



PENGUATAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI PEMBANGUNAN DESA WISATA

(Studi di Wana Wisata Sumber Biru, Wonosalam, Jombang dalam Perspektif
Komunikasi Sosial dan Politik Media)

Muchlis

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

muchlismsi79@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 9 Februari 2023

Accepted 4 Maret 2023

Published 1 April 2023

Keyword:

Komunikasi Sosial,

Politik Media, Ekonomi

Masyarakat, Desa

Wisata

Abstract

This research discusses strategies for strengthening the community's economy through the development of the tourism village called Wana Wisata Sumber Biru in Wonomerto Village, Wonosalam District, Jombang Regency, especially related to forms of social and political communication as well as media communication. Using qualitative methods, the results of this study show that lifting and strengthening the community economy of the tourist village relies on community participation where funds for the development of the Sumber Biru Tourism Area are mostly sourced from community self-help and assistance from village-owned enterprises. Regarding forms of social and political communication, the managers of the Tourism Village 'Wana Wisata Sumber Biru' conduct intensive political communication with policy-makers, both at the sub-district, sub-district, and district levels. Meanwhile, related to media communication, the management strives to establish good relations with the mass media to distribute information to the wider community regarding the existence of Wana Wisata Sumber Biru as an alternative tourist destination that is worth visiting.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Desa Wisata 'Wana Wisata Sumber Biru' di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang, khususnya terkait dengan bentuk komunikasi sosial dan politik serta komunikasi media. Dengan menggunakan metode kualitatif, hasil studi ini menunjukkan bahwa penguatan ekonomi masyarakat desa wisata bertumpu pada ekonomi kerakyatan, dimana dana pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagian besar bersumber dari swadaya masyarakat dan bantuan dari dana badan usaha milik desa. Terkait dengan bentuk komunikasi sosial dan politik, pengelola desa wisata Wana Wisata Sumber Biru ini menjalin komunikasi politik secara intensif dengan para pemangku kebijakan, baik di tingkat kelurahan, kecamatan, dan kabupaten. Sedangkan terkait dengan komunikasi media, pengelola berupaya untuk menjalin hubungan yang baik dengan media massa dengan untuk mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas perihal keberadaan Wana Wisata Sumber Biru sebagai salah satu alternatif destinasi wisata yang layak dikunjungi.

Copyright © 2023 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved

Editorial Office:

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id

Pendahuluan

Secara mendasar, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam mengenai upaya penguatan ekonomi masyarakat desa melalui pembangunan desa wisata dengan mengambil setting lokasi di Wana Wisata Sumber Biru yang terletak di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Pertimbangan utama yang mendasari dilakukannya penelitian ini adalah adanya sebuah realitas bahwa masyarakat Desa Wonomerto, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar Wana Wisata Sumber Biru yang secara bersama-sama berinisiatif dan bergotong royong untuk menjadikan area hutan yang berada di sekitar tempat tinggal mereka untuk dialih fungsikan menjadi objek wisata yang bisa dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, baik masyarakat yang tinggal di sekitar area Wana Wisata Sumber Biru maupun masyarakat yang berasal dari luar desa Wonomerto. Harmonisasi kerja sama yang dijalin oleh segenap masyarakat desa Wonomerto tersebut pada akhirnya mampu mendatangkan keuntungan finansial bagi masyarakat yang terlibat dalam pembangunan desa wisata tersebut. Keuntungan finansial tersebut diperoleh dari banyaknya masyarakat yang datang untuk menikmati berbagai fasilitas yang disediakan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru. Meskipun Wana Wisata Sumber Biru baru dibuka untuk umum pada pertengahan tahun 2018, namun keberadaannya telah dikunjungi oleh ribuan masyarakat.

Terdapat beragam fasilitas yang disediakan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru untuk dinikmati para pengunjungnya, antara lain: suasana pegunungan yang asri dan sejuk, tempat penginapan (*homestay*), area spot foto dengan pemandangan yang indah dan menarik, diantaranya: area spot foto yang diberi nama jembatan cinta, deretan payung yang tertata cantik mulai dari jalan masuk lokasi wisata hingga ke dalam lokasi wisata, replika kapal, jembatan warna warni, serta warung air yang meja dan kursinya terletak ditengah sungai yang mengalir dengan deretan lampu-lampu indah yang ada diatasnya. Sungai tersebut dibuat semakin menarik dengan adanya penataan taman bunga yang terdapat di bantaran sungai. Disamping menyajikan panorama alam yang indah, pengelola Wana Wisata Sumber Biru juga menyediakan berbagai menu makanan dan minuman bagi para pengunjung yang bisa dinikmati sambil menyaksikan keindahan alam. Menu makanan dan minuman yang disediakan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru tersebut antara lain: nasi goreng, nasi jagung, penyetan, bakso, aneka mie instan, tahu tek, teh tarik, es teh, es jeruk, kopi khas wonosalam, dan aneka menu makanan dan minuman lainnya.¹

Seperti kebanyakan tempat wisata lainnya, Wana Wisata Sumber Biru juga ramai dikunjungi oleh para pengunjung di hari libur. Jumlah pengunjung Wana Wisata Sumber Biru bisa mencapai ribuan orang pada saat hari libur tiba. Tidak hanya pengunjung lokal, pengunjung yang menggunakan kendaraan roda empat yang

¹[https://www.jombangkab.go.id/wisata/wisata-sumber-biru-sensasi-bersantai-di-cafe-tengah-](https://www.jombangkab.go.id/wisata/wisata-sumber-biru-sensasi-bersantai-di-cafe-tengah-sungai-160430716)

[sungai-160430716](https://www.jombangkab.go.id/wisata/wisata-sumber-biru-sensasi-bersantai-di-cafe-tengah-sungai-160430716), diakses pada 20 Nopember 2021.

berasal dari luar Kabupaten Jombang pun juga memadati pinggiran jalan-jalan dusun maupun halaman rumah warga yang digunakan sebagai tempat parkir. Raminya pengunjung memadati Wana Wisata Sumber Biru dikarenakan murahness harga tiket masuk ke lokasi wisata. Harga tiket masuk ke lokasi Wana Wisata Sumber Biru sebesar 3.000,- di awal-awal pembukaannya. Namun, kini harga tiket masuk ke lokasi Wana Wisata Sumber Biru sebesar 5.000,-. Harga tiket masuk tersebut menurut kebanyakan orang yang pernah berkunjung ke Wana Wisata Sumber Biru masih dalam kategori murah, jika dibandingkan dengan berbagai fasilitas mempesona yang disajikan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru. Sehingga tidak terlalu mengherankan jika Wana Wisata Sumber Biru dipadati oleh ribuan pengunjung yang ingin menikmati keindahan alam yang disajikan oleh para pengelolanya, khususnya di hari-hari libur.²

