelamin, usia, tempat lahir, tingkat pendidikan, keanggotaan dalam asosiasi pariwisata, jenis kegiatan yang menghasilkan pendapatan, pekerjaan pariwisata, dan terakhir, pengalaman CBT bertahun-tahun digunakan untuk menentukan kelompok masyarakat untuk memastikan inklusivitas. Mengingat hal ini, dapat dikatakan bahwa ketidaksepakatan dan perselisihan akan mengancam kelangsungan CBT yang sedang berlangsung, dan disintegrasi jika inklusivitas dan pembagian keuntungan tidak diterapkan. Penelitian sebelumnya di Chiang Mai-Thailand, menunjukkan bahwa hubungan kekuasaan dapat mempengaruhi peningkatan CBT dan ada dalam setiap pengaturan industri perjalanan baru (Lo & Janta, 2020). Akibatnya, CBT dan pemangku kepentingan eksternalnya harus membangun ekosistem yang memungkinkan CBT berkembang. Hal ini dapat dicapai melalui regulasi, peningkatan kapasitas, peningkatan infrastruktur, penyediaan keamanan, promosi investasi, konsesi, dan sewa yang semuanya dianggap sebagai komponen mendasar dari setiap strategi pembangunan daerah (Alieva & Usmonova, 2021). CBT adalah model yang dikritik karena memiliki dampak

ekonomi yang rendah, ruang lingkup yang terbatas, dan harapan hidup yang pendek.

Model CBT Desa Ngadas mencoba memperbaiki masalah ini dengan beralih dari mengandalkan sumber luar menjadi menggunakan kebijakan redistribusi yang berfokus pada penguatan bisnis berbasis komunitas mikro dan menciptakan fokus yang lebih kuat pada pasar domestik. Untuk menjadi CBT yang sukses, bisnis harus dapat bertahan, dan masyarakat harus memiliki rasa kepemilikan yang kuat. Perusahaan juga harus pandai dalam melakukan riset pasar dan mengembangkan produk berbasis aset lokal. Perusahaan juga harus efisien dalam mengelola uang dan mendapat dukungan pemangku kepentingan yang memadai. Terakhir, CBT harus dievaluasi dan dipantau secara teratur. CBT sangat penting untuk pembangunan daerah. Mereka membantu menciptakan lapangan kerja dan pendapatan, serta mereka membantu memperbaiki situasi sosial dan ekonomi di daerah pedesaan.

CBT biasanya melibatkan penciptaan usaha kecil di daerah pedesaan. Masyarakat setempat menjalankan industri ini dengan bantuan perusahaan pariwisata dan membantu mempromosikan bisnis sekaligus membantu menjaga komunitas dan bisnis tetap berjalan. CBT adalah cara untuk membantu meningkatkan kehidupan masyarakat di daerah pedesaan dengan menyediakan pekerjaan dan pendapatan bagi mereka. Desa Ngadas adalah tempat di mana wisatawan dapat melihat kegiatan *ceremonial* yang dilakukan secara turun temurun. Desa Ngadas juga memiliki pemandangan Gunung yang indah meskipun tidak selalu mudah untuk pergi ke sana.

Desa Ngadas juga sudah mulai menggunakan CBT untuk membantu perekonomiannya. Artinya, pemerintah bekerja sama dengan masyarakat untuk membantu mengembangkan pariwisata. Pariwisata berbasis masyarakat dipandang sebagai cara untuk membantu Desa Ngadas berkembang dalam jangka panjang, karena mereka seringkali kekurangan pilihan pembangunan lainnya. Dalam

beberapa tahun terakhir, studi tentang pariwisata berbasis masyarakat telah dilakukan. Menurut Álvarez-García et al. (2018), pariwisata berbasis masyarakat merupakan landasan bagi kegiatan pariwisata yang menggunakan sumber daya alam esensial yang dapat menguntungkan masyarakat secara keseluruhan, yang memungkinkan pariwisata berkelanjutan. Sebagai contoh, Sutresna et.al menemukan bahwa wisata pasar terapung memiliki kemampuan untuk mengubah pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat (Sutresna et al., 2019). Meskipun demikian, Jaafar et al. menemukan bahwa memiliki atraksi pedesaan lokal dapat meningkatkan rasa bangga masyarakat lokal (Jaafar et al., 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, studi tentang kewirausahaan pedesaan juga telah dilakukan. Faktanya, menurut Fadda (2020), dorongan untuk memulai kewirausahaan pariwisata berasal dari transformasi gaya hidup masyarakat lokal menjadi gaya hidup bisnis. Selain itu, Çakmak et al. menemukan bahwa pengusaha pariwisata informal lebih mudah bekerja sama dengan LSM dan dapat menawarkan lebih banyak manfaat sosial dan budaya. Namun, kolaborasi antara pengusaha pariwisata formal dan informal bahkan lebih menguntungkan masyarakat lokal (Çakmak et al., 2018).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Creswell (2013) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan untuk mengamati dan memahami bagaimana seseorang atau kelompok bertindak terhadap masalah atau realitas sosial tertentu (John W Creswell, 2013). Proses penelitian kualitatif melibatkan penyusunan rumusan masalah dan prosedur, pengumpulan data berdasarkan partisipasi alami peserta, analisis data yang bersifat induktif, membangun tema-tema umum menjadi khusus, dan akhirnya, peneliti membuat interpretasi dari data tersebut. Studi ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan data deskriptif berupa teks.

