

# **Millenial & Kebijakan Pengembangan Desa Wisata**

**Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta  
Lingkup Hak Cipta**

**Pasal 1**

Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**Ketentuan Pidana Pasal 113**

- (1) Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

# **Millenial & Kebijakan Pengembangan Desa Wisata**

**Feni Rosalia  
Dian Kagungan**



Perpustakaan Nasional RI:  
Katalog Dalam Terbitan (KDT)

**MILLENIAL DAN KEBIJAKAN  
PENGEMBANGAN DESA WISATA**

**Penulis**

Dr. Feni Rosalia, M.Si  
Dra. Dian Kagungan, M.H

**Desain Cover & Layout**

Team Aura Creative

Penerbit

**AURA**

**CV. Anugrah Utama Raharja**

**Anggota IKAPI**

**No.003/LPU/2013**

viii + 89 hal : 15.5 x 23 cm  
Cetakan, April 2022

**ISBN: 978-623-211-319-0**

**Alamat**

Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro, No 19 D

Gedongmeneng Bandar Lampung

HP. 081281430268

082282148711

E-mail : [redaksiaura@gmail.com](mailto:redaksiaura@gmail.com)

Website : [www.aura-publishing.com](http://www.aura-publishing.com)

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

## KATA PENGANTAR

Kajian tentang pembangunan desa tengah populer dalam diskursus politik dan pemerintahan. Terbitnya UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang melahirkan adanya kebijakan tentang dana desa dan mengakibatkan peningkatan yang signifikan pada pengembangan inovasi desa. Seiring dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, Pemerintah mulai melakukan pengembangan suatu inovasi kebijakan yang memanfaatkan teknologi supaya terbangun desa yang *smart*. Kebijakan desa berbasis digital *adalah* kebijakan yang menciptakan suatu desa supaya mampu dan bisa dalam menyelesaikan masalahnya sendiri secara cerdas dan desa yang bisa dan mampu menggunakan **teknologi digital** untuk mengembangkan potensi di tingkat desa termasuk potensi pariwisata. Sebagai sebuah konsep baru, kebijakan desa berbasis digital di Indonesia masih belum maksimal. Masih banyak ditemukan **gap** antara kajian teoritis dengan praktik dalam penerapannya, dengan tujuan membangun masyarakat yang paham teknologi tidak hanya demi meningkatkan kualitas SDM saja, tetapi adanya kebijakan desa berbasis digital ini akan meningkatkan efektifitas pengembangan pariwisata berbasis teknologi (*digital tourism*) dengan mengikutsertakan peran milenial.

Buku ini dimaksudkan sebagai referensi untuk mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan peran milenial (kaum muda) saat ini yang memegang peran penting dalam **explore** potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum milenial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di

internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

Keseluruhan bab dalam buku ini akan berisi uraian fakta-fakta empiris yang diambil dari hasil-hasil penelitian dan diperkuat melalui kajian literatur yang relevan, melalui hasil-hasil penelitian yang disajikan dalam buku ini, penulis mengajak para pembaca untuk mendeskripsikan, mengelaborasi peran milenial sebagai *cross cutting interpreters*, dimana terdapat fakta kaum milenial kerap dibutakan dalam perangkap modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autentitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. Padahal, milenial (kaum muda) memegang peran penting dalam kebijakan pengembangan desa wisata termasuk kegiatan pemasaran/promosinya.

Kehadiran buku ini dihadapan para pembaca, diharapkan dapat membuka wawasan tentang pentingnya peran milenial dalam *mengexplore* potensi desa wisata termasuk membantu pemasaran dan promosinya sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Semua pihak menyadari bahwa pengembangan pariwisata tetap merupakan tanggungjawab semua pihak. Tidak hanya milenial; sebab jika pengelolaan pariwisata berjalan sendiri-sendiri abai terhadap kolaborasi, niscaya akan berdampak negative bagi kesejahteraan masyarakat lokal.

Semoga buku ini berguna bagi pembaca, khususnya yang memberikan perhatian pada peningkatan kualitas pembangunan kepariwisataan di daerah

Bandar Lampung, April 2022

Tim Penulis,

Dr. Feni Rosalia, M.Si

Dra.Dian Kagungan, M.H

# DAFTAR ISI

<b>I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Pemerintah Lokal dan Desentralisasi : Keberpihakan Pemerintah Dalam Tata Kelola Pariwisata.....	1
1.2 Gambaran Umum Isi Buku.....	7
<b>II KONSEP DAN STRATEGI PEMBANGUNAN KEPARIWI- SATAAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Konsep Dan Strategi Pembangunan Kepariwisata.....	11
2.2 Kepariwisata Berbasis Masyarakat.....	19
2.3 Strategi Tiga Jalur (Triple Track Strategy) .....	23
2.4 Kemandirian Pembangunan Kepariwisata.....	29
<b>III PARIWISATA ERA MILENIAL.....</b>	<b>34</b>
3.1 Pariwisata dan Milenial : Membangun Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Desa Wisata.....	36
<b>IV PEMBANGUNAN PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF KEARIFAN LOKAL .....</b>	<b>39</b>
<b>V STRATEGI PARIWISATA 4.0: PERAN MILENIAL DALAM NATION BRANDING WONDERFUL INDONESIA 2016- 2019.....</b>	<b>50</b>
5.1 Konsep Pariwisata 4.0 dan Nation Branding .....	50

<b>VI KERANGKA DASAR MILLENIAL SEBAGAI CROSS CUTTING DALAM KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DESA WISATA.....</b>	<b>53</b>
6.1 Latar Belakang.....	53
6.2 Urgensi.....	58
6.3 Studi Pustaka.....	59
1. Pengertian Millenial, Millenial Sebagai Cross Cutting Intrepreters.....	59
2. Millenial Sebagai Cross Cutting Intrepreters .....	59
3. Viral Marketing.....	60
4. Desa Wisata.....	61
5. Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal.....	61
6. Fungsi Desa Wisata.....	63
7. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata .....	64
8. Komponen Data Wisata .....	65
<b>HASIL .....</b>	<b>66</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>89</b>



## PENDAHULUAN

### 1.1 Pemerintah Lokal dan Desentralisasi : Keberpimpinan Pemerintah Dalam Tata Kelola Pariwisata

Mayoritas kajian literatur dan riset-riset yang dilakukan tentang pariwisata menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata pada suatu daerah mampu memberikan dampak ekonomi antara lain peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan penerimaan devisa, peningkatan kesempatan kerja dan peluang usaha, serta peningkatan pendapatan pemerintah dari sektor pajak dan keuntungan badan usaha milik pemerintah dan sebagainya. Bahkan pariwisata diharapkan mampu menghasilkan *multiplier effect* yang tinggi bagi kesejahteraan masyarakat lokal memiliki tata kelola yang baik. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata, pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi maupun mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pariwisata menurut Kagungan dan Yulianti (2019) telah berkembang menjadikan sektor yang memiliki potensi selain sektor pertambangan. Pengembangan pariwisata juga dapat mempertahankan proses ekologis dan membantu melestarikan warisan alam dan buatan manusia serta keragaman hayati. Namun, harus dikelola dengan serius yang melibatkan berbagai *stakeholder* terkait karena pembangunan dan pengembangan pariwisata merupakan hasil keberlanjutan jangka panjang dengan perencanaan dan dukungan dari semua pihak.

McInsthon (1995) dalam Muljadi dan Andri (2016) mengatakan bahwa pariwisata adalah unsur pembentuk pengalaman wisatawan yang utama berupa daya tarik wisata dari suatu tempat maupun lokasi yang akan dikunjungi. Sehingga, berdasarkan pengertian pariwisata diatas menurut para ahli maupun Undang-Undang, maka pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan atau bertempat tinggal yang bersifat hanya sementara dengantujuan untuk hiburan ataupun rekreasi.

Murphy (1985) dalam Kagungan (2019), pariwisata merupakan keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan tidak permanen. Hal ini mirip dengan batasan yang diberikan Fennel (1994).

*“Tourism is defined as the interrelated system that includes tourists and the associated services that are provided and utilized (facilities, attractions, transportation, and accomodation) to aid in their movement”*

Pada saat ini pariwisata merupakan bentuk nyata dari perjalanan bisnisglobal yang sangat menjanjikan bagi siapapun, karena sektor pariwisatadiperkirakan akan menjadi sebuah sektor yang bisa mendorong pertumbuhan ekonomi dunia yang dihasilkan dari pergerakan wisatawannya. Dari data *World Tourism Organization (WTO)* sendiri yang memberikan gambaran tentang hal tersebut.

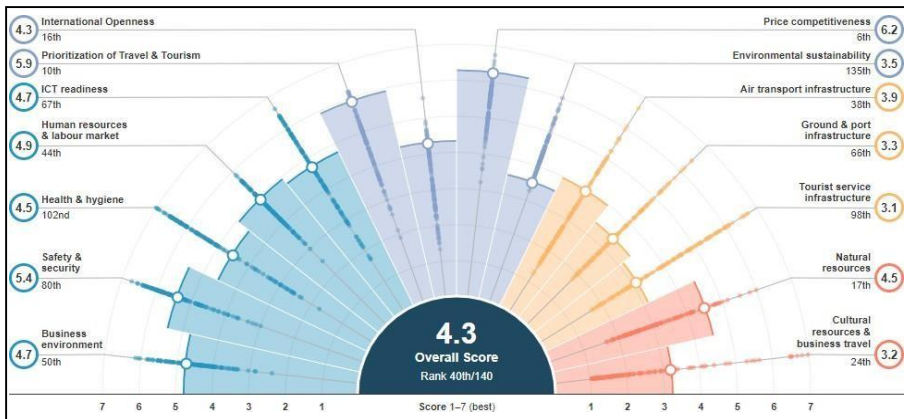
Tabel 1.1 *Travel and Tourism Competitiveness Index*

<b>Tahun</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Score (Skala 7)</b>
2015	50 dari 141 Negara	4.0
2017	42 dari 136 Negara	4.2
2019	40 dari 140 Negara	4.3

Sumber : <https://reports.weforum.org>

Pada tabel diatas *World Economic Forum (WEF)* menjelaskan tentang *Travel & Tourism Competitiveness Index 2019* Indonesia berada di urutan ke 40 dari 140 negara, dengan score yang di capai

4.3/7. Pada hal ini Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, pada 2015 Indonesia urutan ke 50 dari 141 negara dengan score 4.0/7, sedangkan pada tahun 2017 Indonesia berada di peringkat ke 42 dari 136 negara dengan score 4.2/7. Hal ini menjadi progres yang luar biasa untuk Indonesia terutama dibagian sektor pariwisatanya.



**Gambar 1.1 Indonesia Performance Overview 2019.**

Sumber : <https://reports.weforum.org>

Yang menjadi penilaian WEF dalam menilai daya saing pariwisata adalah aspek kesiapan suatu negara dalam melayani wisatawannya. Score terendah pada tahun 2019 dari negara Indonesia, seperti pada gambar diatas adalah *tourist service infrastructure* (infrastruktur pelayanan pariwisata) dengan score 3.1, serta *cultural resources and business traveler* (sumber daya budaya dan pelancong bisnis) dengan score 3.2 serta aspek *Ground and port infrastructure* (Infrastruktur darat dan pelabuhan) dengan score 3.3.

Dari data *World Economic Forum (WEF) 2019* yang dijelaskan diatas, walaupun pariwisata mengalami progres yang luar biasa, tetapi dapat kita lihat ternyata pariwisata Indonesia masih dibayang-bayangi permasalahan. Dengan data tersebut kita secara tidak langsung memahami aktivitas serta kompleksitas kepariwisataan.

Pariwisata juga dapat membuka kesempatan kerja baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, serta pariwisata dapat mengurangi tingkat kemiskinan suatu daerah, karena secara tidak langsung pembangunan dari pariwisata sendiri dapat dinikmati oleh penduduk lokal, dan pendistribusian pembangunan infrastruktur dari desa ke desa dapat memberikan manfaat di sektor ekonomi, hal itu merupakan salah satu contoh semakin terbukanya jalur distribusi barang dan juga jasa.

Dalam kebijakan desentralisasi, pemerintah daerah mempunyai tanggungjawab tatakelola untuk mensejahterakan masyarakatnya bahkan mendorong partisipasi masyarakatnya dalam pembangunan daerah termasuk pembangunan di bidang kepariwisataan. Namun demikian, banyak faktor terindikasi sebagai penghalang atau penghambat keberhasilan pembangunan pariwisata antara lain, minimnya peran serta masyarakat, masalah perizinan, pembiayaan/modal, masalah infrastruktur dan masalah penguasaan teknologi serta kurangnya sinergitas dalam kolaborasi antar aktor dan stakeholder.

Masalah utama yang disinyalir sebagai penyebab rendahnya peran dan partisipasi masyarakat terutama kaum milenial dan kurangnya sinergitas dalam tatakelola pariwisata di karenakan model tatakelola pariwisata yang diterapkan selama ini sangat **sentralistis**. Padahal model sentralistis sudah tidak sesuai dengan kondisi terkini. Gerakan reformasi menuntut untuk perubahan di segala bidang. Hal tersebut juga diikuti dengan perubahan perspektif pengelolaan pariwisata mengalami pergeseran dari *high volume production of standard commodities* menjadi *high volume production of unque commodities*. Untuk mewujudkan itu di perlukan keterlibatan masyarakat lokal terutama milenial dalam mewujudkannya bahkan model kolaborasi saat ini sudah sangat *urgent* untuk dilakukan, melalui adopsi dan implementasi pembangunan kepariwisataan berbasis kolaborasi.

Buku ini dimaksudkan sebagai referensi untuk mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan peran milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam explore potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini.

Kaum millennial sebagai *cross cutting interpreters* (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

Keseluruhan bab dalam buku ini akan berisi uraian fakta-fakta empiris yang diambil dari hasil-hasil penelitian dan diperkuat melalui kajian literatur yang relevan. Melalui hasil-hasil penelitian yang disajikan dalam buku ini, penulis mengajak para pembaca untuk mendeskripsikan, mengelaborasi peran milenial sebagai *cross cutting interpreters*, dimana terdapat fakta kaum milenial kerap dibutakan dalam perangkat modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autensitasberbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. Padahal, milenial (kaum muda) memegang peran penting dalam kebijakan pengembangan desa wisata termasuk kegiatan pemasaran/promosinya.

Permasalahan pokok yang akan dikaji dalam buku ini adalah bagaimana milenial sebagai ***cross cutting interpreters*** berperan dalam pengembangan desa wisata. Seiring dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, Pemerintah mulai melakukan pengembangan suatu inovasi kebijakan yang memanfaatkan teknologi supaya terbangun desa yang *smart*. Kebijakan desa berbasis digital *adalah* kebijakan yang menciptakan suatu desa supaya mampu dan bisa dalam menyelesaikan masalahnya sendiri secara cerdas dan desa yang bisa dan mampu menggunakan ***teknologi digital*** untuk mengembangkan potensi di tingkat desa termasuk potensi pariwisata. Sebagai sebuah konsep baru, kebijakan desa berbasis digital di Indonesia masih belum maksimal. Masih banyak ditemukan ***gap*** antara kajian teoritis dengan praktik dalam penerapannya, dengan tujuan membangun masyarakat yang paham teknologi tidak hanya demi meningkatkan kualitas SDM saja, tetapi adanya kebijakan desa berbasis digital ini akan meningkatkan

efektifitas pengembangan pariwisata berbasis teknologi (*digital tourism*).

Peran kaum milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam **explore** potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*). Studi yang dilakukan Tim (2020) terdapat beberapa fakta kaum milenial kerap dibutakan dalam perangkat modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme.

Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autentisitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. Padahal, milenial (kaum muda) memegang peran penting dalam kebijakan pengembangan desa wisata termasuk kegiatan pemasaran/promosinya. Tidak hanya peran Pemerintah, Investor, Akademisi dan Media. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba melakukan kajian tentang peran milenial (pemuda) sebagai **cross cutting interpreters** dalam pengembangan desa wisata, yang akan mengambil 2 lokasi yaitu desa wisata Harapan Jaya Kabupaten Pesawaran dan desa wisata Kelawi Kabupaten Lampung Selatan, dengan titik fokus pada pengembangan pariwisata berbasis teknologi, di pekon Harapan Jaya sesuai dengan perkembangan di era terkini.

Uraian pada bab Pendahuluan ini sebagai *entry point* untuk memahami logika peran millennial/kaum muda dalam kebijakan pengembangan desa wisata. Pada bagian akhir pendahuluan akan diuraikan gambaran umum keseluruhan isi buku dengan maksud untuk menghantarkan pembaca pada pembahasan yang lebih rinci

## 1.2 Gambaran Umum Isi Buku

Uraian pada buku ini berfokus pada peran milenial sebagai *cross cutting interpreters* dalam pengembangan desa wisata yang diurai ke dalam **Bab Pertama** Pendahuluan yang berisi uraian tentang pemerintah daerah mempunyai tanggungjawab tatakelola untuk mensejahterakan masyarakatnya bahkan mendorong partisipasi masyarakatnya dalam pembangunan daerah termasuk pembangunan di bidang kepariwisataan. Namun demikian, banyak faktor terindikasi sebagai penghalang atau penghambat keberhasilan pembangunan pariwisata antara lain, minimnya peran serta masyarakat, masalah perizinan, pembiayaan/modal, masalah infrastruktur dan masalah penguasaan teknologi serta kurangnya sinergitas dalam kolaborasi antar aktor dan stakeholder.

Masalah utama yang disinyalir sebagai penyebab rendahnya peran dan partisipasi masyarakat terutama kaum milenial dan kurangnya sinergitas dalam tatakelola pariwisata di karenakan model tatakelola pariwisata yang diterapkan selama ini sangat **sentralistis**. Padahal model sentralistis sudah tidak sesuai dengan kondisi terkini. Gerakan reformasi menuntut untuk perubahan di segala bidang. Hal tersebut juga diikuti dengan perubahan perspektif pengelolaan pariwisata mengalami pergeseran dari *high volume production of standard commodities* menjadi *high volume production of unque commodities*. Untuk mewujudkan itu di perlukan keterlibatan masyarakat lokal terutama milenial dalam mewujudkannya bahkan model kolaborasi saat ini sudah sangat *urgent* untuk dilakukan, melalui adopsi dan implementasi pembangunan kepariwisataan berbasis kolaborasi.

Milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam **explore** potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran

sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

Keseluruhan bab dalam buku ini akan berisi uraian fakta-fakta empiris yang diambil dari hasil-hasil penelitian dan diperkuat melalui kajian literatur yang relevan. Melalui hasil-hasil penelitian yang disajikan dalam buku ini, penulis mengajak para pembaca untuk mendeskripsikan, mengelaborasi peran milenial sebagai *cross cutting interpreters*, dimana terdapat fakta kaum milenial kerap dibutakan dalam perangkap modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autensitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. Padahal, milenial (kaum muda) memegang peran penting dalam kebijakan pengembangan desa wisata termasuk kegiatan pemasaran/promosinya.

**Bab Kedua** menawarkan beberapa konsep dan strategi pengembangan pariwisata. **Bab Ketiga** menguraikan tentang pariwisata era millennial dimana Peran kaum milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam **explore** potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

Kendala yang dihadapi minimnya partisipasi kaum *milenial* dalam pengelolaan desa wisata di disebabkan 2 faktor, *Pertama*, adanya konsepsi *ageism* oleh kalangan senior yang memandang kaum milenial terlalu muda, kurang mampu dan belum matang, serta masih terlalu emosional dalam pengelolaan desa wisata. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autensitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. *Kedua*, adanya kekeliruan dalam memaknai suatu pekerjaan.



Kaum milenial cenderung memandang suatu pekerjaan sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi bukan sebagai wadah untuk berekspresi dan berkreativitas. Implikasinya, mereka lebih memilih untuk mencari pekerjaan ke kota daripada mengembangkan potensi ekonomi yang ada di desa. Hal ini tentunya terjadi karena kekeliruan tersebut yang telah menumpulkan kreativitas mereka.

**Bab Ke empat** menguraikan tentang pengembangan pariwisata dalam perspektif kearifan lokal. Sumberdaya budaya sebagai modal utama dalam atraksi wisata disebut pariwisata budaya. Pariwisata budaya memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk melakukan kontak langsung dengan masyarakat lokal dan kepada individu yang memiliki pengetahuan khusus tentang sesuatu objek budaya. Jenis pariwisata ini memberikan variasi yang luas menyangkut budaya, mulai dari seni pertunjukkan, seni rupa, festival, makanan tradisional, sejarah, pengalaman nostalgia dan cara hidup yang lain. Pariwisata saat ini bisa dikatakan menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia modern karena kemajuan dari teknologi, serta informasi yang terus mengalami perkembangan.

Pariwisata dan kebudayaan menurut Selo Soemartjan (dalam Spillane, 1989:50) berkaitan erat dengan pembangunan ekonomi yang berdampak terhadap bidang sosial dan budaya. Dampak yang ditimbulkan ada yang positif dan ada yang negatif. Biasanya dampak positif tidak hanya menarik perhatian banyak orang, mungkin karena dianggap sudah sewajarnya dalam usaha masyarakat untuk memperbaiki kehidupannya. Sebaliknya, akibat yang negatif dapat menimbulkan kritik bahkan lebih ekstrim dapat menimbulkan reaksi dan tindak kekerasan dari berbagai golongan dalam masyarakat. Peran pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya berintikan tiga segi, yaitu: segi ekonomis, segi sosial dan segi kebudayaan (Spillane, 1989:54).

