

Pendidikan dan Pelatihan bagi Kaum Milenial sebagai Cross Cutting Interpreters dalam Pengembangan Desa Wisata

Dian Kagungan^{1*}, Yulia Neta², Feni Rosalia³

¹ Jurusan Administrasi Negara, FISIP; ² Jurusan Ilmu Hukum, FH; ³ Jurusan Ilmu Pemerintahan, FISIP, Universitas Lampung

*Jalan Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No. 1, Gedongmeneng, Bandar Lampung

*Korespondensi: dian.kagungan@fisip.unila.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah peningkatan kemampuan 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. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum millennial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (interpreter group), melalui pendidikan pelatihan dan pendampingan dalam rangka pengembangan potensi unggulan pariwisata berbasis agrowisata di kampung kopi Rigin Jaya Kabupaten Lampung Barat

Kata Kunci: pendidikan dan pelatihan, millennial, cross cutting interpreters

1. ANALISIS SITUASI

Pemerintah Indonesia pada tahun 2021 menetapkan sektor pariwisata sebagai salah satu dimensi sektor unggulan dalam kerangka agenda pembangunan nasional atau yang lebih lazim dikenal sebagai Nawacita Jokowi-JK 2019-2024 (bumdes.id, 2020; Kementerian Pariwisata, 2020). Hal ini mendorong adanya akselerasi pengembangan dan pembangunan kepariwisataan hampir di seluruh wilayah Indonesia yang dilakukan oleh sejumlah stakeholder pariwisata. Pada tahun 2021, Kementerian Pariwisata menargetkan 20 juta jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Untuk merealisasikan hal tersebut, pengembangan sejumlah destinasi berdasarkan aspek potensi alam, budaya, dan buatan terus gencar digalakkan (Kementerian Pariwisata, 2020). Di tahun 2021, pemerintah berfokus pada pelaksanaan program pengembangan 2.000 desa wisata yang tersebar di 14 provinsi. Hal ini bertujuan untuk merealisasikan 1,9 juta target

kunjungan wisatawan mancanegara ke wilayah perdesaan sebagaimana telah ditetapkan pada aspek portofolio pariwisata.

Lampung merupakan salah satu provinsi yang ditetapkan dalam pengembangan desa wisata tersebut. Penetapan provinsi Lampung dengan brand Lampung The Treasure of Sumatera ini tidak terlepas dari sejumlah potensi pariwisata yang dimiliki. Lampung yang mulai menggeluti dunia kepariwisataan selama kurang lebih lima tahun terakhir ini juga telah menjadi destinasi wisata yang cukup banyak dikunjungi wisatawan lokal dan mancanegara (Kagungan, dkk., 2021). Terbukti, Kabupaten Lampung Barat misalnya telah dikunjungi sekitar 7.352 orang Agrowisata “kampoeng kopi” yang terletak di Pekon Rigin Jaya merupakan daerah penghasil kopi terbaik di Kabupaten Lampung Barat dan menjadi salah satu kawasan unggulan pariwisata Kabupaten Lampung Barat yang dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara terutama kaum millennial tercatat pada tahun 2020 telah dikunjungi wisatawan sebanyak 7.352 orang. Jumlah kunjungan wisatawan ke agrowisata kampoeng kopi dapat dilihat melalui tabel 1.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan periode 2020 -2021

No	Bulan	2020	2021
1.	Januari	520	2.998
2.	Februari	529	698
3.	Maret	156	329
4.	April	6	Tutup
5.	Mei	2	Tutup
6.	Juni	456	Tutup
7.	Juli	0	1.334
8.	Agustus	0	700
9.	September	5	67
10.	Oktober	0	230
11.	November	0	324
12.	Desember	0	672
Jumlah		12.694	7.352