Tujuan utama penelitian deskriptif adalah untuk menampilkan situasi atau peristiwa tertentu. Penelitian ini tidak menguji hipotesis, tidak menemukan atau menjelaskan hubungan, atau membuat prediksi (Rakhmat, 2009).

Penelitian ini berfokus pada identifikasi tahapan perubahan sosial menggunakan pendekatan konsep Desa Wisata Adat dalam strategi meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan khususnya di Kabupaten Malang. Penelitian ini diarahkan pada Model Desa Wisata Adat dalam upaya meningkatkan Media Promosi Dan Pemasaran Di Bidang Pariwisata Ekonomi Kreatif Pada Desa Ngadas Kabupaten Malang. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa baik pelanggan dan kelompok yang sadar akan wisata telah menggunakan model Desa Wisata Adat di Kabupaten Malang. Teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan informan atau sumber data penelitian ini. Sampel purposive adalah sampel yang dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian, merefleksikan situasi dan latar alamiah subjek kajian, dan memberikan informasi yang kaya tentang fenomena yang akan diteliti (Palys, 2008). Adapun subyek atau informan penelitian ini yaitu :

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Malang.
2. Kelompok masyarakat pengelolaan wisata
3. Konsumen yang berkunjung

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam yang dilakukan secara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur adalah jenis wawancara di mana pertanyaan diberikan secara terbuka sambil mempertahankan tema dan alur pembicaraan dengan menggunakan pedoman untuk mengatur urutan kata dan alur wawancara. Tujuan wawancara semi-terstruktur adalah untuk memperoleh pemahaman tentang fenomena (Dedi Rianto Rahadi, n.d.) Peneliti akan mewawancarai pihak Pemerintah Provinsi dan Dinas Pariwisata Kabupaten Malang untuk mendalami kebijakan terkait keadaan pariwisata di Kabupaten Malang dan Komunikasi

Pariwisata, bagaimana konteks historis penyusunan kebijakan tersebut, dan bagaimana implementasinya sejauh ini ketika kebijakan tersebut mulai dijalankan. Selanjutnya, peneliti akan menemui Kelompok Sadar Wisata yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata tersebut. Peneliti juga akan mewawancarai beberapa wisatawan yang mengunjungi Desa Ngadas Kabupaten Malang.

Penelitian ini terdiri dari tiga tahapan yang disusun berdasarkan kerangka komunikasi pariwisata yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada dua pendekatan: Model Desa Wisata Adat sebagai strategi komunikasi pariwisata Pariwisata dan pendekatan kebijakan, yang berpendapat bahwa pendekatan holistik yang mampu menguraikan masalah dari berbagai sudut pandang diperlukan untuk menghasilkan Model Desa Wisata Adat yang efektif.

Tahap awal penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi masalah, tujuan, dan alur penelitian. Tahap ini melibatkan membaca literatur dan mengumpulkan data awal tentang kondisi pariwisata secara keseluruhan di Indonesia, terutama di Jawa Timur. Dalam tahap kedua, observasi dan wawancara dilakukan untuk mengetahui tantangan dan dukungan terhadap Model Desa Wisata Adat di Desa Ngadas, Kabupaten Malang. Tujuan dari tahap ini juga adalah untuk menentukan Model Desa Wisata Adat sebagai langkah awal dalam merumuskan model yang didasarkan pada pendekatan Komunikasi Pariwisata di Bidang Pariwisata Ekonomi Kreatif di Desa Ngadas. Pada tahap ini, ada dua kelompok informan kunci, yaitu kelompok informan dari Masyarakat Desa Ngadas dan Kelompok Sadar Wisata, yang berperan sebagai pemangku kebijakan yang terlibat dalam merumuskan beberapa kebijakan terkait Komunikasi Pariwisata di Desa Ngadas, Kabupaten Malang.

Pada tahap ketiga dan terakhir, peneliti akan melakukan pemetaan dan desain model Desa Wisata Adat di Desa Ngadas, Kabupaten Malang, untuk mendukung rencana komunikasi pariwisata di bidang ekonomi kreatif. Pada titik