**Bab ke lima menguraikan tentang Strategi Pariwisata 4.0: Peran Milenial dalam Nation Branding Wonderful Indonesia 2016-2019.** Industri pariwisata saat ini telah bergeser ke arah pariwisata 4.0 karena terjadinya perubahan perilaku konsumen khususnya generasi milenial. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia juga

berusaha untuk melakukan transformasi strategi pariwisata menjadi lebih digital. Melalui *Strategic Theme: Wonderful Indonesia Digital Tourism 4.0*, Pemerintah Indonesia, khususnya Kementerian Pariwisata, berusaha mempromosikan *nation branding* Wonderful Indonesia ke masyarakat internasional agar pariwisata Indonesia semakin dikenal dan semakin banyak wisatawan mancanegara yang menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisatanya. Promosi ini dilakukan melalui media-media sosial dengan mengedepankan peran generasi milenial yang akrab dengan dunia digital. Kementerian Pariwisata memfasilitasi pembentukan komunitas Generasi Pesona Indonesia (GenPI) dan Generasi Wonderful Indonesia (GenWI) yang terdiri dari anak-anak muda pegiat blog dan media sosial untuk membantu pemerintah memviralkan pariwisata Indonesia. Selama kurun waktu 2016 hingga 2019, tampak bahwa kedua komunitas tersebut berperan aktif dalam promosi *nation branding* Wonderful Indonesia dan telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tiap tahunnya.

**Bab ke enam** menguraikan kerangka dasar milenial sebagai *cross cutting* dalam kebijakan pengembangan desa wisata. Peran kaum milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam **explore** potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

## KONSEP DAN STRATEGI PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN

### 2.1 Konsep Dan Strategi Pembangunan Kepariwisata

Pembangunan pada prinsipnya adalah merupakan suatu proses perubahan pokok pada masyarakat dari suatu keadaan nasional tertentu menuju keadaan nasional lain yang dianggap lebih bernilai. (Katz,1991). Dalam pengertian yang agak mirip Philip Roup mengartikan pembangunan sebagai proses perubahan dengan tanda-tanda dari suatu keadaan nasional tertentu yang dianggap kurang dikehendaki menuju ke suatu keadaan nasional tertentu yang dinilai lebih dikehendaki (Philip Roup, 1993).

Manakala pemahaman pengertian pembangunan seperti tersebut diatas, diaplikasikan pada sektor kepariwisataan, maka dapat dikonstruksikan bahwa pembangunan kepariwisataan merupakan: suatu perubahan pokok yang dilakukan oleh manusia secara terencana pada suatu kondisi kepariwisataan tertentu yang dinilai kurang baik yang diarahkan menuju ke Suatu kondisi kepariwisataan tertentu yang dianggap lebih baik atau lebih diinginkan.

Dalam perjalanan sejarah pembangunan kepariwisataan, para pemikir dan perencana pembangunan kepariwisataan cukup aktif bergerak untuk mengetahui makna tujuan dan strategi untuk mencapai kondisi kepariwisataan yang dianggapnya lebih baik dan lebih bernilai tadi. Oleh karena itu akhirnya bisa ditemukan bahwa paradigma, model dan strategi perencanaan pembangunan

kepariwisataan secara dinamik telah tergeser fokus dan berpihaknya serta beradaptasi sesuai dengan tuntutan kebutuhan apirasi yang berkembang pada waktunya.

Paradigma ataupun modal dalam kalangan intelektual telah dipahami sebagai cara pandang seseorang terhadap diri dan lingkungannya yang akan mempengaruhinya dalam berpikir, bersikap, dan bertingkah laku mengenai suatu fenomena tertentu.

Pada pembatasan makna yang lain paradigma pembangunan juga dapat berarti sebagai seperangkat asumsi, konsep, nilai, dan strategi yang diterapkan untuk memandang dan mensikapi suatu fenomena realitas dari sebuah komunitas dalam perspektif yang sama khususnya dalam suatu disiplin tertentu.

Mendasarkan pada berbagai pengertian tentang paradigma pembangunan seperti tadi, jika dikaitkan dengan pembangunan kepariwisataan maka paradigma pembangunan kepariwisataan bisa diberikan makna dan pemahaman sebagai seperangkat asumsi, konsep, nilai dan praktek strategi yang diterapkan dalam pembangunan kepariwisataan atau dengan kata lain paradigma pembangunan kepariwisataan merupakan kerangka atau model berpikir yang dipergunakan Oleh karena itu akhirnya bisa ditemukan bahwa paradigma, model dan strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan secara dinamik telah tergeser fokus dan berpihaknya serta beradaptasi sesuai dengan tuntutan kebutuhan apirasi yang berkembang pada waktunya.

Paradigma ataupun modal dalam kalangan intelektual telah dipahami sebagai cara pandang seseorang terhadap diri dan lingkungannya yang akan mempengaruhinya dalam berpikir, bersikap, dan bertingkah laku mengenai suatu fenomena tertentu.

Pada pembatasan makna yang lain paradigma pembangunan juga dapat berarti sebagai seperangkat asumsi, konsep, nilai, dan strategi yang diterapkan untuk memandang dan mensikapi suatu fenomena realitas dari sebuah komunitas dalam perspektif yang sama khususnya dalam suatu disiplin tertentu.

Mendasarkan pada berbagai pengertian tentang paradigma pembangunan seperti tadi, jika dikaitkan dengan pembangunan kepariwisataan maka paradigma pembangunan kepariwisataan bisa

diberikan makna dan pemahaman sebagai seperangkat asumsi, konsep, nilai dan praktek strategi yang diterapkan dalam pembangunan kepariwisataan atau dengan kata lain paradigma pembangunan kepariwisataan merupakan kerangka atau model berpikir yang dipergunakan. Oleh karena itu akhirnya bisa ditemukan bahwa paradigma, model dan strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan secara dinamik telah tergeser fokus dan berpihaknya serta beradaptasi sesuai dengan tuntutan kebutuhan apirasi yang berkembang pada waktunya.

Paradigma ataupun modal dalam kalangan intelektual telah dipahami sebagai cara pandang seseorang terhadap diri dan lingkungannya yang akan mempengaruhinya dalam berpikir, bersikap, dan bertingkah laku mengenai suatu fenomena tertentu.

Pada pembatasan makna yang lain paradigma pembangunan juga dapat berarti sebagai seperangkat asumsi, konsep, nilai, dan strategi yang diterapkan untuk memandang dan mensikapi suatu fenomena realitas dari sebuah komunitas dalam perspektif yang sama khususnya dalam suatu disiplin tertentu.

Mendasarkan pada berbagai pengertian tentang paradigma pembangunan seperti tadi, jika dikaitkan dengan pembangunan kepariwisataan maka paradigma pembangunan kepariwisataan bisa diberikan makna dan pemahaman sebagai seperangkat asumsi, konsep, nilai dan praktek strategi yang diterapkan dalam pembangunan kepariwisataan atau dengan kata lain paradigma pembangunan kepariwisataan merupakan kerangka atau model berpikir yang dipergunakan untuk melandasi perencanaan pembangunan kepariwisataan secara menyeluruh dalam suatu komunitas di suatu periode waktu tertentu.

Disepakatinya suatu model dan paradigma pembangunan kepariwisataan tertentu akan menjadi strategis dan penting ketika semua pemangku kepentingan yang bergerak dalam dunia kepariwisataan membutuhkan samaan bahasa dan dalam berpikir, bersikap maupun strategi bertindak sehingga masing-masing pihak tidak berjalan menurut instuisi penafsiran dan kepentingan masing-masing.

Disamping itu aplikasi dan implementasi model dan strategi perencanaan pembangunan di bidang kepariwisataan juga tak pernah luput dari pemantauan dan evaluasi dari para pengamat dan pemikir pembangunan kepariwisataan.

Hasil dari pengamatan dan pemikiran ini dalam banyak hal telah melahirkan berbagai kritik terhadap kinerja dan bekerjanya sebuah model dan strategi perencanaan pembangunan tertentu dan akhirnya memunculkan alternatif model dan strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang baru. Oleh karena itu akhirnya berbagai model dan strategi alternatif dalam perencanaan pembangunan kepariwisataan telah silih berganti dan bermunculan sebagai konsekuensi dari kritik dan pemikiran ulang terhadap paradigma pembangunan kepariwisataan yang pernah berkembang dan diterapkannya yang tentu saja juga dianggap baik pada waktunya untuk melandasi perencanaan pembangunan kepariwisataan secara menyeluruh dalam suatu komunitas di suatu periode waktu tertentu.

Disepakatinya suatu model dan paradigma pembangunan kepariwisataan tertentu akan menjadi strategis dan penting ketika semua pemangku kepentingan yang bergerak dalam dunia kepariwisataan membutuhkan samaan bahasa dan dalam berpikir, bersikap maupun strategi bertindak sehingga masing-masing pihak tidak berjalan menurut instuisi penafsiran dan kepentingan masing-masing.

Disamping itu aplikasi dan implementasi model dan strategi perencanaan pembangunan di bidang kepariwisataan juga tak pernah luput dari pemantauan dan evaluasi dari para pengamat dan pemikir pembangunan kepariwisataan.

Hasil dari pengamatan dan pemikiran ini dalam banyak hal telah melahirkan berbagai kritik terhadap kinerja dan bekerjanya sebuah model dan strategi perencanaan pembangunan tertentu dan akhirnya memunculkan alternatif model dan strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang baru. Oleh karena itu akhirnya berbagai model dan strategi alternatif dalam perencanaan pembangunan kepariwisataan telah silih berganti dan bermunculan sebagai konsekuensi dari kritik dan pemikiran ulang terhadap

paradigma pembangunan kepariwisataan yang pernah berkembang dan diterapkannya yang tentu saja juga dianggap baik pada waktunya.

Adapun model dan paradigma diterapkannya, paling tidak ada 4 kaidah yang harus menjadi roh keberpihakan dari sebuah model dan strategi perencanaan pembangunan di bidang kepariwisataan. Keempat nilai yang harus selalu mendasari suatu model dan strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan tadi adalah keberpihakan terhadap visi, misi, dan tujuan sasaran prioritas tertentu dari proses pembangunan kepariwisataan yang akan diselenggarakan ke seluruh dokumen visi, misi, tujuan dan sasaran ini biasanya dirumuskan oleh kehendak politik dari pihak otoritas yang berwenang fleksibilitas yang adaptif dari pertumbuhan pembangunan kepariwisataan yang sesuai dengan dinamika perkembangan sosial, ekonomi, budaya dan politik di kawasan nasional maupun internasional.

Terjaganya keberlanjutan pembangunan kepariwisataan yang telah mencakup antisipasi untuk tuntutan kebutuhan bagi generasi yang akan datang antisipatif dan responsif yang di dalam ini perencanaan pembangunan kepariwisataan harus selalu memperhatikan memperhatikan dan mempertimbangkan keseluruhan dinamika situasi dan realitas pernyataan kepariwisataan di seluruh wilayah yang terkait.

Seiring dengan tuntutan dan eskalasi perubahan kebutuhan, pergeseran pola pikir masyarakat dunia, dan dinamika perkembangan isu-isu strategis yang akan mempengaruhi pembangunan kepariwisataan, maka akhirnya telah berkembang paling tidak 3 varian strategi model perencanaan pembangunan kepariwisataan yang sering dijadikan acuan dasar oleh para perencana pembangunan kepariwisataan.

Ketiga strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan tersebut adalah:

1. Strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang mengutamakan Pada pertumbuhan (*growth oriented model*).

2. Strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang bertumpu pada pemberdayaan masyarakat (*Community based tourism development*)
3. Strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang bertumpu pada keberlanjutan pembangunan kepariwisataan (*sustainable tourism development*)

Cara teoritik dapat dikatakan (Inskeep, 1991) : perencanaan pembangunan kepariwisataan merupakan suatu proses untuk mempersiapkan secara sistematis dan rasional segenap kegiatan atau aktivitas kepariwisataan yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan tersebut secara optimal dengan mengalokasikan keseluruhan sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien.

Dalam banyak pemahaman mengenai perencanaan pembangunan kepariwisataan (BTA, 1996; Gunn and Clare 1988), perencanaan kepariwisataan dapat juga dapat didefinisikan sebagai; sebuah prediksi dan proyeksi ke depan melalui proses yang menggambarkan keinginan dan kebutuhan yang akan dicapai melalui segenap pertimbangan terhadap analisis situasi dan pengalaman yang ada dalam menyatakan tujuan tujuan kepariwisataan yang akan diwujudkan.

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang mempunyai peranan sangat penting dan menentukan kelancaran dan keberhasilan pembangunan. Dalam hal ini, perencanaan yang matang, pelaksanaan yang tepat, dan pengawasan yang optimal merupakan kunci untuk mewujudkan tujuan pembangunan termasuk pembangunan kepariwisataan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun perencanaan pembangunan kepariwisataan adalah sebuah pertimbangan bahwa nantinya pelaksanaan program pembangunan kepariwisataan yang akan dilakukan akan sangat berpengaruh terhadap eksistensi nilai-nilai yang paling mendasar dari kehidupan pribadi keluarga, masyarakat dan bangsa secara luas.



Oleh karena itu, penyusunan perencanaan pembangunan kepariwisataan harus dilaksanakan secara berhati-hati, mendalam, dan menyeluruh, serta secara tepat mengantisipasi keseluruhan keadaan yang akan terjadi di masa datang.

Ketepatan sebuah perencanaan pembangunan kepariwisataan menjadi sangat penting untuk selalu diperhatikan karena dalam menyusun perencanaan pembangunan kepariwisataan akan selalu ditemui potensi, permasalahan, tantangan dan peluang yang dihadapi secara bersamaan.

Pada tahapan analisis situasi dalam menyusun perencanaan pembangunan kepariwisataan akan banyak ditemui tantangan baik yang berasal dari dalam maupun faktor yang berasal dari luar serta peluang dan strategi yang dapat dimanfaatkan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara optimal.

Untuk dapat memberikan roh dasar dan arah tujuan yang jelas dalam menyusun strategi dalam suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan maka ada beberapa prinsip yang perlu di selalu diingat oleh seorang perencana pariwisata (*tourism planner*) sebagai berikut:

1. **Allocative:** dalam proses penyusunan rencana harus lebih menekankan sinkronisasi dan koordinasi dalam rangka upaya untuk mencari solusi dan kompromi dari berbagai perbedaan dan konflik kepentingan yang muncul baik sejak tahap Koordinasi mempunyai peranan penting dalam memecahkan masalah. Apabila terjadi konflik dalam menyusun perencanaan, pasti terjadi perbedaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam menyusun itu yang memerlukan pemecahan, sehingga capai titik temu. Bentuk perencanaan ini menekankan pada koordinasi dan mencari solusi.
2. **Innovative:** suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan sasaran akhirnya adalah untuk mencapai visi terwujudnya kondisi kepariwisataan yang lebih bernilai, oleh karena itu dalam pelaksanaannya harus mampu membawa ke arah pembaruan yang lebih baik.

3. **Single and Multiobjective:** perencanaan pembangunan kepariwisataan pada prinsipnya bersifat fleksibel dalam arti dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan satu atau beberapa sasaran pembangunan sekaligus. Sehingga dalam menyusun suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan dapat mengarah pada suatu bentuk proyek tunggal ( Single Project ) ataupun berbentuk proyek jamak (MultyProject).
4. **Indicative:** yang dimaksudkan dengan prinsip indikatif indicative di sini adalah bahwa perencanaan pembangunan kepariwisataan harus dapat memberikan program indikasi yang akan memberikan petunjuk tentang arah kebijakan dan program secara umum atau secara garis besar. Mendasarkan pada program ini indikasi tersebut dapat dilakukan penjabaran ke dalam berbagai kegiatan program aksi atau perencanaan mikro yang lebih rinci (action programmes). Penyusunan rencana sampai dengan pelaksanaannya. Koordinasi mempunyai peranan penting dalam memecahkan masalah. Apabila terjadi konflik dalam menyusun perencanaan, pasti terjadi perbedaan antara pihak-pihak yang terlibat dalam menyusun itu yang memerlukan pemecahan, sehingga capai titik temu. Bentuk perencanaan ini menekankan pada koordinasi dan mencari solusi.
5. **Innovative:** suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan sasaran akhirnya adalah untuk mencapai visi terwujudnya kondisi kepariwisataan yang lebih bernilai, oleh karena itu dalam pelaksanaannya harus mampu membawa ke arah pembaruan yang lebih baik.
6. **Single and Multiobjective:** perencanaan pembangunan kepariwisataan pada prinsipnya bersifat fleksibel dalam arti dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan satu atau beberapa sasaran pembangunan sekaligus. Sehingga dalam menyusun suatu perencanaan pembangunan kepariwisataan dapat mengarah pada suatu bentuk proyek tunggal ( Single Project ) ataupun berbentuk proyek jamak (MultyProject)

7. **Indicative:** yang dimaksudkan dengan prinsip indikatif indicative di sini adalah bahwa perencanaan pembangunan kepariwisataan harus dapat memberikan program indikasi yang akan memberikan petunjuk tentang arah kebijakan dan program secara umum atau secara garis besar. Mendasarkan pada program ini indikasi tersebut dapat dilakukan penjabaran ke dalam berbagai kegiatan program aksi atau perencanaan mikro yang lebih rinci (action programmes).
8. **Imperative:** yang dimaksud dalam pengertian ini adalah rencana pembangunan kepariwisataan yang disusun harus implementable dalam arti harus diikuti oleh para pemangku kepentingan yang ada, baik dari masyarakat, sektor publik maupun pihak industri yang terkait. **Imperative:** yang dimaksud dalam pengertian ini adalah rencana pembangunan kepariwisataan yang disusun harus implementable dalam arti harus diikuti oleh para pemangku kepentingan yang ada, baik dari masyarakat, sektor publik maupun pihak industri yang terkait. sangat penting untuk menggerakkan aktivitas kepariwisataan ke wilayah- wilayah yang tertinggal.

## 2.2 Kepariwisata Berbasis Masyarakat

Dalam kerangka penelitian manfaat pembangunan kepariwisataan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya berdomisili di sekitar destinasi sebagaimana tercermin dalam salah satu prinsip pembangunan kepariwisataan yang berlanjut dalam pembangunan kepariwisataan dikenal strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat yang mengedepankan peran dan partisipasi masyarakat setempat sebagai subjek pembangunan.

Dalam Khazanah keilmuan kepariwisataan strategis tersebut dikenal dengan istilah *community Based tourism development (CBT)*. Kontruksi cbt ini pada prinsipnya merupakan salah satu gagasan yang penting dan kritis dalam perkembangan teori pembangunan kepariwisataan konvensional (*Growth Oriented Model*) yang seringkali mendapatkan banyak kritik telah mengabaikan hak dan memikirkan masyarakat lokal dari kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi.

Secara teoritis (Murphy, 1988); pada hakekatnya pembangunan kepariwisataan tidak bisa lepas dari sumber daya dan keunikan komunitas lokal baik berupa elemen fisik maupun nonfisik tradisi dan budaya yang merupakan unsur penggerak utama kegiatan wisata itu sendiri sehingga semestinya kepariwisataan harus dipandang sebagai **"kegiatan yang berbasis pada komunitas tempat"**.

Dalam salah satu tulisannya Murphy (1998) juga telah memberikan beberapa batasan pengertian tentang cbt dengan kisi-kisi ciri pembatasan sebagai berikut:

Wujud tata kelola pariwisata and yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat aktif dalam manajemen dan pembangunan kepariwisataan yang ada antara laki-laki dan perempuan, generasi muda dan tua, serta memperkuat organisasi komunitas;

1. Dimensi budaya; dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati nilai budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, berkembangnya nilai budaya pembangunan yang melekat erat dalam kebudayaan setempat..
2. Dimensi lingkungan; dengan indikator terjadinya daya dukung lingkungan, serta sistem pengelolaan sampah yang baik, meningkatnya kepedulian akan perlunya konservasi dan preservasi lingkungan.
3. Dimensi politik; dengan indikator meningkatnya partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, dan adanya jaminan hak-hak masyarakat adat dalam pengelolaan SDA.

Adapun format definisi dan strategi yang dipakainya, pada prinsipnya model atau paradigma CBT sangat mengharapkan adanya partisipasi aktif masyarakat mulai dari perencanaan, penyelenggaraan, pengendalian, sampai dengan pemanfaatan hasil dari industri kepariwisataan yang ada.

Menurut Drake dan Paula dalam Garrod (Th.2001); ada beberapa cara atau strategi yang bisa dikembangkan dalam pendekatan perencanaan yang partisipatif atau berbasis pada CBT, yaitu dilakukan dengan cara;

1. Mengkonsultasikan atau mendiskusikan setiap proyek pengembangan kepariwisataan kepada masyarakat melibatkan masyarakat dalam manajemen proyek kepariwisataan, dengan harapan akan dapat meningkatkan efisiensi kepariwisataan yang ada.
2. Memastikan bahwa tujuan proyek bisa menjamin pencapaian manfaat dan keuntungan yang diterima oleh kelompok atau masyarakat lokal, sehingga mereka akan berperan aktif mendukung proyek. Sehingga dapat diharapkan efektivitas proyek akan jauh lebih meningkat dengan mengikutsertakan masyarakat lokal tersebut.
3. Selalu mengembangkan upaya capacity building bagi kelompok masyarakat terkait agar mereka memahami peranannya dalam meningkatkan keberlanjutan pembangunan kepariwisataan.
4. Selalu mengembangkan upaya pemberdayaan masyarakat lokal khususnya dengan cara memberikan otoritas kontrol yang lebih besar terhadap sumber daya termasuk keputusan dalam menggunakan sumber daya lokal.
5. Pembagian keuntungan pariwisata yang lebih adil kepada penerima manfaat tempat (local beneficiaries), seperti pada aspek; pengupahan tenaga kerja pembagian keuntungan modal, biaya operasional dan perawatan proyek dan an atau kewenangan monitoring dan evaluasi proyek.

