

KONTESTASI NARASI CBT YANG BERKELANJUTAN PADA KOMPLEKSITAS EKOSISTEM DESA WISATA

Candra Yudha Satriya^{1*}, Heni Indrayani¹

¹Universitas Dian Nuswantoro

*candra.yudha.satriya@dsn.dinus.ac.id

Informasi Artikel

Keywords:

Development Communication,
CBT,
Tourism Village,
Social System

ABSTRAK

This research is based on the argument that the model of community development as complexity is very different. Because it takes a bottom-up approach, which is seen from the interactive (relational) discourse or view between individuals and society in an increasingly complex environment, and seeing how the two influence each other. This study aims to analyze and describe the discourse of the Community-Based Tourism (CBT) program in the Karanganyar tourist village, Magelang district. This research uses a qualitative approach and data collection is done through in-depth interviews, media monitoring, and FGD. The results of the study show that the CBT narrative has been interpreted and understood differently, and this depends on the structural position of each element, be it the government, strategic partners, or the tourism village community. Meanwhile, the government interprets the concept of CBT as the domination of economic and political interests. This study enriches communication studies on unequal power relations between development elements and recommendations for community empowerment through CBT.

Kata Kunci:

Komunikasi Pembangunan,
CBT,
Desa Wisata,
Sistem Sosial

Penelitian ini didasarkan pada argumen bahwa model pengembangan masyarakat sebagai kompleksitas sangat berbeda. Karena dibutuhkan pendekatan *bottom-up*, yang dilihat dari wacana atau pandangan interaktif (relasional) antara individu dan masyarakat dalam lingkungan yang semakin kompleks, dan melihat bagaimana keduanya saling memengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan wacana program *Community-Based Tourism* (CBT) di desa wisata di kabupaten Magelang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pemantauan media, dan FGD. Hasil kajian menunjukkan bahwa narasi CBT telah dimaknai dan dipahami secara berbeda-beda, dan hal ini bergantung pada posisi struktural masing-masing elemen, baik itu pemerintah, mitra strategis, maupun masyarakat desa wisata. Sementara itu, pemerintah memaknai konsep CBT sebagai dominasi kepentingan ekonomi dan politik. Kajian ini memperkaya kajian komunikasi tentang hubungan kekuasaan yang timpang antara unsur-unsur pembangunan serta rekomendasi pemberdayaan masyarakat melalui CBT.

Submisi 13 Februari 2023

Diterima 15 April 2023

Diterbitkan 7 Mei 2023

DOI <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i1.687>

PENDAHULUAN

Konsep CBT di Indonesia telah didefinisikan dari berbagai perspektif. Misalnya, menurut (Dolezal & Novelli, 2020). CBT memiliki potensi yang kuat untuk memberi

manfaat dan memberdayakan masyarakat, terutama melalui peningkatan kapasitas, kemitraan, dan kolaborasi. CBT memberdayakan masyarakat melalui pemanfaatan dan pelestarian aset budaya dan alam, dan sebagai ruang untuk kolaborasi dan kemitraan. Hal senada juga dijelaskan oleh Sunuantari (Sunuantari, 2017) bahwa implementasi CBT yang efektif dapat mendukung pembangunan ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong partisipasi yang adil dari masyarakat lokal, meminimalkan dampak pariwisata terhadap lingkungan, melestarikan warisan budaya, dan meningkatkan kesejahteraan hidup. Inisiatif pengembangan CBT tidak akan berhasil tanpa kerja sama, dukungan, itikad baik, dan partisipasi warga setempat. CBT memiliki potensi yang kuat untuk memberi manfaat dan memberdayakan masyarakat, terutama melalui peningkatan kapasitas dan kemitraan dan kolaborasi, terlepas dari kompleksitas dan ambiguitas dinamika kekuatan yang diciptakan antara pemangku kepentingan swasta, publik dan masyarakat (Stone & Stone, 2020).