ini, data deskriptif diperiksa secara menyeluruh berdasarkan temuan lapangan. Setelah itu, model pendekatan komunikasi pariwisata yang praktis akan dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri pariwisata terdiri dari sekumpulan bisnis yang memproduksi berbagai macam barang dan jasa yang dibutuhkan oleh orang yang bepergian. Terdapat kemungkinan bahwa pariwisata dapat menjadi salah satu sumber pendapatan daerah. Kegiatan pariwisata juga beragam, termasuk penginapan, pemandu tur, penerjemah, sewa mobil, restoran, toko oleh-oleh, dan jenis bisnis lainnya, yang dapat disesuaikan dengan karakteristik unik dari setiap tempat wisata. Banyak perubahan dilakukan sebuah daerah untuk dapat mengakomodasi perubahan kebutuhan fungsional dan modernisasi. Modernisasi adalah faktor eksternal yang memicu transformasi, termasuk pengembangan kawasan pedesaan menjadi pariwisata Desa (Vitasurya, 2018). Wisata warisan budaya mencakup ekowisata dan budaya pada saat yang sama menekankan pada pelestarian cagar budaya itu sendiri (Zhang, Xiong, Liu, & He, 2022). Organisasi Pariwisata Dunia mengatakan pembangunan pariwisata berkelanjutan berarti melindungi dan meningkatkan peluang masa depan dan memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini (Zhang & Chan, 2020). Sehingga diperlukan kajian transformasi untuk mengembangkan desa wisata sesuai dengan kearifan lokal yang berasal dari nenek moyang untuk melestarikan lingkungan. Akhir-akhir ini, semakin banyak orang di Indonesia yang menggunakan berbagai inovasi pariwisata untuk mempertahankan tradisi mereka. Pariwisata berbasis masyarakat, atau komunitas-berbasis pariwisata, di mana masyarakat terlibat secara aktif, adalah salah satu inovasi yang kini tengah berkembang pesat di Indonesia (Hidayanti et al., 2022).

Pemberdayaan Desa Wisata adalah jenis pariwisata berbasis masyarakat di mana potensi lokal desa disajikan sebagai hadiah yang menarik

untuk menarik wisatawan (Wahjuni & Al-Balya, 2020). Salah satu konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah konsep “desa wisata”. Seiring dengan perkembangan dinamika industri, istilah seperti pariwisata berkelanjutan, ekowisata, dan pengembangan desa telah diciptakan untuk memastikan bahwa pariwisata dapat dilakukan di daerah tujuan wisata daripada di perkotaan (Wiwin, 2019). Fenomena pemberdayaan Desa Wisata di Indonesia terus berkembang dengan cepat, menghasilkan banyak pemberitaan di media tentang keberhasilan program ini. Desa Adat Ngadas di Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, adalah salah satu yang menarik. Desa Ngadas adalah salah satu dari 36 suku Tengger yang ada di empat kabupaten/kota: Malang, Pasuruan, Lumajang, dan Ponorogo. Ngadas memiliki luas sekitar 395 hektar dan terletak di tengah wilayah Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS). Karena berada di ketinggian 1800 mdpl, merupakan kantong atau enclave dari TNBTS dengan udara yang sejuk dan relatif dingin. Dengan pemandangan pegunungan yang memukau, menarik wisatawan lokal dan asing yang ingin menikmati ketenangan. Pemerintah Kabupaten Malang menetapkan Ngadas sebagai Desa Wisata Adat karena memiliki potensi adat budaya suku tengger yang asli yang harus dilestarikan, serta ragam potensi alam dengan ciri khas dataran tinggi (disparbud-opd, 2019).

Kehidupan suku Tengger, penduduk asli desa Ngadas, menunjukkan kekayaan adat istiadat yang dimiliki warga desa Ngadas. Berikut adalah Potensi Wisata Adat Desa Ngadas :

- Pakaian

Wisatawan memakai sarung sesuai dengan cara pemakaian dan fungsinya sesuai keseharian warga Desa Ngadas:

1. Kakawung, digunakan ketika bekerja Sesembong, dikenakan saat berladang atau melakukan pekerjaan berat.
2. Sempetan, dipakai ketika bertamu.
3. Kekemul, digunakan ketika sedang santai atau berjalan-jalan.

4. Sengkletan, dikenakan saat bepergian.
5. Kekodong, digunakan ketika berkumpul di lokasi upacara atau titik kumpul ramai yang lain pada malam hari
6. Sampiran, dipakai oleh anak-anak muda suku Tengger
7. Udeng
- Pertanian
Wisatawan terjun ke lahan pertanian untuk ikut menanam atau merawat kentang. Eksplorasi tata cara pertanian kentang menurut kebiasaan warga Ngadas.
- Upacara Adat
 1. Hari Raya Karo, upacara berupa rangkaian berbagai kegiatan yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali selama bulan Karo/kedua menurut sistem penanggalan suku Tengger.
 2. Upacara Mayu, upacara pengukuhan atau pelantikan Kepala Desa yang baru terpilih. Dilaksanakan setiap 6 tahun sekali
 3. Upacara Entas-entas, upacara penyucian roh orang yang sudah meninggal dunia atau peringatan kematian keluarga. Dilaksanakan antara hari ke-44 (minimal) sampai hari ke-1000 (maksimal) setelah hari kematian.
 4. Upacara Unan-unan, upacara penentuan penanggalan/bulan menurut tradisi Tengger sekaligus bersih desa. Dilaksanakan setiap 5 tahun sekali.
 5. Upacara Yadnya Kasada, upacara persembahan, kurban. Dilaksanakan pada tanggal 14-15 bulan Kasada/Keduabelas.
 6. Upacara Pujan Mubeng, upacara keliling desa untuk bersih desa. Dilaksanakan pada bulan kesembilan.
 7. Upacara Barikan, upacara tolak bala setelah terjadinya bencana.
 8. Upacara Leliwet, upacara memohon kesejahteraan yang dilakukan masing-masing keluarga.
 9. Upacara tradisi Petek'an, tradisi tes kehamilan di luar nikah.