Lebih lanjut Garrod (2001) mengemukakan paling tidak ada 5 elemen penting yang perlu di perhatikan yang akan menjadi faktor penentu kesuksesan dari model perencanaan pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada CBT tadi. Kelima laman penting tersebut adalah;

1. Membutuhkan kepemimpinan yang efektif; yang mempunyai beberapa karakter sebagai berikut:
  - a. Empati dan peduli dengan pendapat stakeholder.
  - b. Memiliki kredibilitas sebagai seorang yang memiliki keahlian yang dibutuhkan di daerah tersebut.
  - c. Mandiri dan memiliki kemampuan mengidentifikasi masalah yang nyata dan tidak nyata.

- d. Memiliki kemampuan mengatur partisipan dan bersedia mengembangkan kelompok.
  - e. Keterlibatan yang sifatnya top-down ke bottomup.
2. Membutuhkan upaya pemberdayaan masyarakat lokal.
  3. Mengkaitkan keuntungan ekonomi dengan konservasi, Melibatkan stakeholder lokal dalam setiap tahapan proyek.

Sementara itu para pakar CBT seperti Yaman dan Mohd (Th.2000) juga telah menekankan adanya beberapa kunci penting yang bisa digunakan dalam pengelolaan pembangunan kepariwisataan yang menggunakan pendekatan CBT tersebut, yaitu diantaranya;

1. Adanya dukungan fasilitasi dari pemerintah yang berfungsi sebagai fasilitator, koordinator maupun badan regulasi pengelolaan SDM dan penguatan kelembagaan.
2. Adanya partisipasi aktif dari para stakeholder, karena CBT secara umum bertujuan untuk penganekaragaman industri kepariwisataan yang tumbuh dari masyarakat. Oleh karena itu keseluruhan anggota masyarakat dengan kemampuan kewirausahaannya dapat menentukan atau membuat kontak bisnis dengan tour operator, travel agent untuk memulai bisnis baru.
3. Pembagian keuntungan yang ada di baik keuntungan langsung yang diterima masyarakat yang memiliki usaha di sektor pariwisata maupun keuntungan tidak langsung yang dapat dinikmati masyarakat yang tidak memiliki usaha kepariwisataan. Keuntungan tidak langsung yang diterima masyarakat dari kegiatan ekowisata ini meliputi antara lain dapat berupa proyek pembangunan yang dibiayai dari hasil penerimaan kepariwisataan yang ada.
4. Penggunaan sumber daya lokal secara berkesinambungan yang dimiliki dan dikelola oleh seluruh anggota masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, termasuk yang tidak memiliki sumber daya keuangan. Hal itu bisa menumbuhkan kepedulian, penghargaan diri sendiri, dan kebanggaan identitas pada seluruh anggota masyarakat.

5. Penguatan institusi lokal yang bertujuan mengatur hubungan antara penduduk, sumber daya, dan pengunjung yang paling baik adalah berwujudnya lembaga sosial dengan kepemimpinan yang dapat diterima oleh semua anggota masyarakat. Penguatan kelembagaan bisa dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan individu dengan keterampilan kerja yang diperlukan (teknik managerial, komunikasi, pengalaman kewirausahaan, dan pengalaman organisasi).
6. Adanya keterkaitan dan koordinasi yang efektif antara level regional dan nasional. Hal ini sangat strategis sebab komunitas lokal seringkali kurang mendapat akses Link langsung dengan pasar nasional atau internasional sehingga manfaat kepariwisataan tidak sampai di nikmati di level masyarakat.

### **2.3 Strategi Tiga Jalur (Triple Track Strategy)**

Agenda pengentasan kemiskinan (*poverty alleviation*) atau pembangunan yang berpihak pada masyarakat miskin Pro poor development telah menjadi salah satu aspek penting dari MDGs dan menjadi bagian dari agenda Prioritas pembangunan di tingkat global dan sasaran pembangunan dalam konteks sektoral di Indonesia.

Orientasi pembangunan kepariwisataan yang mendorong upaya pengentasan kemiskinan sebagai tindak lanjut dari agenda MDGs tadi telah dituangkan dalam konsep "*Pro-Poor Tourism Development (PPT)*".

PPT bukan saja merupakan produk spesifik atau setempat, namun demikian sudah merupakan suatu pendekatan pembangunan kepariwisataan yang bersifat universal untuk pengembangan kepariwisataan yang berpihak pada masyarakat bawah.

Prinsip pokok dari model PPT ini adalah mempertinggi hubungan an atau keterkaitan simbolis antara bisnis pariwisata dan pemberdayaan masyarakat miskin, sehingga kepariwisataan dapat berkontribusi dalam mengurangi tingkat kemiskinan, dan masyarakat miskin dapat berpartisipasi dengan lebih efektif dalam pengembangan produk pariwisata. Dengan demikian, konsep pengembangan "*Pro Poor Tourism Development*" dipandang akan sangat efektif untuk mendorong pengentasan kemiskinan.

Memperbesar peluang berkembangnya program pemberdayaan masyarakat seperti; meningkatkan keterampilan masyarakat dalam berusaha, manajemen ekspektasi dan pembiayaan, memaksimalkan kolaborasi antar stakeholder dan sebagainya.

Di samping beberapa prinsip seperti telah dibicarakan tadi dalam konteks pengentasan kemiskinan melalui kepariwisataan terdapat beberapa prinsip dasar penting yang mutlak diperlukan dalam penerapannya. Prinsip-prinsip tersebut antara lain adalah;

1. **Mainstreaming**; Memastikan bahwa kepariwisataan yang ada mempunyai program-program untuk mengurangi kemiskinan dan termasuk program bagi pengurangan jumlah kemiskinan dalam usaha strategi pengembangan kepariwisataan yang berkesinambungan.
2. **Partnership**; Membangun hubungan kerjasama antara sektor swasta dan pemerintah dengan tujuan yang sama, yaitu untuk mengentaskan kemiskinan.
3. **Integration**; Mengadopsi pendekatan yang terintegrasi dengan sektor lain dan menghindari ketergantungan yang berlebihan terhadap kepariwisataan saja.
4. **Equitable**; Distribution memastikan bahwa Strategi Pembangunan kepariwisataan lebih terfokus pada upaya pencapaian distribusi yang adil antara Tenaga Kerja dan modal karena tidak akan cukup jika berkembang sendiri-sendiri.
5. **Acting locally**; fokus pada pengembangan di level lokal dengan tetap mengacu pada kebijakan nasional.
6. **Retention**; mengurangi kebocoran ekonomi lokal dan membangun jaringan didalamnya dengan fokus pada santai nilai supply produk kepariwisataan untuk jangka waktu yang panjang.

Ada beberapa alasan kuat yang membenarkan industri kepariwisataan dapat menjadi instrumen strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan di antaranya adalah:

Kepariwisataan merupakan kegiatan yang memiliki keterkaitan lintas sektor dan lintas skala usaha berkembangnya kegiatan pariwisata akan menggerakkan berlapis-lapis mata rantai usaha yang terkait di dalamnya, sehingga akan menciptakan efek ekonomi multi



ganda (multiplier effect) yang akan memberikan nilai manfaat ekonomi yang sangat berarti bagi semua pihak yang terkait dalam mata rantai usaha kepariwisataan tersebut. Dampak ekonomi multi ganda pariwisata akan menjangkau baik dampak langsung dan tak langsung dampak ikutan yang pada umumnya terkait dengan usaha skala kecil dan menengah maupun usaha usaha di sektor hulu pertanian perkebunan peternakan dan sebagainya maupun di sektor hilirnya (rumah makan, souvenir shop, akomodasi dan sebagainya).

Penyebaran destinasi pariwisata dapat membentang dan tersebar luas sampai di wilayah-wilayah terpencil, yang notabene sangat penting karena 3/4 orang yang sangat miskin tersebar hidup dan tinggal di wilayah terpencil. Adanya kesempatan untuk mendukung aktivitas ekonomi tradisional seperti; agrikultur dan kerajinan tangan melalui keterkaitan usaha kepariwisataan.

Kepariwisataan merupakan kegiatan yang padat karya dan oleh karena itu industri ini sangat membutuhkan tenaga kerja yang banyak, sehingga dapat menyerap tenaga kerja wanita dan remaja dalam skala yang signifikan dengan mengesampingkan faktor ekonomi, pariwisata bisa memberikan keuntungan non material seperti memberikan rasa bangga pada kekayaan budaya lokal, kebanggaan identitas dan rasa cinta tanah air. Para pakar pemberdayaan masyarakat di sektor kepariwisataan seperti Jameson, Goodwin and Edmunds (2004), telah mengemukakan bahwa kepariwisataan dapat dikatakan telah berpihak pada masyarakat miskin (*Pro-Poor Tourism*) apabila sudah dapat memberikan:

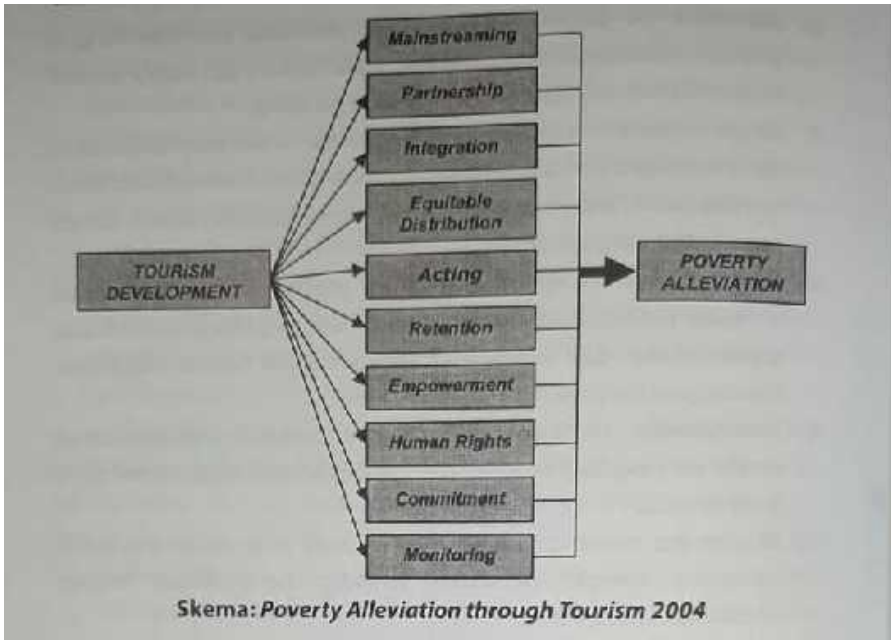
1. Peningkatan pendapatan ekonomi bagi masyarakat miskin melalui pekerjaan penuh dan atau paruh waktu, pembangunan Small Medium Enterprises (SME) atau memberikan peluang usaha melalui bisnis di bidang industri pariwisata.
2. Telah memberikan keuntungan lain seperti halnya; akses terhadap kebutuhan jaringan air bersih, peningkatan infrastruktur berupa jaringan jalan yang akan memberikan keterbukaan akses terhadap pasar, peningkatan fasilitas kesehatan, peningkatan fasilitas pendidikan, dan sebagainya.
3. Telah memberikan kapasitas dan peluang kepada masyarakat dalam pengambilan keputusan yang ditunjukkan untuk

meningkatkan kualitas kehidupan yaitu melalui peningkatan akses interaksi terhadap wisatawan dan kegiatan kepariwisataan yang tercipta.

Dalam rangka pengurus utamaan pada pengentasan kemiskinan melalui sektor kepariwisataan seperti diatas: menurut Ashley, Roe dan Goodwin (2001) ada beberapa faktor kunci yang perlu diperhatikan terutama dalam memfasilitasi dan mengembangkan Pro-Poor Tourism (PPT) ini diantaranya adalah:

1. Memberikan akses bagi masyarakat miskin terhadap pasar baik dalam artian fisik maupun nonfisik.
2. Memberikan kemampuan pada masyarakat dalam melakukan kegiatan komersial, seperti standarisasi harga dan kualitas produk, kemampuan pemasaran, penguatan untuk melakukan bisnis di bidang industri pariwisata dalam lingkup destinasi yang lebih luas.
3. Memberikan kerangka kebijakan yang menguntungkan masyarakat seperti; kepemilikan lahan, regulasi perlindungan usaha, dan peningkatan kualitas SDM pariwisata.
4. **Empowerment**; menciptakan suatu kondisi untuk memberdayakan dan memungkinkan bagi masyarakat miskin untuk mempunyai akses pendapatan informasi dan untuk mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan.
5. **Human Rights**; menghilangkan segala macam bentuk diskriminasi terhadap pekerjaan orang atau yang mencari pekerjaan di bidang kepariwisataan dan mengurangi segala macam bentuk eksploitasi, khususnya pada perempuan dan anak-anak.
6. **Monitoring**; membuat indikator dan sistem yang sederhana untuk mengukur dampak pariwisata terhadap pengurangan tingkat kemiskinan (WTO,2004).

Cara diagramatis skema pembangunan kepariwisataan yang berpihak pada pengentasan kemiskinan dapat digambarkan sebagai berikut;



Gambar 1. Skema Pengembangan Pariwisata

Beberapa intervensi programatis yang umum telah digunakan untuk meningkatkan kontribusi kepariwisataan dalam upaya pengentasan kemiskinan, antara lain adalah sebagai berikut;

1. Pengembangan lapangan pekerjaan; adanya komitmen dari berbagai badan usaha yang bergerak di bidang kepariwisataan untuk mempekerjakan tenaga kerja lokal dengan upah yang wajar dan termasuk untuk memberikan pelatihan.
2. Pengembangan usaha kepariwisataan skala kecil; adanya komitmen untuk membantu pengembangan usaha-usaha pendukung kepariwisataan melalui dukungan teknis, dukungan marketing, dan akses pada kredit.
3. Perluasan jejaring kepariwisataan; dengan ekonomi lokal penggunaan sumberdaya lokal; untuk berbagai jenis usaha yang terkait dengan kepariwisataan seperti akomodasi transportasi makanan dan minuman, souvenir, serta berbagai jasa pelayanan yang lain.
4. Menciptakan sumber pendapatan bagi masyarakat lokal; berbagai kegiatan seperti negosiasi biaya kontrak tanah atau perjanjian

perjanjian dagang yang ada dengan masyarakat harus selalu diupayakan dengan mengedepankan kemitraan yang kemitraan yang setara dan keadilan.

5. Perluasan pelayanan pada masyarakat; mengizinkan penduduk lokal untuk mengakses pelayanan yang dibangun untuk wisatawan termasuk infrastruktur, keamanan, komunikasi, kesehatan dan sebagainya.
6. Melestarikan akses ke sumber daya alam; menjamin bahwa kepariwisataan tidak akan menyebabkan dislokasi penduduk lokal dari habitatnya dan menutup akses pada sumber daya utama seperti air, jalan, fasilitas umum dan sebagainya.
7. Memperkecil dampak negatif terhadap budaya; mempromosikan adat dan tradisi serta kekayaan cipta karya dan produk kebudayaan masyarakat harus dengan penuh kehormatan, bukan dengan cara eksploitatif, dan memastikan bahwa wisatawan telah diberi nasehat agar berperilaku dan berpakaian dalam batas-batas yang sopan.
8. Meningkatkan ketahanan masyarakat setempat menghindari ketergantungan yang berlebihan kepada sektor kepariwisataan melalui keanekaragaman produk dan pasar sekaligus memperbaiki usaha dan kapasitas sumber daya manusia lokal.
9. Meningkatkan partisipasi dalam perencanaan dan proses pengambilan keputusan memberikan kebijakan yang respek pada lingkungan kelembagaan yang mendukung keterlibatan penduduk lokal yang cukup berarti serta dialog yang kondusif bagi segenap stakeholder.

Dalam rangka meningkatkan peran aktifnya untuk mencapai berbagai tujuan yang telah dicanangkan dalam agenda MDGs sektor kepariwisataan telah menegaskan komitmen dan kepedulian nya untuk mengatasi pengangguran dan kemiskinan melalui sektor pariwisata.

Komitmen dan kepedulian ini kemudian telah dirumuskan dengan wujud *new deal* di bidang pembangunan kepariwisataan tersebut tertuang dalam prinsip *triple track* strategi yang terdiri dari *Pro-Growth*, *Pro-job* dan *Pro-Poor* di dalam pembangunan sektor kepariwisataan.

Track pertama (*Pro growth*); dilakukan dengan meningkatkan pertumbuhan dengan mengutamakan peningkatan kedatangan wisatawan dan investasi di bidang pariwisata dan pengembangan desa wisata.

Track kedua (*pro-job*) dilakukan dengan menggerakkan penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja di sektor kepariwisataan.

Track Ketiga (*pro-poor*); dilakukan dengan revitalisasi pertanian kehutanan, kelautan dan ekonomi pedesaan untuk mengurangi kemiskinan di sektor destinasi wisata.

Implementasi kebijakan ini selanjutnya dilaksanakan melalui 3 kluster kegiatan yaitu **kluster pertama** adalah perlindungan dan bantuan sosial, termasuk pangan, kesehatan dan pendidikan **kluster kedua** adalah memberdayakan komunitas masyarakat dan **kluster ketiga** adalah penguatan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk mempermudah kegiatan usaha kepariwisataan bagi para pengusaha mikro dan menengah dengan jaminan pemerintah.

Peran aktif kepariwisataan dalam rangka pelaksanaan triple track strategis ini pada dasarnya ada pada kluster ke-2 dan ke-3 yang banyak dilakukan melalui program nasional pemberdayaan masyarakat pariwisata yang terintegrasi dalam PNPM Mandiri sektor pariwisata

## 2.4 Kemandirian Pembangunan Kepariwisataan

Kemandirian pembangunan, termasuk di sektor pembangunan kepariwisataan merupakan suatu aspek yang telah masuk ke dalam visi Indonesia 2030 yang didasarkan paling tidak pada empat alasan utama sebagai berikut;

- 2.1 Masuknya Indonesia dalam lima besar kekuatan ekonomi dunia dengan pendapatan perkapita sekitar UUS 18 ribu dan jumlah penduduk sekitar 285 juta jiwa dan telah masuk dalam 10 besar tujuan pariwisata dunia telah layak untuk mulai berpikir tentang kemandirian pembangunan.
- 2.2 Terwujudnya komitmen politik untuk pemanfaatan kekayaan alam yang berkelanjutan dan tercapainya kemandirian dalam pemenuhan energy domestik telah mendorong munculnya

pemikiran tentang keberlanjutan dan kemandirian pembangunan.

2.3 Terwujudnya kualitas hidup modern yang merata (Shared Growth) yang antara lain telah ditandai oleh masuknya Indonesia dalam 30 besar indeks pembangunan manusia (HDI) terbaik di dunia telah mendorong upaya-upaya kemandirian pembangunan.

2.4 Masuknya paling sedikit 30 perusahaan Indonesia dalam daftar Fortune 500 companies juga telah mendorong usaha-usaha kemandirian pembangunan di Indonesia.

Secara konseptual kemandirian (Self Reliance) pembangunan kepariwisataan di Indonesia telah difahami sebagai; upaya untuk mewujudkan program-program pembangunan kepariwisataan yang ada harus dirancang secara sistematis agar individu maupun masyarakat Indonesia bisa menjadi subjek dari pembangunan kepariwisataan itu sendiri.

Walaupun kemandirian pembangunan kepariwisataan sebagai dasar filosofi kenyataannya juga dianut oleh negara-negara yang telah maju secara ekonomi, namun demikian pada kenyataannya Konsep ini telah lebih banyak dihubungkan dengan prosesi pembangunan kepariwisataan yang dilaksanakan oleh negara-negara yang sedang berkembang.

Secara historis pembangunan dilakukan oleh negara-negara yang sedang berkembang sebagai upaya untuk mengejar ketertinggalannya di bidang ekonomi dari negara-negara yang sudah maju. Sayangnya Pembangunan yang dilaksanakan seringkali terfokus hanya pada bidang ekonomi dengan sasaran utama meningkatkan produksi dan pendapatan dan jarang memperhatikan faktor manusia sebagai subjek. Dalam pelaksanaannya sering kita jumpai berbagai dampak negatif yang berupa martabat manusia telah merosot hingga sekedar menjadi alat untuk mencapai tujuan ekonomi. pemerintah. Ketidakefisienan ini telah menimbulkan kesenjangan dalam kepemilikan akses terhadap proses dan hasil pembangunan yang ada.

Dengan kata lain hanya individu individu atau kelompok masyarakat tertentu yang menikmati hasil pembangunan tersebut.

Golongan yang diuntungkan ini adalah mereka yang biasanya dekat dengan elite kekuasaan atau mereka yang secara sosial-ekonomi memang mampu meraih kesempatan yang ada.

Tentu saja golongan yang diuntungkan ini merupakan golongan kecil dari masyarakat. Sebagian besar masyarakat, karena berada dalam tingkat sosial ekonomi yang tidak berdaya (powerless) maka tidak mampu untuk mengambil manfaat atas hasil-hasil pembangunan kepariwisataan yang ada.

Melihat uraian sekilas di atas tampak konsep kemandirian pembangunan menjadi faktor sangat penting dalam pembangunan kepariwisataan. Konsep ini tidak hanya mencakup pengertian kecukupan diri (self sufficiency) di bidang ekonomi, tetapi juga meliputi faktor manusia secara pribadi, yang dalamnya mengandung unsur penemuan diri (self-discovery) berdasarkan kepercayaan diri (self confidence) sebagai subjek pembangunan kepariwisataan.

Kemandirian adalah satu sikap yang mengutamakan kemampuan diri sendiri dalam mengatasi berbagai masalah demi mencapai satu tujuan tanpa menutup diri terhadap pelbagai kemungkinan kerjasama yang saling menguntungkan.

Dalam pengertian sosial atau pergaulan antara manusia (kelompok komunitas) kemandirian juga bermakna sebagai organisasi diri (self organization) atau manajemen diri (self management). Unsur-unsur tersebut saling berinteraksi dan melengkapi sehingga muncul suatu keseimbangan dalam keseluruhan interaksi dalam proses pembangunan kepariwisataan.

