

STRATEGI KOMUNIKASI DAN PEMASARAN EFEKTIF DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA MIRAT

Kunkun Kurniawan, Reiza D Dienaputra, Awaludin Nugraha
Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Padjadjaran
Jl. Dipati Ukur No 53 Kota Bandung, Jawa Barat

Informasi Artikel

Dikirim: 30 Januari 2021
Diterima: 28 Juni 2021

Korespondensi pada penulis :

Telepon:
087722826497
Email:
kunkun20001@mail.unpad.ac.id

Abstract

Unique and authentic landscapes attract tourists. Hanging Rock and Camping Ground Arya Kemuning and Sanghyang Dora are natural tourist attractions owned by Mirat Village. As a new tourist destination in Majalengka Regency, the tourism stakeholders of Mirat village play an important role in developing the existing tourism potential to increase the number of tourist visits. This study aims to determine the marketing communication strategy carried out by the village government and Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), the factors that support and hinder the marketing communication strategy in increasing tourist visits to the Mirat tourism village. This study uses a phenomenological method with a qualitative approach. The data source used is primary with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results showed that the marketing communication strategy carried out by the village government and Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) had a positive impact on increasing the number of tourists. The success of the marketing communication strategy is supported by the unique appeal of tourist destinations in Mirat Village. Although there are obstacles in terms of accessibility and amenities, it is hoped that in the future there will be the right solution through alternative shuttle bus transportation to tourist locations and improving the quality of amenities to support tourist comfort.

Keywords: Cadas Gantung; Camping Ground; Desa Mirat; Natural Landscape

PENDAHULUAN

Suatu destinasi wisata harus memiliki daya tarik yang otentik, unik, atau memiliki unsur khas lain yang dapat memikat wisatawan untuk berkunjung. Ada beberapa atraksi yang dapat dijadikan daya tarik untuk wisatawan berkunjung seperti bentang alam yang berada di suatu area atau nilai-nilai budaya yang melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya. Kekhasan bentang alam atau nilai-nilai budaya lokal ini menjadi potensi dalam pengembangan kepariwisataan.

Desa Mirat yang terletak di Kecamatan Leuwimunding Kabupaten Majalengka menjadi salah satu desa yang memiliki bentang alam yang sangat menarik. Bentang alam itu adalah Cadas Gantung yang berada di lereng barat perbukitan Sanghyang Dora dengan puncak Arya Kemuning sebagai puncak tertingginya. Batuan yang terlihat menonjol ini seolah seperti menggantung di tepi jurang. Ketika berdiri di atas Cadas Gantung ini akan terlihat pemandangan indah berupa hamparan pemandangan sawah, tegalan dan perkebunan pohon durian.

Aksesibilitas menuju destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora saat ini memiliki keterbatasan untuk dilalui kendaraan roda empat. Meskipun sudah diaspal cukup baik, jalan utama menuju lokasi sangat sempit dan hanya bisa dilalui oleh satu kendaraan. Faktor aksesibilitas ini menjadi salah satu unsur yang menjadi kendala dan prioritas utama dalam pengembangan destinasi wisata di Desa Mirat.

Berdasarkan peta geologi, Desa Mirat ini merupakan bagian dari perbukitan Gunung Kromong yang menurut informan dari pihak aparat desa disebutkan bahwa dahulu terdapat kegiatan penggalian untuk mencari logam mulia emas. Selain penggalian untuk mencari sumber logam mulia emas, di lokasi ini pula dilakukan penggalian oleh pengusaha tambang lokal untuk mencari bahan baku pembuatan semen. Aktifitas penggalian ini kurang mendapatkan hasil yang maksimal dan atas pertimbangan resiko yang ditimbulkan dari kegiatan penggalian terhadap kerusakan lingkungan maka usaha galian rencananya akan dialihkan ke usaha pariwisata.