Berbagai bagian masyarakat terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan wisata adat di Desa Ngadas, yang terletak di Kecamatan

Poncokusumo, Kabupaten Malang. mulai dari level individu hingga tingkat pemerintahan. Pada tahun 2014, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Ngadas dibentuk. Kegiatannya fokus bergerak pada pengelolaan dan pengembangan wisata adat Desa Ngadas. Berdasarkan penuturan Kepala Desa, sekitar tahun 2019, warga Ngadas pernah kedatangan tamu yang ingin “merasakan” kehidupan layaknya warga Desa Ngadas. Selama beberapa waktu, ia tinggal di Desa Ngadas dengan fasilitas yang telah disiapkan oleh pengelola wisata di Desa Ngadas, berpakaian seperti warga di sana, sampai pergi ke sawah untuk berladang kentang ala warga Ngadas. Wisatawan itu sangat terkesan dan berencana untuk mengajak rekan-rekannya melakoni pengalaman serupa. Akan tetapi, rencana tersebut masih belum terlaksana hingga saat ini karena terhalang pandemi.

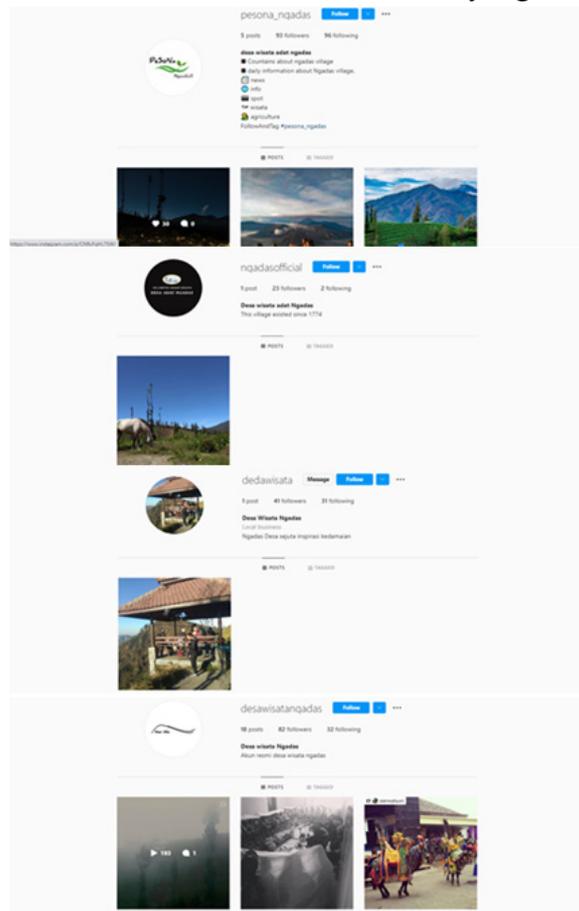
Berkaca dari pengalaman tersebut, Kepala Desa Ngadas dan segenap pemangku kepentingan yang mengelola wisata adat Desa Ngadas berencana membuat paket wisata yang menawarkan pengalaman hidup ala warga Desa Ngadas. Pokdarwis bersama para pemangku kepentingan lainnya, yang berkaitan dengan wisata adat Desa Ngadas masih berupaya untuk mengembangkan wisata adat sebagai alternatif mata pencaharian warga di samping pertanian. Tujuan besarnya untuk mempertahankan dan meningkatkan ekonomi masyarakat, ketika lahan pertanian yang tersedia untuk dikelola kian tergerus. Secara garis besar, Pokdarwis berperan menjadi “koordinator” teknis dalam mengelola wisata adat Desa Ngadas. Seperti mempromosikan wisata adat yang ditawarkan. Jika ada wisatawan yang berkunjung ke Desa Ngadas, Pokdarwis juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa wisatawan memperoleh layanan yang dibutuhkan. Selain hal tersebut, Pokdarwis membantu mengelola homestay serta menaungi paguyuban homestay, yang dibangun atas bantuan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) untuk meningkatkan fasilitas di Desa Ngadas untuk mendukung pariwisata. Namun, karena masalah sumber daya manusia (SDM), pengelolaan homestay

dan kegiatan Pokdarwis lainnya masih belum optimal. Lalu, pada tahun 2016 dibentuk Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) untuk merespon regulasi dari pemerintah. Baik Pokdarwis dan Bumdes diharapkan saling mendukung tupoksi satu sama lain dengan satu tujuan, yaitu semakin memajukan wisata adat Desa Ngadas. Terdapat rencana untuk melakukan harmonisasi antara Pokdarwis dengan Bumdes supaya tupoksi masing-masing tidak saling tumpang tindih.