Menurut (Asmelash & Kumar, 2019), selama 30 tahun terakhir telah ada konsensus tentang pentingnya keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata untuk memastikan keberlanjutan, karena masyarakat memainkan peran sentral dalam perencanaan pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial (Hall et al., 2017). CBT digunakan sebagai salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, yang melibatkan pengembangan pariwisata melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan (Febriandhika & Kurniawan, 2019). (Fafurida et al., 2020) menyatakan bahwa salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian pedesaan dapat dilakukan dengan mengembangkan CBT yang dinilai mampu mendorong pengembangan sektor ekonomi lainnya. CBT juga berkontribusi pada peningkatan kesempatan kerja dan pendapatan. (Dolezal & Novelli, 2020) menyatakan bahwa program desa wisata merupakan implementasi CBT di Indonesia. Sejak tahun 2009, desa wisata ini telah ditetapkan sebagai kebijakan pemerintah. Dalam RPJMN 2020-2024, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan sebanyak 244 desa wisata bersertifikat menjadi desa wisata mandiri. Dari 244 desa wisata tersebut, 150 desa wisata berada di destinasi super prioritas, termasuk 57 desa wisata di Kabupaten Magelang. Kebijakan tersebut memberikan dasar bagi konsep desa wisata di Indonesia dan pedoman tindakan bagi berbagai organisasi dan individu yang terlibat dalam kegiatan pembangunan desa wisata.

Perspektif yang berbeda tentang CBT mengarah pada tindakan yang berbeda. CBT telah menjadi area fokus yang berkembang pesat di seluruh dunia, sebagai strategi pembangunan sosial yang berkelanjutan (Dodds et al., 2018). CBT telah didefinisikan dari berbagai perspektif dan karakteristik, dari kegiatan pariwisata yang diarahkan pada kemitraan dengan masyarakat lokal yang meningkatkan kualitas hidup mereka (López-Guzmán et al., 2011), kewirausahaan pariwisata yang dioperasikan dan dikelola oleh masyarakat (Zielinski et al., 2021). dan berdaya, sebagai bentuk perencanaan partisipatif dan pengembangan pariwisata di masyarakat (Mayaka et al., 2020). CBT juga dinilai mampu menarik pengunjung yang lebih bertanggung jawab dan semakin sadar akan kebutuhan pariwisata yang non-ekstraktif, dan sebaliknya lebih regeneratif bagi masyarakat lokal (Giampiccoli et al., 2021, Jugmohan et al., 2020). Hal ini telah menyebabkan sejumlah besar penelitian yang berfokus pada pembongkaran faktor dan keadaan kontekstual yang menawarkan praktik terbaik dan peluang pengembangan untuk CBT (termasuk penelitian oleh (Dabphet et al., 2012); (Burgos & Mertens, 2017); (Maldonado-Erazo et al., 2020); (Zielinski et al., 2021).

Meskipun model pembangunan berbasis komunitas merupakan langkah maju yang sangat signifikan, namun model ini tetap merupakan model yang cenderung top-down, yang masih menganggap warga lokal sebagai sebuah obyek pembangunan. Penggunaan istilah pembangunan di Indonesia masih mengandaikan dikotomi mana yang lebih tinggi dan mana yang lebih rendah. Hal ini terlihat jelas pada kebijakan-kebijakan pemerintah dalam mengembangkan program desa wisata, yang merupakan implementasi model CBT di Indonesia. (Dolezal & Novelli, 2020). Seperti yang terjadi di Magelang, Program Balkondes Borobudur lebih banyak memakai pendekatan top-down, yakni dari pemerintah pusat langsung kepada masyarakat desa melalui BUMN pendamping. Balkondes berada dibawah kendali PT. Manajemen CBT Nusantara (MCN) yang merupakan bentukan langsung dari Kementrian BUMN. BUMN Pendamping melalui MCN berperan sebagai lembaga pengawasan, pendampingan, dan auditing. Menurut (Junaid et al., 2021) desa justru masih sibuk berdebat tentang fungsi BUMN pendamping dalam pengelolaan Balkondes, antara desa dengan perangkatnya masih belum sinergi, desa dengan karyawan Balkondes juga belum sejalan, peran BUMDes pada banyak desa juga belum berjalan, minimnya pengetahuan masyarakat, serta Balkondes menjadi terpisah dari aktivitas masyarakat sehingga respon negatif masyarakat lokal mulai bermunculan. Oleh sebab itu, metrik yang berbeda digunakan untuk mengukur perubahan sosial dan menilai tingkat keberhasilan pembangunan.