Pariwisata menurut Spillane (1987) adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perseorangan atau berkelompok dari satu tempat menuju tempat lainnya bukan untuk tujuan menetap tetapi untuk memperoleh keseimbangan atau harmonisasi diri dari lingkungan hidupnya dalam perspektif sosial, lingkup budaya, alam dan keilmuan.

Kegiatan pariwisata banyak melibatkan komponen yang saling memiliki kaitan satu sama lainnya diantaranya aspek penyerapan tenaga kerja, hubungan sosial, aktifitas ekonomi, serta lingkungan. Interaksi antara wisatawan yang berkunjung dengan pihak yang menerima wisatawan di suatu destinasi akan menimbulkan hubungan transaksi ekonomi yang akan berdampak pada taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat

Perkembangan pariwisata saat ini ditandai oleh perubahan yang terjadi dari aspek kegiatan pariwisata serta aspek perilaku wisatawan. Wood (2002) menegaskan bahwa sejak terjadinya perubahan pola kegiatan pariwisata dari matahari, laut dan pasir pantai (*Sun, Sea and Sand*) mengarah ke pariwisata bentuk alami, terjadi pula perubahan pola kegiatan industri pariwisata dari kegiatan wisata massal (*Mass Tourism*) ke wisata minat khusus (*Niche Tourism*). Perubahan perilaku wisatawan menuju kepada kegiatan minat khusus ini sejalan dengan isu global yang sedang populer, yaitu model kegiatan wisata alam yang disebut dengan Ekowisata.

“Menurut Achmad (2017) ekowisata adalah suatu kegiatan berwisata berbasis kealamian dan kelestarian alam, yakni suatu kegiatan atau perjalanan wisata berbasis lingkungan, baik pada alam yang alami maupun buatan serta budaya yang ada yang bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial-budaya”. Jenis wisata ini melibatkan aspek natural lanskap, budaya lanskap, konservasi dan keterlibatan masyarakat lokal. Pemahaman ini akan merubah tipologi *Quantity Tourism* menjadi *Quality Tourism*.

Aktivitas wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan di Desa Mirat selain trekking menuju Cadas Gantung, juga tersedia *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora yang dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) Desa Mirat. Dari *Camping Ground* ini wisatawan dapat melihat gugusan bukit yang menyerupai pemandangan yang sama seperti di Raja Ampat tetapi di sini dalam lanskap daratan. Suasana ketika matahari pagi mulai merekah sinarnya dan senja yang indah ketika matahari tenggelam di ufuk barak menjadi momen yang dicari oleh wisatawan yang hendak bermalam di *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora.

Selain destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora, Desa Mirat memiliki obyek lain yang dapat dikembangkan yaitu Mata Air Cilarangan (daerah tebing Jamparing), Mata air Cibalong, yang disakralkan karena berasal dari sebuah pohon besar yang mengalirkan air bersih walaupun dalam kondisi musim kemarau, kemudian petilasan Arya Kemuning, petilasan Mbah Kuwu Sangkan di dekat Gua Pangisan di atas tebing Jamparing sebagai tujuan wisata religi bagi masyarakat Majalengka serta kebun pohon durian khas Majalengka yang hanya berbuah di periode bulan November sampai bulan Januari.

Beberapa destinasi wisata menarik di Desa Mirat ini menjadi tumpuan bagi pemerintah desa dan masyarakat untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang lebih banyak. Berdasarkan pengamatan langsung di Desa Mirat sebagai lokasi penelitian, destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* memiliki keterbatasan fasilitas ditinjau dari atribut pariwisata.

Selain aksesibilitas yang belum memadai, unsur lain yang perlu ditingkatkan agar dapat memberikan kenyamanan terhadap wisatawan adalah fasilitas tempat makan dan minum bagi

wisatawan yang lebih representatif, fasilitas parkir kendaraan, sarana ibadah, toilet dan kamar mandi. Hal ini apabila tidak ditangani secara serius akan berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan.