Pada aras ini pencarian pola yang tepat agar interaksi antar unsur selalu mencapai keseimbangan menjadi sangat penting. Setiap keseimbangan yang dicapai akan menjadi landasan bagi perkembangan berikutnya. Proses kemandirian pembangunan adalah sebuah proses yang berjalan tanpa ujung. Namun demikian lebih menyerupai sebuah spiral yang akan berskala membesar seiring dengan berjalannya waktu pembangunan itu sendiri.

Dalam konteks pembangunan kepariwisataan sikap kemandirian masyarakat tadi harus dijadikan salah satu tolak ukur keberhasilan dalam menakar kinerja pembangunan kepariwisataan yakni apakah rakyat atau masyarakat di destinasi menjadi lebih

Mandiri atau Malah semakin bergantung pada kekuatan eksternal.

Pada tataran implementasi proyek pembangunan kepariwisataan yang dikembangkan haruslah dapat dijangkau oleh kemampuan yang ada pada masyarakat di sekitar destinasi. Dengan kata lain proyek-proyek tadi hendaklah memungkinkan golongan miskin ikut berpartisipasi, baik pada tingkat perencanaan, implementasi, maupun tingkat pengawasan sehingga mereka akan memiliki landasan dan modal sosial yang kuat bagi terbentuknya proses *self management*.

Inti tujuan dari pada otonomi daerah di bidang kepariwisataan sebetulnya adalah terciptanya kemandirian lokal khususnya kemandirian masyarakat di destinasi. Sementara untuk mengembangkan kemandirian lokal tadi upaya pemberdayaan sumber daya manusia terkait serta potensi lingkungan kepariwisataan setempat menjadi sangat penting.

Pada dasarnya terdapat tiga aspek kemandirian lokal dalam perspektif kemandirian pembangunan kepariwisataan, di antaranya adalah:

1. *Community oriented* yaitu pembangunan kepariwisataan yang didasarkan pada kebutuhan nyata dan disadari oleh masyarakat setempat.
2. *Community basket* yaitu pembangunan kepariwisataan tadi harus berdasarkan pada sumber daya dari masyarakat setempat, yaitu SDM, SDA, sumber daya kelembagaan ekonomi-sosial-politik dan nilai-nilai yang mendukungnya.
3. *Community managed* yaitu pembangunan kepariwisataan yang mengikutsertakan masyarakat setempat dari perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sampai dengan pemanfaatan hasil kegiatan kepariwisataan yang ada.

Dalam perspektif kemandirian pembangunan kepariwisataan seperti telah banyak diuraikan di atas maka setiap kebijakan dan program pembangunan kepariwisataan yang dibuat haruslah mengacu paling tidak pada prinsip-prinsip keberpihakan sebagai berikut:



- a. Pendelegasian sepenuhnya kepada daerah untuk merumuskan pengimplementasian dan mengawasi penyelenggaraan program pembangunan kepariwisataan yang ada di daerahnya. titik beratnya adalah upaya pemberdayaan kelembagaan masyarakat sebagai pemrakarsa dan pelaksana pembangunan kepariwisataan.
- b. Meningkatkan kualitas interkoneksi antar tatanan segenap aspek pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada demokrasi dan keadilan.
- c. Menciptakan pengembangan lingkungan kepariwisataan yang kondusif bagi tatanan wilayah atau daerah maupun bagi tatanan fungsional melalui penataan sistem hukum, sistem keamanan dan kenyamanan serta efektivitas berbagai sistem kehidupan terkait seperti politik, sosial, budaya dan perekonomian.
- d. Pelaksanaan otonomi daerah dilaksanakan secara bertahap dalam proses yang tidak diintervensi secara berlebihan yang sifatnya selalu kontekstual atau sesuai dengan tingkat perkembangan kematangan masyarakat setempat.

Perspektif kemandirian dalam pembangunan kepariwisataan seperti yang telah diuraikan diatas yang semestinya harus menjadi salah satu pilar penting dalam pengembangan program-program pembangunan destinasi pariwisata dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) sebagai perwujudan tindak lanjut dari mandat Undang-Undang No.10/2009 tentang kepariwisataan.

## PARIWISATA ERA MILENIAL

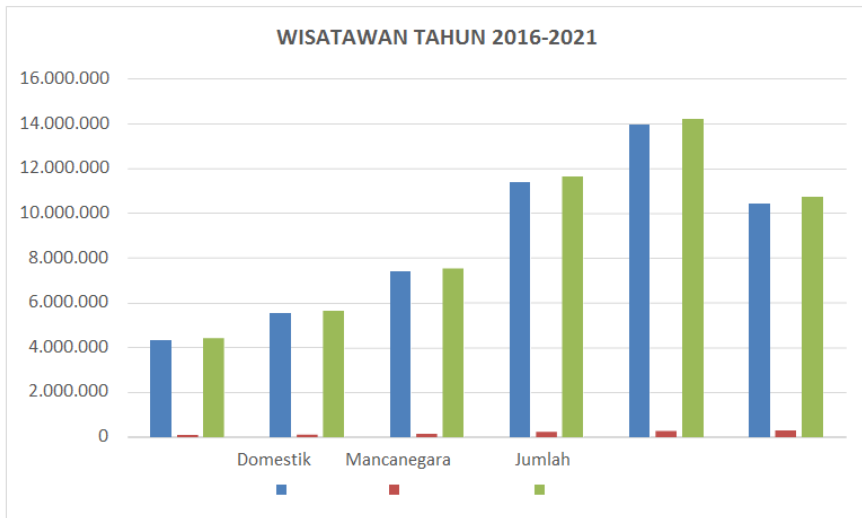
Sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang terbesar perekonomian di Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan suatu negara, dikarenakan pariwisata dianggap secara langsung dapat memberikan kontribusi lebih pada pendapatan daerah. Sektor pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu sektor unggulan dalam upaya perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja maupun dalam pengentasan kemiskinan. Kunjungan wisatawan Indonesia sejak tahun 2016 sampai tahun 2021 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan domestik dan mancanegara 4,4 juta dan pada tahun 2021 jumlah wisatawan mencapai 10,7 juta.

**Tabel 1 Perkembangan Jumlah Wisatawan Ke Indonesia Tahun 2016-2021**

TAHUN	WISATAWAN		TOTAL
	Nusantara (Pergerakan)	Mancanegara (Kunjungan)	
1	2	3	4
2016	4.327.188	95.528	4.422.716
2017	5.530.803	114.907	5.645.710
2018	7.381.774	155.053	7.536.827
2019	11.395.827	245.372	11.641.199
2020	13.933.207	274.742	14.207.949
2021	10.445.855	298.063	10.743.918

Sumber/source: LKIP DISPAREKRAF 2020

Kunjungan wisatawan mancanegara sejak tahun 2016 terus mengalami kenaikan sedangkan jumlah kunjungan wisatawan domestik paling tinggi adalah di tahun 2018 yakni mencapai 13,8 juta. Grafik perkembangan jumlah kunjungan wisata dapat dilihat seperti berikut:



Sektor pariwisata sangat dimungkinkan mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi karena ketersediaan berbagai potensi pariwisata yang ada serta dukungan pemerintah daerah dalam bentuk regulasi. Pemerintah mulai melakukan pengembangan inovasi kebijakan yang memanfaatkan teknologi supaya terbangun desa yang *smart*. Kebijakan desa berbasis digital *adalah* kebijakan yang menciptakan suatu desa supaya mampu dan bisa dalam menyelesaikan masalahnya sendiri secara cerdas dan desa yang bisa dan mampu menggunakan **teknologi digital** untuk mengembangkan potensi di tingkat desa termasuk potensi pariwisata. Sebagai sebuah konsep baru, kebijakan desa berbasis digital (*smart village*) di Indonesia masih belum maksimal. Masih banyak ditemukan *gap* antara kajian teoritis dengan praktik dalam penerapannya, dengan tujuan membangun masyarakat yang paham teknologi tidak hanya demi meningkatkan kualitas SDM saja, tetapi adanya kebijakan desa berbasis digital ini akan meningkatkan efektifitas pengembangan pariwisata berbasis teknologi (*digital tourism*).

### 3.1 Pariwisata dan Milenial : Membangun Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Desa Wisata

Peran kaum milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam **explore** potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

Studi yang dilakukan Tim (2020) terdapat beberapa fakta kaum milenial kerap dibutakan dalam perangkap modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autentisitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. Padahal, milenial (kaum muda) memegang peran penting dalam kebijakan pengembangan desa wisata termasuk kegiatan pemasaran/promosinya. Tidak hanya peran Pemerintah, Investor, Akademisi dan Media. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba melakukan kajian tentang peran milenial (pemuda) sebagai **cross cutting interpreters** dalam pengembangan desa wisata, yang akan mengambil 2 lokasi yaitu desa wisata Harapan Jaya Kabupaten Pesawaran dan desa wisata Kelawi Kabupaten Lampung Selatan, dengan titik fokus pada pengembangan pariwisata berbasis teknologi, di pekon Harapan Jaya dan desa Kelawi sesuai dengan perkembangan di era terkini.

Fakta lain juga diungkapkan oleh Nugroho dan Palguna (2016) yang menjelaskan bahwa minimnya partisipasi kaum *milenial* dalam pengelolaan desa wisata di disebabkan 2 faktor, *Pertama*, adanya konsepsi *ageism* oleh kalangan senior yang memandang kaum milenial terlalu muda, kurang mampu dan belum matang, serta masih terlalu emosional dalam pengelolaan desa wisata. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam

mengaktualisasikan diri secara autentisitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. *Kedua*, adanya kekeliruan dalam memaknai suatu pekerjaan. Kaum milenial cenderung memandang suatu pekerjaan sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi bukan sebagai wadah untuk berekspresi dan berkreaitivitas. Implikasinya, mereka lebih memilih untuk mencari pekerjaan ke kota daripada mengembangkan potensi ekonomi yang ada di desa. Hal ini tentunya terjadi karena kekeliruan tersebut yang telah menumpulkan kreativitas mereka.

Berdasarkan studi yang dilakukan Tim (2020), Terdapat temuan bahwa realitas ini terjadi pada kebijakan pengembangan pariwisata di Propinsi Lampung. Kebijakan pariwisata di Propinsi Lampung cenderung berjalan sendiri-sendiri antara Kabupaten/ Kota, selain itu belum memiliki tema sentral yang layak jual, serta belum melibatkan milenial/kaum muda.

Dalam perspektif kemandirian pembangunan kepariwisataan seperti telah banyak diuraikan di atas maka setiap kebijakan dan program pembangunan kepariwisataan yang dibuat haruslah mengacu paling tidak pada prinsip-prinsip keberpihakan sebagai berikut:

- a. Pendelegasian sepenuhnya kepada daerah untuk merumuskan pengimplementasian dan mengawasi penyelenggaraan program pembangunan kepariwisataan yang ada di daerahnya. titik beratnya adalah upaya pemberdayaan kelembagaan masyarakat sebagai pemrakarsa dan pelaksana pembangunan kepariwisataan.
- b. Meningkatkan kualitas interkoneksi antar tatanan segenap aspek pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada demokrasi dan keadilan.
- c. Menciptakan pengembangan lingkungan kepariwisataan yang kondusif bagi tatanan wilayah atau daerah maupun bagi tatanan fungsional melalui penataan sistem hukum, sistem keamanan dan kenyamanan serta efektivitas berbagai sistem kehidupan terkait seperti politik, sosial, budaya dan perekonomian.
- d. Pelaksanaan otonomi daerah dilaksanakan secara bertahap dalam proses yang tidak diintervensi secara berlebihan yang sifatnya selalu kontekstual atau sesuai dengan tingkat perkembangan kematangan masyarakat setempat.

Perspektif kemandirian dalam pembangunan kepariwisataan seperti yang telah diuraikan diatas yang semestinya harus menjadi salah satu pilar penting dalam pengembangan program-program pembangunan destinasi pariwisata dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) sebagai perwujudan tindak lanjut dari mandat Undang-Undang No.10 /2009 tentang kepariwisataan.

Realitas ini sangat disayangkan menimbang kaum milenial dianggap sebagai *cross-cutting actor* dengan stamina yang lebih prima, akrab dengan kecanggihan teknologi, menyukai tantangan dan hal-hal baru.

Kunci dari permasalahan di atas adalah memberikan solusi perlu dilakukannya penelitian tentang peran *millennial* sebagai *cross cutting intepreters* dalam kebijakan pengembangan pariwisata Lampung. Penelitian ini dilakukan di Desa Kelawi Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian ini juga bertujuan untuk membangun partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, secara khusus bagi millennial desa, lebih dari itu mendukung program Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif yakni memotivasi masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan melalui perwujudan *Sapta Pesona* (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan) melalui kebijakan pengembangan potensi unggulan pariwisata di lokasi penelitian ini.

## PEMBANGUNAN PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF KEARIFAN LOKAL

Bryant and White (dalam Suryono, 2010:2) menyebutkan bahwa pembangunan adalah upaya meningkatkan kemampuan manusia untuk mempengaruhi masa depannya dengan memiliki lima implikasi utama, yaitu: (1) Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan manusia secara optimal, baik individu maupun kelompok (*capacity*). (2) Pembangunan berarti mendorong tumbuhnya kebersamaan, pemerataan nilai dan kesejahteraan (*equity*). (3) Pembangunan berarti menaruh kepercayaan kepada masyarakat untuk membangun dirinya sendiri sesuai dengan kemampuannya. Kepercayaan ini dinyatakan dalam bentuk kesempatan yang sama, kebebasan memilih dan kekuasaan untuk memutuskan (*empowerment*). (4) Pembangunan berarti membangkitkan kemampuan untuk membangun secara mandiri (*sustainability*). (5) Pembangunan berarti mengurangi ketergantungan negara satu kepada negara lain, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan saling menghormati (*interdependence*). Lima prinsip dasar pembangunan di atas harus berorientasi pada pembangunan yang berwawasan *people centered development* (pembangunan yang berpusat pada rakyat), yang berarti adanya proses pembangunan dengan tujuan peningkatan kemampuan manusia dalam menentukan masa depannya (Suryono, 2010:3).

Pariwisata ialah suatu proses perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dan di luar tempat tinggalnya, baik perorangan maupun kelompok. Pariwisata diadakan karena berbagai kepentingan seperti kepentingan budaya, sosial, agama atau kepentingan yang lainnya dengan tujuan untuk memperoleh kenikmatan, serta memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Sementara itu, orang atau kelompok yang mengadakan perjalanan disebut wisatawan jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau tujuan wisata tetapi jika lama tinggalnya dalam waktu kurang dari 24 jam disebut pelancong (Suwanto, 1997:3).

Pemerintah dan Pemerintah Daerah mempunyai kewajiban di dalam pembangunan kepariwisataan sesuai dengan isi Undang-Undang No. 10 Tahun 2009:

- (a) Menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, serta keamanan dan keselamatan kepada wisatawan;
- (b) Menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi dan memberikan kepastian hukum;
- (c) Memelihara, mengembangkan dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergali; dan
- (d) Mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.

Perjalanan wisata dapat terjadi dengan tersedianya sumberdaya yang dapat menarik wisatawan. Sumberdaya pariwisata menurut Pitana (2009:69-75), terdiri atas: sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumberdaya budaya dan sumberdaya minat khusus. Sumberdaya alam yang dapat menjadi sumberdaya pariwisata menurut Fannel, yang dikutip oleh Pitana (2009:76) seperti: lokasi geografis, iklim dan cuaca, topografi dan *landforms*, *surface materials*, air, vegetasi, fauna. Sumberdaya manusia dalam pariwisata merupakan salah satu komponen yang sangat penting di dalam pembangunan pariwisata. Faktor sumberdaya manusia sangat menentukan keberhasilan pembangunan pariwisata. Sumberdaya



budaya dapat menjadi salah satu faktor yang dapat menarik wisatawan untuk melakukan perjalanan wisatanya.

Salah satu jenis pariwisata yang menggunakan sumberdaya budaya sebagai modal utama dalam atraksi wisata disebut pariwisata budaya. Pariwisata budaya memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk melakukan kontak langsung dengan masyarakat lokal dan kepada individu yang memiliki pengetahuan khusus tentang sesuatu objek budaya. Jenis pariwisata ini memberikan variasi yang luas menyangkut budaya, mulai dari seni pertunjukkan, seni rupa, festival, makanan tradisional, sejarah, pengalaman nostalgia dan cara hidup yang lain. Pariwisata saat ini bisa dikatakan menjadi salah satu kebutuhan hidup manusia modern karena kemajuan dari teknologi, serta informasi yang terus mengalami perkembangan.

Pariwisata dan kebudayaan menurut Selo Soemarjan (dalam Spillane, 1989:50) berkaitan erat dengan pembangunan ekonomi yang berdampak terhadap bidang sosial dan budaya. Dampak yang ditimbulkan ada yang positif dan ada yang negatif. Biasanya dampak positif tidak hanya menarik perhatian banyak orang, mungkin karena dianggap sudah sewajarnya dalam usaha masyarakat untuk memperbaiki kehidupannya. Sebaliknya, akibat yang negatif dapat menimbulkan kritik bahkan lebih ekstrim dapat menimbulkan reaksi dan tindak kekerasan dari berbagai golongan dalam masyarakat. Peran pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya berintikan tiga segi, yaitu: segi ekonomis, segi sosial dan segi kebudayaan (Spillane, 1989:54).

Ada beberapa benang merah pengembangan pariwisata yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Pertama*, penerapan strategi perluasan kesempatan berusaha bagi kalangan miskin di sekitar kawasan pariwisata. *Kedua*, perluasan kesempatan kerja bagi penduduk lokal. *Ketiga*, pencegahan degradasi mutu lingkungan yang berdampak langsung dan lebih rentan bagi masyarakat. *Keempat*, penekanan pada upaya meminimalkan dampak sosial budaya pariwisata. *Kelima*, pendampingan masyarakat lokal untuk pengembangan bisnis inti dan pendukung pariwisata. *Keenam*, promosi organisasi lokal yang dibentuk untuk kepentingan

pariwisata (Damanik, 2013:10-12).

Daya tarik pariwisata budaya belum banyak dieksplorasi dalam kajian akademik. Budaya etnik dan peninggalan sejarah, misalnya seringkali dipandang sebagai inti daya tarik pariwisata budaya. Dalam kajian akademik muncul terminologi baru seperti *heritage tourism*, yang dalam terminologi bahasa Indonesia hampir tidak berbeda dengan pariwisata budaya (*cultural tourism*). Kemudian, para ahli memperluas cakupan pariwisata budaya dengan memasukkan sejumlah *events* budaya sebagai aktivitas utamanya (Damanik, 2013:109).

Wisatawan yang terlibat dalam pariwisata budaya memiliki sejumlah tipologi yang berbeda dengan tipologi segmen pasar wisatawan lainnya menurut Mc Kercher (dalam Damanik, 2013:110). Tipologi pariwisata tersebut dapat diidentifikasi ke dalam lima tipologi berikut:

1. “*The purposeful cultural tourist*” atau wisatawan yang semata-mata bertujuan untuk menikmati atraksi dan mempelajari budaya sebagai alasan untuk melaksanakan perjalanan wisata.
2. “*The sightseeing cultural tourist*” atau wisatawan yang ingin menikmati warisan budaya lain sebagai alasan utama perjalanan, akan tetapi ia lebih berorientasi pada pencarian pengalaman kesenangan daripada pemahaman yang lebih dalam atas budaya tersebut.
3. “*The casual cultural tourist*” atau wisatawan yang ingin menikmati warisan budaya lain secara terbatas sebagai alasan melakukan perjalanan wisata dan di destinasi tersebut mereka hanya sekedar mengunjungi atraksi secara sekilas.
4. “*The incidental cultural tourist*” atau wisatawan yang tidak menjadikan budaya sebagai penentu dalam proses keputusan berwisata, namun ketika berada di destinasi mereka juga mengunjungi atraksi-atraksi budaya.
5. “*The serendipitous cultural tourist*” atau wisatawan yang tidak menjadikan budaya sebagai penentu dalam proses keputusan berwisata. Namun, ketika berada di destinasi mereka juga mengunjungi atraksi budaya dan memperoleh pengalaman berharga di sana.

Kearifan lokal dan keunggulan lokal menurut Suryono (2010:14) ialah kebijaksanaan manusia yang berdasarkan filosofi nilai-nilai, etika, cara-cara dan perilaku yang telah berlaku sejak dahulu. Bentuk-bentuk kearifan lokal yang ada di dalam masyarakat ialah nilai, norma, etika, kepercayaan, adat istiadat, hukum, adat, serta aturan-aturan khusus yang berlaku di masyarakat dengan fungsi yang bermacam pula. Beberapa fungsi kearifan lokal, antara lain:

1. Sebagai bentuk konservasi dan pelestarian sumberdaya alam,
2. Pengembangan sumberdaya manusia,
3. Digunakan untuk mengembangkan kebudayaan dan ilmu pengetahuan,
4. Sebagai petuah, kepercayaan, sastra dan pantangan,
5. Mempunyai makna sosial, contohnya upacara yang dilaksanakan pada tahap menanampadi,
6. Mempunyai makna etika dan moral, serta
7. Bermakna politik atau hubungan kekuasaan.

Daya tarik wisata budaya merupakan salah satu nilai unggul yang dapat dikembangkan oleh Pemerintah Daerah. Menurut Sunaryo (2013:26), daya tarik wisata budaya ialah daya tarik wisata yang pengembangannya berdasarkan pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik itu berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan suatu masyarakat. Contoh daya tarik wisata budaya ialah upacara atau ritual, adat-istiadat, seni pertunjukan dan lain sebagainya. Karakteristik wisata budaya dari suatu daerah memiliki peran yang sangat menentukan dalam menyerap dampak dari destinasi pariwisata suatu daerah. Wisata budaya yang memiliki karakteristik yang lain daripada yang lain merupakan nilai unggul yang dapat dijadikan kekuatan dalam menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Ada beberapa karakteristik unggul dari industri pariwisata yang membuat industri ini mampu berperan sebagai keunggulan kompetitif bagi pembangunan daerah, yakni:

1. Sektor pariwisata ialah salah satu industri yang memiliki keterkaitan nilai (*multiplier effects*) yang sangat panjang dan mampu menjalin sinergi pertumbuhan dengan berbagai usaha mikro termasuk kegiatan *home industry*.

