

## PERAN AKTOR PEMBANGUNAN DESA WISATA BANTARAGUNG DALAM MENGEMBANGKAN DESA WISATA DIGITAL

### THE ROLE OF BANTARAGUNG TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT ACTORS IN DEVELOPING A DIGITAL TOURISM VILLAGE

Uce Sahidin<sup>1</sup>, Fajar Hariyanto<sup>2</sup>, Weni Adityasning Arindawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Singaperbangsa Karawang

Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang

[2010631190106@student.unsika.ac.id](mailto:2010631190106@student.unsika.ac.id)

#### ABSTRAK

*Desa Wisata Bantaragung di Majalengka telah mengalami transformasi menuju desa wisata digital, memanfaatkan peran kolaboratif dari berbagai aktor pembangunan yang diatur dalam konsep Penta Helix pariwisata. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya sinergi antara pemerintah, bisnis, komunitas, akademisi, dan media dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi melalui pariwisata digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana peran aktor pembangunan dalam mengembangkan Desa Wisata Bantaragung dan implikasinya terhadap keberlanjutan pariwisata di era digital. Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif dalam bentuk studi kasus dengan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah Desa Bantaragung dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka sebagai regulator memainkan peran penting dalam perumusan kebijakan dan penyediaan infrastruktur. BUMDes Agung Mandiri dan pelaku usaha lokal menyediakan layanan dan fasilitas pariwisata, sementara Pokdarwis dan komunitas lokal mendorong partisipasi masyarakat. Akademisi memberikan kontribusi melalui penelitian dan pengabdian masyarakat, sedangkan media partner, content creator, dan media televisi berperan dalam promosi dan penyebaran informasi. Penelitian ini menunjukkan pentingnya kolaborasi dalam model Penta Helix untuk menciptakan ekosistem pariwisata digital yang berkelanjutan. Hasil ini menegaskan bahwa integrasi TIK dapat memberikan dampak positif terhadap kualitas hidup masyarakat dan pertumbuhan ekonomi lokal. Temuan ini penting untuk diterapkan pada pengembangan desa wisata lain yang ingin meningkatkan daya saing melalui inovasi digital dan kolaborasi multi-stakeholder.*

**Kata Kunci:** Peran, aktor pembangunan, penta helix, pariwisata, digital.

#### A. PENDAHULUAN

Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam sektor pariwisata mengalami peningkatan dan meluas hingga ke desa wisata (Budisusila & Handoko, 2023). Penggunaan TIK dalam sektor pariwisata dikatakan sebagai digitalisasi pariwisata yaitu suatu perpindahan dari konvensional ke digital (Wirtz et al., 2016). Digitalisasi pariwisata mempengaruhi hampir setiap aspek pariwisata, seperti pemesanan tiket, akomodasi, paket wisata, serta aktivitas wisatawan yang dapat diakses secara digital (Budisusila & Handoko, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Putra et al., 2022) di Desa Wisata Panglipuran, menunjukkan bahwa saat ini banyak wisatawan yang cenderung mengakses informasi dengan cara digital. Penerapan teknologi digital adalah salah satu tindakan yang dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan potensi desa wisata (Fauziah & Nasdian, 2021). Era digitalisasi yang erat kaitannya dengan penyebaran akses teknologi informasi ini berkaitan dengan peran media sosial untuk memasarkan pariwisata kepada masyarakat luas. Hal ini karena media sosial merupakan media penyebaran informasi yang memiliki jangkauan tak terbatas, murah, dan juga sangat bermanfaat (Chamidah et al., 2020). Oleh karena itu, digitalisasi desa wisata adalah salah satu langkah tepat dalam menghadapi perkembangan TIK guna memenuhi

kebutuhan wisatawan melalui kemudahan akses layanan informasi dan efisiensi biaya. Penelitian yang dilakukan oleh (Fauziah & Nasdian, 2021) menunjukkan bahwa Desa Wisata Jelok yaitu salah satu desa wisata di Indonesia yang aktif dalam pemanfaatan teknologi berupa *website* dan media sosial (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp) dalam pengembangannya. Desa Wisata Jelok terus mengembangkan potensinya dalam hal pemanfaatan teknologi digital yang dilakukan cukup intensif untuk melakukan promosi, berbagi informasi serta mengunggah dokumentasi.

Desa wisata merupakan ide pengembangan sektor pariwisata di Indonesia yang fokus pada potensi desa yang dimiliki, seperti keindahan alam, kekayaan budaya, dan kehidupan masyarakat lokal dengan tujuan membawa dampak positif bagi perekonomian dan lingkungan desa secara berkelanjutan (Ariputry et al., 2023). Menurut (Prasetyo et al., 2023), dalam pemanfaatan TIK, desa wisata dapat menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Selain itu, pemanfaatan TIK dalam bentuk *website* juga dapat digunakan oleh desa wisata untuk menyebarkan informasi pariwisata (Ananda & Dirgahayu, 2021). Maka dari itu, penggunaan media sosial dan *website* dapat menjadi langkah awal dalam pengembangan desa wisata digital. Penelitian (Mumtaz dan Karmilah, 2022) menyebutkan bahwa digitalisasi Desa Wisata Pulesari terbukti berjalan dengan baik, dimana wisatawan dapat mengakses informasi tentang desa wisata dengan mudah. Implementasi digitalisasi di Desa Wisata Pulesari dimulai dengan pendirian akun media sosial dan situs web sebagai alat promosi untuk menarik wisatawan. Dalam hal ini, pemanfaatan TIK menjadi kunci pengembangan desa wisata digital melalui penggunaan media sosial dan *website*. Sehingga dapat dikatakan bahwa desa wisata digital adalah konsep pengembangan desa wisata yang menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sebagai alat untuk mempromosikan destinasi pariwisata yang di dalamnya.

Dalam proses pengembangannya, desa wisata sering kali melibatkan partisipasi aktif dari penduduk setempat untuk mengembangkan potensi yang ada (Gunadi et al., 2022). Menurut (Herdiana, 2019) kerja sama antar *stakeholder* sangatlah penting dalam proses pengembangan desa wisata. Penelitian yang dilakukan oleh (Susanto & Indarti, 2023) di Desa Wisata Tangsi Duren menunjukkan bahwa dalam mengelola desa wisata sangat memerlukan peran dari berbagai pemangku kepentingan baik secara individu atau kelompok di desa wisata tersebut. Hal tersebut diperjelas oleh pandangan Demolingo dalam (Nurafiah & Sinaga, 2020) bahwa dalam pengembangan pariwisata, pemerintah perlu membangun suatu organisasi manajemen pariwisata, meningkatkan SDM, membangun sarana dan prasarana serta menjalin kerjasama dengan *stakeholder* lainnya termasuk masyarakat. Keberhasilan pengembangan pariwisata yang dilakukan dalam lingkup nasional ataupun daerah sangat ditentukan oleh peran pemerintah, masyarakat dan swasta untuk memahami dan menggali potensi yang ada di daerahnya, termasuk sumber daya manusia yang baik dan dukungan dari pihak lain (Sinaga, 2018). Maka dari itu, keterlibatan berbagai pihak sangat diperlukan dalam pengembangan desa wisata digital.