Sejalan dengan upaya peningkatan kualitas unsur pariwisata dalam kenyamanan wisatawan, diperlukan juga usaha untuk mengenalkan destinasi wisata di Desa Mirat. Jumlah kunjungan wisatawan yang masih relatif sedikit menjadi tantangan dalam memasarkan destinasi wisata di Desa Mirat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdahulu oleh Sembiring (2016) bahwa fokus strategi komunikasi pemasaran melibatkan citra, pesona alam, dukungan alam, dan perkembangan terkini teknologi informasi dan komputasi. Bentuk komunikasi pemasaran dapat dilakukan melalui aktifitas periklanan, kehumasan, promosi penjualan dan penjualan secara personal. Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana aktifitas pemasaran yang dilakukan oleh pihak pengelola Desa Wisata Mirat dan unsur apa saja yang mempengaruhi kegiatan aktifitas pemasaran.

Dari uraian di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Mirat oleh pihak Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat?
2. Faktor apa saja yang mendukung strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Mirat oleh pihak Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat?
3. Faktor apa saja yang menghambat strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Mirat oleh pihak Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat?

Penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa memberikan manfaat untuk kajian ilmu komunikasi pemasaran desa wisata yang berada di seluruh wilayah Jawa Barat dan khususnya di Kabupaten Majalengka. Sedangkan secara praktis penelitian ini dapat mengangkat citra positif Desa Wisata Mirat sebagai destinasi alam unik bagi wisatawan sehingga pendapatan Desa Mirat dari pengelolaan desa wisata menjadi meningkat, serta memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar Desa Wisata Mirat.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi untuk menangkap objek atau sesuatu yang tampak terjadi. Pendekatan yang dilakukan bersifat kualitatif. Penilaian kualitatif menurut Creswell (2010) adalah suatu proses yang melibatkan kegiatan penting seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur kepada partisipan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang spesifik, menganalisis data tersebut secara induktif yaitu dari penjelasan tema yang sifatnya khusus menjadi tema umum, kemudian melakukan penafsiran terhadap data tersebut.

Penelitian ini menekankan kepada kualitas data bukan kuantitas data sampai terpenuhi kepada syarat data mendalam untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Jadi tidak membutuhkan jumlah populasi atau sampling yang besar tetapi cukup dibatasi.