Berdasarkan realitas tersebut diatas, penelitian ini sengaja dilakukan untuk mengungkap secara mendalam mengenai upaya penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang ditinjau dalam perspektif ekonomi politik media. Karena peneliti meyakini bahwa pembangunan Wana Wisata Sumber Biru memiliki keterkaitan yang sangat erat dengan aspek ekonomi, politik, dan media. Keyakinan tersebut didasari pertimbangan bahwa tidak mungkin pembangunan tempat

wisata yang dikomersilkan, yang pendiriannya di inisiasi oleh warga setempat, tidak mengandung aspek ekonomi, tidak melakukan langkah politik (minimal menjalin komunikasi sosial dan politik dengan berbagai pihak) dalam pendiriannya, maupun tidak melibatkan insan media dalam mempublikasikan keberadaan Wana Wisata Sumber Biru kepada masyarakat luas.

Dengan hasil penelitian ini, para pejabat pemerintah, baik di tingkat daerah maupun nasional dapat memperoleh gambaran yang utuh tentang fenomena penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang ditinjau dari perspektif ekonomi politik media. Ujung pangkalnya adalah hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai salah satu *project* percontohan bagi desa-desa yang lainnya dalam upaya memberdayakan aset-aset berharga yang dimiliki oleh desanya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan. Sehingga slogan “dari desa membangun Indonesia” yang digemakan oleh Kementerian Desa dan Pembangunan Daerah Tertinggal, selaku kepanjangan tangan dari pemerintah pusat, benar-benar dapat terwujud.

Penelitian ini penting untuk dilakukan, karena dari hasil penelitian terdahulu, baik yang dipublikasikan dalam bentuk skripsi, tesis, disertasi, maupun jurnal ilmiah (terakreditasi maupun tidak), yang secara khusus mengkaji mengenai penguatan ekonomi masyarakat melalui

²<https://radarjombang.jawapos.com/peristiwa/05/11/2018/pengunjung-wisata-sumber-biru->

membludak-di-hari-libur, diakses pada 20 Nopember 2021.

pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang belum pernah dilakukan oleh siapa pun. Meskipun demikian, sebagai pembanding, ada beberapa hasil penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu yang mengkaji tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Asti Destiana, dkk. Dalam penelitiannya, Destiana lebih menyoroti persoalan pemberdayaan ekonomi masyarakat Manis Kidul dalam menunjang pendidikan formal di objek wisata Cibulan, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan.³ Selain itu, ada pula penelitian yang dilakukan oleh Waqi'atul Aqidah. Dalam penelitiannya, Aqidah hanya berfokus pada kajian tentang analisis pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendidikan ekonomi non formal yang mengambil studi kasus pada masyarakat wisata Kampung Topeng, Kelurahan Tlogowaru, Kota Malang.⁴ Disamping itu, ada pula penelitian yang mengkaji tentang pengembangan potensi desa wisata dalam rangka peningkatan ekonomi perdesaan di Kabupaten Wonogiri yang dilakukan oleh Lilyk Eka Suranny.⁵

Atas dasar telaah terhadap beberapa hasil penelitian tersebut, tidak ada penelitian yang secara spesifik mengkaji tentang penguatan ekonomi masyarakat

melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang ditinjau dari perspektif ekonomi politik media. Penelitian-penelitian tersebut lebih terfokus pada kajian tentang upaya pemberdayaan masyarakat melalui sektor pendidikan formal maupun pendidikan non formal. Oleh karena itu, kehadiran penelitian ini berorientasi untuk mengkaji tentang penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang ditinjau dari perspektif ekonomi politik media.

Permasalahan utama yang dikaji dalam penelitian ini adalah: *pertama*, bagaimanakah konsep penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dalam perspektif ekonomi kerakyatan ?. *Kedua*, bagaimanakah bentuk komunikasi sosial dan politik yang dibangun dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dalam perspektif komunikasi sosial dan politik ?. *Ketiga*, bagaimanakah hubungan dengan media yang dibangun

³ Asti Destiana, dkk, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Manis Kidul dalam Menunjang Pendidikan Formal di Objek Wisata Cibulan, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan," *Jurnal Eduksos: Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi* V, no. 1 (Juni 2016): 55-63.

⁴ Waqi'atul Aqidah, "Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendidikan Ekonomi Non Formal (Studi Kasus Pada Masyarakat Wisata

Kampung Topeng, Kelurahan Tlogowaru, Kota Malang," *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 14, no. 2 (2020): 382-391.

⁵ Lilyk Eka Suranny, "Pengembangan Potensi Desa Wisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan di Kabupaten Wonogiri," *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan* 5, no. 1 (Nopember 2021): 49-62.

dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dalam perspektif *media relations* ?.

Konsep Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa

Berbicara mengenai konsep penguatan ekonomi masyarakat desa saat ini, tidak akan bisa dilepaskan dari keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa). Dimana BUMDesa merupakan usaha desa yang dibentuk atau didirikan oleh Pemerintah Desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh Pemerintah Desa dan masyarakat. Penjelasan lebih lanjut mengenai BUMDesa juga tertera dalam Pasal 78 Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa, yang menjelaskan bahwa dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat dan desa, Pemerintah Desa mendirikan BUMDesa. Pembentukan BUMDesa ditetapkan dalam Peraturan Desa dengan berpedoman pada peraturan perundang-undangan. Bentuk BUMDesa harus berbadan hukum.⁶

Sementara itu, menurut Pusat Kajian Dinamika Sistem Pembangunan, BUMDesa adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan Pemerintahan Desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan

potensi desa. Sebagai salah satu lembaga ekonomi yang beroperasi di pedesaan, BUMDesa harus memiliki perbedaan dengan lembaga ekonomi pada umumnya. Ini dimaksudkan agar keberadaan dan kinerja BUMDesa mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan warga desa. Disamping itu, supaya tidak berkembang sistem usaha kapitalis di pedesaan yang dapat mengakibatkan terganggunya nilai-nilai kehidupan bermasyarakat.⁷