Dalam konteks komunikasi pembangunan, mereka yang terlibat ini disebut sebagai aktor pembangunan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui Buku Pedoman Desa Wisata menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata harus berfokus pada pengembangan yang terpadu dan merupakan kolaborasi dari 5 unsur penting *Penta Helix* yakni akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah dan media (Wirdayanti et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Chamidah et al., 2020) menunjukkan bahwa setiap aktor pembangunan (akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah dan media) telah terlibat dalam pengembangan pariwisata di Desa Sitiwinangun. Akademisi berperan melalui kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat. Bisnis berperan dalam penyediaan dana *CSR* untuk pengembangan desa wisata. Komunitas berperan dalam mengembangkan potensi desa dan menjalin kemitraan dengan *stakeholder*. Pemerintah berperan dalam regulasi dan infrastruktur desa wisata (Chamidah et al., 2020). Dalam hal ini, aktor pembangunan memiliki peran penting dalam pengembangan desa wisata menjadi desa wisata digital.

Desa Wisata Bantaragung merupakan desa wisata yang terletak di Kabupaten Majalengka, Jawa Barat, tepatnya di Kecamatan Sindangwangi. Berdasarkan informasi dari Bambang Surya Atmadja, Direktur BUMDes sekaligus aktor pembangunan yang terlibat dalam pembentukan Desa

Wisata Bantaragung, perkembangan Desa Wisata Bantaragung dimulai sejak pembukaan beberapa objek wisata. Pada tahun 2010, Desa Bantaragung memulai pengembangan pariwisata dengan membuka objek wisata Curug Cipeuteuy. Air terjun ini menarik minat wisatawan lokal dan menjadi cikal bakal pengembangan sektor wisata di desa ini. Dua tahun kemudian, desa ini meluncurkan Bumi Perkemahan Awilega. Tempat ini menjadi daya tarik bagi wisatawan yang menyukai kegiatan berkemah dan alam terbuka. Pada tahun 2016, Desa Bantaragung membuka objek wisata Ciboer Pass yang menawarkan pemandangan hamparan sawah yang indah dan *spot* foto menarik. Pada saat itu juga menjadi tonggak penting dengan deklarasi Desa Bantaragung sebagai desa wisata. Setelah deklarasi pada 2016, pembentukan resmi desa wisata dilakukan pada tahun 2018. Langkah ini mengkoordinasikan berbagai elemen desa untuk mengembangkan potensi wisata secara terstruktur dan terencana. Pada tahun 2019, Pemerintah Kabupaten Majalengka secara resmi menetapkan status Desa Wisata Bantaragung melalui Surat Keputusan (SK). Pengakuan ini memperkuat posisi desa dalam peta wisata daerah.

Dalam hal pengembangan desa wisata digital, Bambang Surya Atmadja mengatakan bahwa Desa Wisata Bantaragung memulai digitalisasi dengan pembentukan media sosial Instagram bernama @desawisata\_bantaragung pada tahun 2018 dan pembangunan Sistem Informasi Desa (SID) pada tahun 2022 yang beralamat [www.bantaragung.desa.id](http://www.bantaragung.desa.id). SID ini diusulkan oleh Karang Taruna dan disetujui oleh pemerintah desa yang kemudian didanai oleh program Dana Desa. Sistem ini bertujuan untuk meningkatkan akses informasi serta mendukung pengembangan sektor wisata melalui informasi digital yang terintegrasi. Berlangsung satu tahun, inovasi yang dilakukan memberikan dampak yang baik. Keberhasilan pengembangan digital Desa Bantaragung mendapat pengakuan nasional dengan meraih juara 2 Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023 dalam kategori Digital dan Konten Kreatif. Prestasi ini menunjukkan adanya kerja sama dalam proses digitalisasi desa untuk meningkatkan daya tarik wisata. Sampai saat ini Desa Wisata Bantaragung terus mengembangkan digitalisasi dengan memperluas penggunaan media sosial seperti Facebook, WhatsApp Business dan My Google Business serta membangun *website* komersil yang beralamat [www.bantaragung.com](http://www.bantaragung.com). Berangkat dari penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta keberhasilan Desa Wisata Bantaragung dalam meraih prestasi, tentunya terdapat aktor pembangunan yang terlibat dalam pengembangannya. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana **Peran Aktor Pembangunan Desa Wisata Bantaragung dalam Mengembangkan Desa Wisata Digital**.

## B. LANDASAN TEORI

### Komunikasi Pembangunan

Dalam komunikasi pembangunan, terdapat dua konsep utama, yakni komunikasi dan pembangunan. Pembangunan merupakan hasil dari usaha untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia, termasuk inisiatif, inovasi, dan kesadaran. Di sisi lain, komunikasi merupakan suatu cara yang dapat digunakan untuk mengantarkan pembangunan ke arah yang lebih baik. Kedua pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mendefinisikan komunikasi pembangunan sebagai upaya untuk menyebarluaskan konsep dan keahlian pembangunan dari individu yang memprakarsai pembangunan kepada masyarakat yang dituju. Pemahaman, penerimaan, dan keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan adalah tujuan utamanya. Secara umum, komunikasi pembangunan mencakup peran dan fungsi komunikasi di antara *stakeholder* yang ikut serta dalam proses pembangunan (Harun & Ardianto, 2011:162). Sedangkan secara khusus, komunikasi pembangunan merujuk pada berbagai metode atau teknik yang digunakan untuk menyampaikan gagasan dan keterampilan pembangunan dari para aktor pembangunan kepada masyarakat secara luas (Harun & Ardianto, 2011:162). Sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi pembangunan adalah serangkaian usaha untuk menyampaikan informasi tentang pembangunan kepada khalayak agar mereka dapat ikut andil dan merasakan dampak positif dari kegiatan pembangunan yang dilakukan (Nasution, 2019).

Pembahasan komunikasi pembangunan berfokus pada usaha menyampaikan pesan kepada banyak orang, dengan tujuan memperkenalkan dan menjelaskan ide, gagasan, serta inovasi pembangunan agar menciptakan dampak positif yang bermanfaat. Nora C. Quebral dalam buku karya (Cangara, 2020:293) mengungkapkan bahwa komunikasi pembangunan adalah bagian dari ilmu komunikasi antar manusia yang berkaitan dengan perubahan atau transformasi masyarakat dari kondisi kemiskinan menuju pertumbuhan yang lebih dinamis dan menyeluruh. Dalam hal ini Quebral menilai bahwa komunikasi pembangunan tidak hanya mendorong pada pengembangan ekonomi untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memerlukan pengembangan diri dari segala aspek yang lebih luas.