Sumber: Kelompok Sadar Wisata Agrowisata Kampoeng Kopi Rigin Jaya, 2021

Pengelolaan potensi pariwisata kampoeng kopi Desa Rigin Jaya mayoritas dilakukan oleh kelompok pemuda/millennial dan kelompok sadar wisata. Berdasarkan hasil observasi/kunjungan lapang serta kajian yang dilakukan Tim, menyimpulkan bahwa pengembangan potensi unggulan kampoeng kopi Rigin Jaya tidak diikuti dengan kemampuan 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 milenial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (interpreter group). Secara umum, permasalahan yang dihadapi adalah masih rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan kemampuan manajerial serta masih terbatasnya anggaran. Selain itu belum maksimalnya partisipasi masyarakat dan keterlibatan stakeholder terhadap pengembangan potensi pariwisata unggulan “kampoeng kopi” Desa Rigis Jaya ini; dengan kata lain, meski telah berjalan selama sepuluh tahun namun sektor pariwisata masih belum mampu memberikan kontribusi ekonomi secara positif bagi masyarakat lokal setempat. Hal ini umumnya juga 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, diversifikasi produk wisata yang cenderung sama dengan desawisata lainnya, dan sebagainya (Situmorang, dkk, 2019).

Fakta lain juga diungkapkan oleh Nugroho dan Palguna (2016) yang menjelaskan bahwa minimnya partisipasi kaum milenial dalam pengelolaan desa wisata disebabkan atas 3 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. Kedua, 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. Ketiga, 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.

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 (Ali dkk, 2017).

Oleh sebab itu Tim pengabdian memberikan solusi perlu dilakukannya pendidikan dan pelatihan bagi kaum millennial sebagai *cross cutting intrepreters* dalam pengembangan desa wisata berupa rekomendasi kebijakan bagi Desa Wisata Rigin Jaya dalam mengatasi permasalahan terkait dengan promosi dan pemasaran produk pariwisata. Pengabdian ini juga bertujuan untuk membangun partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata, secara khusus bagi kaum millennial desa, melalui prioritas kegiatan yang bertujuan meningkatkan keterampilan manajerial maupun pembinaan dalam pengelolaan usaha kepariwisataan, “kampoeng kopi” di pekon Rigin Jaya; 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 pengembangan potensi unggulan pariwisata “kampoeng kopi” ini.

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi dan dirumuskan masalah-masalah sebagai berikut:

- a) Rendahnya kapasitas millennial/pemuda yang tergabung dalam kelembagaan kelompok sadar wisata desa Rigin Jaya memiliki konsekuensi logis terhadap rendahnya tingkat kualitas pengelolaan wisata unggulan “kampoeng kopi” di desa Rigin Jaya termasuk pemasaran produk/promosinya
- b) Kelembagaan desa, kelompok sadar wisata (pokdarwis), kelompok pemuda akan lebih kuat jika didukung dengan personil yang mengerti dan memahami tugas-tugas pokok dan fungsinya tidak terkecuali kemampuan manajerial, kemampuan teknis (technical skill) dalam pengelolaan dan pengembangan potensi unggulan pariwisata “kampoeng kopi” desa Rigin Jaya.
- c) Diperlukan tindakan nyata antara lain melalui pendidikan pelatihan bagi kaum muda/ millennial, pokdarwis dan kelembagaan desa dalam rangka pengembangan potensi unggulan pariwisata “kampoeng kopi” desa Rigin Jaya.

Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu:

- a) Peningkatan kemampuan 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. Karena dapat diterima oleh semua pihak, kaum milenial juga memiliki peran

sebagai sang penafsir (interpreter group), melalui pendidikan pelatihan dan pendampingan dalam rangka pengembangan potensi unggulan pariwisata berbasis agrowisata di kampung kopi Rigis Jaya Kabupaten Lampung Barat.

- b) Pengenalan dan pendampingan dari aspek manajerial (*managerial skill*) dan kemampuan teknis (*technical skill*) guna mempermudah kelembagaan kelompok sadar wisata bersama masyarakat Pekon Rigis Jaya mengembangkan potensi unggulan pariwisata kampoeng kopi melalui kegiatan pemberdayaan yang akan bermuara pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat.
- c) Mendukung program Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dan Pemerintah Kabupaten Lampung Barat yakni Sapta Pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan). Oleh karena itu, program-program yang dirumuskan dan diimplementasikan harus senantiasa melibatkan masyarakat dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki sebagai salah satu upaya percepatan pengembangan potensi wisata unggulan “kampoeng kopi” termasuk pemasaran dan promosi produk-produknya.