Berdasarkan Pasal 2 Permendesa No. 4 Tahun 2015, secara rinci disebutkan bahwa pendirian BUMDesa bertujuan untuk meningkatkan perekonomian desa, mengoptimalkan aset desa agar bermanfaat untuk kesejahteraan desa, meningkatkan usaha masyarakat dalam pengelolaan potensi ekonomi desa, mengembangkan rencana kerja sama usaha antar desa dan/atau dengan pihak ketiga, menciptakan peluang dan jaringan pasar yang mendukung kebutuhan layanan umum warga, membuka lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui perbaikan pelayanan umum, pertumbuhan dan pemerataan ekonomi desa; serta meningkatkan pendapatan masyarakat desa dan Pendapatan Asli Desa (PAD).⁸

Disamping itu, BUMDesa juga memiliki peran yang cukup besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa, bila dikelola secara baik, karena bisa berperan dari hulu hingga hilir. Peran dari hulu misalnya, BUMDesa bisa berperan

⁶ Abdul Manan dan Wahyunadi, *BUMDesa Penggerak Ekonomi Desa* (Jakarta: Pusat Data dan Informasi, Badan Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, dan Informasi, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, 2019), 3.

⁷ Abdul Manan dan Wahyunadi, *BUMDesa Penggerak...*, 3-4.

⁸ Abdul Karim, *Peningkatan Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*, Cet. 1 (Makassar: Nas Media Pustaka, 2019), 16.

untuk membantu menyalurkan berbagai subsidi pemerintah, mulai dari subsidi pupuk, benih dan lainnya. Sedangkan di sektor hilir, BUMDesa bisa jadi pengumpul hasil produksi yang dihasilkan oleh masyarakat desa. Bahkan, BUMDesa juga bisa bermitra dengan perbankan untuk menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang kini dikelola oleh perbankan pemerintah dan sebagian perbankan swasta. BUMDesa juga bisa berperan sebagai pengelola keuangan inklusif seperti usaha simpan pinjam yang bisa dikelola dengan baik, bisa meningkatkan pendapatan yang cukup baik, BUMDesa juga bisa menjadi sarana pembayaran air, listrik dan gas.⁹

Merujuk pada konsepsi pendirian BUMDesa dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat desa tersebut diatas, terlihat dengan jelas bahwa BUMDesa sengaja dilahirkan diatas sendi-sendi ekonomi kerakyatan. Dimana sistem ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi nasional Indonesia yang berasas kekeluargaan, berkedaulatan rakyat, bermoral Pancasila, dan menunjukkan keberpihakan yang sungguh-sungguh pada ekonomi rakyat. Dan syarat mutlak berjalannya sistem ekonomi nasional yang berkeadilan sosial adalah berdaulat di bidang politik, mandiri di bidang ekonomi, dan berkepribadian di bidang budaya.¹⁰ Di dalam Pasal 33 UUD 1945 tercantum dasar demokrasi ekonomi, yang menjelaskan bahwa produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua dibawah pimpinan atau

kepemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan, bukan kemakmuran orang perorang. Oleh sebab itu, perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.¹¹

Sementara itu, negara juga harus hadir dalam mengawal implementasi sistem ekonomi kerakyatan. Peran negara dalam sistem ekonomi kerakyatan antara lain: *pertama*, menyusun perekonomian berdasar atas asas kekeluargaan (tolong menolong/gotong royong/kolektivisme), yaitu dengan menjadikan koperasi sebagai model makro dan mikro perekonomian Indonesia. *Kedua*, menguasai cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak, yaitu dengan mengembangkan BUMN sebagai motor penggerak perekonomian nasional. *Ketiga*, menguasai dan memastikan pemanfaatan bumi, air, dan segala kekayaan yang terkandung di dalamnya bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. *Keempat*, memenuhi hak setiap warga negara untuk mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. *Kelima*, memelihara fakir miskin dan anak-anak terlantar.¹²

Konsep Komunikasi Sosial dan Politik dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa

Komunikasi sosial adalah proses komunikasi yang melibatkan orang-orang yang berasal dari lingkungan sosial dan

⁹ Abdul Manan dan Wahyunadi, *BUMDesa Penggerak.....*, 5-6.

¹⁰ Mubyarto, *Ekonomi Kerakyatan dalam Era Globalisasi*, dalam Mubyarto, dkk, *Ekonomi Kerakyatan*, Cet. 1 (Jakarta: Lembaga Suluh Nusantara, 2014), 8-9.

¹¹ Revrison Baswir, *Ekonomi Kerakyatan Sebagai Sistem Indonesia*, dalam Mubyarto, dkk, *Ekonomi Kerakyatan*, Cet. 1 (Jakarta: Lembaga Suluh Nusantara, 2014), 31.

¹² Revrison Baswir, *Ekonomi Kerakyatan Sebagai.....*, 35-36.

budaya yang berbeda.¹³ Komunikasi sosial secara umum dapat dipahami sebagai setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, yang secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu sama lain dan hubungannya menimbulkan interaksi sosial. Manusia sebagai makhluk sosial, tidak terlepas sebagai pelaku komunikasi. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak memenuhi segala kebutuhannya seorang sendiri. Namun untuk mengaktualisasikan kebutuhannya itu, ia memerlukan cara. Dengan komunikasi-lah maka manusia dapat menyatu dalam kehidupan sosialnya. Di lain pihak, individu juga tidak dapat dilepaskan dari situasi tempat ia berada dan situasi ini sangat berpengaruh terhadap kelompok yang terbentuk akibat dari adanya situasi tersebut.

Menurut Muzafer Sherif, kelompok sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga diantara individu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu.¹⁴ Norma-norma sosial dalam kehidupan masyarakat merupakan suatu bentuk peraturan tak tertulis yang berfungsi sebagai peraturan sikap dan perilaku manusia dalam pergaulan hidup sehari-hari dalam masyarakat. Norma sosial relatif banyak menekankan pada sanksi moral sosial sebagai unsur

pengawasan terhadap sikap dan perilaku manusia dalam pergaulan tersebut.