Pada proses komunikasi pembangunan, terdapat beberapa unsur yang terlibat dalam menyampaikan informasi dari pihak yang menginisiasi kepada pihak yang menjadi sasaran atau khalayak. Unsur-unsur tersebut menurut (Cangara, 2020:326) yaitu komunikator, pesan, media dan saluran, khalayak, efek, *feedback* serta lingkungan. Komunikator dalam komunikasi pembangunan adalah orang yang dipilih dan memiliki kelebihan dalam pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan berkomunikasi. Menurut Everett M. Rogers dalam (Cangara, 2020), komunikator pembangunan adalah orang yang menyebarkan sesuatu yang baru (inovasi) kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Sementara khalayak adalah salah satu unsur yang mempengaruhi keberhasilan proses komunikasi. Khalayak dalam komunikasi pembangunan adalah setiap individu, keluarga, kelompok, komunitas, organisasi, atau lembaga yang menjadi sasaran informasi.

Timmer dalam (Muljono, 2021:233) menempatkan kedudukan komunikasi pembangunan sebagai "jembatan" atau perantara. yaitu dapat menjadi penghubung antara pemerintah dan masyarakat terutama dalam menghasilkan inovasi, menyelesaikan masalah, atau merumuskan strategi pembangunan. Lalu penghubung antara produsen dan konsumen yang dalam hal ini adalah pengelola desa wisata dan wisatawan. Dengan kata lain, komunikasi pembangunan dapat menjadi jembatan antar sesama *stakeholder* pembangunan terutama dalam menjalin kolaborasi.

### **Aktor Pembangunan**

Dalam konteks komunikasi pembangunan, pihak yang terlibat disebut sebagai aktor pembangunan. Aktor pembangunan adalah mereka yang mencakup individu, kelompok atau negara yang memiliki peran penting dalam menentukan proses pembangunan dengan menggunakan strategi tertentu untuk mencapai tujuan pembangunan (Sembiring, 2022). Secara umum, aktor pembangunan yang terlibat dalam proses pembangunan pariwisata dikenal dengan istilah *Penta Helix*. Kajian Hardianto menggambarkan *Penta Helix* pengembangan pariwisata merupakan kolaborasi dari lima *stakeholder* yang terdiri dari pemerintah, akademisi, swasta, media dan lembaga pendukung (Subejo et al., 2021). Menurut Soemaryani, konsep *Penta Helix* dapat menjadi acuan dalam mengembangkan kerja sama antar berbagai instansi guna mencapai tujuan secara optimal (Hoeruniasih et al., 2023:43). *Penta Helix* ini mengacu pada prinsip kerja sama kemitraan yang melibatkan berbagai *stakeholder* dengan latar belakang yang berbeda (Herdiansah, 2020:541). Konsep *Penta Helix* melibatkan lima unsur yang saling menjalin kolaborasi untuk mendorong inovasi atau menyelesaikan masalah (Pasaribu et al., 2023). Rampersad, Quester, dan Troshani, menjelaskan bahwa kolaborasi *Penta Helix* memiliki peranan signifikan dalam menghasilkan inovasi bersama dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu daerah (Hoeruniasih et al., 2023:43).

Buku Pedoman Desa Wisata Edisi Kedua oleh Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi, menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata harus berfokus pada pengembangan yang terpadu dan merupakan kolaborasi dari 5 unsur penting *Penta Helix* yang terdiri dari (Wirdayanti et al., 2021) :

1. Akademisi, bertanggung jawab untuk menyebarluaskan pengetahuan kepada pihak-pihak terkait. Mereka mengambil peran sebagai pembuat konsep di berbagai bidang seperti sertifikasi produk dan sumber daya manusia serta standarisasi proses bisnis.

2. Bisnis, seperti pengelola, pedagang lokal, dan pelaku usaha memegang peran sebagai fasilitator yang menyediakan sarana dan pelayanan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Mereka memiliki potensi untuk memperkuat kemajuan pariwisata dengan lebih efektif, efisien, dan produktif.
3. Komunitas, berperan sebagai akselerator yang bertindak sebagai pelaku, penggerak dan penghubung dan ikut andil dalam pengembangan pariwisata sejak awal.
4. Pemerintah, sebagai penentu kebijakan, pemerintah memiliki peran sebagai regulator dan kontroler dalam pengembangan pariwisata. Hal ini meliputi perencanaan, pelaksanaan, peninjauan, pengaturan, pemasaran, alokasi dana, perizinan, program, legislasi, peningkatan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi, dan kolaborasi antar mitra.
5. Media, berperan sebagai penyedia informasi, pendidikan, hiburan, dan pengontrol sosial. Fungsinya mencakup aktivitas promosi hubungan masyarakat, dan *branding*.

### Desa Wisata

Desa wisata secara sederhana dapat diartikan sebagai kunjungan atau liburan ke sebuah lokasi. Desa wisata adalah suatu desa yang dikembangkan dengan tema tertentu yang berfokus pada bisnis pariwisata, dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat (Sobahi, 2021:119). Desa wisata adalah ide pengembangan kawasan pedesaan yang menonjolkan keunikan dalam hal kehidupan sehari-hari, tradisi, sosial budaya, arsitektur tradisional, dan tata letak desa. Darsono dalam (Mumtaz & Karmilah, 2022) menyebutkan bahwa desa wisata melibatkan elemen-elemen pariwisata seperti daya tarik wisata, atraksi budaya, akomodasi, dan fasilitas pendukung, yang dibentuk dan dikembangkan oleh manajemen dengan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kerja sama antar mitra, serta peningkatan pendapatan masyarakat. Desa wisata adalah tempat di mana pengunjung dapat merasakan pengalaman pedesaan yang khas karena potensi dan keunikannya. Ada pun kriteria desa wisata menurut Buku Pedoman Desa Wisata Edisi Kedua oleh Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi yakni memiliki:

- a. Daya tarik wisata;
- b. Komunitas masyarakat;
- c. Potensi SDM di yang dapat dilibatkan dalam pengembangan desa wisata;
- d. Lembaga kepengelolaan;
- e. Peluang dan dukungan infrastruktur untuk kegiatan wisata; dan
- f. Peluang dalam meningkatkan pasar wisatawan.

### Desa Wisata Digital

Desa wisata digital adalah desa yang mengintegrasikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) ke dalam setiap aspek pembangunan desa dengan tujuan meningkatkan efisiensi dalam pelayanan publik, meningkatkan daya saing desa melalui inovasi, serta mengatasi berbagai masalah strategis yang dihadapi desa. Dengan bantuan TIK, masyarakat dapat meningkatkan standar hidup mereka sambil mengembangkan literasi digital, yang memungkinkan mereka untuk menggunakan TIK secara efektif. Dengan demikian, desa wisata digital dapat didefinisikan sebagai desa yang menggunakan TIK untuk mengembangkan ekosistem pariwisatanya (Wirdayanti et al., 2021).