Studi ini menemukan bahwa pengelola wisata adat Desa Ngadas dan Pokdarwis (Pokok Pikiran dan Karya Bersama Desa Wisata) telah merencanakan dan aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, untuk mempromosikan destinasi mereka. Studi tahun 2020 oleh Lubis et al. berjudul “Strategi Pembangunan Kota Wisata Berdasarkan Kearifan

Lokal” mendukung upaya ini. Pengembangan desa wisata harus mempertimbangkan sektor ekonomi lokal, kerjasama antara pemerintah dan swasta, pemangku kepentingan formal dan informal, dan internal dan eksternal kelompok kepentingan, menurut penelitian ini (Lubis et al., 2020).

Penelitian Lubis et al. menghasilkan konsep paket wisata yang menarik yang mencakup sekolah membuat, permainan tradisional Madura, pertunjukan seni tradisional, eksplorasi kuliner khas daerah, dan akomodasi dengan konsep Tanean Lanjhang. Oleh karena itu, konsep ini menjadi pedoman penting untuk mengembangkan potensi pariwisata Desa Ngadas untuk menarik lebih banyak wisatawan dan mempromosikan kearifan lokal dan budaya tradisional yang unik.



Gambar 1. Akun Instagram Desa Ngadas
Sumber: Akun instagram @desawisatangadas

Dalam enam tahap yang komprehensif, strategi disusun untuk menjalankan program Desa Wisata Batik. Pertama, tujuan utama dari tahap ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat melalui pengetahuan. Ini mencakup meningkatkan pengetahuan, perspektif, dan praktik (KSP) masyarakat setempat melalui kegiatan berbasis masyarakat, seperti pendidikan dan pelatihan. Kedua, diperlukan pencatatan sumber daya manusia yang relevan, termasuk tenaga pemandu. Ketiga, pengelolaan Desa Wisata di tingkat desa. Pada tahap ini, entitas pengelola desa wisata akan dibentuk, yang akan bertanggung jawab atas keberlanjutan dan pengembangan desa wisata. Keempat, tujuan dari upaya ini adalah untuk menghubungkan Desa Wisata Batik dengan dinas pariwisata Bangkalan serta calon investor.

Kolaborasi dengan pihak eksternal ini penting untuk mendukung pertumbuhan desa wisata. Tahap kelima adalah kerjasama dengan biro perjalanan di Madura. Ini mencakup kemitraan dengan agen perjalanan yang akan membantu dalam pemasaran dan distribusi paket wisata Desa Wisata Batik. Terakhir, tahap keenam adalah branding dan promosi. Ini mencakup strategi pemasaran melalui media sosial dan website desa wisata untuk meningkatkan visibilitas dan menarik minat wisatawan potensial. Dengan penyajian ini, strategi tahap demi tahap menjadi lebih jelas dan mudah dipahami. Peneliti menemukan beberapa akun Instagram Desa Ngadas. Namun, semua akun tersebut memiliki satu kesamaan: out of date. Konten terakhir yang mereka unggah ke akun-akun tersebut sudah satu atau beberapa tahun yang lalu. Konten yang sudah diunggah pun kurang informatif, belum memberikan informasi yang komprehensif dan menarik tentang potensi Desa Ngadas agar memperoleh perhatian wisatawan.

Bahkan, akun Instagram milik Pokdarwis yang menurut klaim dalam bio sebagai pusat informasi wisata desa Ngadas belum memberikan informasi sama sekali. Belum ada konten yang diunggah pada akun Instagram tersebut. Begitu

pula dengan akun desa wisata Ngadas.

Menurut penuturan Kepala Desa Ngadas saat wawancara pada 6 Agustus 2022 lalu, Sumber Daya Manusia memang disebut sebagai faktor utama yang menghambat pengembangan desa wisata adat, termasuk dari dalam Pokdarwis itu sendiri. SDM pelaku pariwisata belum 100% mencurahkan upayanya dalam mengelola pariwisata. Sebab, orientasi utama mereka adalah kepada pertanian. Dengan kata lain, wisata menempati posisi nomor dua, sedangkan prioritas masyarakat kepada pertanian. Belum ada pelaku pariwisata yang secara penuh fokus pada pengembangan pariwisata. Usaha ini hanya sebagai sampingan semata.

Merujuk pada studi tentang persepsi dan sikap warga terhadap dampak pariwisata oleh Brida, Osti dan Faccioli (2011), para peneliti mencatat sejumlah tanggapan positif dari warga: pariwisata merupakan penarik investasi dan pengeluaran ekonomi; pariwisata dianggap sebagai faktor yang berkontribusi pada standar hidup yang lebih tinggi; dan pariwisata memberikan lebih banyak fasilitas dan layanan kepada penduduk. Sebaliknya, sebuah studi penduduk di Qatar terhadap perkembangan budaya konservatif oleh Akkawi (2010) menyimpulkan bahwa penduduk percaya pariwisata meningkatkan tingkat kemacetan lalu lintas, dan mengklaim dampak ini menjadi keluhan utama dalam penelitian tersebut. Jelas, pariwisata dapat memiliki dampak positif dan negatif pada struktur sosial dan budaya masyarakat setempat.