Titik pangkal dari suatu komunikasi sosial adalah komunikator dan komunikan perlu sependapat tentang bahan/materi yang akan dibahas dalam kegiatan komunikasi yang akan dilaksanakan. Ditinjau dari segi ini, suatu komunikasi sosial akan berhasil bila kedua belah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi ini menganggap ada manfaatnya untuk mengadakan kegiatan komunikasi tersebut. Melalui komunikasi sosial terjadilah aktualisasi masalah-masalah yang dibahas. Selain itu, kesadaran dan pengetahuan tentang materi yang dibahas makin meluas dan bertambah. Melalui komunikasi sosial, kelangsungan hidup sosial dari suatu kelompok sosial akan terjamin. Melalui komunikasi sosial dicapai stabilitas sosial, tertib sosial, penerus nilai-nilai lama dan baru yang diagungkan oleh suatu masyarakat.¹⁵

Fungsi komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi sangat penting untuk membangun konsep diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi sosial, kita bekerja sama dengan anggota masyarakat (keluarga, kelompok belajar, perguruan tinggi, RT, RW, desa, dan negara secara keseluruhan) untuk mencapai tujuan bersama.

¹³ Suranto Aw, *Komunikasi Sosial Budaya* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 32.

¹⁴ Slamet Santoso, *Dinamika Kelompok* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 36.

¹⁵ Astrid S. Susanto, *Komunikasi Sosial di Indonesia* (Jakarta: Binacipta, 1979), 1.

Komunikasi sosial dapat memberikan sumbangan-sumbangan tertentu pada pengayaan *problem solving* atas masalah-masalah sosial yang terjadi. Setidaknya ada empat fungsi komunikasi sosial, yaitu: *pertama*, fungsi radar sosial yaitu memberikan informasi terkait dengan peristiwa yang berhubungan dengan komunitas sosialnya. *Kedua*, fungsi manipulatif atau manajemen yaitu kegiatan komunikasi untuk mengatur atau alat untuk mengendalikan komunitasnya. *Ketiga*, fungsi instruktif yaitu kegiatan komunikasi untuk menyampaikan pengetahuan atau pendidikan untuk generasi baru agar dapat hidup dalam masyarakat atau komunitasnya. Dan *keempat*, fungsi hiburan yaitu kegiatan komunikasi yang memberikan dunia alternatif bagi anggota komunitas. Sedangkan tujuan utama dari komunikasi sosial adalah terbentuknya suatu aktualisasi diri pribadi, stabilitas sosial, tertib sosial, penerusan nilai-nilai lama dan baru di masyarakat sehingga dapat memupuk, membina, dan memperluas keadaan hidup bermasyarakat.¹⁶

Sementara itu, membicarakan komunikasi politik tidak semudah seperti membicarakan gerakan politik. Kesulitan itu muncul karena ada dua konsep yang mengusung disiplin ilmu ini, yaitu konsep "komunikasi" dan konsep "politik". Memang, suatu kajian yang dibangun oleh dua bidang ilmu seringkali menimbulkan masalah dalam mengintegrasikan kedua konsep itu. Kalau bukan disiplin komunikasi yang lebih dominan dari pada

disiplin politik, sebaliknya disiplin politik yang mendominasi studi komunikasi.

Komunikasi politik adalah sebuah studi yang interdisipliner yang dibangun atas berbagai macam disiplin ilmu, terutama dalam hubungannya antara proses komunikasi dan proses politik. Ia merupakan wilayah pertarungan dan dimeriahkan oleh persaingan teori, pendekatan, agenda dan konsep dalam membangun jati dirinya. Oleh karena itu, komunikasi yang membicarakan tentang politik kadang di klaim sebagai studi tentang aspek-aspek politik dari komunikasi publik dan sering dikaitkan sebagai komunikasi kampanye pemilu (*election campaign*) karena mencakup masalah persuasi terhadap pemilih, debat antar kandidat, dan penggunaan media massa sebagai alat kampanye.¹⁷

Dari berbagai kajian yang mencoba menghubungkan kedua konsep ini, yaitu komunikasi dan politik, akhirnya dapat dikemukakan bahwa hampir tidak ada suatu buku atau publikasi yang membahas tentang komunikasi luput dari pembahasan yang berkaitan dengan bidang politik.¹⁸ Komunikasi politik secara keseluruhan tidak dapat dipahami kecuali apabila dihubungkan dengan dimensi politik dengan segala aspek dan problematikanya. Oleh karena itu, sebelum mendefinisikan komunikasi politik, terlebih dahulu perlu diterjemahkan pengertian tentang komunikasi dan politik.

Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communicatio*", bersumber dari kata

¹⁶ Astrid S. Susanto, *Komunikasi Sosial.....*, 16.

¹⁷ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, Edisi 1, Cet. 1 (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 16.

¹⁸ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik.....*, 18.

“*communis*”. *Communis* adalah sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal.¹⁹ Secara terminologi, komunikasi adalah suatu proses simbolik, yaitu penggunaan lambang-lambang yang diberi makna. Lambang atau simbol adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjuk atau mewakili sesuatu lainnya berdasarkan kesepakatan bersama.²⁰ Sedangkan politik secara umum dapat diterjemahkan sebagai kegiatan yang dilakukan berkenaan dengan hubungan antara manusia satu dengan manusia yang lainnya dalam bentuk adanya pemahaman, penghayatan, sampai pengaturan mengenai hal-hal untuk memperoleh, mempertahankan dan menyelenggarakan kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat.²¹

Jadi, komunikasi politik kerap diartikan sebagai upaya untuk memperoleh dukungan politik.²² Cangara, menerjemahkan komunikasi politik sebagai suatu proses komunikasi yang memiliki implikasi atau konsekuensi terhadap aktivitas politik.²³ Komunikasi politik juga bisa dimaknai sebagai komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu

sanksi yang ditentukan bersama.²⁴ Sementara itu, Ardial menuturkan bahwa komunikasi politik mempunyai lingkup pembahasan yang sangat luas, tidak hanya membahas bagaimana komunikasi dapat dipergunakan dalam mencapai kekuasaan dan tujuan politik secara internal, tapi juga bagaimana sistem yang berlangsung dapat dipertahankan dan dialih generasikan.²⁵ Kendati demikian, realitas komunikasi politik di suatu negara sangat bergantung pada sistem politik yang dianutnya.²⁶

Terkait dengan upaya penguatan ekonomi pada masyarakat desa, maka jalinan komunikasi sosial dan politik mutlak dilakukan. Dengan jalinan komunikasi sosial dan politik, langkah-langkah yang hendak dilakukan untuk penguatan ekonomi masyarakat desa tidak hanya sekedar dapat tersampaikan kepada para pemangku kebijakan. Melainkan lebih dari itu, potensi terwujudnya tujuan-tujuan yang ingin diraih dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat desa sangat terbuka lebar.