Proses perubahan menuju desa wisata digital perlu ditinjau oleh lembaga desa yang berwenang. Diperlukan minimal dua peran kelembagaan, yaitu peran pengelolaan dan peran manajemen. Peran pengelolaan desa wisata digital berperan atas pembuatan kebijakan dalam pemanfaatan TIK yang sejalan dengan visi pengembangan desa wisata. Pada umumnya, peran ini dipegang oleh perangkat desa, ketua adat atau masyarakat setempat. Sementara itu, peran manajemen berperan atas pengoperasian TIK yang mendukung kelancaran aktivitas desa wisata. Lembaga yang melaksanakan peran ini adalah lembaga yang berbeda dengan lembaga pengelolaan agar dapat fokus pada pengelolaan TIK. Salah satu bentuk lembaga ini yaitu badan usaha milik desa (Wirdayanti et al., 2021).

Pemanfaatan TIK memerlukan proses digitalisasi informasi terkait desa wisata yang disajikan melalui *platform* digital untuk kegiatan promosi. Media tersebut penting untuk

memfasilitasi penyebaran informasi dengan cara yang mudah, murah, aman, dan tepat waktu kepada pihak yang dituju. Saat ini, internet dan media sosial menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi pariwisata. Informasi wisata yang disampaikan melalui media ini mencakup beberapa hal berikut (Wirdayanti et al., 2021) :

- a. Pemesanan paket wisata oleh wisatawan,
- b. Data wisatawan atau pengunjung.
- c. Ketersediaan akomodasi dan jadwal kunjungan wisatawan selama berada di desa,
- d. Transaksi yang dilakukan wisatawan selama berada di desa wisata, dan
- e. Masukan dan saran yang diberikan oleh pengunjung.

**C. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang difokuskan pada pengamatan objek secara alamiah (Abdussamad, 2021:79). Sementara metode studi kasus adalah metode penelitian secara mendalam terkait individu, kelompok, organisasi, program kegiatan, atau entitas lainnya dalam periode waktu tertentu (Abdussamad, 2021:190). Dalam menentukan informan, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sebagai sumber data dengan kriteria tertentu, misalnya orang yang dianggap paling tahu tentang objek penelitian, atau orang yang memiliki kewenangan untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh data (Sugiyono, 2022:95). Adapun kriteria dalam menentukan informan untuk penelitian ini yaitu :

- Memiliki kewenangan dan jabatan yang relevan dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata digital Bantaragung Majalengka pada periode 2022-2023.
- Terlibat aktif dalam proses pengembangan desa wisata digital Bantaragung Majalengka.

Berdasarkan kriteria di atas, ditetapkan informan penelitian dalam tabel 1. di bawah ini:

**Tabel 1. Informan Penelitian**

No.	Informan	Jenis Data yang Dikumpulkan
1.	Kepala Desa Bantaragung	Proses pengembangan desa wisata digital Bantaragung Majalengka serta peran aktor pembangunan yang terlibat di dalamnya.
2.	Direktur Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Bantaragung	
3.	Ketua Divisi Pariwisata (Pokdarwis) Desa Bantaragung	
4.	Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata Disparbud Kab. Majalengka	Peran dan keterkaitan pemerintah daerah dalam pengembangan desa wisata digital Bantaragung Majalengka.

Sumber: Olahan Peneliti 2024

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles and Huberman dapat dilakukan melalui 3 langkah yaitu reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2022:246). Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data untuk menguji kredibilitas data dengan cara membandingkan informasi dari beberapa sumber yang berbeda (Sugiyono, 2022:191). Objek pada penelitian ini yaitu peran aktor pembangunan dan subjek penelitian ini yaitu Desa Wisata Bantaragung. Penelitian ini dilakukan di Desa Bantaragung, Kecamatan Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat pada rentang waktu April hingga Juni 2024.

**D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut dipaparkan mengenai hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan informan penelitian. Peran aktor pembangunan Desa Wisata Bantaragung dalam mengembangkan desa wisata digital terdiri dari :

**Pemerintah Desa**

Pemerintah Desa Bantaragung memiliki peran penting dalam hal regulasi. Kepala Desa Bantaragung, Samhari, menyatakan bahwa pemerintah Desa Bantaragung mempunyai peran dalam

membuat regulasi, diantaranya dalam bentuk peraturan-peraturan desa. Sebagai regulator, pemerintah desa juga berkoordinasi dengan pemerintah daerah terkait digitalisasi. Samhari mengungkapkan:

*“Pemerintah daerah itu sebagai pendamping. Kita juga ketika ada hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan di tingkat atas, di Pemda, artinya kan kita harus ada sebuah koordinasi. Kolaborasi yang kita lakukan bersama pemerintah penting, salah satunya saat kita butuh perangkat digitalisasi, otomatis kan yang punya digitalisasi Kominfo. Jadi perlu kelola kolaborasi dengan Kominfo, dinas, dan stakeholder terkait.”*

Berdasarkan penuturan informan Samhari di atas, Pemerintah Desa Bantaragung juga melakukan koordinasi dengan Pemerintah Kabupaten Majalengka terkait regulasi dan kolaborasi dengan dinas yang berkaitan untuk mendukung pengembangan desa wisata digital.

#### **Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)**

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Agung Mandiri dibentuk oleh pemerintah desa berdasarkan SK Kepala Desa Nomor: 20 Tahun 2023. Direktur BUMDes Agung Mandiri, Bambang Surya Atmadja, menyatakan:

*“Jadi BUMDes itu memiliki 3 divisi: perdagangan dan jasa, pertanian, dan pariwisata dan divisi pariwisata inilah yang menjadi pengelola induk desa wisata.”*

Berdasarkan penuturan informan Bambang Surya Atmadja tersebut, BUMDes Agung Mandiri berperan sebagai pengelola induk pariwisata. Beliau juga menambahkan bahwa SK ini merupakan realisasi dari rencana revitalisasi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) untuk menjadi induk pengelolaan desa wisata yang bertujuan untuk memperkuat manajemen dan operasional pariwisata desa, memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan yang lebih terarah. Selain itu, BUMDes juga berperan memberdayakan peningkatan ekonomi masyarakat di Desa Wisata Bantaragung. Sebagaimana hal ini diungkapkan oleh Samhari, Kepala Desa Bantaragung:

*“Nah BUMDes ini kan dalam wisata utamanya untuk pemberdayaan peningkatan ekonomi masyarakat. Nah disisi lain, kami pemerintah desa butuh yang namanya Pendapatan Asli Desa (PAD), mangkannya disitu BUMDes itu sebagai lembaga keuangannya desa. Akhirnya kan bukan mau tidak mau suatu keharusan Badan Usaha Milik Desa ini yang mengelola pariwisata juga sebagai usahanya nanti jelas dari pengelolaan wisata masuk BUMDes ada kas yang masuk ke desa”.*

#### **Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)**

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat lokal terhadap pariwisata. Hal ini diungkapkan oleh Informan Bambang Surya Atmadja dengan mengatakan:

*“Jadi kata kuncinya kan ada kelompok sadar wisata. Nah, kelompok sadar wisata itu yang kemudian dibentuk menjadi sebuah kelompok legal dan kemudian diantara tugas dan fungsi kerjanya ya bagaimana caranya memperluas orang-orang lokal, sebut saja masyarakat untuk kemudian sama-sama berkesadaran tentang pariwisata”.*