Model Pengembangan Desa Wisata Adat Berbasis Komunitas

Keterlibatan dalam Community-Based Tourism meningkatkan gaya hidup dan mendorong pertukaran sosial dan budaya yang besar di antara komunitas lokal dan pengunjung. Meskipun Community-Based Tourism secara umum dipahami sebagai “konservasi alam melalui ekowisata” (Zapata et al., 2011, p.726), konsepnya telah diperluas dan beragam produk

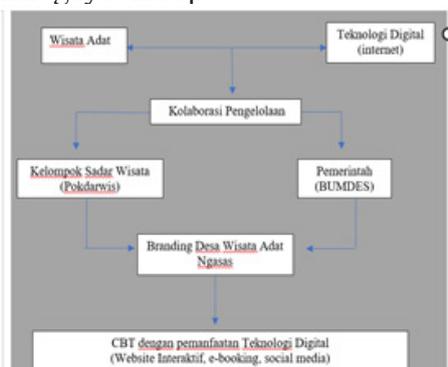
wisata seperti pertunjukan tradisional, dan produksi kerajinan tangan disediakan untuk pengunjung. Oleh karena itu, memahami persepsi masyarakat lokal yang dihasilkan dari partisipasi aktif dan interaksi mereka dengan pengunjung sangat penting. Pemahaman ini memberikan manfaat yang sama bagi masyarakat setempat dan menjamin pasokan produk wisata kepada pengunjung secara terus menerus. Selain itu, masyarakat lokal memiliki kesempatan untuk mengelola sumber daya mereka sendiri, dan membuat keputusan untuk kepentingan generasi sekarang tanpa harus menjadi struktur organisasi generasi yang akan datang.

Community-Based Tourism (CBT) didefinisikan sebagai “sarana pengembangan dimana kebutuhan sosial, lingkungan, dan ekonomi masyarakat lokal terpenuhi melalui penawaran produk pariwisata” (Goodwin & Santilli, 2009). Komunitas Berbasis Wisata (CBT) adalah “Sarana pengembangan dimana kebutuhan sosial, lingkungan, dan ekonomi masyarakat lokal terpenuhi melalui penawaran produk pariwisata” (Goodwin & Santilli, 2009). Dengan demikian, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lokal bertanggung jawab atas pengambilan keputusan dan memiliki otoritas untuk mengelola produk mereka sendiri dengan cara yang akan menguntungkan baik pengunjung saat ini maupun masa depan.

Zhang (2008) menyatakan bahwa “studi dampak pariwisata berlanjut di abad baru untuk mengatasi pertumbuhan industri pariwisata yang cepat, perubahan gaya hidup

dan munculnya karakteristik baru dalam pengembangan pariwisata” (p.20). Karena kualitas hidup masyarakat lokal dipengaruhi oleh pengembangan pariwisata, perhatian untuk mengakui dampaknya semakin meningkat. Seiring perkembangan zaman, pariwisata berkembang dengan semakin banyaknya pengunjung yang datang ke suatu destinasi wisata dan terlibat dalam kegiatan pariwisata, sejumlah fasilitas telah meningkat untuk menjamin kesejahteraan masyarakat lokal dan pengunjung. Namun seiring dengan perkembangannya, masyarakat lokal memiliki kecenderungan untuk mempersepsikan hasil kegiatan pariwisata secara berbeda satu sama lain. Dengan demikian, pemahaman tentang perbedaan persepsi di antara masyarakat lokal menjadi sangat penting. Akhir-akhir ini, semakin banyak orang di Indonesia yang menggunakan berbagai inovasi pariwisata untuk mempertahankan tradisi mereka.

Pariwisata berbasis masyarakat, juga dikenal sebagai komunitas-berbasis pariwisata, adalah salah satu inovasi yang kini tengah berkembang pesat di Indonesia (Hidayanti et.al, 2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mendoza-Moheno et al. pada tahun 2021, “Inovasi sosiologis dalam organisasi pariwisata yang berbasis komunitas: Proposal untuk pembangunan lokal” Teknik Forecasting dan Perubahan Sosial menunjukkan bahwa inovasi sosio-teknis bergantung pada pola interaksi baru yang melibatkan berbagai perilaku baru yang telah diakui dalam situasi tertentu.