Konsep Media Relations dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa

Bagi suatu organisasi, berhubungan dengan media merupakan suatu keharusan ketika segala macam informasi dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat melalui media. Jumlah media yang

¹⁹ Ardial, *Komunikasi Politik*, Cet. 1 (Jakarta: Indeks, 2009), 20.

²⁰ Deddy Mulyana, *Nuansa-nuansa Komunikasi: Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*, Cet. 3 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 79.

²¹ Teuku May Rudy, *Pengantar Ilmu Politik*, Cet. 1 (Bandung: Eresco, 1993), 7.

²² Chusmeru, *Komunikasi Ditengah Agenda Reformasi Sosial Politik*, Cet. 1 (Bandung: Alumni, 2001), hal. 69.

²³ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik.....*, 36.

²⁴ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*, Cet. 1 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 30.

²⁵ Ardial, *Komunikasi Politik.....* 28.

²⁶ Dedy Djameluddin Malik, *Media Massa dan Krisis Komunikasi Politik: Menguatnya Infra dan Melemahnya Suprastruktur Politik*, dalam Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Politik: Potret Manusia Indonesia*, Cet. 1 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hal. v.

semakin tinggi dan beragam jenisnya membuat masyarakat memiliki pilihan dalam memperoleh informasi. Dengan demikian, perlu pengetahuan bagi organisasi untuk mengenal rekan kerjanya, agar informasi yang sampai kepada masyarakat menjadi seimbang dan tidak merugikan kedua belah pihak. Agar terjaga kerja sama yang baik, organisasi perlu memikirkan divisi yang tepat dan jelas untuk menjalankan kegiatan ini.²⁷

Sementara itu, *media relations* merupakan kata lain dari menjaga hubungan baik dengan media. Menurut Wardani, *media relations* adalah kegiatan seorang humas yang dilakukan sebagai upaya terjalinnya hubungan yang baik dengan pihak eksternal yaitu media massa guna mempermudah dalam proses penyebaran informasi kepada publik.²⁸ Tujuan secara umum dari *media relations* adalah untuk meningkatkan kesadaran terhadap organisasi/perusahaan (*corporate*) dan produk, mengubah sikap publik/masyarakat, dan mendorong tindakan yang mendukung kepentingan organisasi.²⁹

Berbicara mengenai menjalin hubungan baik dengan media tidak terlepas dari ruang lingkup pekerjaan *public relations* (PR) atau humas dalam sebuah organisasi. Beberapa literatur menyebutkan bahwa hubungan dengan

media adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi yang bersangkutan. Hal ini berarti menjalin hubungan dengan media menjadi salah satu pekerjaan penting Divisi *Public Relations* dalam suatu organisasi. Salah satu tujuan dari pekerjaan *public relations* adalah membangun citra yang positif dan saling pengertian antara publik dan organisasi, serta sebagai penghubung informasi dan komunikasi bagi organisasi dengan publik diluar organisasi maupun lingkungan internal organisasi.³⁰ Jadi, peran *public relations* dalam sebuah organisasi sangat penting bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya di era teknologi komunikasi dan informasi saat ini.³¹

Bekerja sama dengan media tentunya membutuhkan beberapa strategi agar kerja sama tersebut dapat berjalan dengan baik, efektif, dan efisien. Pemilihan media yang tepat dan sesuai dengan publik sasaran menjadi faktor penentu sebagai langkah awal dari kegiatan *media relations*. Hal ini berkaitan dengan efektivitas informasi yang akan dipublikasikan tepat pada sasaran yang dituju oleh organisasi dan adanya kesesuaian antara organisasi dengan publik yang dituju. Meskipun

²⁷ Mutia Dewi, *Media Relations 2.0*, dalam *Jurnal Komunikasi* 7, no. 1 (Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Oktober 2012), 18.

²⁸ Putri Vidiarti, dkk, "Peran Media Relations dalam Mempublikasikan Program Kedinasan Melalui Pendekatan Informal, dalam Tabligh," *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (Mei 2018): 21.

²⁹ R. Sumantri Raharjo, "Media Relations di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif terhadap

Kegiatan Media Relations TVRI Yogyakarta dan Jogja TV," dalam Profetik: *Jurnal Komunikasi* 09, no. 02 (Oktober 2016), 6.

³⁰ Mutia Dewi, *Media Relations*..... 18.

³¹ Siti Sekar Ayu Fadillah dan Dwi Kartikawati, "Aktivitas Media Relations Konsultan Public Relations Media Buffet dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan Klien," dalam *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: "Hasil Pemikiran dan Penelitian,"* 6, no. 2 (Oktober 2020): 548.

pemilihan media menjadi faktor penentu bagi seorang PR dalam mempertimbangkan kegiatan *media relations*-nya, tetapi faktor yang lain seperti jenis media, jangkauan media, serta jumlah audiens juga perlu dipertimbangkan.³² Dengan kata lain, keberadaan PR dalam sebuah organisasi berupaya menciptakan pengertian kepada publik tentang tujuan atau visi dan misi dari organisasi agar dapat diterima oleh masyarakat.³³

Beberapa jenis media yang dapat digunakan dalam kegiatan *media relations* diantaranya media cetak yang terdiri dari surat kabar dan majalah. Dalam pekerjaan seorang PR, surat kabar memiliki peran yang sangat besar. Melalui surat kabar inilah, seorang PR dapat menyampaikan iklan, berita, maupun advertorial. Bahkan melalui surat kabar juga, PR dapat menyampaikan informasi mengenai perkembangan perusahaan atau organisasi. Selain surat kabar, majalah juga dapat digunakan dalam aktivitas PR untuk menjangkau segmen-segmen dan komunitas-komunitas khusus, dengan mengangkat topik-topik yang sedang hangat berdasarkan kekhususannya tersebut.

Media elektronik seperti televisi dan radio juga bisa dijadikan sebagai pilihan untuk menjalankan kegiatan *media relations*. Televisi dengan segala kelebihan dan kepopulerannya dapat menjangkau masyarakat dan dapat mempengaruhi masyarakat. Kegiatan yang dapat dilakukan oleh seorang PR diantaranya

adalah dengan membuat program acara *talkshow*, komunikasi interaktif, iklan, siaran pers ataupun yang lainnya. Sementara radio, mempunyai peranan yang sangat besar bagi Divisi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan. Cara yang dapat dilakukan adalah membuat diskusi interaktif, iklan, siaran pers, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk dibuat semacam cerita bersambung dengan tema yang berganti mengenai organisasi tempat seorang PR bekerja.