Berdasarkan penuturan di atas, bahwa Kelompok Sadar Wisata itu dibentuk menjadi sebuah kelompok legal dengan tugas meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pariwisata. Selain itu, Pokdarwis tidak hanya fokus pada peningkatan kesadaran wisata, tetapi juga mengajak masyarakat terlibat dalam kegiatan desa wisata. Masyarakat dapat memanfaatkan rumah mereka sebagai *homestay* dan mengembangkan produk lokal melalui UMKM. Sebagaimana hal ini diungkapkan oleh Ketua Divisi Pariwisata (Pokdarwis), Wawan Hermawanto dengan mengatakan:

*“Kita kerjasama dengan mereka. Bagi mereka yang punya rumah, punya satu kamar yang kosong, kita sewakan ke pengunjung. Jadi, sebagian dari mereka adalah bagian dari kami. Terus ada yang punya UMKM, kalau ada kunjungan desa-wisata, diajak tuh yang ada di desa ini. Jadi, si UMKM itu double pendapatan, tiket masuknya dapat, si produknya kejual. Lebih ke manajemen yang saling menguntungkan”.*

Kepala Desa, Samhari, menambahkan mengenai peran Pokdarwis sebagai pelaksana teknis kegiatan pariwisata dengan mengungkapkan:

*“Nah Pokdarwis itu lebih ke teknis. Teknis pelaksanaan kegiatan pariwisata. Kemudian tagi yang berkaitan dengan peran serta dari masyarakat. Peran besar masyarakat dalam wisata itu kan adanya di Pokdarwis, Kelompok Sadar Wisata itu”.*

### **Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud)**

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Majalengka berperan sebagai regulator. Kepala Bidang Destinasi dan Industri Pariwisata, Ridwan, menyatakan bahwa pemerintah hadir sebagai regulator, membuat kebijakan, termasuk Perda No. 8 Tahun 2021 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Kabupaten Majalengka. Kemudian informan Ridwan mengungkapkan:

*“Kita punya 33 desa wisata yang sudah kami daftarkan, 14 yang diajukan dan kemarin ada tambahan 1 desa wisata mandiri. Terus era sekarang balik lagi ke fungsi pemerintah ya, kita ada fungsi pembinaan, ada fungsi penyuluhan, ada juga fungsi steering pengaturan gitu ya. Ya kita sekarang berupaya untuk semua tempat wisata itu mahir atau terbiasa menggunakan itu (digital)”.*

Berdasarkan penuturan informan Ridwan di atas, Disparbud juga berperan dalam penyuluhan dan pengaturan untuk mendorong penggunaan teknologi informasi di tempat wisata, termasuk promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Ridwan menambahkan bahwa yang paling cepat untuk aksesibilitas atau menyampaikan informasi adalah melalui media sosial. Disparbud Majalengka memiliki beberapa akun media sosial yang salah satunya digunakan untuk mempromosikan tempat-tempat wisata di Majalengka termasuk Desa Wisata Bantaragung. Disparbud juga berkolaborasi dengan Pokdarwis melalui Forum Kelompok Sadar Wisata Majalengka dan memiliki Tourist Information Center (TIC) sebagai pusat informasi pariwisata.

### **Akademisi**

Akademisi berperan dalam menyebarkan pengetahuan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pariwisata. Kepala Desa Samhari menyatakan bahwa Desa Wisata Bantaragung sudah bekerja sama dengan beberapa universitas, Beliau mengungkapkan:

*“Mereka itu mempunyai peran, salah satunya tadi pemberdayaan masyarakat. Kita kan sudah jalan dengan UGJ Cirebon, kemudian yang di Yogya UGM, termasuk Majalengka. Mereka melakukan pengabdian disini. Bersama sama memegang peran untuk membantu. Makanya kita juga kan sekarang butuh untuk digitalisasi, pemasaran. Kita kan kalau kerjasama dengan pihak akademisi lebih enak karena kan jaringannya lebih luas”.*

Berdasarkan penuturan informan Samhari di atas, akademisi melakukan pengabdian di Desa Wisata Bantaragung serta membantu dalam digitalisasi dan pemasaran. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa akademisi berperan krusial sebagai fasilitator dan pendamping masyarakat dalam pengembangan desa wisata.

### **Bisnis**

Desa Wisata Bantaragung berkolaborasi dengan villa dan *cottage* di kawasan Ciboer Pass untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Hal ini diungkapkan Wawan Hermawanto, Ketua Pokdarwis dengan mengatakan:

“Sekarang untuk homestay difokuskan di Blok Desa. yang di kawasan Kantor Kepala Desa. Ya. Dari situ, untuk homestay. Nah, untuk Villa sama Cottage di Ciboer. Karena kalau untuk Villa sama Cottage, itu beda manajemen. Itu ada investor-nya, lah. Jadi, kawasannya masih di desa wisata namun pengelolaannya beda”.

Berdasarkan penuturan informan Wawan Hermawanto di atas dijelaskan bahwa *homestay* masyarakat difokuskan di Blok Desa, sementara villa dan *cottage* berada di kawasan Ciboer Pass dan dikelola oleh manajemen yang berbeda dengan keterlibatan investor. Kolaborasi ini memastikan adanya peran bisnis dalam pengembangan desa wisata dimana berbagai kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi dengan baik dan juga meningkatkan fleksibilitas serta kenyamanan mereka.

**Media**

Desa Wisata Bantaragung menjalin kolaborasi informal dengan media. Bambang Surya Atmadja menyatakan bahwa Desa Wisata Bantaragung tidak melakukan kerjasama secara tertulis atau *MoU*. Proses kolaborasi dengan media diawali ketika media melihat potensi Bantaragung cukup menarik untuk dikembangkan lalu mereka aktif meliput dan memposting perkembangan pariwisata di sini. Sebagaimana hal tersebut diungkapkan Beliau:

“Kami nggak bikin sebuah kerjasama secara tertulis atau ada *MOU*-nya. Lebih ke mereka mungkin melihat potensi di Bantaragung ini cukup menarik untuk mereka kembangkan. Akhirnya mereka pun kan butuh konten, butuh apa segala macem. Dan memang pengunjung menilai dan melihat perkembangan medsos Bantaragung ini ya dihebohkan melalui media partner itu. Jadi kalau misalkan media nanti mau meliput atau posting sesuatu, cukup komunikasi aja”.