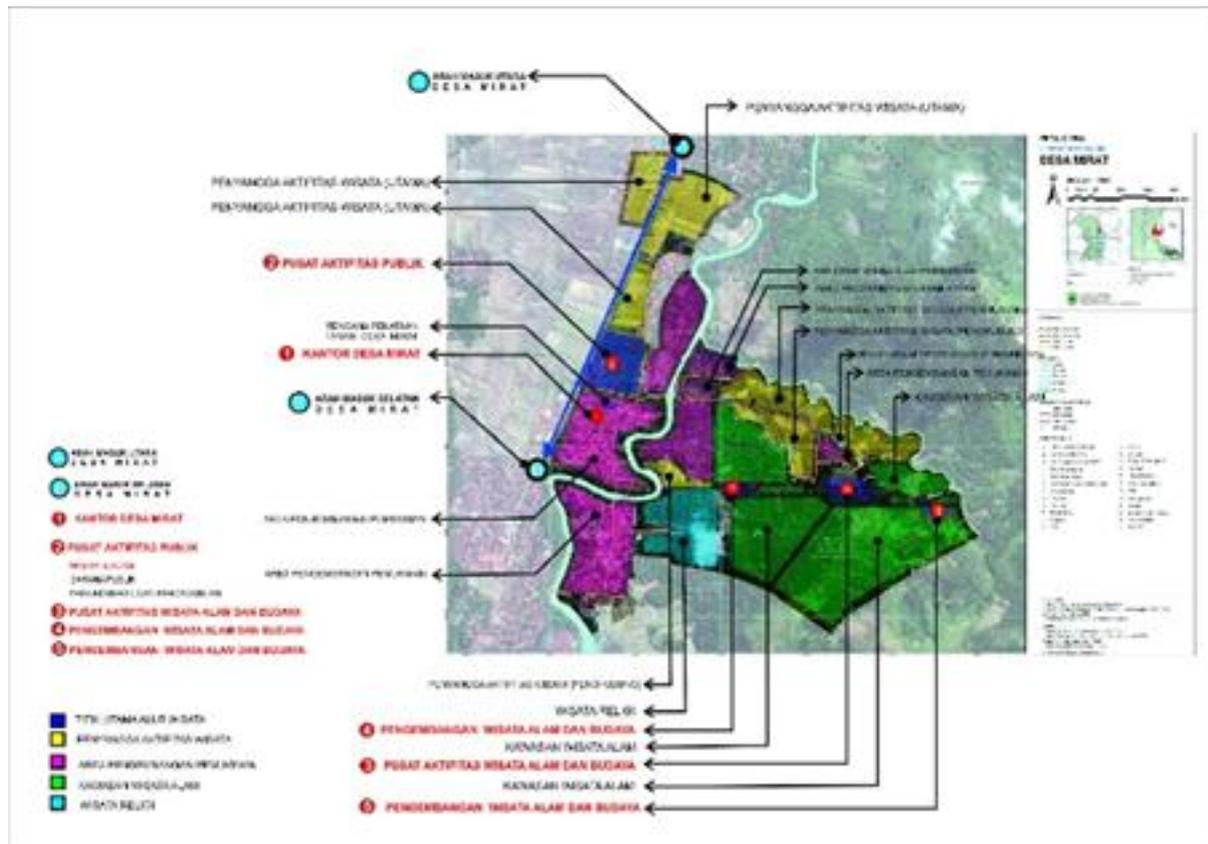
Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu konstruktivisme dimana perilaku manusia secara fundamental menjadi tujuan penilaian. Peran manusia menjadi titik sentral dalam merekonstruksi fenomena sosial yang ada melalui pemahaman atas perilaku dan pemberian makna. Ada 2 perspektif yang mempengaruhi paradigma ini yaitu interaksi simbolis dan struktural fungsional. "Perspektif interaksi simbolis mengatakan bahwa manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya (Bungin, 2007)".

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kegiatan observasi dan wawancara kepada informan dari POKDARWIS Desa Mirat, Sekretaris Desa dan beberapa pelaku wisata setempat untuk memperoleh data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah orang-orang yang memahami dan mengetahui obyek penelitian yang diwakili oleh informan dari POKDARWIS Desa Mirat, Sekretaris Desa, dan beberapa pelaku wisata setempat. Sedangkan untuk data sekunder, pengumpulan datanya menggunakan teknik dokumentasi melalui pencarian dan pengumpulan data serta informasi dari catatan, buku, foto atau gambar, transkrip, majalah atau surat kabar yang berhubungan dengan objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Mirat adalah salah satu desa di kecamatan Leuwimunding Kabupaten Majalengka yang terbentuk sejak tahun 1862. Terletak di titik koordinat LU 108⁰ 35' 00", LS 6⁰ 73' 33" dengan ketinggian 84 mdpl. Desa ini memiliki luas wilayah 209,110000 Ha yang dibatasi oleh Desa Parung Jaya disebelah utara, Desa Leuwikujang di sebelah selatan, Desa Leuwimunding di sebelah barat dan Desa Cipanas Kabupaten Cirebon di sebelah timur. Jarak ke ibukota Kabupaten Majalengka sekitar 25 KM.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Majalengka (2020), jumlah penduduk Desa Mirat sebanyak 5.534 orang yang terdiri dari 2.761 Laki-laki dan 2.773 Perempuan. Desa Mirat memiliki 2 Dusun, 8 RW, dan 30 RT. Latar belakang pendidikan penduduk didominasi oleh tamatan SD/ sederajat yaitu sebanyak 1.645 orang.