Adapun manfaat kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan melalui pendidikan/pelatihan dan pendampingan dalam rangka pengembangan potensi unggulan pariwisata “kampoeng kopi” Desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Lampung Barat, termasuk kegiatan promosi/pemasaran produk-produk unggulan, melalui penguatan kapasitas kaum millennial/pemuda sebagai cross cutting interpreters, dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan income dan kesejahteraan masyarakat desa tersebut.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini antara lain:

- a) Metode dari aspek kognitif dimana tim akan memberikan pengetahuan tentang peningkatan kapasitas melalui pendidikan dan pelatihan kepada millennial/kaum muda desa Rigis Jaya dan disesuaikan dengan tema kegiatan pengabdian ini
- b) Metode FGD dan advokasi dimana tim akan menghubungkan aspirasi dan inspirasi masyarakat desa Rigis Jaya khususnya kaum muda/millennial dengan pemerintah terkait dan para stakeholder yang concern terhadap program pengembangan pariwisata unggulan “kampoeng kopi”

- c) Monitoring dan evaluasi terhadap hasil kegiatan yang telah dilakukan. Tim berharap kegiatan pemberdayaan terus berlanjut.

Adapun prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan.

- Langkah awal, observasi dan kunjungan lapang Tim serta analisis kearifan lokal masyarakat setempat berkaitan rencana pelaksanaan kegiatan
- Langkah kedua, pendidikan dan pelatihan.
- Langkah ketiga, mengadakan FGD dan ekspose kegiatan
- Langkah keempat, rekomendasi kebijakan kepada Pemerintah Kabupaten Lampung Barat dan *stakeholder* yang *concern* terhadap pengembangan potensi unggulan pariwisata “kampoeng kopi” secara berkelanjutan

3. PELAKSANAAN DAN HASIL

Gambaran Umum Lokasi Pengabdian

Agrowisata Kampoeng Kopi terletak di Pekon Rigis Jaya, Kecamatan Air Hitam, Kabupaten Lampung Barat. Agrowisata Kampoeng Kopi berjarak kurang lebih 55 kilo meter dari Kota Liwa yang merupakan Ibu Kota Kabupaten Lampung Barat. Kampoeng Kopi Rigis Jaya merupakan kawasan penghasil kopi terbaik di Kabupaten Lampung Barat yang menjadi sarana edukasi bagi wisatawan tentang budidaya komoditas unggulan Kabupaten Lampung Barat tersebut mulai dari proses pembibitan sampai dengan proses siap di konsumsi. Agrowisata Kampoeng Kopi telah dilengkapi dengan anjungan-anjungan dengan pemandangan hamparan perkebunan kopi yang luas sebagai daya tarik bagi wisatawan.

Terdapat beberapa indikator penempatan serta pengembangan pariwisata berbasis agrowisata kampoeng kopi ditetapkan pada Pekon Rigis Jaya, indikator tersebut diantaranya:

- a) Terdapat potensi sumber daya alam yang masih alami dengan suasana pedesaan yang menjadi daya tarik wisatawan
- b) Letak pekon rigis jaya yang strategis dan berdekatan dengan jalan utama serta ketersediaan sarana dan prasarana yang cukup memadai
- c) Keterbukaan masyarakat yang berapa di pekon rigis jaya dengan didukung oleh lembaga pemerintah pekon dan lembaga ekonomi masyarakat yang baik
- d) Terdapat motivasi dibidang ekonomi dan sosial masyarakat pekon rigis jaya terhadap pengembangan pariwisata berbasis agrowisata kampoeng kopi tersebut

e) Terdapat pengembangan produk komoditas unggulan di pekan rigis jaya

Tujuan dari pengembangan agrowisata berbasis agrowisata kampoeng kopi yang terletak di Pekon Rigis Jaya diantaranya:

- Menghadirkan berbagai fungsi pengembangan sumber daya manusia, pengembangan kelembagaan, serta pengembangan material
- Perlindungan sumber daya alam serta perlindungan ekosistem perkebunan kopi yang menjadi komoditas unggulan di pekan rigis jaya
- Upaya pelestarian kehidupan sosial dan pelestarian budaya masyarakat lokal
- Upaya pengembangan sektor pariwisata yang berbasis agrowisata dengan sektor perkebunan sebagai ikon utama sektor pariwisata tersebut
- Mendorong masyarakat setempat untuk berwirausaha dengan memanfaatkan potensi yang tersedia (Profil Desa Wisata Kampoeng Rigis Jaya, 2020).

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2022 bertempat di anjungan kampoeng kopi pekan Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat. Kegiatan ini mengambil tema pendidikan dan pelatihan bagi kaum milenial sebagai *cross cutting interpreters* dalam pengembangan desa wisata.

Waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai pada penyusunan laporan kegiatan dan juga kegiatan evaluasi. Sedangkan pelaksanaan kegiatan pelatihannya dilaksanakan dalam waktu 1 (satu) hari dengan rincian sebagai berikut: sesi pertama menyangkut konsep (termasuk pretest), sesi kedua juga penyampaian konsep dan sesi ke tiga praktek, sesi ke empat post test untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta Lokasi pelatihan bertempat di balai desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat

Prosedur kerja untuk mendukung realisasi metode yang ditawarkan langkah awal, observasi lapang, dan studi pendahuluan yang dilakukan tim pelaksana. Tahap selanjutnya dilaksanakan pendidikan pelatihan dan pendampingan oleh fasilitator. Kegiatan selanjutnya yaitu mengadakan FGD, mereview hasil kegiatan dan ekspose kegiatan. Langkah keempat yaitu memberikan rekomendasi kebijakan kepada Pemerintah Kabupaten Pesawaran dan *stakeholder* yang *concern* terhadap peningkatan kemampuan SDM pariwisata Desa Rigis Jaya. Dalam

kegiatan tersebut, pihak-pihak yang terlibat yaitu LPPM Universitas Lampung; Tim Pengabdian yang berasal dari jurusan ANE Fisip Universitas Lampung dan fasilitator; tim pendukung kegiatan yang berasal dari mahasiswa 2 orang, alumni 1 orang, staf/administrasi 1 orang, Aparatur Desa Rigis Jaya beserta jajarannya, Kelompok Sadar Wisata dan Tokoh Pemuda/karang taruna, Jumlah khalayak sasaran antara ini adalah 20 orang.

Analisis dan Evaluasi Kegiatan

Pre test dan posttest dilakukan untuk mengukur secara kuantitatif pengetahuan dan kemampuan peserta pelatihan sehingga dapat dilihat tingkat perubahannya dari sebelum dilakukan pelatihan dan setelah dilakukan pelatihan. Hasil *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil *pre* dan *posttest* kegiatan

No	Peserta	Nilai PreTest	Nilai PostTest	Persentase Kenaikan
1	Peserta 1	50	90	40
2	Peserta 2	80	100	20
3	Peserta 3	70	100	30
4	Peserta 4	60	100	40
5	Peserta 5	80	100	20
6	Peserta 6	70	100	30
7	Peserta 7	60	90	30
8	Peserta 8	70	100	30
9	Peserta 9	80	100	20
10	Peserta 10	80	100	20
11	Peserta 11	50	100	50
12	Peserta 12	75	100	25
13	Peserta 13	75	90	25
14	Peserta 14	65	100	35
15	Peserta 15	65	100	35
16	Peserta 16	75	100	25
17	Peserta 17	75	100	25
18	Peserta 18	60	100	40
19	Peserta 19	70	90	20
20	Peserta 20	70	100	20