2. Usaha yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata dapat menyerap tenaga kerja sumberdayasetempat (*local resources based*) dan yang paling penting berbahan baku yang relatif tidak pernah habis atau terbaharui (*renewable resources*).
3. Tidak adanya *over supply* dalam industri pariwisata karena mempunyai karakteristik produk yang khas dan relatif tidak dipengaruhi oleh adanya situasi resesi/krisis ekonomi pada suatu negara.

Kemajuan teknologi, serta pengaruh globalisasi saat ini sangat mempengaruhi seluruh sendi kehidupan masyarakat dunia. Giddens (1994:5) menjelaskan globalisasi merupakan seperangkat proses yang kompleks yang sering bertentangan dan terkadang kontradiktif. Globalisasi tidak hanya mempengaruhi perubahan dalam kehidupan sehari-hari tetapi juga bagaimana cara untuk aktivitas lokal dapat mempengaruhi masyarakat tingkat global (Ife, 2014:378). Menghubungkan antara tingkat global dapat mempengaruhi tingkat lokal atau sebaliknya, bagaimana tingkat lokal berpengaruh terhadap kehidupan global menjadi tantangan besar bagi pengembangan masyarakat.

Pariwisata budaya sebagai sebuah daya tarik wisata menurut Damanik (2013:109) harus mempunyai keunikan tempat atau lokasi yang dapat memberikan sebuah pengalaman yang berbeda, serta terciptanya citra menarik bagi tradisi, latar belakang etnik dan lanskap destinasi. Setiap produk budaya mempunyai potensi untuk dikemas sesuai kebutuhan pengembangan pariwisata budaya dan juga memiliki nilai keunggulan kompetitif dan berkelanjutan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan tidak hanya mengedepankan pertumbuhan ekonomi semata tetapi yang paling penting ialah terjaganya kelestarian lingkungan, keberlanjutan pembangunan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi.

Beberapa pakar di bidang analisis dampak lingkungan dari aktivitas kepariwisataan seperti Alister Matchieoson dan Geoffrey Wall, yang dikutip dalam Sunaryo (2013:53-54) menguraikan bahwa prinsip dari model pembangunan pariwisata berkelanjutan dan berwawasan lingkungan berintikan pengukuran kinerja

pembangunan kepariwisataan dengan beberapa aspek indikator penting:

Aspek indikator lingkungan fisik yang memerlukan pengamatan dan pengukuran secara periodik ada dua yaitu pertama yang bersifat *fixed* terdiri atas sumberdaya alam/ekologi bukan buatan manusia, seperti: lanskap, hutan, danau, ketersediaan air tanah, polusi udar terumbu karang, flora dan fauna dan seterusnya. Kedua, yang bersifat *flexible* berupa buatan manusia, contohnya: sistem infrastruktur, transportasi dan lainnya.

1. Aspek indikator sosial budaya yang harus selalu dimonitor kondisi dan kapasitasnya ialah
  - (a) Jumlah wisatawan dan tipe kegiatan rekreasi, serta perilaku wisatawan yang terserap oleh destinasi tanpa harus mempengaruhi identitas, gaya hidup dan kehidupan sosial budaya;
  - (b) Pelibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata;
  - (c) Memberikan kontribusi terhadap konservasi sumberdaya alam dan *cultural heritage*;
  - (d) Memberikan nilai kepada wisatawan terhadap hubungannya dengan masyarakat lokal, kearifan lokal, isu-isu sosial dan lingkungan setempat;
  - (e) Meminimalkan dampak negatif ekonomi, lingkungan, budaya dan sosial dari pengembangan pariwisata;
  - (f) Menumbuhkan hubungan baik antara wisatawan dengan masyarakat sekitar destinasi.

Wujud tata kelola kepariwisataan yang dapat memberikan kesempatan pada masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha kepariwisataan juga bisa mendapatkan keuntungan dari kepariwisataan yang ada.

Bentuk kepariwisataan yang menuntut pemberdayaan secara sistematis dan demokratis serta distribusi keuntungan yang adil kepada masyarakat yang kurang beruntung yang ada di destinasi.

Sedangkan menurut Hausler (2007), CBT pada hakekatnya merupakan salah satu pendekatan dalam pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak dalam bentuk pemberian

akses pada manajemen dan sistem pembangunan kepariwisataan yang berujung pada pemberdayaan politik melalui kehidupan yang lebih demokratis termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan kepariwisataan secara lebih adil bagi masyarakat lokal.

Dengan kalimat yang agak berbeda hakikat dan ciri-ciri khusus dari CBT dikemukakan oleh Hudson dan Timothy (1999) sebagai; pemahaman yang berkaitan dengan kepastian manfaat yang diperoleh oleh masyarakat dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta kelompok lain yang memiliki ketertarikan atau minat kepada pariwisata setempat dan tata kelola kepariwisataan yang memberi ruang kontrol yang lebih besar untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Secara principal, CBT berkaitan erat dengan adanya kepastian partisipasi aktif dari masyarakat setempat dalam pembangunan kepariwisataan yang ada. Partisipasi masyarakat dalam pariwisata terdiri atas dua perspektif; yaitu partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan partisipasi yang berkaitan dengan distribusi keuntungan yang diterima oleh masyarakat dari pembangunan pariwisata.

Oleh karena itu pada dasarnya terdapat 3 prinsip pokok dalam strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang berbasis pada masyarakat (CBT) yaitu;

1. Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan,
2. Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan, dan
3. Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.

Model pemahaman terhadap CBT seperti tadi sering dikenal dengan istilah Albeit Western Perspektif. Kalau kita lebih mendalami pemikiran dari Murphy sendiri dalam konteks diskusi CBT tadi sebetulnya lebih menekankan pada misi strategi yang terfokus pada masyarakat sebagai tuan rumah (host) dan keinginan serta kemampuan mereka untuk mendapatkan manfaat dari kepariwisataan, sehingga setiap individu masyarakat hendaknya didorong untuk mampu mengidentifikasi tujuannya sendiri dan

mengarahkan pengembangan kepariwisataan yang ada untuk dapat mengingatkan pencapaian kebutuhan masyarakat lokal itu sendiri.

Komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu destinasi wisata, tidak dapat dipungkiri sebenarnya telah menjadi bagian dari sistem ekologi kepariwisataan yang saling kait-mengait. Untuk itu dibutuhkan perencanaan sedemikian rupa sehingga pelestarian aspek sosial ekonomi dan budaya serta lingkungan akan selalu menjadi pertimbangan utama dalam perencanaan pembangunan industri kepariwisataan tersebut.

Pada dasarnya ada 10 prinsip pokok yang membutuhkan perhatian seksama bagi para perencana pembangunan kepariwisataan, yang ada ada ghalibnya bermuara pada prinsip mengutamakan adanya hubungan yang lebih seimbang antara wisatawan dan masyarakat lokal dalam industri pariwisata.

Keseimbangan yang dimaksud antara lain dalam hal status kepemilikan kendali aset dari komunitas, pembagian keuntungan yang adil, hubungan sosial budaya yang didasari sikap saling menghargai, dan upaya bersama untuk menjaga lingkungan. (Suansri,2003)

1. Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan,
2. Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatankepariwisataan, dan
3. Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.

Model pemahaman terhadap CBT seperti tadi sering dikenal dengan istilah Albeit Western Perspektif. Kalau kita lebih mendalami pemikiran dari Murphy sendiri dalam konteks diskusi CBT tadi sebetulnya lebih menekankan pada misi strategi yang terfokus pada masyarakat sebagai tuan rumah (host) dan keinginan serta kemampuan mereka untuk mendapatkan manfaat dari kepariwisataan, sehingga setiap individu masyarakat hendaknya didorong untuk mampu mengidentifikasi tujuannya sendiri dan mengarahkan pengembangan kepariwisataan yang ada untuk dapat mengingatkan pencapaian kebutuhan masyarakat lokal itu sendiri.

Komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu destinasi wisata, tidak dapat dipungkiri sebenarnya

telah menjadi bagian dari sistem ekologi kepariwisataan yang saling kait-mengait. Untuk itu dibutuhkan perencanaan sedemikian rupa sehingga pelestarian aspek sosial ekonomi dan budaya serta lingkungan akan selalu menjadi pertimbangan utama dalam perencanaan pembangunan industri kepariwisataan tersebut.

Pada dasarnya ada 10 prinsip pokok yang membutuhkan perhatian seksama bagi para perencana pembangunan kepariwisataan, yang ada ada ghalibnya bermuara pada prinsip mengutamakan adanya hubungan yang lebih seimbang antara wisatawan dan masyarakat lokal dalam industri pariwisata.

Keseimbangan yang dimaksud antara lain dalam hal status kepemilikan kendali aset dari komunitas, pembagian keuntungan yang adil, hubungan sosial budaya yang didasari sikap saling menghargai, dan upaya bersama untuk menjaga lingkungan. (Suansri, 2003) Kesepuluh prinsip dasar yang di maksud pada hakekatnya harus menjadi tumpuan dan arahan pembangunan kepariwisataan yang yang diharapkan justru akan dapat menjaga keberlangsungan kepariwisataan itu sendiri; Kesepuluh prinsip dasar tari adalah sebagai berikut:

1. Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata.
2. Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek tahapan pengembangan kepariwisataan.
3. Mengembangkan kebanggaan komunitas.
4. Mengembangkan kualitas hidup komunitas.
5. Menjamin kelestarian lingkungan kepariwisataan.
6. Mempertahankan keunikan karakter dan budaya destinasi wisata.
7. Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas setempat.
8. Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia di lingkungan destinasi.
9. Mendistribusikan keuntungan kepariwisataan secara adil pada anggota komunitas destinasi.
10. Berperan aktif dalam menentukan persentase pendapatan (pendistribusian pendapatan yang adil) dari setiap kegiatan



kepariwisataan yang terkait dengan komunitas setempat.

Sedangkan menurut Suansri (Th.2003), di samping kesepuluh prinsip dasar tadi pengembangan kepariwisataan yang berbasis masyarakat (CBT) juga harus meliputi 5 dimensi pengembangan yang merupakan aspek utama pembangunan kepariwisataan sebagai berikut;

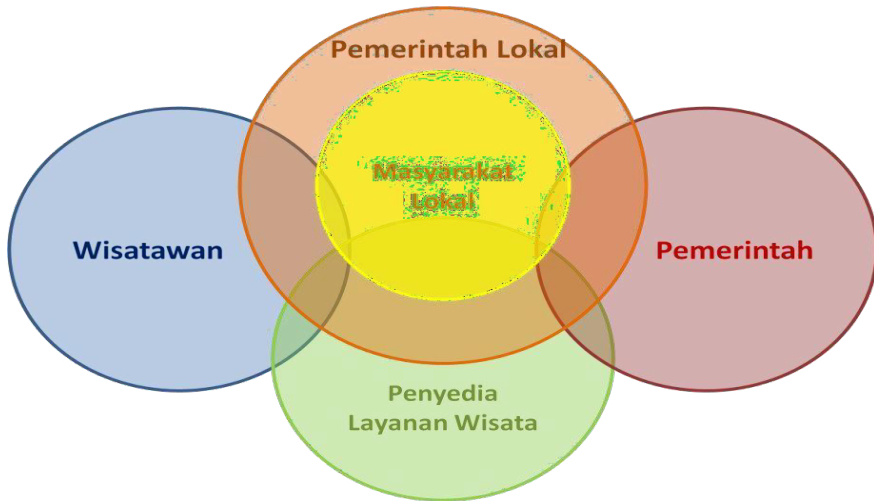
1. Dimensi ekonomi; dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, berkembangnya pendapatan masyarakat lokal dari setiap pariwisata.
2. Dimensi sosial; dengan indikator meningkatkan kualitas hidup peningkatan kebanggaan komunitas,

## **STRATEGI PARIWISATA 4.0: PERAN MILENIAL DALAM NATION BRANDING WONDERFUL INDONESIA 2016-2019**

### **5.1 Konsep Pariwisata 4.0 dan Nation Branding**

Pariwisata didefinisikan oleh Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) sebagai fenomenasosial, ekonomi dan budaya yang terkait pergerakan masyarakat ke suatu negara atau ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggal atau tempat mereka bekerja sehari-hari. Industri pariwisata ini selalu beradaptasi dengan masalah sosial dan perkembangan teknologi. (Peceny dkk, 2019) Saat ini, perkembangan teknologi yang masif telah mengubah cara masyarakat dalam melakukan kegiatan pariwisatanya baik di dalam negeri maupun luar negeri. Masyarakat menjadi semakin mudah dan semakin banyak yang melakukan kegiatan pariwisata. Bahkan, pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2017 sektor pariwisata dunia telah memberikan lapangan pekerjaan sebesar 330 juta di seluruh dunia, dan menghasilkan 10,4% PDB global. (Peceny dkk, 2019) Pariwisata yang terkait erat dengan teknologi ini disebut dengan Pariwisata 4.0. Konsep utama dari Pariwisata 4.0 menurut Peceny, dkk (2019:1) pada intinya berusaha mengintegrasikan semua stakeholder, yang meliputi masyarakat lokal, wisatawan, penyedia layanan wisata dan pemerintah, di sektor ini dalam proses inovasi kolaboratif yang berpusat di sekitar masyarakat setempat.

Gambar 1. Konsep Pariwisata 4.0 (Peceny dkk, 2019)



Konsep Pariwisata 4.0 lainnya dikemukakan oleh Manjari (2018 dalam Korže 2019: 37) yang menganggap bahwa pariwisata 4.0 sebagai tahap baru pengembangan pariwisata dibandingkan dengan E-tourism dan M-tourism. E-tourism disini mengacu pada digitalisasi pariwisata yang meliputi komersialisasi via internet untuk menawarkan layanan wisata seperti reservasi akaomodasi dan layanan transportasi, sedangkan M- tourism mengacu pada interaksi terkait pariwisata melalui perangkat seluler seperti GPS, peta elektronik dan lain sebagainya. (Korže 2019: 37)

Pariwisata 4.0 merupakan konsep yang tergolong baru, sehingga dalam pelaksanaannya, setiap negara menerapkan strategi yang berbeda-beda. Malaysia mulai menerapkan Smart Tourism 4.0 pada tahun 2018. Pemerintah Malaysia mengajak kerjasama perusahaan swasta Tencent Holdings yang merupakan perusahaan internet terbesar ke 4 dunia. (Malaysia Tourism Promotion Board, 2018) Menteri Pariwisata dan Budaya Malaysia, YB Dato' Seri Mohammed Nazri Abdul Aziz menyatakan bahwa melalui Malaysia Smart Tourism 4.0, masa depan industri pariwisata Malaysia akan terkoneksi seluruhnya melalui teknologi internet. Dengan demikian, mereka berharap dapat menjaring wisatawan asal China pada

umumnya agar dapat meningkatkan pendapatan negara. (Malaysia Tourism Promotion Board, 2018).

Berbeda dengan Malaysia, Thailand mengembangkan konsep *tourism 4.0* melalui 5 pilar utama pada tahun 2017. (Ross 2017) 5 pilar tersebut yakni mengembangkan *Tourism Intelligence Centre (TIC)*; mempromosikan pariwisata digital; meningkatkan sistem *e-document*; melakukan perubahan budaya organisasi; dan memajukan penelitian dan pengembangan pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Olahraga Thailand optimis dapat mengembangkan 5 pilar tersebut dalam waktu 5 tahun dan Thailand akan menjadi tujuan wisata utama di kawasan Asia Tenggara. (Ross 2017) Terkait dengan *nation branding*, pariwisata 4.0 ini digunakan untuk mempromosikan *nation branding* secara lebih efektif dan lebih luas. *Nation branding* disini menyangkut penerapan teknik komunikasi *branding* dan pemasaran untuk mempromosikan citra suatu negara. (Fan 2006:6 dalam Szondi 2008:4) *Nation branding* terkait dengan promosi *image* suatu negara, *image* ini yang menjadi tujuan utama dari *nation branding*. *Nation branding* terjadi ketika suatu pemerintahan atau swasta menggunakan kekuatannya untuk mempersuasi siapapun yang punya kemampuan untuk mengubah *image* suatu negara. *Nation branding* menggunakan alat-alat *branding* untuk mengubah atau mengubah perilaku, sikap, identitas atau citrasuatu bangsa secara positif. (Gudjonsson 2005:285) Konsep *nation branding* ini semakin banyak digunakan oleh negara-negara di dunia untuk mengembangkan *nation-brand* mereka. (Dinnie 2008:13) Negara-negara mempromosikan *nation branding* mereka dengan menggunakan strategi pariwisata 4.0.

## KERANGKA DASAR MILLENNIAL SEBAGAI CROSS CUTTING DALAM KEBIJAKAN PENGEMBANGAN DESA WISATA

### 6.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang terbesar perekonomian di Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan suatu negara, dikarenakan pariwisata dianggap secara langsung dapat memberikan kontribusi lebih pada pendapatan daerah. Sektor pariwisata dapat dijadikan sebagai salah satu sektor unggulan dalam upaya perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja maupun dalam pengentasan kemiskinan. Kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan Desember 2021 berjumlah **163.619** kunjungan atau mengalami **penurunan** sebesar **-0,28%** dibandingkan bulan Desember 2020 yang berjumlah **164.079** kunjungan. Berdasarkan kebangsaan, jumlah kunjungan wisman bulan Desember 2021 di seluruh pintu masuk tercatat **jumlah kunjungan tertinggi**, yaitu: 1. **Timor Leste** sejumlah **84.975** kunjungan, 2. **Malaysia** sejumlah **48.728** kunjungan, 3. **Papua Nugini** sejumlah **4.880** kunjungan, 4. **Tiongkok** sejumlah **4.513** kunjungan, dan 5. **Rusia** sejumlah **2.324** kunjungan. Sedangkan **pertumbuhan** jumlah wisman bulan Desember 2021 di seluruh pintu masuk jika dibandingkan dengan bulan Desember 2020, tercatat kebangsaan yang mengalami **pertumbuhan tertinggi**, yaitu: 1. **Papua Nugini**

sebesar 220,00%, 2. **Kuwait** sebesar 162,50%. 3. **Hongkong** sebesar 138,10%, 4. **Vietnam** sebesar 53,04%, dan 5. **Jepang** sebesar 27,71%.  
 Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 2020-2021



Sektor pariwisata sangat dimungkinkan mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi karena ketersediaan berbagai potensi pariwisata yang ada serta dukungan pemerintah daerah dalam bentuk regulasi.

Jumlah dan pertumbuhan kunjungan wisman pada **3 (tiga) pintu besar** dari 25 pintu masuk utama bulan Desember 2021 dibandingkan bulan Desember 2020, yaitu: 1. **Ngurah Rai** sejumlah 0 kunjungan, mengalami **penurunan** sebesar **-100,00%**, 2. **Soekarno-Hatta** sejumlah **16.696** kunjungan, mengalami **penurunan** sebesar **-23,45%**, dan 3. **Batam** sejumlah **313** kunjungan, mengalami **penurunan** sebesar **-33,55%**. Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2021 : \* **Tabel** \* **Infografis** berikut ini : Mancanegara 2021 : \* **Tabel** \* **Infografis** berikut ini :

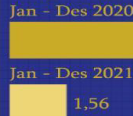
# PERKEMBANGAN WISATAWAN MANCANEGARA

DESEMBER  
2021

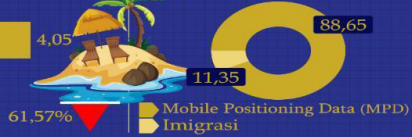
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara (ribu kunjungan)



Jumlah Kumulatif Wisatawan Mancanegara (juta kunjungan)



Kedatangan Wisatawan Mancanegara berdasarkan Metode Pencatatan (%)



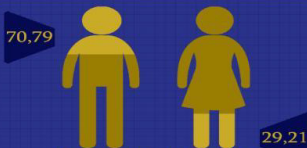
Kedatangan Wisatawan Mancanegara berdasarkan Kebangsaan (%)



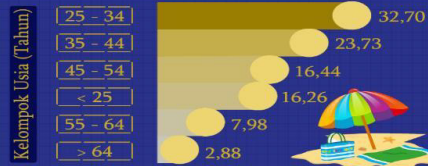
Darat Laut Udara



Kedatangan Wisatawan Mancanegara berdasarkan Pintu Masuk (%)



Kedatangan Wisatawan Mancanegara berdasarkan Jenis Kelamin (%)



Kedatangan Wisatawan Mancanegara berdasarkan Usia (%)

Pemerintah mulai melakukan pengembangan inovasi kebijakan yang memanfaatkan teknologi supaya terbangun desa yang *smart*. Kebijakan desa berbasis digital *adalah* kebijakan yang menciptakan suatu desa supaya mampu dan bisa dalam menyelesaikan masalahnya sendiri secara cerdas dan desa yang bisa dan mampu menggunakan **teknologi digital** untuk mengembangkan potensi di tingkat desa termasuk potensi pariwisata. Sebagai sebuah konsep baru, kebijakan desa berbasis digital (*smart village*) di Indonesia masih belum maksimal. Masih banyak ditemukan *gap* antara kajian teoritis dengan praktik dalam penerapannya, dengan tujuan membangun masyarakat yang paham teknologi tidak hanya demi meningkatkan kualitas SDM saja, tetapi adanya kebijakan desa berbasis digital ini akan meningkatkan efektifitas pengembangan pariwisata berbasis teknologi (*digital tourism*).

Peran kaum milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam *explore* potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai **cross cutting interpreters** (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*).