Berdasarkan penuturan informan Bambang Surya Atmadja di atas juga menyebutkan bahwa kolaborasi dengan media berbentuk *media partner* di media sosial. Selain itu, kolaborasi di media sosial juga dilakukan dengan *selebgram* dan *content creator* lokal. Wawan Hermawanto menambahkan soal *content creator* lokal Majalengka ini diwadahi oleh dinas pariwisata dan sering berkolaborasi untuk mempromosikan pariwisata. Desa Wisata Bantaragung juga menjadi sorotan berbagai stasiun televisi besar di Indonesia. Dalam hal ini menunjukkan daya tarik dan kepentingan media terhadap perkembangan desa wisata digital. Secara keseluruhan, peran aktor pembangunan Desa Wisata Bantaragung dimuat dalam tabel 2. di bawah ini:

**Tabel 2. Peran Aktor Pembangunan Desa Wisata Bantaragung**

Aktor Pembangunan	Peran
Pemerintah Desa	Membuat regulasi dalam bentuk peraturan, melakukan koordinasi dan kolaborasi dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Majalengka.
BUMDes	Sebagai pengelola induk pariwisata, memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan, serta memberdayakan ekonomi masyarakat di Desa Wisata Bantaragung.
Pokdarwis	Meningkatkan kesadaran masyarakat lokal dan mengajak masyarakat terlibat dalam kegiatan desa wisata.
Pemerintah Daerah	Sebagai regulator dalam membuat kebijakan, penyuluhan dan pengaturan dalam mendorong penggunaan TIK, serta berkolaborasi dengan Forum Pokdarwis.
Akademisi	Pemberdayaan melalui pengabdian masyarakat dan membantu dalam hal digitalisasi.
Bisnis	Memenuhi kebutuhan wisatawan dalam bentuk akomodasi atau pelayanan.

Media	Media partner dan publikasi untuk mempromosikan desa wisata.
-------	--

Sumber: Olahan Peneliti 2024

Dalam konteks komunikasi pembangunan, Pemerintah Desa Bantaragung berperan sebagai komunikator yang memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi dan inovasi pembangunan kepada masyarakat. Pemerintah Desa Bantaragung, sebagai regulator, menciptakan regulasi melalui peraturan desa yang mendukung digitalisasi pariwisata. Pemerintah desa juga bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk memastikan regulasi yang sejalan dengan kebijakan yang lebih tinggi dan memfasilitasi kolaborasi antar *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan pandangan (Harun & Ardianto, 2011) yang menyatakan bahwa komunikasi pembangunan mencakup peran dan fungsi komunikasi di antara *stakeholder* dalam proses pembangunan. Sebagai jembatan atau perantara, pemerintah desa membantu menyampaikan kebijakan dan regulasi dari pemerintah pusat dan daerah kepada masyarakat. Dalam hal ini, pemerintah desa bertindak sebagai komunikator pembangunan yang menyebarkan inovasi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui digitalisasi desa wisata.

BUMDes Agung Mandiri berperan sebagai fasilitator yang menyediakan sarana dan pelayanan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pengelolaan pariwisata. Menurut konsep *Penta Helix*, bisnis memiliki peran penting dalam memperkuat kemajuan pariwisata. BUMDes sebagai pengelola induk pariwisata memanfaatkan TIK untuk meningkatkan layanan dan promosi pariwisata. Peran BUMDes dalam komunikasi pembangunan adalah sebagai komunikator yang memfasilitasi penyebaran informasi dan inovasi kepada masyarakat, serta menghubungkan produsen (pengelola desa wisata) dengan konsumen (wisatawan). Dengan demikian, BUMDes memainkan peran penting dalam menjembatani berbagai *stakeholder* dalam pengembangan desa wisata digital.

Pokdarwis atau Kelompok Sadar Wisata Desa Wisata Bantaragung bertindak sebagai akselerator dalam pengembangan desa wisata. Mereka mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam kegiatan pariwisata, seperti penyediaan *homestay* dan pengembangan produk lokal. Dalam konteks komunikasi pembangunan, Pokdarwis adalah komunikator yang mengedukasi dan memberdayakan masyarakat untuk memanfaatkan peluang di sektor pariwisata. Melalui berbagai kegiatan dan pelatihan, Pokdarwis membantu menyebarkan informasi tentang pariwisata dan digitalisasi kepada masyarakat. Mereka juga mengumpulkan *feedback* dari wisatawan dan masyarakat untuk terus memperbaiki layanan dan produk pariwisata. Peran Pokdarwis ini sejalan dengan pandangan Everett M. Rogers dalam (Cangara, 2020) yang menyatakan bahwa komunikator pembangunan adalah orang yang menyebarkan inovasi kepada masyarakat. Hal ini pun di dukung oleh penelitian (Chamidah et al., 2020) yang menunjukkan bahwa Desa Sitiwinangun melibatkan pemuda dan kreator sebagai penggerak inovasi.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Majalengka berperan sebagai regulator dan pendukung utama dalam pengembangan desa wisata digital. Mereka menyusun kebijakan, memberikan penyuluhan, dan mengatur penggunaan teknologi informasi untuk mempromosikan pariwisata. Sama halnya dengan Pemerintah Kabupaten Cirebon yang berperan penting dalam membentuk peraturan tentang pengembangan desa wisata (Chamidah et al., 2020). Disparbud Kabupaten Majalengka menggunakan media sosial sebagai alat promosi yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas. Peran Disparbud dalam komunikasi pembangunan adalah sebagai komunikator yang menyampaikan kebijakan dan inovasi dari pemerintah kepada masyarakat dan pelaku pariwisata. Mereka juga berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah, komunitas, dan sektor bisnis, memastikan kolaborasi yang efektif antar berbagai *stakeholder*. Ini mencerminkan pandangan Timmer dalam (Muljono, 2021) yang melihat komunikasi pembangunan sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat.

Akademisi berperan sebagai pembuat konsep dan penyebar pengetahuan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan desa wisata. Mereka melakukan penelitian, pengabdian masyarakat, dan memberikan pelatihan terkait digitalisasi dan pemasaran pariwisata. Akademisi membantu dalam proses digitalisasi dan pemasaran Desa Wisata Bantaragung, yang sangat berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dan perluasan jaringan pariwisata. Hal ini memiliki kesamaan dengan penelitian (Chamidah et al., 2020) yang menunjukkan bahwa akademisi

berkontribusi melalui penelitian dan pengabdian masyarakat. Dalam komunikasi pembangunan, akademisi bertindak sebagai komunikator yang menyebarkan pengetahuan dan inovasi kepada masyarakat dan pelaku pariwisata. Mereka juga berfungsi sebagai penghubung antara teori dan praktik, memastikan bahwa inovasi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal.

Sektor bisnis, seperti pengelola *villa* dan *cottage*, berperan sebagai fasilitator yang menyediakan sarana dan pelayanan untuk mendukung pariwisata. Berbeda dengan pengembangan Desa Sitiwinangun, dimana peran bisnis berasal dari program CSR perusahaan yang berperan terhadap pembangunan ekonomi. Kolaborasi antara sektor bisnis dan pemerintah desa memastikan bahwa berbagai kebutuhan dan preferensi wisatawan dapat terpenuhi. Investasi dari sektor bisnis juga memperkuat infrastruktur dan layanan pariwisata di desa wisata. Dalam konteks komunikasi pembangunan, sektor bisnis berperan sebagai komunikator yang menyampaikan informasi tentang layanan dan fasilitas pariwisata kepada wisatawan. Mereka juga dapat mengumpulkan *feedback* dari wisatawan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Peran sektor bisnis ini sejalan dengan konsep *Penta Helix* yang menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai *stakeholder*.