Gambar 2. Model CBT komunikasi pariwisata berbasis teknologi internet
Sumber: Olahan Peneliti, 2023

Studi dengan menggunakan pendekatan *Community-Based Tourism Organizations* (CBTOs) tentang bagaimana mengatasi tantangan sosial dan lingkungan merupakan pendekatan yang langka. Melalui pendekatan tersebut, peneliti dapat menyoroti aspek-aspek yang memungkinkan organisasi-organisasi tidak hanya memenuhi kebutuhan pariwisata pasar tetapi juga untuk mengatasi tantangan manusia (pangan, pendidikan, kesejahteraan, dan pemberdayaan) dan masalah lingkungan. Hasilnya memperkaya diskusi tentang kolaborasi pemangku kepentingan dan menunjukkan organisasi mana yang dapat membantu memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Salah satu jenis pariwisata berbasis masyarakat adalah pemberdayaan desa wisata, di mana potensi lokal desa diangkat menjadi atraksi yang menarik untuk menarik wisatawan (Wahjuni & Al-Balya, 2020)

Konsep Desa Wisata adalah salah satu komponen dari gagasan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Berbagai istilah telah muncul seiring dengan pertumbuhan pariwisata, seperti pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, pariwisata desa, dan pariwisata alam. Semua strategi ini bertujuan untuk memastikan bahwa pariwisata dapat berkembang di luar perkotaan, tetapi juga di dalam wilayah tujuan wisata (Wiwin, 2019). Desa Ngadas memiliki banyak potensi untuk berkembang menjadi desa wisata adat. Kehidupan sehari-hari penduduk Desa Ngadas memiliki keunikan yang memuat filosofi khas yang telah diwariskan turun-temurun. Keunikan ini dapat dielaborasi dan dikelola untuk menarik minat para wisatawan untuk mengunjungi Desa Ngadas. Desa Ngadas menawarkan beragam pengalaman wisata kebudayaan yang unik. Untuk menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya yang kaya di Desa Ngadas, sejumlah tokoh masyarakat, lembaga adat, dan pejabat pemerintah bersatu dalam Komunitas Sadar Wisata. Komunitas ini bertanggung jawab untuk menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya ini, yang merupakan aset penting bagi bangsa,

dan merencanakan untuk menjadikannya bagian penting dari objek wisata di sekitar Desa Ngadas. Ini menunjukkan bahwa menjaga warisan dan budaya mereka sangat penting.

Model Komunitas Berbasis Pariwisata telah diterapkan di Desa Ngadas dan daerah sekitarnya untuk memastikan bahwa nilai-nilai budaya tersebut tetap hidup secara alami di objek wisata. Model ini bertujuan untuk menjaga keselarasan antara pengembangan pariwisata dan pelestarian budaya setempat. Dengan demikian, Desa Ngadas dapat mempertahankan identitas budayanya yang unik sambil mengundang wisatawan untuk merasakan kekayaan budaya dan alamnya.

Teknologi untuk smart tourism sangat berdampak pada kepuasan pendukung keputusan perjalanan, terutama tentang kualitas informasi, kredibilitas sumber informasi, interaktivitas, dan aksesibilitas (Yoo et al., 2017). Dalam pengertian ini, Intelligent Digital Platform (IDP) yang mengartikulasikan pendorong inovasi, seperti negara, akademi, perusahaan swasta, dan masyarakat, menjadi kebutuhan untuk menjadi titik interaksi antara berbagai aktor untuk memberikan informasi khusus, meningkatkan visibilitas sumber daya dan daya tarik wisata, menyerap pengalaman perjalanan di destinasi wisata yang ditawarkan di platform, mengartikulasikan pelaku desa wisata, dan mempromosikan dan memasarkan produk wisata. Dalam literatur, ditemukan berbagai definisi dan jenis platform digital. Menurut Cenamor et al (2019), platform digital adalah teknologi informasi digital yang mendukung kegiatan pertukaran informasi dan memungkinkan perusahaan untuk menyeragamkan, mengedit, dan berbagi data (Cenamor et al., 2019). Berbeda dengan pernyataan Wang et al (2022) yang menekankan interkoneksi elektronik dan kolaborasi online dengan mitra (Wang et al., 2022), sementara Karhu et al. (2018) mendefinisikan platform digital sebagai inti digital yang dapat diperluas yang dilengkapi dengan plugin untuk pihak ketiga.

Simpulan

Pemberdayaan desa wisata adalah jenis pariwisata berbasis masyarakat di mana potensi lokal menjadi atraksi yang menarik bagi wisatawan, mendorong mereka untuk mengunjungi dan mengeksplorasi daerah tersebut. Dua komponen utama CBT di Desa Ngadas adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes).

Model Desa Wisata Adat untuk mendukung strategi Komunikasi Pariwisata Di Bidang Ekonomi Kreatif Pada Desa Ngadas Kabupaten Malang adalah menggunakan promosi melalui media sosial Instagram dan Website yang dikelola Pokdarwis dan Bumdes Desa Ngadas. Media Sosial Instagram dan Website memberikan Informasi tentang Penginapan dan Paket liburan di Desa Wisata Ngadas. Pada Desa Ngadas, konsep *pro-poor tourism* adalah ide yang dirancang untuk membantu mengurangi kemiskinan. Artinya, manfaat pariwisata harus dinikmati oleh masyarakat yang paling terkena dampaknya, termasuk masyarakat miskin dan rentan. Tidak ada definisi tunggal tentang *pro-poor tourism*. Namun, itu terdiri dari berbagai pemangku kepentingan (termasuk korporasi, birokrasi internasional, organisasi bantuan, lembaga penelitian, dan lembaga keuangan global), dan harus didasarkan pada keberlanjutan. Keberlanjutan sangat penting dalam hal pariwisata, karena itu berarti lingkungan harus dijaga. Jika suatu destinasi berkelanjutan, berarti memiliki lingkungan yang baik dan tidak merusak lingkungan. Penting untuk menjaga lingkungan tetap sehat agar wisatawan mau datang dan berkunjung. Namun, ada beberapa hal yang salah ketika pariwisata dikembangkan, seperti menyebabkan polusi dan kerusakan lingkungan. Pariwisata adalah bisnis besar, dan harus berkelanjutan untuk terus sukses dan definisi pariwisata perlu mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan keberlanjutan agar berhasil, termasuk Desa Wisata Adat.