Sumber: Hasil pengabdian, 2022.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di desa Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat dengan tema pendidikan dan pelatihan bagi kaum milenial sebagai *cross cutting interpreters* dalam pengembangan desa wisata dilakukan melalui beberapa aspek :

- a) Aspek kognitif. Tim Pengabdian memberikan pengetahuan tentang pengembangan pariwisata, diawali dengan materi pendahuluan tentang peningkatan kapasitas, tugas pokok dan fungsi Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis) sebagai garda terdepan pengembangan desa wisata kampoeng kopi dan diharapkan dapat menjadi salah satu destinasi wisata unggulan Kabupaten Lampung Barat, serta pentingnya sinergitas antara pihak-pihak yang memiliki kewenangan dan *concern* terhadap pengembangan Kampoeng Kopi Pekon Rigis Jaya tentu saja didukung oleh peran aktif masyarakat Pekon Rigis Jaya. Selanjutnya penyampaian materi inti yang pertama yakni materi tentang “Millenial Sebagai *Cross Cutting Interpreters* Dalam Pengembangan Desa Wisata”. Materi disampaikan oleh Tim Pengabdian dari Universitas Lampung dan fasilitator. Penyampaian materi kegiatan dikemas pula dengan fgd dan diskusi interaktif bersama peserta kegiatan
- b) Pendampingan kegiatan event-event pariwisata baik dari tim pengabdian maupun dari *stakeholder* dalam rangka mempromosikan secara intensif potensi pariwisata Kampoeng Kopi dengan melibatkan peran serta kaum milenial/ kaum muda sebagai *cross cutting interpreters* dalam pengembangan desa wisata kampoeng kopi Rigis Jaya
- c) Advokasi di mana Tim Pengabdian Masyarakat akan menghubungkan aspirasi dan inspirasi masyarakat Pekon Rigis Jaya khususnya kaum milenial yang tergabung dalam Kelompok Sadar Wisata dan karangtaruna dengan Pemerintah Kabupaten Lampung Barat dan para *stakeholder* yang *concern* terhadap program pengembangan Kampoeng Kopi ini, hal ini sesuai visi misi Bupati Kabupaten Lampung Barat yang bertekad memajukan pariwisata Lampung Barat

Secara umum dapat dikatakan bahwa kegiatan di Pekon Rigis Jaya yang dijalankan ini telah membawa peningkatan kemampuan dasar peserta secara kuantitatif dan “berhasil” mengingat pentingnya kegiatan ini dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun manca negara

- Semakin meningkatnya kapasitas milenial dalam pengembangan wisata di pekon Rigis Jaya dengan mendukung program pengembangan pariwisata unggulan “kampoeng kopi” Kabupaten Lampung Barat sebagai salah satu tujuan destinasi wisata internasional, agar promosi dan pemasaran Desa Wisata “kampoeng kopi” Rigis Jaya semakin viral, dengan 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 strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata. Orang-orang tersebut (milenial) nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata “kampoeng kopi” Rigis Jaya dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi

- Kelembagaan desa, milenial/pemuda/anggota kelompok sadar wisata Pekon Rigis Jaya bersama segenap masyarakat desa memahami peran, tugas pokok dan fungsinya sebagai ujung tombak pengelola wisata. Kaum millenial 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 millenial juga memiliki peran sebagai sang penafsir (interpreter group).
- Pekon Rigis Jaya telah memiliki web desa wisata sebagai sarana publikasi program desa wisata dan sebagai sarana promosi (Instagram Kampoeng Kopi Pekon Rigis Jaya juga cukup aktif mempromosikan)
- Milenial yang tergabung dalam Kelompok sadarwisata (pokdarwis) dan karang taruna Kampoeng Kopi memiliki semangat tinggi untuk memajukan area wisata Kampoeng Kopi

Peningkatan kemampuan dasar peserta secara kuantitatif mempunyai tujuan:

- a) Dikuasainya kemampuan teknis (*technical skill*) dan manajerial (*managerial skill*) untuk mengkoordinasi dan mengintegrasikan kepentingan dan kegiatan organisasi dalam memahami aspirasi dan kebutuhan masyarakat
- b) Dikuasainya kemampuan teknis (*technical skill*) dan manajerial (*managerial skill*) bagi kaum milenial khususnya untuk membantu pemasaran hasil product berupa aneka olahan kopi yang telah ditekuni selama ini dalam rangka meningkatkan *income*/pendapatan
- c) Pengembangan area wisata Kampoeng Kopi didukung oleh Pemerintah Kabupaten Lampung Barat melalui Dinas Pariwisata, DPRD dan dari stakeholder lainnya

Sebelumnya, Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat di Pekon Rigis Jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat ini diawali dengan pre test dan post test. Berdasarkan hasil pre test dan post test yang dilakukan, peningkatan terendah sebesar 20% dan yang tertinggi sebesar 30,5%. Namun dapat dikatakan

bahwa kenaikan terendah ini disebabkan karena pada intinya pengetahuan dasar peserta sudah mencukupi sehingga meskipun persentase kenaikan kecil tetapi nilai cukup besar yaitu 100 dari nilai awal 80. Sedangkan kenaikan tertinggi terjadi sekitar 30,5% dari nilai awal 60,5 menjadi 100 karena peserta sudah mengetahui tugas, pokok dan fungsi sebagai milenial yang tergabung dalam keanggotaan kelompok sadar wisata, pengembangan pariwisata unggulan Kampoeng Kopi, pengembangan produk wisata melalui aneka keterampilan yang mereka miliki dengan menghasilkan olahan berbahan dasar kopi dan beberapa produk unggulan yang mereka jual, serta pentingnya *website dan Instagram* dalam mendukung perkembangan pariwisata Pekon Rigis Jaya dan setelah mengikuti pelatihan ini, peserta mampu meningkatkan pengetahuan dan kapasitasnya, sehingga nilai yang diperoleh dari menjadi 100

Dengan demikian, pelaksanaan pelatihan di Pekon Rigis Jaya ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas peserta pelatihan khususnya kaum milenial yang menjadi kelompok sasaran kegiatan ini dalam rangka optimalisasi pengembangan potensi pariwisata unggulan Kampoeng Kopi Pekon Rigis Jaya yang akan bermuara semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan, hasil dan evaluasi kegiatan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Semakin meningkatnya kapasitas milenial dalam pengembangan wisata di pekan Rigis Jaya dengan mendukung program pengembangan pariwisata unggulan “kampoeng kopi” Kabupaten Lampung Barat sebagai salah satu tujuan destinasi wisata internasional, agar promosi dan pemasaran Desa Wisata “kampoeng kopi” Rigis jaya semakin *viral*, dengan mengundang para *youtuber*, *selebgram*, *travel vlogger*, *travel blogger*, ataupun seseorang yang memiliki 3F (*Followers, Fans, Friends*) untuk berkunjung ke desa mereka. Sebagaimana di kutip dari Achyunda, dkk, (2017) dan Andini dkk, (2019) hal ini termasuk dalam bagian *digital influencer* yang merupakan salah satu strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata. Orang-orang tersebut (milenial) nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata “kampoeng kopi” Rigis Jaya dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra destinasi.
- Kemampuan analisis peserta ini secara singkat dapat ditingkatkan terutama dalam aspek kognitif dan afektif. Secara kognitif rata-rata mengalami kenaikan tertinggi sekitar 30,5% dari kemampuan dasar peserta.

- Antusiasme dan semangat peserta pelatihan merupakan salah satu indikator bahwa pelaksanaan kegiatan bisa di katakan “berhasil” dan adanya keinginan untuk tetap dilanjutkan di tahun yang akan datang.
- Adapun saran/rekomendasi yang penting dari kegiatan ini adalah : Perlunya bimbingan dan pendampingan secara berkelanjutan bagi milenial yang tergabung dalam pokdarwis dan karang taruna dalam rangka pengembangan potensi pariwisata unggulan Kampoeng Kopi.