Media berperan penting dalam menyebarkan informasi dan mempromosikan desa wisata. Melalui liputan dan publikasi, media membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi pariwisata di Desa Wisata Bantaragung. Media sosial dan *content creator* juga memainkan peran penting dalam pemasaran digital, membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Penelitian (Chamidah et al., 2020) juga menunjukkan bahwa media berperan dalam mempromosikan lokasi dan potensi desa wisata. Dalam komunikasi pembangunan, media berfungsi sebagai penyedia informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Mereka membantu menyebarkan pesan-pesan pembangunan kepada khalayak luas, memastikan bahwa informasi tentang inovasi dan peluang pariwisata sampai kepada masyarakat. Peran media ini mencerminkan pandangan (Harun & Ardianto, 2011) yang melihat komunikasi pembangunan sebagai usaha untuk menyampaikan informasi tentang pembangunan kepada khalayak agar mereka dapat ikut serta dan merasakan dampak positif dari kegiatan pembangunan. Selain itu, tabel 3. menjelaskan peran aktor pembangunan dalam konsep *Penta Helix* berikut ini.

**Tabel 3 *Penta Helix* Pariwisata Desa Wisata Bantaragung**

<b>Aktor Pembangunan</b>	<b>Peran dalam Pengembangan Desa Wisata Digital</b>	<b>Peran dalam Konsep <i>Penta Helix</i> Pariwisata</b>	<b>Keterangan</b>
Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat kebijakan dan regulasi yang mendukung penggunaan TIK.</li> <li>- Bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk dukungan dana dan infrastruktur.</li> <li>- Menyampaikan informasi dan inovasi pembangunan kepada masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regulator</li> <li>- Penentu kebijakan</li> <li>- Komunikator utama dalam komunikasi pembangunan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemerintah Desa Bantaragung</li> <li>- Disparbud Kab. Majalengka</li> </ul>
Akademisi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan penelitian dan pelatihan terkait digitalisasi pariwisata</li> <li>- Memberikan strategi pengembangan desa wisata berbasis TIK.</li> <li>- Membantu mengatasi tantangan dan meningkatkan kapasitas lokal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuat konsep dan penyebar pengetahuan.</li> <li>- Sumber pengetahuan dan pengembangan kapasitas.</li> <li>- Komunikator dalam komunikasi pembangunan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akademisi</li> </ul>
Bisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyediakan layanan dan infrastruktur yang mendukung pariwisata (penginapan, restoran, dll).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fasilitator ekonomi lokal.</li> <li>- Penyedia layanan dan fasilitator ekonomi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- BUMDes Agung Mandiri</li> <li>- <i>Cottage</i> dan</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memasarkan desa wisata melalui media digital dan platform <i>online</i>.</li> <li>- Bekerja sama dengan pemerintah dan komunitas untuk meningkatkan kualitas layanan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>lokal.</li> <li>- Komunikator dalam komunikasi pembangunan.</li> </ul>	<i>Homestay</i>
Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengajak masyarakat untuk terlibat aktif dalam kegiatan pariwisata (<i>homestay</i>, produk lokal, event pariwisata).</li> <li>- Menyebarkan informasi dan inovasi kepada anggota masyarakat.</li> <li>- Mengumpulkan feedback dari wisatawan untuk perbaikan layanan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akselerator yang menggerakkan partisipasi aktif masyarakat.</li> <li>- Komunikator dalam komunikasi pembangunan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pokdarwis Desa Wisata Bantaragung</li> <li>- BUMDes Agung Mandiri</li> </ul>
Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyebarkan informasi dan mempromosikan desa wisata digital melalui berbagai platform.</li> <li>- Menggunakan media sosial, <i>website</i>, dan content creation untuk meningkatkan kesadaran potensi pariwisata desa.</li> <li>- Membantu pemasaran digital dan distribusi informasi kepada audiens yang lebih luas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyedia informasi dan promotor pariwisata.</li> <li>- Penyedia informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Media partner</i></li> <li>- <i>Content creator</i></li> <li>- Media TV</li> </ul>

Sumber: *Olahan Peneliti 2024*

Komunikasi pembangunan adalah proses penyebaran informasi tentang pembangunan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Sementara aktor pembangunan terdiri berbagai pihak yang berperan dalam proses pembangunan desa wisata digital. Dalam konteks Desa Wisata Bantaragung, komunikasi pembangunan bertujuan untuk menyampaikan inovasi dan pengetahuan terkait digitalisasi pariwisata kepada masyarakat setempat. Dalam tabel di atas, aktor pembangunan diidentifikasi sebagai pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media. Setiap aktor dalam tabel bertindak sebagai komunikator yang menyampaikan informasi penting kepada khalayak mereka, termasuk kebijakan pemerintah, penelitian atau pengabdian akademisi, layanan bisnis, partisipasi komunitas, dan promosi media. Masing-masing aktor memiliki peran spesifik dalam mendukung pengembangan desa wisata digital di Desa Wisata Bantaragung, seperti pembuatan kebijakan, penyediaan layanan, promosi, dan peningkatan kapasitas masyarakat.

Konsep *Penta Helix* pariwisata melibatkan kolaborasi antara lima elemen utama: pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media. Tabel di atas menunjukkan bagaimana setiap elemen berperan dalam pengembangan desa wisata digital :

1. Pemerintah berperan dalam membuat kebijakan dan regulasi, bekerja sama dengan pemerintah daerah, dan menyampaikan informasi pembangunan.
2. Akademisi berperan dalam melakukan penelitian, memberikan pelatihan, dan membantu strategi pengembangan.
3. Bisnis berperan dalam menyediakan layanan pariwisata, memasarkan desa wisata, dan bekerja sama dengan aktor lain.
4. Komunitas berperan dalam mengajak partisipasi aktif masyarakat, menyebarkan informasi, dan mengumpulkan *feedback*.
5. Media berperan dalam menyebarkan informasi, mempromosikan desa wisata, dan membantu pemasaran digital.

Desa wisata adalah desa yang dikembangkan dengan fokus pada pariwisata, melibatkan partisipasi aktif masyarakat dan menonjolkan keunikan lokal. Sementara desa wisata digital adalah desa yang mengintegrasikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk meningkatkan

efisiensi, daya saing, dan mengatasi tantangan strategis. Dalam konteks ini, Desa Wisata Bantaragung mengembangkan potensi pariwisata melalui kolaborasi antar aktor pembangunan yang terlibat dalam *Penta Helix*. Tabel di atas menunjukkan bagaimana Desa Wisata Bantaragung menggunakan TIK untuk mendukung pariwisata digital, dengan peran spesifik dari setiap aktor baik dalam pengelolaan informasi, promosi, maupun pelayanan berbasis teknologi. Dengan memahami peran masing-masing aktor dan konsep yang terkait, pengembangan desa wisata digital di Bantaragung dapat dilakukan secara efektif dan berkelanjutan.