Gambar 1. Peta Masterplan Desa Mirat. Sumber: Pemerintah Desa Mirat

Desa Mirat merupakan salah satu desa yang mengukir prestasi secara nasional, yaitu sebagai desa brilian mewakili Kabupaten Majalengka dalam program desa brilian yang diinisiasi oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia dengan Bank Rakyat Indonesia (BRI) terkait penilaian atas ketangguhan, ketangguhan serta melakukan inovasi di tengah pandemi covid 19. Kriteria yang dinilai adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang aktif, digitalisasi ekonomi desa, inovasi untuk layanan publik atau peningkatan ekonomi (Fajar Cirebon, 2020)

Menurut Direktur BUMDES Desa Mirat, Firman Saefulah menyatakan bahwa keberhasilan Desa Mirat menjadi desa brilian dipengaruhi oleh kontribusi destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning sehingga ke depannya pengembangan potensi pariwisata alam ini akan menjadi prioritas dan diharapkan akan meningkatkan PADesa.

Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Mirat oleh Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat

Pengembangan destinasi wisata memiliki kaitan erat dengan pemasaran dan strategi komunikasi. "Strategi komunikasi merupakan bagian dari perencanaan komunikasi dalam pencapaian

tujuan yang ingin dicapai Cangara (2009)". Tahap perencanaan diwujudkan dalam kegiatan program atau kegiatan dengan tujuan yang jelas. Beberapa program dan kegiatan disusun oleh pemangku kepentingan di pemerintahan desa untuk mendatangkan wisatawan ke Desa Wisata Mirat, yaitu:

1. Melakukan penataan dan peningkatan daya tarik wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora dari aspek keselamatan dengan pemasangan besi pengaman serta pemasangan spot-spot foto yang menarik untuk *post-trip* wisatawan di media sosial.
2. Melibatkan media massa untuk melakukan pemberitaan positif tentang destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora
3. Melibatkan pihak investor dalam pengembangan destinasi wisata di Desa Mirat khususnya dari investor lokal yang awalnya berkegiatan pertambangan umum menjadi kegiatan pariwisata.
4. Melakukan usaha promosi pariwisata di berbagai *platform* yang seluas luasnya.

Menurut Cangara (2009) dalam menyusun perencanaan harus dilandasi oleh lima prinsip dasar ideal, yaitu: prinsip partisipatif, prinsip holistik, prinsip kesinambungan, mempunyai sistem yang berkembang, terbuka serta demokratis.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, kepemimpinan kepala Desa Mirat mempunyai peran penting dalam upaya partisipatif dan koordinatif terkait arah kebijakan pengembangan destinasi wisata di Desa Mirat. Komitmen atas implementasi program dan kegiatan untuk mendatangkan wisatawan dilaksanakan secara integratif. Pihak pemerintah desa melibatkan pihak akademisi untuk melakukan kajian pengembangan Desa Wisata Mirat.

Kajian dari akademisi ini diharapkan menjadi input yang objektif dalam merencanakan pengembangan desa wisata lebih lanjut. Selain kajian akademis, kepala desa dengan tata kelola pemerintahannya melakukan upaya perubahan layanan publik yang lebih inovatif untuk mendukung pengembangan desa wisata. Kepala Desa juga mendorong BUMDES untuk menciptakan produk dari warga desa agar *marketable* dan dapat menunjang kepada promosi destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora.

Kepemimpinan yang terbuka, demokratis, kolaboratif, holistik, dan berkelanjutan mendorong tingkat partisipatif perangkat desa, warga dan pihak lainnya untuk bersama-sama mengembangkan destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora yang ada di Desa Mirat

Selain kepemimpinan kepala desa, peran POKDARWIS Desa Mirat memiliki kontribusi yang besar dalam pemasaran destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora. Anggota yang terdaftar sebagai POKDARWIS berasal dari beberapa komunitas seperti kelompok pecinta alam dan komunitas lari gunung. Keterlibatan mereka dalam kegiatan pariwisata dilatarbelakangi oleh adanya potensi bentang alam menarik di sekitar tempat tinggalnya yang belum dimaksimalkan untuk tujuan wisata.