Media lainnya yang dapat dijadikan sarana bagi petugas PR dalam menjalankan kegiatan *media relations*-nya adalah internet. Internet merupakan media yang berkembang pesat pada saat ini. Perkembangan internet tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang mengikutinya. Dengan segala fasilitas yang dimilikinya, internet hadir dengan menawarkan beragam pilihan kepada penggunaannya untuk menikmati informasi, hiburan, maupun pendidikan. Selain itu internet juga memberikan fasilitas untuk berkomunikasi bagi penggunaannya dengan memanfaatkan dan mengirimkan pesan melalui *e-mail*, serta membangun hubungan dan jaringan dengan orang lain melalui media sosial. Keberadaan internet dapat digunakan dalam kegiatan PR dalam menyampaikan pesan, informasi, atau apapun yang berhubungan dengan organisasi.³⁴

Terkait dengan upaya penguatan ekonomi masyarakat desa, kegiatan *media relations* mutlak dilakukan oleh para pemangku kepentingan di desa. Dengan

³² Mutia Dewi, *Media Relations*...., 19.

³³ Siti Sekar Ayu Fadillah dan Dwi Kartikawati, "Aktivitas Media Relations Konsultan.....": 548.

³⁴ Mutia Dewi, *Media Relations*....., 20.

menjalin hubungan yang baik dengan media (*media relations*), berbagai program yang dicanangkan oleh para pemangku kepentingan di desa dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat desa, misalnya dengan bentuk pembangunan desa wisata, akan dapat tersosialisasikan secara luas kepada masyarakat. Dan potensi suksesnya berbagai program yang dicanangkan oleh para pemangku kepentingan di desa pun akan semakin besar tercapai.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian kualitatif dipilih mengingat riset ini didasarkan atas proses usaha membangun gambaran fakta secara holistik-komprehensif dan membentuk kata-kata akurat yang bersifat deskriptif-eksploratif terkait dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini.³⁵ Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dalam bentuk *in-depth interviews*, pengamatan secara mendalam, dan eksaminasi dokumen. Terkait dengan teknik *in-depth interviews*, riset ini menetapkan standart materi wawancara. Sedangkan pengamatan secara mendalam dilakukan untuk melihat realitas penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan desa wisata. Sementara itu, teknik eksaminasi dokumen dibutuhkan untuk mendapatkan data-data penelitian berupa: dokumentasi foto, rekaman percakapan, catatan hasil rapat, dan sejenisnya.

Data-data penelitian yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan langkah-langkah: *pertama*, reduksi data yaitu merangkum, mengambil data yang bersifat pokok dan penting, fokus untuk membuat kategorisasi, serta mencari tema dan polanya. Selain itu, data yang dianggap tidak penting dibuang. *Kedua*, penyajian data yaitu proses penyajian data secara naratif, sehingga lebih dominan berisi kata-kata yang disusun secara sistematis. Proses penyajian data ini digunakan untuk memudahkan dalam memahami data yang telah diperoleh. *Ketiga*, penarikan kesimpulan yaitu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal.³⁶

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa keberadaan Wana Wisata Sumber Biru ditengah-tengah lingkungan masyarakat Desa Wonomerto, tidak dapat dipungkiri telah memberikan sumbangsih yang cukup besar bagi peningkatan ekonomi masyarakat, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar area Wana Wisata Sumber Biru. Konsep penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan desa wisata tersebut bertumpu pada ekonomi kerakyatan. Hal itu dibuktikan dengan masalah pendanaan yang digunakan untuk pembangunan Wana Wisata Sumber Biru, sekaligus pembagian pendapatan yang diperoleh dari para wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Sumber Biru. Dimana dana yang digunakan untuk pembangunan Wana

³⁵ Christine Daymon and Immy Holloway, *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*, Second Edition (London: Routledge, 2011), 5.

³⁶ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, Third Edition (London: SAGE Publications, 2014), 31-33.

Wisata Sumber Biru tersebut, sebagian besar bersumber dari dana pribadi masyarakat yang dikumpulkan secara swadaya. Meskipun sumbangsih dari dana Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) Wonomerto juga turut berkontribusi, tetapi jumlahnya masih kalah dominan jika dibandingkan dengan dana yang dikeluarkan oleh masyarakat secara swadaya.

Mengingat sumber pendanaan untuk pembangunan Wana Wisata Sumber Biru secara garis besar bersumber dari swadaya masyarakat, maka keuntungan finansial yang diperoleh dari aktivitas wisata tersebut, secara mayoritas, juga kembali kepada masyarakat. Beberapa sumber pendapatan yang diperoleh dari aktivitas pariwisata di Wana Wisata Sumber Biru, antara lain: jasa penitipan kendaraan bermotor, baik roda 2 maupun roda 4 (tempat parkir), tiket masuk tempat wisata, jasa penginapan (*home stay*), warung-warung penjual makanan dan minuman, serta berbagai sumber pendapatan lainnya. Pendapatan wisata tersebut dibagi secara proporsional sesuai dengan kedudukan dan peran dari masing-masing pengelola Wana Wisata Sumber Biru.

Dalam perspektif penguatan ekonomi masyarakat desa yang bertumpu pada ekonomi kerakyatan, realitas pembangunan Wana Wisata Sumber Biru diatas, baik dari segi sumber dana yang diperoleh untuk proses pembangunan tempat wisata maupun pembagian pendapatan yang diperoleh dari aktivitas wisata, selaras dengan konsepsi penguatan ekonomi masyarakat desa yang bertumpu

pada ekonomi kerakyatan. Dimana sistem ekonomi kerakyatan merupakan sistem ekonomi nasional Indonesia yang berlandaskan asas kekeluargaan, berkedaulatan rakyat, bermoral Pancasila, dan menunjukkan keberpihakan yang sungguh-sungguh pada ekonomi rakyat.³⁷ Disamping itu, sistem ekonomi kerakyatan merupakan manifestasi dari demokrasi ekonomi, dimana produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, dibawah pimpinan atau kepemilikan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang lebih diutamakan, bukan kemakmuran orang perorang.³⁸

Sedangkan proses pembangunan Wana Wisata Sumber Biru di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat dilakukan dengan menjalin komunikasi sosial dan politik dengan berbagai pihak. Bentuk komunikasi sosial yang dilakukan yaitu dengan melibatkan sebanyak mungkin masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar area Wana Wisata Sumber Biru untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan tempat wisata. Wujud riil bangunan komunikasi sosial tersebut yaitu menjalin komunikasi antar pribadi maupun komunikasi kelompok. Dengan adanya komunikasi antar pribadi maupun komunikasi kelompok yang terjalin antar warga masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar area Wana Wisata Sumber Biru tersebut, kesamaan pandangan dan tujuan untuk mendirikan tempat wisata dapat tercipta. Dalam perspektif komunikasi sosial, jalinan komunikasi sosial yang

³⁷ Mubyarto, *Ekonomi Kerakyatan dalam Era.....*, 8-9.