Studi yang dilakukan Tim (2020) terdapat beberapa fakta kaum milenial kerap dibutakan dalam perangkap modernitas yang menawarkan kamufase dalam bingkai hidup konsumerisme. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autentisitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. Padahal, milenial (kaum muda) memegang peran penting dalam kebijakan pengembangan desa wisata termasuk kegiatan pemasaran/promosinya. Tidak hanya peran Pemerintah, Investor, Akademisi dan Media. Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba melakukan kajian tentang peran milenial (pemuda) sebagai **cross cutting interpreters** dalam pengembangan desa wisata, yang akan mengambil 2 lokasi yaitu desa wisata Harapan Jaya Kabupaten Pesawaran dan desa wisata Kelawi Kabupaten Lampung Selatan, dengan titik fokus pada pengembangan pariwisata berbasis teknologi, di pekon Harapan Jaya dan desa Kelawi sesuai dengan perkembangan di era terkini.

Fakta lain juga diungkapkan oleh Nugroho dan Palguna (2016) yang menjelaskan bahwa minimnya partisipasi kaum milenial dalam pengelolaan desa wisata di disebabkan 2 faktor, *Pertama*, adanya konsepsi *ageism* oleh kalangan senior yang memandang kaum milenial terlalu muda, kurang mampu dan belum matang, serta masih terlalu emosional dalam pengelolaan desa wisata. Sehingga, kaum milenial menjadi kurang percaya diri dalam mengaktualisasikan diri secara autentisitas berbasis kearifan budaya lokal karena mereka telah terbawa arus kapitalisme global. *Kedua*,



adanya kekeliruan dalam memaknai suatu pekerjaan. Kaum milenial cenderung memandang suatu pekerjaan sebagai ruang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi bukan sebagai wadah untuk berekspresi dan berkreaitivitas. Implikasinya, mereka lebih memilih untuk mencari pekerjaan ke kota daripada mengembangkan potensi ekonomi yang ada di desa. Hal ini tentunya terjadi karena kekeliruan tersebut yang telah menumpulkan kreativitas mereka.

Berdasarkan studi yang dilakukan Tim (2020), Terdapat temuan bahwa realitas ini terjadi pada kebijakan pengembangan pariwisata di Propinsi Lampung. Kebijakan pariwisata di Propinsi Lampung cenderung berjalan sendiri-sendiri antara Kabupaten/ Kota, selain itu belum memilik tema sentral yang layak jual, serta belum melibatkan milenial/kaum muda. Realitas ini sangat disayangkan menimbang kaum milenial dianggap sebagai *cross-cutting actor* dengan stamina yang lebih prima, akrab dengan kecanggihan teknologi, menyukai tantangan dan hal-hal baru.

Kunci dari permasalahan di atas adalah memberikan solusi perlu dilakukannya penelitian tentang peran *millennial* sebagai *cross cutting intrepreters* dalam kebijakan pengembangan pariwisata Lampung. Penelitian ini dilakukan di Desa Kelawi Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian ini juga bertujuan untuk membangun partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, secara khusus bagi millennial desa, lebih dari itu mendukung program Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif yakni memotivasi masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan melalui perwujudan **Sapta Pesona** (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan) melalui kebijakan pengembangan potensi unggulan pariwisata di lokasi penelitian Tujuan khusus penelitian ini adalah menghasilkan model kebijakan pengembangan desa wisata melalui peningkatan peran milenial sebagai *cross cutting interpreters yang diharapkan menjadi pilot project* bagi pengembangan desa wisata lainnya di Propinsi Lampung.

## 6.2 Urgensi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Situmorang, dkk (2019) masalah ini terjadi karena sejumlah kendala, seperti kekurangan sumberdaya manusia yang berkualitas, rendahnya pengetahuan dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan desa wisata, minimnya promosi pariwisata yang dilakukan, pendanaan dari pemerintah yang terbatas, tidak ada target pasar, diversifikasiproduk wisata yang cenderung sama dengan desawisata lainnya, dan sebagainya.

Peran kaum milenial (kaum muda) saat ini memegang peran penting dalam *explore* potensi desa wisata terlebih di masa pandemi saat ini. Kaum millennial sebagai *cross cutting interpreters* (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*). Oleh karena itu sangat penting dilakukan penelitian ini dengan maksud untuk:

- (i) Meningkatkan peran serta masyarakat khususnya generasi muda/milenial untuk berperan aktif dalam pembangunan daerah dan pembangunan pariwisata khususnya.
- (ii) Menghasilkan model kebijakan pengembangan desa wisata melalui peningkatan peran milenial sebagai *cross cutting interpreters* yang diharapkan menjadi **pilot project** bagi pengembangan desa wisata lainnya di Propinsi Lampung.

**Temuan yang ditargetkan dari penelitian ini** adalah : keterlibatan milenial/kamu muda desa ini akan meningkatkan efektifitas pengembangan pariwisata di desa berbasis teknologi (*digital tourism*). Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba melihat peran milenial sebagai *cross cutting interpreters* dalam kebijakan pengembangan pariwisata di desa wisata Harapan jaya dan desa Kelawi dengan titik fokus pada pengembangan pariwisata berbasis teknologi (*go digital tourism*), sesuai dengan perkembangan di era terkini.

## 6.3 Studi Pustaka

### 1. Pengertian Millenial, Millenial Sebagai Cross Cutting Intrepreters

Kaum muda penikmat wisata (*millenials*) merupakan gagasan yang timbul berdasarkan penelitian yang dilakukan (Kagungan et al., 2021) yang menyatakan bahwa pandemi covid-19 yang memberikan tekanan besar sekaligus pukulan pahit kepada industri pariwisata, menyebabkan kedatangan wisatawan asing sulit diharapkan. Wisatawan domestik menjadi andalan, khususnya kalangan *milenial* yang memiliki ketertarikan tinggi untuk mengeksplorasi destinasi baru, dengan demikian diharapkan secara perlahan industri pariwisata akan bangkit kembali.

Kaum milenial yang disebut juga sebagai generasi Y dan/atau *digital generation* ialah individu yang lahir dari tahun 1980-1990 atau yang saat ini berusia 16-36 tahun. Generasi ini tumbuh seiring dengan perkembangan teknologi dan internet dan dianggap sebagai generasi modern yang aktif bekerja, penelitian, memiliki pola pikir inovatif tentang organisasi, optimis, serta memiliki kemauan untuk bekerja secara kompetitif, terbuka dan fleksibel (Putra, 2016 ; Anonim,2017; Pratseyani,2017; mentalfloss.com, 2019 ; Frey, 2018).

### 2. Millenial Sebagai Cross Cutting Intrepreters

*Cross-cutting actor* merupakan kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum milenial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*). Perkawinan kedua konsep ini akan menjadikan kaum milenial sebagai *actor cross-cutting interpreter* atau penafsir pelintas batas (Nugroho dan Palguna, 2016).

Kaum *millennial* (kaum muda) sebagai *cross cutting interpreters* (kelompok yang mampu bertemu dan diterima oleh semua pemangku kepentingan pariwisata baik di internal desa

wisata maupun dengan pihak eksternal, seperti wisatawan, pemerintah daerah, pihak swasta (investor) maupun kelompok kepentingan tertentu. Oleh karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum *millennial* juga memiliki peran sebagai sang penafsir (*interpreter group*)

### **3. Viral Marketing**

*Viral marketing* merupakan bentuk pemasaran dari mulut ke mulut berbasis internet (*e-word of mouth marketing*) yang fungsi promosinya bersifat *networking* dan dirancang seperti virus berjangkit dari satu orang ke orang lainnya secara cepat dan luas. Adapun media yang dapat digunakan dalam *viral marketing* ialah, *e-mail*, situs jejaring sosial, video viral, dan *e-book* viral. Secara stuktur dasar *viral marketing* dibedakan menjadi, (1) *Active Viral Marketing* yang diasosiasikan dengan konsep tradisional *word-of-mouth* karena pemakai biasanya terlibat secara personal dalam proses menjangkit konsumen baru. (2) *Frictionless Viral Marketing* yang tidak mensyaratkan partisipasi aktif dari konsumen untuk mengiklankan atau menyebarkan informasi suatu produk. Dalam hal ini, dorongan awal untuk promosi viral didahului oleh pihak perusahaan pembuat produk itu sendiri (Achyunda, dkk: 2017; Andini, dkk: 2014; Situmorang, 2010).

Peran generasi milenial dijelaskan sebagai interaksi sosial dalam terminologi aktor-aktor generasi milenial yang bermain sesuai dengan apa-apa yang disesuaikan oleh budaya dan dunia digital. Merujuk argumentasi Soekanto dalam penjelasan Dewi (2018), bahwa peran mereka adalah proses dinamis kedudukan (*status*). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peranan. Perbedaan antara kedudukan dengan peranan adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan. Levinson dan Soekanto dalam pembahasan Ahkam (2018) mengatakan bahwa peranan mencakup tiga hal, antara lain: 1. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat. 2. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa

yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi. 3. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat (Ahkam, 2018:45). Peran diatur oleh norma-norma budaya yang berlaku. Dari penjelasan definisi tentang peran yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa peran generasi milenial terhadap pengembangan desa wisata merupakan keterlibatan secara aktif dalam proses pembangunan desa wisata, seperti bentuk-bentuk kegiatan, inovasi, dan kreasi yang dilakukan secara sadar guna perkembangan desa wisata

#### **4. Desa Wisata**

Desa wisata merupakan sebagian atau keseluruhan kawasan pedesaan yang memiliki potensi, aktivitas, produk dan diintegrasikan dengan akomodasi serta fasilitas pendukung lainnya untuk pengembangan pariwisata. Hal diatas dikemas menjadi rangkaian produk pariwisata yang dikelola secara berkelanjutan oleh masyarakat lokal dengan mencerminkan keseluruhan suasana dengan menonjolkan kearifan, keaslian, keunikan, arsitektur bangunan, tata ruang desa, dan sebagainya (Anom, dkk: 2015 ; Nuryanti: 1993 ; Sanjiwani: 2015 ; Suryawan, dkk: 2015)

#### **5. Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal**

Desa wisata merupakan wisata kreatif pertama ke daerah pedesaan dalam konsep liburan, yang dimulai setelah era Perang Dunia II seperti dijelaskan oleh Lane (2009) *The first creative tours in rural areas were rurally based on the holiday concept, but modern rural tourism began after the world war II era* (Salazar, 2015:167). Sangat beragam untuk mendeskripsikan kegiatan pariwisata di daerah pedesaan, seperti agrowisata, wisata pertanian, desa wisata, wisata ringan, wisata alternative, ekowisata dan beberapa lainnya, yang memiliki arti berbeda dari masing-masing. Desa wisata dalam konteks wisata pedesaan dapat disebut sebagai aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut. Menurut Prasiasa (2011) komponen desa wisata terdiri dari partisipasi masyarakat lokal, sistem norma setempat, sistem adat

setempat, dan budaya setempat. Sedangkan pariwisata budaya menurut Muljadi (2009) adalah kegiatan perjalanan untuk mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari daya tarik budaya dari tempat tersebut. Contoh pariwisata budaya antara lain wisata religi, wisata edukasi, wisata sejarah, wisata kota, dan sebagainya. Sementara, wisata berbasis budaya adalah salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objek utamanya.

Pariwisata jenis ini dibedakan dari wisata minat khusus yang lain. Ada 12 unsur kebudayaan yang dapat menarik kedatangan wisatawan, yaitu: bahasa (*language*), masyarakat (*traditions*), kerajinan tangan (*handicraft*), makanan dan kebiasaan makan (*foods and eating habits*), musik dan kesenian (*art and music*), sejarah suatu tempat (*history of the region*), cara kerja dan teknologi (*work and technology*), agama (*religion*) yang dinyatakan dalam cerita atau sesuatu yang dapat disaksikan, bentuk dan karakteristik arsitektur di masing-masing daerah tujuan wisata (*architectural characteristic in the area*), tata cara berpakaian penduduk setempat (*dress and clothes*), sistem pendidikan (*educational system*), dan aktivitas pada waktu senggang (*leisur* para Generasi Milenial, berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi.

Tujuan Pengembangan Desa Wisata

- a. berkembangnya lingkungan kehidupan masyarakat desa serta potensi kebudayaan dan wisata yang terdapat di masing-masing desa wisata;
- b. terpelihara dan terbinanya secara terus menerus tata kehidupan, seni budaya masyarakat
- c. memanfaatkan potensi lingkungan guna kepentingan wisata budaya, wisata agro, ekowisata dan wisata bahari dalam rangka peningkatan kesejahteraan sosial dilingkungan masyarakat desa.

## 6. Fungsi Desa Wisata:

- a. sebagai sarana informasi
- b. sarana penelitian dan pengembangan
- c. sarana seni budaya
- d. sarana edukatif dan rekreasi
- e. sarana pariwisata

Tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan menurut Fennel dalam Sunaryo (2013:47) pada dasarnya harus selalu diupayakan agar tercapai sasaran dan tujuan utama, yaitu:

1. Membangun pemahaman dan kesadaran bahwa pariwisata dapat berkontribusi secara nyata terhadap pelestarian lingkungan dan pembangunan ekonomi.
2. Meningkatkan keseimbangan dalam pembangunan.
3. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.
4. Meningkatkan kualitas pengalaman bagi wisatawan atau pengunjung.
5. Meningkatkan dan menjaga kelestarian dan kualitas lingkungan bagi generasi mendatang.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan setidaknya harus memperhatikan faktor lingkungan alam, sosial budaya, maupun ekonomi sehingga dapat meminimalisir dampak-dampak negatif yang dapat ditimbulkan akibat pembangunan kepariwisataan. Oleh karena itu pembangunan berkelanjutan terutama sektor pariwisata diharapkan mampu untuk *eactivities*). Masyarakat lokal, khususnya memperhatikan semua aspek yang mempengaruhi kualitas ekosistem secara keseluruhan, dan juga dapat diterima atau tidak mengganggu sistem sosial dan budaya masyarakat setempat. Layak secara ekonomi dan menguntungkan bagi negara, daerah dan masyarakat, khususnya dapat mensejahterakan dan memberdayakan masyarakat setempat. Menekankan penggunaan teknologi yang ramah lingkungan dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan dapat diadopsi oleh masyarakat setempat yang berorientasi jangka panjang.

## 7. Tujuan Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan menurut Sulistiyani (2017:80) adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak, dan mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut. Dengan demikian, untuk menjadikan masyarakat yang mandiri dibutuhkan dukungan kemampuan berupa sumber daya manusia yang utuh dengan kondisi kognitif, konatif, psikomotorik dan afektif, dan sumber daya lainnya yang bersifat fisik- material.

Menurut Sunaryo (2013:220) tujuan pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan, setidaknya meliputi:

- a. Mendorong masyarakat yang berada di destinasi pariwisata untuk mengenali dan menyadari masalah kepariwisataan yang dihadapinya serta secara bersama-sama dan mandiri memecahkan masalah tersebut;
- b. Memperkuat organisasi atau kelompok di bidang kepariwisataan sebagai wadahkerjasama, keswadayaan, dan pertanggung jawaban;
- c. Memperkuat *bergaining position* (posisi tawar) kelompok kepariwisataan itu dihadapan pemerintah, elit, maupun pemilik modal;
- d. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berbagai urusan kepariwisataan melalui wadah kelompok sosial tersebut;
- e. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM pariwisata yang ada melalui wadah kelompoknya;
- f. Membangun tata kelola kepariwisataan yang baik dan membuka akses yang luas terhadap keadilan;
- g. Memperkuat posisi masyarakat setempat dalam usaha kepariwisataan;
- h. Memperkuat kapasitas kelompok masyarakat dibidang kepariwisataan;
- i. Meningkatkan jangkauan informasi masyarakat terhadap berbagai isu maupun permasalahan kepariwisataan yang menyangkut kehidupan masyarakat;
- j. Meningkatkan kemandirian masyarakat pariwisata melalui



kelompok dalam hal permodalan, membuat keputusan dan “menghidupi” kelompok; dan

- k. Mendorong peningkatan kemakmuran ekonomi, kesetaraan politik, dan kesejahteraan sosial masyarakat melalui kepariwisataan.

Pendapat di atas, dapat disimpulkan dan diartikan bahwa tujuan pemberdayaan masyarakat adalah perbaikan pada aspek-aspek yang ada didalam masyarakat. Sehingga dengan adanya perbaikan aspek-aspek tersebut dapat merubah dan mewujudkan kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan terwujudnya kehidupan yang lebih baik diharapkan dapat tercipta masyarakat yang mandiri dan memiliki kemampuan untuk mengubah masa depan yang lebih baik.

## 8. Komponen Desa Wisata

**Tabel 2. 1 Kajian Teori Komponen Desa Wisat**

No	Sumber Teori	Komponen Desa Wisata
1	Gumelar (2010)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunikan, keaslian, sifat khas</li> <li>2. Letaknya berdekatan dengan daerah alam yang luar biasa</li> <li>3. Berkaitan dengan kelompok atau masyarakat berbudaya yang secara hakiki menarik minat pengunjung</li> <li>4. Memiliki peluang untuk berkembang baik dari sisi prasarana dasar, maupun sarana lainnya.</li> </ol>
2	Putra (2006)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki potensi pariwisata, seni, dan budaya khas daerah setempat.</li> <li>2. Lokasi desa masuk dalam lingkup daerah pengembangan pariwisata atau setidaknya berada dalam koridor dan rute paket perjalanan wisata yang sudah dijual.</li> <li>3. Diutamakan telah tersedia tenaga pengelola, pelatih, dan pelaku-pelaku pariwisata, seni dan budaya.</li> <li>4. Aksesibilitas dan infrastruktur mendukung program Desa Wisata.</li> <li>5. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.</li> </ol>
3	Prasiasa (2011)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Partisipasi masyarakat lokal</li> <li>2. Sistem norma setempat</li> <li>3. Sistem adat setempat</li> <li>4. Budaya setempat</li> </ol>

## Hasil

Desa Kelawi merupakan sebuah daerah yang berada di perbukitan di ujung selatan Pulau Sumatera tepatnya di Kecamatan Bakauheni Kabupaten Lampung Selatan. Desa Kelawi dahulu merupakan bagian wilayah Desa Bakauheni dan pada tanggal 26 April 1999 Dusun Kelawi menjadi desa persiapan akibat proses pemekaran Desa Bakauheni. Desa Kelawi menjadi Desa Definitif pada tanggal 29 April 2000. Desa Kelawi secara geografis memiliki wilayah seluas 1.199,5 Ha, yang terdiri dari pemukiman seluas 35 Ha, sekolahan seluas 5 Ha, perkuburan seluas 4,5 Ha, dan perkebunan seluas 1.155 Ha. Jarak Desa Kelawi dengan Ibukota Kecamatan Bakauheni sekitar 8 km, jarak dengan Ibukota Kabupaten Lampung Selatan sekitar 30 km, dan jarak dengan Ibukota Provinsi Lampung sekitar 90 km. Desa Kelawi dapat dicapai dari Pelabuhan Bakauheni dengan menggunakan kendaraan roda empat dengan jarak 9 km, juga dapat dicapai dengan kapal menyusuri pantai. Jumlah penduduk Desa Kelawi pada tahun 2020 mencapai 4.095 jiwa, yang terdiri dari 1.153 kepala keluarga dengan jumlah 2.112 laki-laki, 1.999 perempuan. Desa Kelawi dihuni beragam suku bangsa, antara lain Suku Lampung (20%); Suku Sunda (40%); Suku Jawa (25%); Suku Batak, Padang, Bali, Bugis, dll (15%). Pengintegrasian adat dan budaya para pendatang yang masuk dan menetap di Desa Kelawi membawa dampak yang pada akhirnya pembauran/asimilasi budaya pun tak terhindarkan karena semua terjadi secara alami. Perpaduan budaya tersebut akhirnya memunculkan budaya-budaya baru dan menjadi potensi yang dimiliki Desa Kelawi.

Desa Kelawi memiliki potensi wisata berupa: 1) Pantai Minang Rua; 2) Batu Alif (Batu Tegi); 3) Lembur Bajau; 4) Air Terjun Curup Minang Rua; 5) Jambat Batu (Pematang Macan); 6) Hutan Lindung; 7) Pantai Cina Kawi; 8) goa Lalay; 9) Temu Lapar (green Canyon); 10) dan agrowisata buah alpukat, Serta memiliki potensi pertanian, antara lain padi, jagung, melinjo, pisang, kakao, cengkeh, dan kelapa. Cerita keindahan Desa Kelawi tersebar keluar desa, luar kecamatan bahkan hingga Ibukota Jakarta dan ingin menghilangkan penasarannya dengan mengunjungi Desa Kelawi. Bahkan ada perkemahan khusus yang dibuat oleh warga Jakarta untuk pelajar

dan mahasiswa.

Pantai Minang Rua yang menjadi ikon pariwisata Desa Kelawi ini dinilai memiliki obyek wisata pantai yang lengkap. Pantai yang dikelola oleh Pokdarwis Minang Rua Bahari ini memiliki pesona daya tarik yang dikenal menjadi tempat penyu bertelur. sehingga dibuatlah penangkaran tukik yang dikelola oleh kaum muda yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Untuk penangkaran tukik ini, Pokdarwis mendapatkan tempat penetasan dari CSR perusahaan swasta dan bantuan kolam penangkaran dari Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Lampung Selatan. Pantai Minang Rua juga memiliki *spot diving* melihat kumpulan ikan nemo. Terdapat pula kano dan wahana untuk *jumping jum* dari tebing kearah laut. Ada juga Goa Lalay dan *Green Canyon* (temu lapar) di sekitar pantai juga terdapat air terjun yaitu Air Terjun Midin dan Air Terjun Jamara.