Di beberapa destinasi, pengembangan wisata yang berbasis komunitas banyak memberikan hasil yang maksimal. Hasil penelitian Hermawan (2016) di Desa Nglangeran Yogyakarta menunjukkan bahwa peran serta POKDARWIS Nglangeran memberikan kontribusi terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Terkait dengan keberadaan POKDARWIS Desa Mirat, beberapa inisiatif dilakukan untuk memasarkan destinasi wisata, yaitu:

1. Kegiatan menanam pohon dalam rangka memperingati hari pohon tanggal 21 November setiap tahunnya.
2. Mengadakan event Camp Santuy dengan mengundang beberapa komunitas pecinta alam di wilayah Majalengka dan sekitarnya.

Secara operasional, POKDARWIS Desa Mirat juga terlibat sebagai operator yang menyediakan peralatan camping bagi wisatawan yang akan bermalam di Arya Kemuning atau Sanghyang Dora berdasarkan Instruksi Kades serta berperan sebagai pengelola parkir di destinasi Desa Wisata Mirat.



Gambar 2. Puncak Arya Kemuning Desa Mirat
Sumber: Pemerintah Desa Mirat

Peran aktif yang dilakukan oleh POKDARWIS Desa Mirat melalui inisiatif kegiatan lingkungan dan event komunitas sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran memberikan kontribusi positif dalam pengembangan destinasi wisata Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora.

Selain strategi komunikasi, strategi pemasaran destinasi wisata memiliki peran penting bagaimana cara menyampaikan destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora kepada calon wisatawan sehingga dapat terbentuk pilihan dalam pikiran calon wisatawan. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran yang dikemukakan oleh Kartajaya (2005) bahwa kunci untuk mendapatkan *mind share* mencakup *segmenting*, *targeting* dan *positioning*.

Berdasarkan hasil kajian *mix marketing* dari beberapa literatur yang berkaitan dengan strategi pemasaran, destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning dan Sanghyang Dora berkaitan dengan unsur, yaitu:

1. Produk
Daya tarik destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora sebaiknya dilengkapi dengan destinasi tambahan lainnya misalnya destinasi religi terkait mata air yang disakralkan atau petilasan leluhur seperti Arya Kemuning. Destinasi komplementer ini akan memberikan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan dalam setiap kunjungannya.
2. Harga
Penentuan harga untuk destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya kemuning serta Sanghyang Dora menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran. Segmen pasar yang dituju harus disesuaikan dengan *product value* yang ditawarkan. Khusus untuk destinasi di Desa Wisata Mirat ini harga tiket masuk sebesar Rp. 10.000 sudah sesuai dengan segmen wisatawan lokal.
3. Tempat
Selain aksesibilitas, faktor lain yang berpengaruh terhadap destinasi wisata adalah kondisi yang menunjang kenyamanan wisatawan. Kawasan wisata yang bersih, tersedianya lahan parkir yang luas, serta toilet yang nyaman digunakan merupakan poin penting dalam memberikan kenyamanan kepada wisatawan.
4. Promosi
Di era digital saat ini, promosi dapat dilakukan secara mandiri dengan biaya yang seminim mungkin. Platform digital menjadi pilihan tepat. Destinasi Desa Wisata Mirat sudah dipromosikan melalui media sosial Instagram dan Facebook dengan akun Arya Kemuning/Cadas Gantung.

Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Mirat oleh Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat

Bentang alam yang unik berbentuk cadas yang seolah menggantung di ketinggian, Cadas Gantung menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk melakukan aktifitas *Post Trip* untuk konten media sosial. Selain itu, *Camping Ground* yang menawarkan pemandangan indah seolah Raja Ampat nya Majalengka menjadi destinasi yang dicari oleh para komunitas pencinta alam atau wisatawan minat khusus yang menyukai trekking dan bermalam di gunung.