³⁸ Revrisond Baswir, *Ekonomi Kerakyatan Sebagai.....*, 31.

dilakukan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru tersebut selaras dengan konsepsi komunikasi sosial yang menekankan bahwa titik pangkal dari suatu komunikasi sosial adalah komunikator dan komunikan perlu sependapat tentang bahan/materi yang akan dibahas dalam kegiatan komunikasi yang akan dilangsungkan. Ditinjau dari segi ini, suatu komunikasi sosial akan berhasil bila kedua belah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi ini menganggap ada manfaatnya untuk mengadakan kegiatan komunikasi tersebut. Melalui komunikasi sosial terjadilah aktualisasi masalah-masalah yang dibahas. Selain itu, kesadaran dan pengetahuan tentang materi yang dibahas makin meluas dan bertambah. Melalui komunikasi sosial, kelangsungan hidup sosial dari suatu kelompok sosial akan terjamin. Melalui komunikasi sosial dicapailah stabilitas sosial, tertib sosial, penerus nilai-nilai lama dan baru yang diagungkan oleh suatu masyarakat.³⁹

Sementara itu, terkait dengan bentuk komunikasi politik yang dilakukan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru ketika hendak mendirikan tempat wisata, yaitu dengan cara menjalin komunikasi politik yang intens dengan para pemangku kebijakan, baik di tingkat RT, RW, Kelurahan, Kecamatan, hingga Kabupaten. Komunikasi politik tersebut dilakukan dengan tujuan utama agar niatan baik warga masyarakat yang ingin mengalihfungsikan tempat pembuangan sampah yang berada ditengah-tengah tempat tinggal mereka menjadi tempat wisata yang diyakini mampu

meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat setempat dalam bidang ekonomi, tidak mendapatkan ganjalan. Justru sebaliknya, dengan jalinan komunikasi politik yang dilakukan, pengelola Wana Wisata Sumber Biru berharap kepada para pemangku kebijakan di berbagai tingkatan, mulai dari RT hingga Kabupaten, memberikan dukungan yang besar terkait dengan rencana pembangunan Wana Wisata Sumber Biru. Dukungan secara penuh yang diharapkan adalah secara moril maupun materiil. Dukungan secara moril yang dimaksud adalah dalam bentuk memberikan izin pendirian Wana Wisata Sumber Biru dan membantu menginformasikannya kepada masyarakat luas tentang keberadaan Wana Wisata Sumber Biru. Sedangkan dukungan secara materiil yang dimaksud oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru terkait dengan rencana pembangunan tempat wisata yaitu dalam bentuk memberikan bantuan dana sebagai modal tambahan untuk pembangunan tempat wisata, baik modal yang diberikan berupa pinjaman lunak maupun modal yang diberikan secara cuma-cuma oleh para pemangku kebijakan. Disamping itu, dukungan secara materiil yang diharapkan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru dari para pemangku kebijakan yaitu memperbaiki berbagai akses, misalnya jalan, menuju ke Wana Wisata Sumber Biru. Dalam perspektif komunikasi politik, jalinan komunikasi politik yang dilakukan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru tersebut selaras dengan konsepsi komunikasi politik yang menekankan bahwa komunikasi politik merupakan

³⁹ Astrid S. Susanto, *Komunikasi Sosial*....., 1.

sebuah upaya yang dilakukan untuk memperoleh dukungan politik.⁴⁰ Disamping itu, komunikasi politik merupakan sebuah proses komunikasi yang diarahkan kepada pencapaian suatu pengaruh sedemikian rupa, sehingga masalah yang dibahas oleh jenis kegiatan komunikasi ini dapat mengikat semua warganya melalui suatu sanksi yang ditentukan bersama.⁴¹

Terkait dengan proses pembangunan Wana Wisata Sumber Biru di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat, pengelola Wana Wisata Sumber Biru menjalin hubungan yang baik dengan insan media (*media relations*) dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat luas perihal keberadaan Wana Wisata Sumber Biru sebagai salah satu alternatif destinasi wisata yang bisa dikunjungi. Hal itu dibuktikan dengan adanya kenyataan bahwa pada saat pembukaan awal Wana Wisata Sumber Biru, beberapa insan media turut datang dan menyaksikan secara langsung berbagai fasilitas yang disajikan di Wana Wisata Sumber Biru. Dan pada saat itu juga, berita dan informasi mengenai keberadaan Wana Wisata Sumber Biru langsung menjadi konsumsi publik. Sehingga tidak terlalu mengherankan jika tidak berselang lama dari awal pembukaannya, Wana Wisata Sumber Biru ramai-ramai dikunjungi oleh berbagai lapisan masyarakat dari berbagai daerah. Tidak hanya masyarakat yang berasal dari sekitar Desa Wonomerto, tetapi juga masyarakat yang berasal dari luar Kabupaten Jombang. Menurut

penuturan warga masyarakat yang pernah berkunjung ke Wana Wisata Sumber Biru, mereka mengetahui keberadaan Wana Wisata Sumber Biru tersebut dari berbagai pemberitaan yang disajikan oleh insan media.

Tidak hanya menjalin hubungan yang baik dengan insan media saja yang dilakukan oleh jajaran pengelola Wana Wisata Sumber Biru dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat luas perihal keberadaan Wana Wisata Sumber Biru sebagai salah satu alternatif destinasi wisata, tetapi pemanfaatan media sosial (*social media*) seperti: *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan berbagai bentuk media sosial lainnya, juga dijadikan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru sebagai media yang sangat strategis untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas terkait dengan keberadaan Wana Wisata Sumber Biru. Walhasil, dengan membangun hubungan yang baik dengan insan media (*media relations*) dan juga pemanfaatan berbagai media sosial (*social media*), keberadaan Wana Wisata Sumber Biru tidak hanya diketahui oleh masyarakat luas, tetapi kehadirannya juga banyak mendapatkan kunjungan dari berbagai lapisan masyarakat dari berbagai daerah. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Sumber Biru, secara langsung berdampak pada besarnya pendapatan yang diperoleh masyarakat yang terlibat dalam pembangunan Wana Wisata Sumber Biru. Peningkatan ekonomi pun sangat dirasakan oleh warga masyarakat yang tinggal di sekitar area Wana Wisata Sumber Biru jika dibandingkan dengan sebelum adanya

⁴⁰ Chusmeru, *Komunikasi Ditengah Agenda....*, 69.