4. PENUTUP

Semakin meningkatnya kapasitas milenial dalam pengembangan wisata di pekon Rigis Jaya dengan mendukung program pengembangan pariwisata unggulan “kampoeng kopi” Kabupaten Lampung Barat sebagai salah satu tujuan destinasi wisata internasional, agar promosi dan pemasaran Desa Wisata “kampoeng kopi” Rigis jaya semakin *viral*, dengan 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 strategi komunikasi oleh Kementerian Pariwisata. Orang-orang tersebut (milenial) nantinya akan mengunggah foto atau video mereka selama berada di desa wisata “kampoeng kopi” Rigis Jaya dengan menyertakan komentar yang positif untuk membangun citra Destinasi.

Kemampuan analisis peserta ini secara singkat dapat ditingkatkan terutama dalam aspek kognitif dan afektif. Secara kognitif rata-rata mengalami kenaikan tertinggi sekitar 30,5% dari kemampuan dasar peserta. Antusiasme dan semangat peserta pelatihan merupakan salah satu indikator bahwa pelaksanaan kegiatan bisa di katakan “berhasil” dan adanya keinginan untuk tetap dilanjutkan di tahun yang akan datang.

Adapun saran/rekomendasi yang penting dari kegiatan ini adalah: Perlunya bimbingan dan pendampingan secara berkelanjutan bagi milenial yang tergabung dalam pokdarwis dan karang taruna dalam rangka pengembangan potensi pariwisata unggulan Kampoeng Kopi

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang tinggi penulis sampaikan kepada Rektor Universitas Lampung cq LPPM Unila yang telah berkenan mengalokasikan anggaran untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini; Dekan FISIP Universitas

Lampung beserta jajaran; Ketua Jurusan Administrasi Negara, FISIP Universitas Lampung, Ketua Jurusan/bagian HAN FH Unila, Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung; Tim pelaksana kegiatan termasuk fasilitator, staf dan mahasiswa pendamping; aparat Pekon Riris Jaya, BPD, pemuda/millennial dan karang taruna yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Achyunda, R. Eva, R.R. & Wahyuni I.I (2017) Narasi Sebagai Strategi Viral Marketing pada akun Foodstagram @Makanpakereceh. *E Proceeding of Management*, 4 (2), 1950-1958
- Andini, N. P., Sunarti. 2019. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11 (1), 1-6.
- Bumdes.id Pusat Pelatihan dan Pendampingan Bumdes Indonesia (sumber internet).
- Ali, H. & Purwandi (2017). *The Urban Middle-Class Millenials Indonesia: Financial and Online Behaviour*. Jakarta Selatan: PT Alvira Strategi Indonesia
- Dokumen Profil Desa Wisata Kampong Riris jaya Kecamatan Air Hitam Kabupaten Lampung Barat Tahun 2020
- Kagungan, D, Rosalia F, Zainal, A. 2021. Genpys Strategy in Development Tourism in Lampung Province. *Journal of Social Sciences and Humanities*, (Sosiohumaniora) Vol, 23, No. 2, July 2021: 177-186 Padjadjaran University
- Nugroho, S. & Palguna, A. A. N. (2016). *Generasi Mudal dalam Praktik Desa Wisata di Kabupaten Badung* (hal. 111 – 127) dalam Suryawan, I. B., Suryasih, A.A., Anom, I. P (Ed.) *Perkembangan dan Pengembangan Desa Wisata*. Depok: Herya Media.
- Situmorang, F., Narottama, N. (2019). *Peran Kaum Millennial Dalam Pengembangan Digital Nomadic Tourism Sebagai Badan Usaha Milik Desa: Studi kasus di Desa Wisata Pelaga Kabupaten Badung, Bali*.
- Tim Percepatan Wisata Desa Kota (2020) *Pengembangan Desa Wisata : Desa Membangun Indonesia* . Jakarta: Tim Percepatan Wisata Desa dan Kota, Kementerian Pariwisata Tahun 2020.