## E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata Bantaragung sebagai desa wisata digital sangat dipengaruhi oleh peran kolaboratif dari berbagai aktor pembangunan yang tergabung dalam konsep *Penta Helix* pariwisata. Pemerintah Desa Bantaragung dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka berperan sebagai regulator dan pengarah kebijakan, sedangkan BUMDes Agung Mandiri dan pelaku usaha lokal seperti *cottage* dan *homestay* berperan sebagai fasilitator yang menyediakan sarana dan layanan pariwisata. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan komunitas lokal berperan sebagai akselerator yang menggerakkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Akademisi berperan melalui penelitian dan pengabdian masyarakat yang mendukung strategi pengembangan pariwisata, sementara *media partner*, *content creator*, dan media televisi memainkan peran kunci dalam promosi dan penyebaran informasi desa wisata. Melalui penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam bentuk media sosial dan *website*, menunjukkan bahwa Desa Wisata Bantaragung menerapkan konsep desa wisata digital. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan kolaborasi aktor pembangunan *Penta Helix* pariwisata dalam menciptakan inovasi bersama dan memperkuat digitalisasi pariwisata di Desa Wisata Bantaragung, sehingga berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat dan pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian ini dapat diterapkan atau dikembangkan lebih dalam pada pengembangan desa wisata lain yang ingin meningkatkan daya saing melalui inovasi digital dan kolaborasi *multi-stakeholder*.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (ed.); Cetakan I). CV. Syakir Media Press.
- Ananda, I., & Dirgahayu, T. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Desa Wisata di Indonesia: A Systematic Literature Review. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(2407–4322), 2291–2302.
- Ariputry, D. T., Ayu, G., Lestari, P., Ayu, I. G., & Andini, D. (2023). *Jurnal Wicara Desa*, Volume 1 Nomor 6, Desember 2023 *Destinasi Wisata Pantai Lungkak Desa Ketapang Raya, Kecamatan Keruak, Kabupaten Lombok Timur* *Jurnal Wicara Desa*, Volume 1 Nomor 6, Desember 2023. 1, 899–908.
- Budisusila, A., & Handoko, V. S. (2023). Utilitas Ragam Media Digital dan Stuktur Persaingan Pasar antar Desa Wisata di Kawasan Perbukitan Menoreh. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(1), 26–41. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i1.311>
- Cangara, H. (2020). *Komunikasi Pembangunan*. PT RajaGrafindo.
- Chamidah, N., Putra, A. H. P. K., Mansur, D. M., & Guntoro, B. (2020). Penta helix Element Synergy as an Effort to Develop Tourism Villages in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 01–22. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i1.625>
- Fauziah, N. R., & Nasdian, F. T. (2021). Hubungan antara partisipasi masyarakat dengan pemanfaatan digital pada desa wisata (Kasus: Desa wisata Jelok, Desa Beji, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 05(01), 189–201. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.768178-189-201>
- Gunadi, I. M. A., Hanurajasa, D. N., & Firmansyah, R. (2022). Faktor prioritas pengembangan desa wisata Bantaragung sebagai desa wisata berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 7(1), 85–97.

- Harun, R., & Ardianto, E. (2011). *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial Perspektif Dominan, Kaji Ulang, dan Teori Kritis* (Cetakan ke). PT RajaGrafindo Persada.
- Herdiana, D. (2019). Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jumpa*, 6(1), 63–86.
- Herdiansah, A. G. (2020). *Pengembangan Potensi Kewirausahaan dengan Prinsip Penta Helix di Desa 110 Margamekar Kabupaten Sumedang*. Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Hoeruniasih, N., Hufad, A., Wahyudin, U., & Sudiapermana, E. (2023). *Monograf Model Pendekatan Pentahelix pada Pengelolaan Kewirausahaan di PKBM* (Cetakan Pe). Eureka Media Aksara.
- Muljono, P. (2021). *Dinamika Komunikasi Pembangunan di Tanah Air* (D. M. Nastiti & K. G. Lestari (eds.); Cetakan I). PT Penerbit IPB Press. www.ipbpress.com
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Nasution, B. (2019). *Komunikasi Sosial dan Pembangunan*. Taman Karya. <https://fisip.unri.ac.id/wpcontent/uploads/2019/12/bahan-buku-ajar-komunikasisosial-dan-pembangunan.pdf>
- Nuraflah, C. A., & Sinaga, K. (2020). Konvergensi Komunikasi Dalam Implementasi Pengembangan Destinasi Wisata Kabupaten Samosir. *Network Media*, 3(2), 39–49. <https://doi.org/10.46576/jnm.v3i2.847>
- Pasaribu, L. P., Apsari, N. C., & Sulastri, S. (2023). Kolaborasi Penta Helix Dalam Penanganan Pasca Bencana Gempa Bumi. *Share: Social Work Journal*, 13(1), 140. <https://doi.org/10.24198/share.v13i1.47909>
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 515. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Putra, S. A., Susila, I. N. G. D., Udiana, I. M. G. P., & Bagus, I. (2022). Promosi Desa Wisata Penglipuran melalui Pendekatan Digitalisasi Pada Masa Pandemi: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(1), 38–51. <https://doi.org/10.53691/jpi.v18i1.275>
- Semiring, R. A. (2022). Analisis Aktor Pembangunan dalam Smart Environment Kota Kediri Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 8(1), 88–108. <https://doi.org/10.23887/jiis.v8i1.44272>
- Sinaga, K. (2018). Pengembangan Pariwisata Dalam Komunikasi Budaya Lokal Di Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Network Media*, 1(1), 86–98.
- Sobahi, K. (2021). *Meembangun Desa Menuju Majalengka Raharja* (A. Hidayat (ed.); Februari 2). Rumah Pustaka.
- Subejo, S., Chamidah, N., Nirmalasari, N., Suyoto, S., Hariadi, S. S., Muhamad, M., Selvi, A. M., Siddiq, D. M., Imawan, K., & Isamayana, I. (2021). Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(1), 90. <https://doi.org/10.22146/jkn.61859>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Susanto, F., & Indarti, S. (2023). Analisis Peran Stakeholders dalam Pengembangan Desa Wisata Tangsi Duren Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu. *JOPPAS: Journal of Public Policy and Administration Silampari*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31539/joppas.v5i1.6562>
- Wirdayanti, A., Asri, A., Anggono, B. D., Hartoyo, D. R., Indarti, E., Gautama, H., S, H. E., Harefa, K., Minsia, M., Rumayar, M., Indrijatiningrum, M., Susanti, T., & Ariani, V. (2021). *Pedoman Desa Wisata* (A. Wirdayanti & V. Ariani (eds.)). Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Wirtz, B. W., Göttel, V., & Daiser, P. (2016). Business Model Innovation: Development, Concept and Future Research Directions. *Journal of Business Model*, 4(1), 1–28.