⁴¹ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Politik....*, 30.

Wana Wisata Sumber Biru. Dalam perspektif *media relations*, hubungan baik yang dijalin oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru dengan insan media dalam upaya menginformasikan keberadaan Wana Wisata Sumber Biru kepada masyarakat luas tersebut diatas selaras dengan konsepsi *media relations* yang menekankan bahwa menjalin hubungan baik dengan media merupakan sebuah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak.⁴²

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa: *Pertama*, konsep penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang bertumpu pada ekonomi kerakyatan. *Kedua*, bentuk komunikasi sosial dan politik yang dibangun dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dilakukan dengan menjalin komunikasi sosial dan politik dengan berbagai pihak. Bentuk komunikasi sosial yang dilakukan yaitu dengan melibatkan sebanyak mungkin masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar area Wana Wisata Sumber Biru untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan tempat wisata.

Ketiga, hubungan dengan media yang dibangun (*media relations*) dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat melalui pembangunan Wana Wisata Sumber Biru sebagai desa wisata di Desa Wonomerto, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang dilakukan oleh pengelola Wana Wisata Sumber Biru dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan insan media dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat luas perihal keberadaan Wana Wisata Sumber Biru sebagai salah satu alternatif destinasi wisata yang bisa dikunjungi. Langkah awal yang dilakukan adalah mengundang media untuk hadir dalam rangka pembukaan dan menyaksikan secara langsung berbagai fasilitas yang disajikan di Wana Wisata Sumber Biru. Sehingga pada saat itu juga, berita dan informasi mengenai keberadaan Wana Wisata Sumber Biru langsung menjadi konsumsi publik.

Daftar Pustaka

- Aqidah, Waqi'atul. "Analisis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pendidikan Ekonomi Non Formal (Studi Kasus Pada Masyarakat Wisata Kampung Topeng, Kelurahan Tlogowaru, Kota Malang." *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 14, no. 2 (2020): 382-391.
- Ardial, *Komunikasi Politik*, Cet. 1. Jakarta: Indeks, 2009.
- Baswir, Revrison. *Ekonomi Kerakyatan Sebagai Sistem Indonesia*, dalam Mubyarto, dkk, *Ekonomi Kerakyatan*, Cet. 1. Jakarta: Lembaga Suluh Nusantara, 2014.

⁴² Mutia Dewi, *Media Relations.....*, 18.

- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*, Edisi 1, Cet. 1. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Chusmeru. *Komunikasi Ditengah Agenda Reformasi Sosial Politik*, Cet. 1. Bandung: Alumni, 2001.
- Daymon, Christine and Immy Holloway. *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*, Second Edition. London: Routledge, 2011.
- Destiana, Asti, dkk. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Manis Kidul dalam Menunjang Pendidikan Formal di Objek Wisata Cibulan, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan." *Jurnal Eduksos: Jurnal Pendidikan Sosial dan Ekonomi* V, no. 1 (Juni 2016): 55-63.
- Dewi, Mutia. *Media Relations 2.0*, dalam *Jurnal Komunikasi* 7, no. 1. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Oktober 2012.
- Fadillah, Siti Sekar Ayu dan Dwi Kartikawati. "Aktivitas Media Relations Konsultan Public Relations Media Buffet dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan Klien." dalam *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: "Hasil Pemikiran dan Penelitian,"* 6, no. 2 (Oktober 2020).
- <https://radarjombang.jawapos.com/peristiwa/05/11/2018/pengunjung-wisata-sumber-biru-membludak-di-hari-libur>, diakses pada 20 Nopember 2021.
- <https://www.jombangkab.go.id/wisata/wisata-sumber-biru-sensasi-bersantai-di-cafe-tengah-sungai-160430716>, diakses pada 20 Nopember 2021.
- Karim, Abdul. *Peningkatan Ekonomi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*, Cet. 1 Makassar: Nas Media Pustaka, 2019.
- Malik, Dedy Djamaluddin. *Media Massa dan Krisis Komunikasi Politik: Menguatnya Infra dan Melemahnya Suprastruktur Politik*, dalam Novel Ali, *Peradaban Komunikasi Politik: Potret Manusia Indonesia*, Cet. 1. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Manan, Abdul dan Wahyunadi. *BUMDesa Penggerak Ekonomi Desa*. Jakarta: Pusat Data dan Informasi, Badan Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, dan Informasi, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, 2019.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Third Edition. London: SAGE Publications, 2014.
- Mubyarto, *Ekonomi Kerakyatan dalam Era Globalisasi*, dalam Mubyarto, dkk, *Ekonomi Kerakyatan*, Cet. 1. Jakarta: Lembaga Suluh Nusantara, 2014.
- Muhtadi, Asep Saeful *Komunikasi Politik Indonesia: Dinamika Islam Politik Pasca Orde Baru*, Cet. I. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Mulyana, Deddy. *Nuansa-nuansa Komunikasi: Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer*, Cet. 3. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Raharjo, R. Sumantri. "Media Relations di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif terhadap Kegiatan Media Relations TVRI Yogyakarta dan Jogja TV." dalam Profetik: *Jurnal Komunikasi* 09, no. 02 (Oktober 2016).
- Rudy, Teuku May. *Pengantar Ilmu Politik*, Cet. 1. Bandung: Eresco, 1993.
- Santoso, Slamet. *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

- Suranny, Lilyk Eka. "Pengembangan Potensi Desa Wisata dalam Rangka Peningkatan Ekonomi Perdesaan di Kabupaten Wonogiri." *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan* 5, no. 1 (Nopember 2021): 49-62.
- Suranto Aw. *Komunikasi Sosial Budaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Susanto, Astrid S. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Jakarta: Binacipta, 1979.
- Vidiarti, Putri, dkk. "Peran Media Relations dalam Mempublikasikan Program Kedinasan Melalui Pendekatan Informal, dalam Tabligh." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (Mei 2018)