Putra dalam Ismayanti (2006) menyebutkan bahwa desa wisata merupakan suatu kawasan atau wilayah pedesaan yang bisa dimanfaatkan atas dasar kemampuan beberapa unsur yang memiliki atribut produk wisata secara terpadu, dimana desa tersebut menawarkan keseluruhan suasana dari pedesaan yang memiliki tema keaslian pedesaan, baik dari segi tatanan kehidupan sosial budaya dan ekonomi serta adat istiadat yang mempunyai ciri khas arsitektur dan tata ruang desa sehingga menjadi suatu rangkaian kegiatan dan aktivitas pariwisata.

Pengelolaan desa wisata Kelawi dapat dilihat dari lembaga yang telah ada di desa wisata seperti Karang Taruna, Koperasi atau Badan Usaha Milik Desa dan kelembagaan pemuda yang tergabung dalam Pokdarwis (kelompok sadar wisata) Minang Rua Bahari. Sebagaimana diketahui, Desa Kelawi memiliki wadah organisasi kepemudaan yang berbasis kearifan lokal yaitu kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Minang Rua Bahari dan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) di mana anggota organisasi tergolong usia generasi milenial sesuai Yuswohady (2016) dalam artikel *Millennial Trends* *Generasi milenial* adalah generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Kelompok Sadar Wisata Minang Rua Bahari, desa Kelawi tidak saja merupakan wadah kegiatan

kepemudaan dan karang taruna, serta Bumdes, seiring berjalannya waktu kebutuhan akan pentingnya organisasi pemuda dalam konteks kekinian yang fokus terhadap pengembangandes wisata.

Dari hasil data lapang yang diperoleh, keterlibatan anak muda dalam berbagai kegiatan kelompok sadar wisata Minang Rua bahari di Desa Kelawi terbukti dengan adanya kaum milenial yang otomatis menjadi pengurus karang taruna desa dan Bumdes. Keterlibatan milenial/pemuda lebih cenderung pada pengelolaan IT dalam pengembangan pariwisata. Keterlibatan generasi milenial disebutkan sebagai organisasi perhimpunan sekaligus pengelola desa wisata yang terdiri dari mahasiswa/sarjana dan pemuda setempat yang “sadar wisata”. Peran organisasi pemuda tersebut yaitu mengumpulkan ide-ide untuk inovasi dan kreasi kepariwisataan dengan mengkombinasikan kepariwisataan lokal dan konsep digitalisasi yang didasari dari perencanaan, pengelolaan dan implementasi seluruh faktor yang berkaitan dengan pengembangan desa wisata, wadah penguatan sumber daya manusia (SDM) tersebut melalui kegiatan keterampilan, juga aktif dalam kegiatan peduli lingkungan dengan pembersihan sampah dan pelestarian alam serta kegiatan aplikatif sadar wisata berbasis kearifan lokal.

Di era modernisasi ini, promosi bukan lagi menjadi sesuatu hal yang sulit dan mahal. Kehadiran media digital sangat memudahkan manusia dalam bertukar informasi dan menjalin komunikasi. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi, kaum milenial Desa Wisata Kelawi seharusnya dapat dengan mudah melakukan promosi terhadap produk pariwisata yang ada di desanya. Pemanfaatan media digital berbasis *viral marketing* dapat dilakukan sebagai salah satu upaya praktis dan efisien, terlebih Desa Wisata Kelawi selama ini hanya mengandalkan pokdarwis saja dalam memasarkan produk pariwisata mereka.

Promosi digital berbasis *viral marketing* Desa Wisata Kelawi ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, yakni :

1. Membuat satu akun media sosial resmi desa wisata Kelawi, baik itu Instagram, Facebook, sebagai media promosi produk wisata, yang mencakup daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, akomodasi, informasi harga, informasi terkait

penyelenggaraan *event* atau festival, dan lainnya. Akun media sosial sebagai rujukan yang direkomendasikan untuk menjelaskan secara lebih rinci terkait dayatarik wisata dan produk pariwisata. Akun Desa Wisata Kelawi hanya memosting area wisata dengan memberi sedikit keterangan pada *caption* dan tidak lupa memberi *tag* pada akun media sosial terkait. Akan lebih baik lagi jika setiap akun media sosial ini selalu aktif dalam memosting setiap kegiatan terkait pariwisata, baik itu keunikan budaya, kehidupan sosial masyarakat, kegiatan para wisatawan, kuliner khas, maupun melakukan *repost* pada setiap foto menarik yang diunggah oleh wisatawan maupun masyarakat ketika berada di Desa Wisata Kelawi atau dapat pula melakukan *live streaming*; Membuat video promosi di Desa wisata Kelawi yang mengangkat segala keunikan, keindahan, dan potensi wisata yang dimiliki. Video ini kemudian diunggah di akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube. Tidak hanya video promosi, kaum millennial Desa Wisata Kelawi juga dapat membuat beberapa video menarik yang saat ini sedang diminati oleh para pengguna media sosial di desa mereka dengan menyertakan.

2. keterangan lokasi pada postingannya. Jika video tersebut menarik dan mendapat perhatian khalayak ramai maka para pengguna media sosial akan banyak melakukan *share* atau *repost* ke pengguna lainnya yang tanpa disadari juga merupakan bagian dari promosi desa wisata. Diantara beberapa pengguna media sosial tersebut, pasti akan ada yang tertarik dengan latar dimana video itu direkam sehingga mereka akan berniat untuk berkunjung kesana;
  - (a) Selain memanfaatkan media sosial, kaum millennial Desa Wisata Kelawi juga dapat bergabung dalam komunitas GenPI (Generasi Pesona Indonesia) yang merupakan salah satu program Kementerian Pariwisata. Dalam komunitas ini, kaum millennial dapat mempromosikan desa mereka di website khusus yang telah disediakan yaitu *genpi.co* baik melalui tulisan, video, maupun *live streaming* dengan tetap memperhatikan ketentuan yang telah ditetapkan, yakni *no hoax*, *no sara*, dan *no politic*. Website ini akan menjadi

*platform* elektronik yang sangat tepat untuk memasarkan produk pariwisata dan membangun *networking* dengan sesama kaum millennial lainnya yang menyukai *travelling*. Bahkan, Kementerian Pariwisata juga menyediakan *platform* ITX (*Indonesia Travel Exchange*) yang memberi kesempatan bagi kaum millennial untuk menjual dan memasarkan sendiri segala jenis paket wisata dan produk wisata yang ada di desa mereka terdapat di desa mereka bersama-samadengan desa wisata lainnya. Hal ini juga dapat mendorong kreativitas kaum milenial untuk terus berinovasi dalam menawarkan produk pariwisata yang berbeda dengan desalainnya.

Agar promosi dan pemasaran desa wisata semakin *viral*, kaum millennial desa juga dapat mengundang para *youtuber*, *selebgram*, *travel vlogger*, *travel blogger*, ataupun seseorang yang memiliki 3F (*Followers, Fans, Friends*) untuk berkunjung ke desa mereka. Hal ini termasuk dalam bagian *digital influencer* yang merupakan salah satu stretegi komunikasi oleh Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Orang-orang tersebut nantinya akan mengunggah foto.

3. atau video mereka selama berada di Desa Wisata Kelawi dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi. Memanfaatkan wisatawan untuk turut mempromosikan Desa Wisata Kelawi juga merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan. Dengan meminta mereka untuk mengunggah foto atau video dengan menggunakan *hashtag* yang telah ditetapkan dengan menambahkan lokasi dan *caption* positif akan membantu promosi desa. Sebagai *feedback*, wisatawan tersebut akan diberi diskon maupun souvenir sebagaikenang-kenangan. Baiknya, wisatawan yang dipilih ialah mereka yang memiliki 3F di media sosial.

Selanjutnya beberapa aktifitas yang dilakukan milenial yang tergabung dalam kelompok sadar wisata Minang Rua Bahari dapat diidentifikasi sebagai berikut: Tahapan Pemberdayaan Masyarakat Pemberdayaan masyarakat menurut Sumodiningrat dalam Sulistiyani (2017:82) tidak bersifat selamanya, melainkan sampai target masyarakat mampu mandiri. Dilihat dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui masa

proses belajar hingga mencapai status mandiri, sehingga masa proses belajar dalam rangka pemberdayaan masyarakat tersebut akan berlangsung bertahap. Pemberdayaan masyarakat oleh Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Minang Rua Bahari dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan di Desa Kelawi, dikaji dari indikator dalam tahapan pemberdayaan masyarakat menurut Sulistiyani (2017:83), yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Penyadaran dan Pembentukan Perilaku Peduli  
Pada tahapan ini, proses penyadartahuan tentang potensi kepariwisataan kepada masyarakat dan aparatur pemerintah Desa Kelawi sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan, yang dapat direspon atau diterima dengan baik oleh masyarakat. Dengan kesadaran akan potensi kepariwisataan yang dimiliki, masyarakat khususnya milenial melalui Pokdarwis Minang Rua mulai menunjukkan sikap peduli terhadap lingkungan alam ataupun potensi yang dimiliki setelah dilakukannya penyuluhan sadar wisata. Pada prosesnya, peran fasilitator dalam pemberdayaan masyarakat di bidang pariwisata yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan pada tahap awal melakukan Penyuluhan Sadar Wisata kepada masyarakat sekitar Pantai Minang Rua, Milenial yang tergabung dalam Pokdarwis Minang Rua Bahari dan Badan usaha milik Desa, serta aparatur Desa Kelawi. Tujuan diadakannya penyuluhan sadar wisata yaitu sebagai upaya menyadartahukan kepada masyarakat mengenai potensi-potensi yang dimiliki serta pengetahuan tentang kepariwisataan. Seperti yang diungkapkan oleh Sulistiyani (2017:79) bahwa pemberdayaan merupakan upaya untuk membangun daya dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran dengan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya.

Hal di atas juga sesuai dengan proses pemberdayaan menurut Anwas (2014:59) dimulai dengan menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat akan potensi dan kebutuhannya yang dapat dikembangkan dan diberdayakan untuk mandiri. Dari pendapat

tersebut dapat diartikan bahwa pada proses pemberdayaan masyarakat memerlukan fasilitator dari instansi yang terkait dalam tahap penyadaran ini. Peran fasilitator diperlukan guna memotivasi atau mendorong masyarakat untuk aktif berperanserta dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Fasilitator juga dibutuhkan untuk menyadartahukan kepada masyarakat mengenai potensi-potensi yang dimiliki dan dapat dikembangkan dan diberdayakan.

- a. Setelah diadakannya penyuluhan sadar wisata, Pokdarwis Minang Rua Bahari mulai aktif kembali bulan April 2017 setelah *vacuum* selama kurang lebih tiga tahun. Pokdarwis mulai melakukan gotong-royong pembenahan destinasi Pantai Minang Rua. Pada gotong-royong tersebut tergambar sikap peduli pokdarwis terhadap potensi yang dimiliki dan dapat dikembangkan diberdayakan guna kesejahteraan masyarakat di sekitarnya dalam jangka panjang. Setelah diadakannya penyuluhan sadar wisata, Pokdarwis Minang Rua Bahari mulai aktif kembali April 2017 setelah *vacuum* selama kurang lebih tiga tahun. Pokdarwis mulai melakukan gotong-royong pembenahan destinasi Pantai Minang Rua. Pada gotong-royong tersebut tergambar sikap peduli pokdarwis terhadap potensi yang dimiliki dan dapat dikembangkan dan diberdayakan guna kesejahteraan masyarakat di sekitarnya dalam jangka panjang.
- b. Tahap Transformasi Kemampuan Wawasan dan Kecakapan Keterampilan Kelompok sadar wisata Minang Rua Bahari telah banyak mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan. Pelatihan-pelatihan tersebut menyesuaikan dengan potensi wisata yang dimiliki, diantaranya pelatihan pemandu wisata, pelatihan sablon dan pembuatan souvenir, hingga pelatihan pengelolaan destinasi pariwisata yang bertujuan untuk menumbuhkan kreatifitas pokdarwis dalam memanfaatkan potensi wisata yang bisa dijual kepada para wisatawan yang berkunjung. Namun pelatihan-pelatihan tersebut masih dilakukan secara kolektif, artinya pelatihan-pelatihan yang dilakukan belum pada tahap yang bersifat eksklusif dengan menciptakan ciri khas tersendiri pada setiap pokdarwis. Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Desa Kelawi



didasarkan pada potensi wilayah (alam, sosial, dan budaya) yang dimiliki. Dalam hal ini Dinas pariwisata dan Kebudayaan menyerahkan sepenuhnya kepada masyarakat melalui Pokdarwis untuk mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki. Namun, dalam pemberdayaan menurut Anwas (2014:49) tidak sekedar memberikan kewenangan atau kekuasaan kepada pihak yang lemah saja. Dalam pemberdayaan mengandung makna proses pendidikan dalam meningkatkan kualitas individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mampu berdaya, memiliki daya saing, serta mampu hidup mandiri. Sehingga dalam proses pemberdayaan, Dinas pariwisata dan kebudayaan sebagai fasilitator yang memiliki peran dalam melakukan pembinaan, penyuluhan dan pelatihan harus sesuai dengan potensi yang dimiliki. serta pengetahuan tentang kepariwisataan. Seperti yang diungkapkan oleh Sulistiyani (2017:79) bahwa pemberdayaan merupakan upaya untuk membangun daya dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran dengan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Hal di atas juga sesuai dengan proses pemberdayaan menurut Anwas (2014:59) dimulai dengan menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat akan potensi dan kebutuhannya yang dapat dikembangkan dan diberdayakan untuk mandiri. Dari pendapat tersebut dapat diartikan bahwa pada proses pemberdayaan masyarakat memerlukan fasilitator dari instansi yang terkait dalam tahap penyadaran ini. Peran fasilitator diperlukan guna memotivasi atau mendorong masyarakat untuk aktif berperanserta dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Fasilitator juga dibutuhkan untuk menyadartahukan kepada masyarakat mengenai potensi-potensi yang dimiliki dan dapat dikembangkan dan diberdayakan.

- c. Tahap Transformasi Kemampuan Wawasan dan Kecakapan Keterampilan Pokdarwis Minang Rua Bahari telah banyak mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pihak Disparbud. Pelatihan- pelatihan tersebut menyesuaikan dengan potensi wisata yang dimiliki, diantaranya pelatihan pemandu wisata, pelatihan sablon dan pembuatan souvenir, hingga

pelatihan pengelolaan destinasi pariwisata yang bertujuan untuk menumbuhkan kreatifitas pokdarwis dalam memanfaatkan potensi wisata yang bisa dijual kepada parawisatawan yang berkunjung. Namun pelatihan- pelatihan tersebut masih dilakukan secara kolektif, artinya pelatihan-pelatihan yang dilakukan belum pada tahap yang bersifat eksklusif dengan menciptakan ciri khas tersendiri pada setiap pokdarwis. Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Desa Kelawi didasarkan pada potensi wilayah (alam, sosial, dan budaya) yang dimiliki. Dalam hal ini Disparbud menyerahkan sepenuhnya kepada masyarakat melalui Pokdarwis untuk mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki. Namun, dalam pemberdayaan menurut Anwas (2014:49) tidak sekedar memberikan kewenangan atau kekuasaan kepada pihak yang lemah saja. Dalam pemberdayaan mengandung makna proses pendidikan dalam meningkatkan kualitas individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mampu berdaya, memiliki daya saing, serta mampu hidup mandiri. Sehingga dalam proses pemberdayaan, Disparbud sebagai fasilitator yang memiliki peran dalam melakukan pembinaan, penyuluhan dan pelatihan harus sesuai dengan potensi yang dimiliki. Tahap Peningkatan Kemampuan Intelektual milenial yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Minang Rua Bahari telah melakukan inisiatif untuk melakukan promosi pariwisata melalui acara- acara yang telah digelar. Acara-acara tersebut diantaranya acara penyambutan tahun baru sukses digelar dengan rangkaian kegiatan berupa pesta kembang api, pelepasan lampion, perlombaan layang- layang LED, serta pelepasan tukik hasil penangkaran oleh pokdarwis. Pada tahun baru 2019 yang sedianya sudah dilakukan perencanaan dan persiapan acara serupa tidak terlaksana karena terjadi gelombang tsunami Selat Sunda yang menghancurkan sebagian besar dari persiapan acara dan sarana-prasarana pantaitersebut. Pokdarwis juga telah menyelenggarakan Festival Minang Rua (*Minang Rua Beach Festival*) yang dilaksanakan pada 5-6 Mei 2018 dengan berbagai rangkaian kegiatan diantaranya, menyusuri wisata desa, mural desa, *live music*, lomba warga, api

unggulan dan *camping beach*, serta pelepasan lampion. Festival tersebut diselenggarakan hasil dari swadaya masyarakat. Tujuan dari Festival tersebut selain sebagai promosi potensi wisata pantai yang dimiliki juga akan berdampak pada pemberdayaan masyarakat sekitar destinasi tersebut. Pada tahun 2019 Festival Minang Rua dilaksanakan pada tanggal 27-28 April dengan rangkaian kegiatan diantaranya, peresmian taman baca, pameran karya, nonton bareng film dokumenter, *live music*, mural, grafiti, sablon gratis, perlombaan, BBQ, serta api unggun. Kegiatan ini masih berlanjut setiap tahun.

Perencanaan pembangunan wisata di Pantai Minang Rua sudah direncanakan oleh milenial yang tergabung dalam kelembagaan pokdarwis perencanaan tersebut terkait penataan pantai yang ditunjukkan akan memperindah dan merapikan penataan pantai itu sendiri. Kemudian pokdarwis juga telah memiliki rencana pemanfaatan sampah yang selama ini menjadi permasalahan yang dihadapi oleh pokdarwis. Pemanfaatan sampah tersebut dilakukan dengan dibentuknya Bank Sampah sebagai sarana pokdarwis beserta masyarakat sekitar memanfaatkan sampah menjadi bernilai ekonomis.

### **Peran Milenial dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan**

Berdasarkan hasil penelitian, Tujuan dan tugas Pokdarwis akan bermuara pada peningkatan kesejahteraan atau keuntungan secara ekonomi yang didapatkan masyarakat dari dikelolanya destinasi Pantai Minang Rua. Pengelolaan destinasi pariwisata tersebut mengoptimalkan potensi yang ada dengan tidak merusak lingkungan. Tujuan dan cara pengelolaan tersebut sesuai dengan tujuan pembentukan pokdarwis berdasarkan Buku Panduan Kelompok Sadar Wisata (2012:18) yaitu peningkatan peran masyarakat yang bersinergi dengan berbagai *stakeholder* dalam peningkatan kualitas perkembangan pariwisata di daerah dengan melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Tujuan tersebut dapat diartikan bahwa terdapat dua unsur dalam dibentuknya pokdarwis yakni pemberdayaan masyarakat dan pengembangan pariwisata

berkelanjutan.

Pokdarwis Minang Rua Bahari telah dibentuk sejak tahun 2013 yang difasilitasi melalui fasilitator dari program PNPM-Pariwisata yang melihat potensi pariwisata yang dimiliki Desa Kelawi. Pokdarwis dibentuk berdasarkan SK Bupati Lampung Selatan Nomor B/612.A/III.16/HK/13/20-09-13 tentang Penetapan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Forum Komunikasi Kelompok Sadar Wisata (Forkom Pokdarwis) di Kabupaten Lampung Selatan yang kemudian diperkuat dengan Akta Notaris Rudi Hartono No. 73 tanggal 22 Oktober 2013.

Efektivitas pokdarwis merupakan sebuah proses bagaimana milenial yang tergabung dalam Pokdarwis Minang Rua Bahari berusaha merealisasikan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dalam proses merealisasikan tujuan tersebut dilakukan dengan mengoptimalkan seluruh potensi dan sumber daya yang dimiliki. Kejelasan tujuan yang akan dicapai merupakan salah satu kriteria dalam pencapaian tujuan yang efektif. Upaya pencapaian tujuan dapat dilihat melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Pokdarwis Minang Rua Bahari. Kegiatan tersebut mulai dari gotong-royong pembersihan pantai dari sampah yang terbawa arus laut, pembuatan pondok-pondok peristirahatan pengunjung dan pondok-pondok pedagang, mengikuti pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh instansi yang terkait, hingga dapat menggelar acara penyambutan tahun baru dan Festival Minang Rua.

Konsep Pariwisata Berkelanjutan telah digunakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan dalam pembangunan pariwisata. Pelaku utama dalam kegiatan kepariwisataan diserahkan utamanya kepada pihak masyarakat dan swasta, sedangkan pihak pemerintah hanya sebagai fasilitator dan regulator dalam tata kelola kepariwisataan. Dalam konsep pariwisata berkelanjutan menurut Sunaryo (2013:50), dampak positif yang dapat diterima masyarakat dan kelestarian lingkungan destinasi pariwisata menjadi perhatian utama. Sehingga dalam pengelolaan destinasi pariwisata diserahkan kepada masyarakat melalui pokdarwis sebagai wadah atau kelompok sebagai upaya dalam mengembangkan pariwisata dengan memanfaatkan dan

melestarikan potensi yang dimiliki.

Konsep pariwisata berkelanjutan menurut Sunaryo (2013:138) menekankan optimalisasi manfaat pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya yang berdomisili di sekitar destinasi pariwisata, dalam pembangunan kepariwisataan tersebut, strategi perencanaan pengembangan kepariwisataan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat yang mengedepankan peran dan partisipasi masyarakat setempat sebagai subjek pembangunan. Strategi tersebut dikenal dengan istilah *Community-Based Tourism Development (CBT)*.

Strategi CBT tersebut sejalan dengan tujuan dalam pemberdayaan masyarakat menurut Anwas (2014:75) yang menjadi tolak ukur keberhasilan adalah partisipasi masyarakat yang tinggi dalam pembangunan. Salah satu upaya dalam menciptakan partisipasi masyarakat yang tinggi diupayakan tumbuh kembangnya organisasi atau lembaga di masyarakat. Kelembagaan tersebut memudahkan dalam koordinasi dan meningkatkan nilai tawar masyarakat untuk melakukan kerjasama dengan pihak luar. Oleh karena itu, dibentuknya Pokdarwis Minang Rua Bahari yang mayoritas beranggotakan kaum muda/milenial, selain sebagai mitra pemerintah dalam upaya perwujudan dan pengembangan sadar wisata di Desa Kelawi, juga sebagai motivator, penggerak serta komunikator dalam upaya meningkatkan peran dan kepedulian masyarakat untuk mengelola, melestarikan, dan memanfaatkan potensi alam yang menjadi daya tarik wisata.

Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Minang Rua Bahari merupakan kelompok milenial yang dalam melakukan kegiatannya secara swadaya dan swakarsa. Pokdarwis melakukan kegiatan-kegiatan tersebut guna menunjang keberlangsungan kepariwisataan yang ada di Desa Kelawi secara umum dan Pantai Minang Rua secara khususnya. Berlangsungnya kegiatan seperti Festival Minang Rua; selain sebagai bentuk mempromosikan destinasi pariwisata tersebut, diharapkan pula dapat berdampak terhadap sektor perekonomian masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan visi-misi Desa Kelawi, yaitu menjadikan Desa Kelawi sejahtera yang berkeadilan bertumpu pada pemberdayaan masyarakat dengan

memaksimalkan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang ada dengan menggabungkan tradisi adat dan budaya masyarakat yang beragam, sehingga memiliki sebuah misi dengan kebersamaan membangun desa sehingga terwujud sebuah desa yang mandiri. Jika dilihat dari organisasi, dapat diketahui bahwa Pokdarwis Minang Rua Bahari merupakan institusi atau lembaga masyarakat di tingkat lokal Desa Kelawi yang berdiri di luar kelembagaan Desa Kelawi. Namun, pokdarwis dengan pemerintah desa saling berkoordinasi satu sama lain. Koordinasi tersebut berlangsung guna pembangunan potensi kepariwisataan yang ada di desa tersebut.

Komunikasi dan koordinasi antara Pokdarwis Minang Rua Bahari dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan berdasarkan hasil penelitian bersifat luwes/tidak kaku. Komunikasi yang biasa dilakukan kaum milenial yang tergabung dalam pokdarwis melalui sambungan telephone langsung kepada Kepala bidang Pengembangan Pariwisata dan diteruskan ke Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, kemudian untuk menjangring aspirasi dari kaum milenial, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan kunjungan langsung ke masyarakat sekitar destinasi wisata, serta pelibatan milenial pada *event-event* yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yaitu Festival Kalianda yang digelar setiap tahun untuk menampilkan potensi-potensi yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa kelompok sadar wisata melakukan rapat koordinasi sekali dalam dua bulan. Kemudian dalam melakukan suatu kegiatan, pokdarwis selalu merapatkannya terlebih dahulu untuk menentukan konsep kegiatan. Setiap keputusan yang diambil, setiap anggota pokdarwis dapat mengetahui keputusan tersebut dengan melihat berita acara, dalam rapat tersebut juga dibagikan *fotocopy* kas kelompok sadar wisata sehingga transparansi dalam anggaran sudah diwajibkan.

Bentuk sosialisasi kegiatan kepada masyarakat merupakan salah satu upaya dalam peningkatan eksistensi milenial yang tergabung dalam pokdarwis untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa proses sosialisasi kepada

masyarakat masih menjadi kendala bagi milenial yang tergabung dalam kelembagaan pokdarwis. Kendala yang dihadapi adalah *mindset* masyarakat yang masih menganggap bahwa destinasi Pantai Minang Rua adalah milik kaum muda yang tergabung dalam kelompok sadar wisata (pokdarwis) Minang Rua Bahari.

Komunikasi dan koordinasi antara Pokdarwis Minang Rua Bahari dengan Pemerintah Desa Kelawi dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan berdasarkan hasil penelitian, juga dilakukan dengan “demokratis”. Begitu pula pengambilan keputusan di organisasi pokdarwis sendiri dilakukan atas kebebasan individu dalam berpendapat atas kesadaran akan kebutuhan dan potensinya. Sebagaimana yang dinyatakan Anwas (2014:92 bahwa pemberdayaan masyarakat sangat terkait dengan demokrasi atau kebebasan individu atau masyarakat yang dimulai adanya kesadaran akan kebutuhan dan potensinya.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui sarana dan prasarana penunjang kepariwisataan sudah beragam, mulai dari pemerintah Desa Kelawi dengan pembangunan jalan menggunakan anggaran dana desa pada tahun 2020 dan pembangunan *homestay* yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), kemudian sarana-prasarana yang dibangun oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan berupa *landmark* Pantai Minang Rua, dan masih banyak lagi yang merupakan bantuan dari Kabupaten maupun Provinsi serta bantuan dari pihak swasta dan komunitas.

Pelaksanaan peningkatan kemampuan sumber daya manusia dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan melalui penyuluhan sadar wisata terlebih dahulu guna menyadartahukan masyarakat terhadap potensi yang dimiliki. Hal tersebut sesuai menurut anwas (2014:63-64) yang menyatakan bahwa menumbuhkan kesadaran merupakan bagian inti dalam pemberdayaan masyarakat. Menumbuhkan kesadaran berarti memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa dalam dirinya memiliki peluang dan potensi untuk menghasilkan perubahan kearah yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas kehidupan dankesejahteraannya.

Setelah kegiatan penyuluhan sadar wisata tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap milenial yang tergabung dalam kelembagaan pokdarwis sebagai organisasi masyarakat di tingkat lokal desa yang memiliki kepedulian dan tanggungjawab terhadap pembangunan dan pengembangan kepariwisataan. Penyuluhan dan pelatihan kepada kaum milenial yang tergabung dalam pokdarwis tersebut dilaksanakan di bawah kendali bidang Pengembangan Pariwisata.

Berdasarkan uraian di atas, generasi milenial yang tergabung dalam pokdarwis Minang Rua Bahari di Desa Kelawi dapat melakukan terobosan yang lebih dalam “inovasi” guna mengembangkan desa wisata, sehingga butuh inovasi dan kreasi agar terwujudnya *sinergitas* antara program pemerintah daerah dan masyarakat lokal khususnya dalam aspek pariwisata. Masyarakat lokal, khususnya para generasi milenial sangat berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena keunikan tradisi, budaya serta sumber daya yang melekat pada komunitas menjadi unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal (Wearing, 2001).

### **Peran Inovasi Generasi Milenial**

Pengelolaan destinasi pariwisata di Pantai Minang Rua akan membawa dampak ekonomi dalam jangka panjang kepada masyarakat disekitar destinasi tersebut. Pengelolaan wisata dengan konsep berkelanjutan merupakan pilihan yang baik untuk mendapatkan manfaat lebih dari di kelolanya potensi destinasi pariwisata. Dengan dikelolanya destinasi pariwisata akan mendorong tumbuhnya usaha kreatif serta peningkatan infrastruktur lokal guna menunjang kegiatan kepariwisataan tersebut. Tingkatan pemberdayaan setelah dikelolanya destinasi Pantai Minang Rua dilakukan dengan baik mulai dari aspek ekonomi yang ditandai dengan munculnya usaha-usaha terkait kegiatan kepariwisataan dan aspek politik yang mendasarkan keputusan tentang kepariwisataan ditangani langsung oleh milenial yang



tergabung dalam kelembagaan kelompok sadar wisata Minang Rua Bahari. Namun masih menjadi kelemahan atau kendala pada aspek psikologis, yakni adanya *mindset* serta keterlibatan masyarakat terhadap pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua dan aspek sosial tentang partisipasi masyarakat terhadap pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua yang masih berdasarkan momentum seperti liburan panjang. Untuk pembahasan lebih jelasnya dijabarkan menggunakan teori tingkatan pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan menurut Scheyvens dalam Antariksa (2018:47) sebagai berikut:

Tingkatan pemberdayaan masyarakat jika ditinjau dari aspek ekonomi, berdasarkan hasil penelitian didapatkan tujuandari milenial sebagai pengelola kepariwisataan yang ada di Desa Kelawi yaitu memaksimalkan seluruh potensi baik SDA dan SDM yang akan bermuara pada kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua akan memberikan peningkatan keuntungan secara ekonomi bagi masyarakat dengan diberikannya kesempatan berusaha dan berdagang di sekitar destinasi tersebut. Namun dari hasil penelitian didapatkan banyak usaha yang dilakukan masih bersifat “musiman”, artinya aktivitas berdagang dilakukan pada hari-hari libur saja, dikelolanya Pantai Minang Rua juga ikut dibangunnya *homestay* dan *cottage* di sekitar pantai. Salah satu *cottage* dibangun oleh BUMDes dan bekerjasama dengan pokdarwis, dan salah satunya milik masyarakat sekitar pantai.

Sedangkan *homestay* dibangun oleh salah satu anggota pokdarwis, penginapan-penginapan tersebut memberikan *salur* (uang) yang akan masuk ke kas pokdarwis.

Setelah pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua berkembang, pemerintah Desa Kelawi membangun infrastruktur jalan guna menunjang kegiatan pariwisata. Pada musrenbang desa tahun 2018 telah disepakati untuk memprioritaskan pembangunan infrastruktur jalan menuju destinasi Pantai tersebut. Pembangunan jalan dengan sistem rabat beton tersebut dilaksanakan dengan menggunakan Anggaran Dana Desa (ADD) pada tahun 2018.

Aspek ekonomi di atas, sesuai dengan pendapat Usman (2012:54-55) bahwa pembangunan pariwisata di Indonesia masih berfokus pada kepentingan ekonomi, seperti menambah devisa negara, menciptakan lapangan pekerjaan, serta mengalihkan ketergantungan pada minyak bumi. Pembangunan kepariwisataan pada intinya berupa aktivitas menggali segala potensi pariwisata, baik yang berasal dari sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun sumber buatan manusia.

Hasil penelitian pada aspek psikologis diperoleh data bahwa pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua yang dilakukan oleh pokdarwis mendatangkan prestasi tersendiri bagi Kabupaten Lampung Selatan. Hal tersebut dapat dilihat dari diraihnya penghargaan pada Festival Kalianda di bidang Pokdarwis dengan konsep wisata terpadu tahun 2018 dan ketertiban administrasi yang diterapkan oleh Pokdarwis Minang Rua Bahari. Administrasi yang diterapkan antara lain, buku tamu, buku kas, buku inventaris barang, notulensi atau berita acara setiap rapat.

Kendala yang masih dihadapi saat ini terjadi pada tingkat masyarakat yang diketahui masih belum semuanya ikut berpartisipasi (kurangnya keterlibatan masyarakat lokal) di sekitar destinasi dalam mendukung mewujudkan desa wisata. Selama ini keterlibatan masyarakat masih terbatas pada anggota milenial yang tergabung di pokdarwis.

Hasil penelitian pada tipe sosial ditemukan bahwa keselarasan sosial dan kohesi masyarakat ada gotong-royong yang dilakukan pasca-tsunami Selat Sunda. Keterlibatan dari berbagai pihak baik masyarakat, pemerintah, maupun berbagai komunitas yang ada di Desa Kelawi memperlihatkan masih adanya keselarasan di masyarakat. Keterlibatan masyarakat setempat dalam pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua hanya dilakukan pada saat musim liburan panjang dengan terlibat pada gotong-royong dan berdagang di destinasi tersebut.

Pengembangan komunitas atau lembaga lokal diwujudkan melalui Pokdarwis Minang Rua Bahari, bertujuan mengelola potensi pariwisata yang ada di Desa Kelawi, yang akan berdampak pada perekonomian masyarakat dengan meningkatkankualitas destinasi

Pantai Minang Rua. Menurut Wearing dalam Sunaryo (2013:218) bahwa sukses atau keberhasilan jangka panjang suatu industri pariwisata sangat bergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan dari komunitas lokal. Oleh karena itu, untuk mendukung tujuan pengelolaan destinasi Pantai Minang Rua tersebut diperlukan keterlibatan yang luas dari komunitas lokal yakni milenial yang tergabung dalam kelembagaan Pokdarwis Minang Rua Bahari dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat.

Aspek politik, didapatkan hasil penelitian bahwa dalam pengelolaan potensi pariwisata yang ada di Desa Kelawi diserahkan sepenuhnya kepada Pokdarwis Minang Rua Bahari, jadi pengelolaan kepariwisataan diputuskan melalui Pokdarwis. Sehingga pokdarwis sebagai institusi lokal memiliki kewenangan dalam mengatur pembangunan dan pengembangan kepariwisataan dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku. Sedangkan, peran pemerintah dalam hal ini Pemerintah Desa dan Pemerintah Daerah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lampung Selatan hanya sebagai fasilitator dan regulator. Sesuai dengan pendapat dari Sunaryo (2013:50-51) yang menerangkan bahwa pelaku utama kegiatan kepariwisataan diserahkan utamanya kepada masyarakat dan swasta, yang harus berperan serta dan aktif dan masing-masing berprinsip pada nilai-nilai: transparansi, mampu berpikir antisipatif, menjunjung supremasi hukum, memegang asas efisiensi, dan bertanggung jawab serta mempunyai daya tanggap yang responsif terhadap dinamika perubahan lingkungan yang ada di destinasi wisata. Sedangkan peran pemerintah hanya terbatas sebagai fasilitator dan regulator dalam tata kelola pariwisata berkelanjutan. Berdasarkan uraian di atas, perlu disadari bahwa generasi milenial merupakan komponen desa sehingga perludigandeng pemerintah daerah, pihak swasta dan masyarakat lokal. Perlu adanya komitmen yang kuat dari seluruh komponen desa untuk menggandeng generasi milenial dalam menyamakan pendapat, persepsi dan mengangkat potensi desa untuk keberlangsungan desawisata. Hal ini memberikan pemahaman kepada generasi milenial bahwa mereka juga merupakan bagian dari pengembangan desa wisata dan

menyadari tentang pentingnya desa wisata dilingkungan tempat tinggal mereka. Peran generasi milenial bekerjasama dengan pemerintah daerah yaitu salah satu dukungan pemerintah sebagai stakeholder pariwisata sangat dibutuhkan pada tahap ini. Pemerintah dan generasi milenial sebenarnya memiliki tanggung jawab yang sama dalam pengembangan pariwisata. Tugas tersebut salah satunya diwujudkan dalam bentuk kerjasama yang baik antara pemerintah dan pihak Desa Kelawi khususnya dengan pokdarwis Minang Rua Bahari.

Keseriusan pengelolaan desa wisata Kelawi dalam melibatkan generasi milenial di buktikan dengan lebih banyak mengikuti pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan sumber daya manusia generasi muda dan masyarakat.

Generasi milenial memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata dimana generasi ini telah mengalami pergeseran perilaku seturut dengan perkembangan teknologi. Dalam hal ini peran penting generasi milenial yaitu pertama, peran dalam menginisiasi, menggali serta mengembangkan potensi desa serta yang kedua, peran milenial dalam sistem komunikasi dan jaringan kelompok pemuda. Pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu ciri generasi milenial yaitu dapat mempromosikan produk unggulan desa dan wisata desa.

## PENUTUP

Generasi milenial Desa Kelawi yang tergabung dalam kelembagaan pokdarwis Minang Rua Bahari merupakan komponen desa sehingga perlu digandeng pemerintah daerah, pihak swasta dan masyarakat lokal. Perlu adanya komitmen yang kuat dari seluruh komponen desa untuk menggandeng generasi milenial dalam menyamakan pendapat, persepsi dan mengangkat potensi desa untuk keberlangsungan desa wisata. Hal ini memberikan pemahaman kepada generasi milenial bahwa mereka juga merupakan bagian dari “produser” dalam pengembangan desa wisata dan menyadari tentang pentingnya desa wisata di lingkungan tempat tinggal mereka. Peran generasi milenial bekerjasama dengan pemerintah daerah yaitu salah satu bentuk dukungan pemerintah sebagai stakeholder pariwisata sangat dibutuhkan pada tahap ini. Pemerintah dan generasi milenial sebenarnya memiliki tanggung jawab yang sama dalam pengembangan pariwisata. Tugas tersebut salah satunya diwujudkan dalam bentuk kerjasama yang baik antara pemerintah dan milenial yang tergabung dalam pokdarwis misalnya dalam pemasaran aneka produk wisata.

Produk wisata ini dapat berupa produk wisata alam, hasil bumi, kekayaan flora dan fauna, sosio kultural, masyarakat, tradisi atau wisata buatan. Pada tahap ini peran generasi milenial sebagai pengguna aktif teknologi digital yang merupakan salah satu ciri generasi millennial dapat membantu dalam memperkenalkan dan mempublikasikan potensi wisata di desa. Teknologi digital kini menjadi sarana publikasi yang sangat efektif yang mampu menjangkau seluruh belahan bumi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achyunda, Reva, Roro Retno Eva, Itca Istia Wahyuni. 2017. *Narasi sebagai Strategi Vira Marketing pada Akun Foodstagram @Makanpakereceh*. E - Proceeding of Management Volume 4 Nomor 2, Halaman 1950-1958. Bandung : Telkom University.
- Agunggunanto, dkk. 2016. *Pengembangan Desa Mandiri melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol. 13, No. 1, Hal. 67- 81.
- Andini, Natasya Putri, Suharyono, Sunarti. 2014. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Volume 11, Nomor 1, Halaman 1-6. Malang : Universitas Brawijaya.
- Anom, I Putu, dkk. 2015. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa Wisata di Desa Wisata di Kabupaten Badung*. Badung : Pemerintah Kabupaten Badung.
- Anom, I. P., Suryasih, I. A., Nugroho, S., & Mahagangga, I. G. A. O. (2017).
- Turismemorfofis: Tahapan selama seratus tahun perkembangan danprediksi pariwisata Bali. *Metamorfosis Pariwisata, Tantangan Membangun Pariwisata Berkelanjutan*
- Anonim. *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa*.
- Anonim. 2017. *Pengembangan Desa Wisata : Desa Membangun Indonesia*.
- Disampaikan oleh Tim Percepatan Wisata Desa dan Kota :Jakarta.

- Anonim. 2017. *The Urban Middle-Class Millennials Indonesia : Financial and Online Behavior*. Jakarta Selatan : PT Alvara Strategi Indonesia.
- Antariksa, Basuki. 2018. *Kebijakan Pembangunan Sadar wisata Menuju Daya Saing Kepariwisata Berkelanjutan*. Malang : Intrans Publishing.
- Anwas, Oos. M. 2014. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung : Alfabeta.
- Bungin, H.M Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Jakarta : PT Prenada Media Group.
- Frey, William H. 2018 *The Millennial Generation : A Demographic Bridge to America's Diverse Future*. Dipublikasikan secara online: <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2018/01/2018janbrookingsmetromillennials-a-demographic-bridge-to-americas-diversefuture.pdf>
- Kagungan, D., & Yulianti, D. (2019). *The Synergy Among Stakeholders to Develop Pisang Island as Marine Tourism: The Case of Underdeveloped Area*. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 32(1), 16-23. Universitas Air Langga
- Kagungan, D, Rosalia F, Zainal, A. 2021. *Genpys Strategy in Development Tourism in Lampung Province*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Universitas Padjadjaran
- Kurniawan, Borni. 2015. *Desa Mandiri Desa Membangun*. Jakarta : Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia.
- Kusmayadi dan Sugiarto, E., 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy. J. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- M. Richard. 1985. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta : Erlangga.
- Mudana, I. W. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat Di Daerah Tujuan Wisata Desa Pemuteran dalam Rangka Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 4(2)

- Muhadjir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Ke - 3*. Yogyakarta : Rake Sarasain.
- Nalayani, Ni Nyoman Ayu Hari. 2016. *Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung, Bali*. Jurnal JUMPA 2 (2) : 189 - 198.
- Nugroho, Saptono, A.A Ngurah Palguna. 2016. *Generasi Muda dalam Praktik Desa Wisata di Kabupaten Badung*. Dalam Suryawan, Ida Bagus, Ida Ayu Suryasih, I Putu Anom (Ed.) *Perkembangan dan Pengembangan Desa Wisata* : 111 - 127. Depok : Herya Media.
- Nuryanti, Wiendu. 1993. *Concept, Perspective, and Challenges*. Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 1993.
- Rahim, Firmansyah. 2012. *Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata Di Destinasi Pariwisata*. Jakarta : Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Steers,
- Sanjiwani, Putri Kusuma. 2015. *Kebijakan Pemerintah Terhadap Kelembagaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Bali*. Arida, I Nyoman Sukma, Ni Ketut Arismayanti (Ed.) *Kebijakan dan Paradigma Pariwisata*. Denpasar : Cakra Press.
- Steers, M. Richard. 1985. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta : Erlangga.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2017. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta : Gava Media.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta : Gava Media.
- Usman, Sunyoto. 2012. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.



## TENTANG PENULIS



**Dr. Feni Rosalia, M.Si** pendidikan S1 Universitas Lampung, S2 Institut Pertanian Bogor, dan S3 Universitas Padjadjaran. Saat ini bertugas sebagai Dosen Tetap Jurusan Ilmu Pemerintahan Fisip Universitas Lampung, aktif dalam kegiatan penelitian baik penelitian hibah professor yang didanai BLU Universitas Lampung (2020 dan 2021), dan penelitian yang di danai Kemenristekdikti (penelitian hibah bersaing pada tahun 2009-2011 dan penelitian hibah strategis nasional (2013), selain itu aktif melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, serta menulis buku



**Dra. Dian Kagungan, M.H** pendidikan S1 Universitas Lampung, S2 Universitas Lampung dan saat ini sedang menempuh pendidikan Doktorat (S3) Studi Pembangunan Universitas Lampung. Dosen Jurusan Administrasi Negara Fisip Unila, aktif dalam kegiatan penelitian tingkat Nasional (2009-2021) skim penelitian hibah bersaing, unggulan PT, penelitian Strategis Nasional, juga aktif menulis buku dan kegiatan pengabdian masyarakat serta beberapa kali memperoleh sertifikat HKI dari Kementerian Hukum dan HAM RI