Daftar Pustaka

- Alieva, D., & Usmonova, G. (2021). Sustainability perceptions of Community Based tourism by stakeholders in Central Asia. *Local Development & Society*, 2(2). <https://doi.org/10.1080/26883597.2021.1953944>
- Berto, A. R., & Murwani, E. (2022). Sociocultural Information Gap in the Dive Tourism Industry: Evidence from Komodo National Park. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.31315/jik.v20i1.5062>
- Cenamor, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. *Journal of Business Research*, 100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.035>
- Claudia, B. Y., Marta, R. F., & Cahyanto, I. (2020). City Branding of Nusa Tenggara Timur through the Video Narration Exotism of Sabu Island. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 169. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i2.3518>
- Dedi Rianto Rahadi, A. (n.d.). *KONSEP PENELITIAN KUALITATIF PLUS TUTORIAL NVivo*.
- Hanifah, K. P., Sumartias, S., & Dewi, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Disparbud dalam Promosi Destinasi Wisata Kabupaten Majalengka. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1). <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.110>
- Hari panggalo, thamrin abduh, ahmad jumarding. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan asli daerah sektor pariwisata di Kabupaten Toraja Utara pada masa covid-19. *Economic Bosowa Journal*, 7(004).
- Jaafar, M., Md Noor, S., Mohamad, D., Jalali, A., & Hashim, J. B. (2020). Motivational factors impacting rural community participation in community-based tourism enterprise in Lenggong Valley, Malaysia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(7). <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1769696>
- John W Creswell. (2013). *Research Design*

- Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h. 4-5. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019). Community-based tourism and sustainable development of rural regions in Kenya; Perceptions of the citizenry. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174733>
- Lo, Y. C., & Janta, P. (2020). Resident's Perspective on Developing Community-Based Tourism – A Qualitative Study of Muen Ngoen Kong Community, Chiang Mai, Thailand. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01493>
- Lubis, H., Rohmatillah, N., & Rahmatina, D. (2020). STRATEGY OF TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT BASED ON LOCAL WISDOM. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.22385>
- Mukhlis, Subekti, E. E., Fajriyah, K., & Agung, M. (2020). STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA BUKIT SULISTIYO DI DESA KALITENGAH. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4). <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.378>
- Putri, N. D., & Ardhanariswari, K. A. (n.d.). *Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*.
- Ranasinghe, R., Pradeepamali, J., Hernanda, D. W., Mindarti, L. I., Riyanto, R., Agustang, A., Adam, A., Upe, A., Jeong, E., Shim, C., Brown, A. D., Lee, S., Nurlaela, S., Mursito, B., Shodiq, M. F., Hadi, P., Rahmawati, R., Kundu, S. K., Strzelecka, M., ... Prideaux, B. (2021). Economic empowerment through rural tourism: The case of TarapithA religious tourism destination in Birbhum District of West Bengal, India. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2).
- Revida, E., Purba, S., Permadi, L. A., Putri, D. M. B., Tanjung, R., Djumaty, B. L., Suwandi, A., Nasrullah, Simarmata, J., Handiman, U. T., Nuria, H., Simanjuntak, M., Purba, B., & Sudarmanto, E. (2021). Inovasi Desa Wisata Potensi, Strategi dan Dampak Kunjungan Wisata. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Sutresna, I. B., Suyana, U. I. M., Saskara, I. A. N., & Wiwin, S. N. P. (2019). COMMUNITY BASED TOURISM AS SUSTAINABLE TOURISM SUPPORT. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 94(10), 70–78. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-10.09>
- Syaiputra Wahyuda Meisa Diningrat, Janah, L., & Mardiyah, S. (2019). Modified Bottle Cap for Improving Children's Arithmetic Ability. *JPUD - Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 13(2). <https://doi.org/10.21009/jpud.132.04>
- Volić, I. (2023). The Routledge handbook of community-based tourism management, concepts, issues & implications. *Annals of Leisure Research*, 26(2). <https://doi.org/10.1080/11745398.2021.1938157>
- Wahjuni, S., & Al-Balya, M. D. (2020). Parade Miniatur, Potensi Pariwisata Berbasis Komunitas di Kabupaten Kediri. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1). <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14355>
- Wang, Y., Tian, Q., Li, X., & Xiao, X. (2022). Different roles, different strokes: How to leverage two types of digital platform capabilities to fuel service innovation. *Journal of Business Research*, 144. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.038>