Selain destinasi prioritas, Desa Wisata Mirat juga memiliki potensi destinasi yang apabila dikembangkan akan memberikan daya tarik tambahan bagi wisatawan sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Mirat, yaitu wisata religi dan budaya. Potensi destinasi wisata religi tersebut adalah Petilasan Arya Kemuning di Puncak Arya Kemuning, Petilasan Mbah Kuwu Sangkan di dekat Gua Pangisan, di atas tebing Jamparing, Mata Air Cilarangan (daerah tebing Jamparing, dan Mata Air Cibaling.



Gambar 3. Cadas Gantung Desa Mirat
Sumber: Pemerintah Desa Mirat

Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Mirat oleh Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat

Aspek aksesibilitas menjadi salah satu faktor yang menghambat dalam kegiatan strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Mirat. Jalan menuju tempat parkir kendaraan untuk wisatawan yang berkunjung ke Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora dengan kendaraan roda empat terlalu kecil. Hanya bisa dilalui oleh satu arah kendaraan roda empat saja. Jalan menuju lokasi parkir melewati pemukiman warga yang sempit dan berdempetan dengan pagar tembok warga. Ke depan, dalam pengembangan destinasi wisata diperlukan fasilitas *Shuttle Bus* untuk memudahkan wisatawan menuju area parkir di dekat pintu masuk Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora.

Fasilitas parkir juga kurang memadai dari sisi keamanan dan kenyamanan wisatawan. Kondisi akan lebih buruk apabila area parkir basah akibat hujan. Hal ini dapat diantisipasi dengan pemasangan batu atau *paving block* agar tidak mengganggu penyerapan air ke dalam tanah. Fasilitas akomodasi lainnya yang kurang adalah toilet yang jumlahnya masih terbatas.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pemerintah Desa dan POKDARWIS Desa Mirat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa wisata Mirat. Upaya kepada Desa Mirat dalam menerapkan 5 prinsip dasar perencanaan memberikan dampak partisipatif dan tindakan kolaboratif bersama POKDARWIS Desa Mirat untuk secara bersama-sama mengembangkan Desa Wisata Mirat. Keberhasilan strategi komunikasi pemasaran didukung oleh faktor daya tarik bentang alam Cadas Gantung yang unik serta *Camping Ground* Arya Kemuning

serta Sanghyang Dora yang menawarkan sensasi pemandangan Raja Ampat nya Majalengka. Faktor yang menjadi penghambat dalam pengembangan desa wisata Mirat adalah mengenai aksesibilitas yang kurang memadai. Ke depan harus disiapkan fasilitas *shuttle bus* bagi wisatawan sebagai solusi bagi permasalahan aksesibilitas menuju destinasi Cadas Gantung dan *Camping Ground* Arya Kemuning serta Sanghyang Dora.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad, A. (2017). *Membangun Ekowisata Alam Liar*. Pusat Kajian Media dan Sumber Belajar LKPP Universitas Hasanuddin.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Pustaka Pelajar.
- Cooper, et. al. (1993). *Tourism Principles and Practice*. Addison Wesley Longman Ltd: Harlow.
- Fajar Cirebon. (2020, 21 Oktober). Desa Mirat Wakili Majalengka Sebagai Desa Brilian. Diakses pada 23 Desember 2020 dari <https://fajarcirebon.com>.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Sosial Budaya Pengembangan Desa Wisata Nglangeran. *Sniptek*, 426–435.
- Kartajaya, H. (2005). *Attracting Tourists, Traders Investors: Strategi Memasarkan Daerah di Era Otonomi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sembiring, J. P. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Jurnal Simbolika*, 2(1).
- Spillane, J. J. (1987). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.
- Saepudin, et.al. (2016). Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa Wisata Agro di Kabupaten Bandung Barat. *EduLib*, 6, (2), 154 – 168.
- Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, Practices, and Policies for Sustainability*. United Nations Environment Programme. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-54696-6.00038-0>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Kecamatan Leuwimunding Dalam Angka 2020. Majalengka: Badan Pusat Statisti Kabupaten Majalengka.