Komunikasi bagi akademisi bidang perubahan sosial telah didefinisikan sebagai sebuah kerangka perilaku sosial yang dapat diprediksi, sebagai hubungan kausalitas antara masalah dan solusinya. Secara sosiologis, arus transmisi informasi, kekuasaan, ataupun finansial melalui komunikasi massa atau jaringan eksternal lainnya pada umumnya banyak mengalami kegagalan dan kurang efektif dibandingkan melalui interaksi internal dalam sebuah sistem (Hernes & Bakken, 2003). Secara pedagogis, pendekatan ini cocok untuk memahami tren ilmiah di lapangan. Namun, modernisasi, ketergantungan, partisipatif, dan sejumlah paradigma alternatif lainnya sebagian besar telah mengalami perkembangan pada garis waktu kronologis yang linier dengan kecenderungan untuk digeneralisasikan ke berbagai macam masyarakat maupun budaya. Pendekatan semacam itu pada akhirnya tidak sanggup mengatasi kompleksitas dari individu dalam masyarakat tertentu. Selain itu, telah terjadi pergeseran di bidang pembangunan masyarakat dengan maraknya organisasi-organisasi masyarakat yang mengambil peran aktif sejalan dengan konsep komunikasi partisipatif dan keterlibatan pemangku kepentingan. Perubahan yang menggeser fokus awal yaitu pembangunan ekonomi menjadi perjuangan berbasis atas hak dan kebebasan kaum terpinggirkan yang berfokus pada budaya dan mengembangkan masyarakat egaliter.

Model pengembangan komunitas sebagai sebuah kompleksitas sama sekali berbeda. Karena mengambil pendekatan *bottom-up*, yang menurut definisi, dimulai dari wacana atau pandangan interaktif (relasional) antara individu dengan masyarakat di lingkungannya, melihat bagaimana keduanya saling mempengaruhi satu sama lain. Dengan demikian, individu dan masyarakat lokal perlu dilibatkan dalam peningkatan kesejahteraan mereka dan komunitasnya, yang pada gilirannya akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Sánchez-Cañizares & Castillo-Canalejo, 2014). Dari perspektif lain, penelitian ini menawarkan solusi ilmiah yang komprehensif melalui paradigma teoretis dan model sistemik untuk pembangunan. Sesuai dengan pemikiran Luhmann, yang mengusulkan konsepsi sistem yang lebih kompleks, menolak fungsi sebagai hubungan antara masalah dan solusinya dan lebih memperhatikan hubungan antar masalah, atau masalah dengan berbagai solusi yang memungkinkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali kontestasi narasi dari perspektif pelaku pembangunan CBT di Magelang. Sementara, pemerintah menganggap CBT ini sebagai komoditas ekonomi yang berpeluang meningkatkan pertumbuhan ekonomi komunitas. Analisis ini didasarkan pada visi Kabupaten 2019-2024, terutama Perda no 4 tahun 2015 yaitu meningkatkan daya saing daerah yang berbasis pada potensi lokal dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan hidup, melalui pengembangan Balkondes serta Optimalisasasi BUMDes, serta didukung oleh tren positif wisatawan untuk berwisata ke desa wisata. Pemerintah juga membedakan desa wisata sebagai peluang pasar yang harus dikelola dengan baik menggunakan strategi pemasaran dengan mengeksekusinya di wilayah pilot project yang telah dipetakan. Sebaliknya, banyak masyarakat yang menganggap desa wisata dikembangkan dengan mengorbankan masyarakat dan hanya untuk kepentingan kapitalisme, tidak menghormati kearifan lokal, budaya dan spiritualitas sehingga menyebabkan ketidakseimbangan. Selain itu, pemahaman dan kesiapan masyarakat terhadap Desa Wisata masih sangat kurang. Kurangnya literasi, menjadikan masyarakat desa masih menjadi obyek pembangunan. CBT yg dipromosikan secara global sebagai cara untuk memberdayakan masyarakat lokal, malah justru melemahkan. Partisipasi masyarakat dan inklusi sosial di desa-desa wisata tidak efektif dikarenakan kompleksitas lingkungan pariwisata yang sangat bergantung pada pasar dan sumber daya, bukan pada pengembangan kapasitas masyarakat. CBT memang merupakan salah satu cara efektif untuk mengurangi kemiskinan dengan memberikan manfaat ekonomi. Namun bagi komunitas lokal, perkembangan pariwisata telah merusak budaya tradisional dan mengubah mata pencaharian. Komunitas setempat mengalami dampak negatif terhadap faktor sosial, budaya dan lingkungan alih-alih mendapatkan keuntungan ekonomi (Lee, 2000).

Penelitian ini menggunakan lensa alternatif komunikasi pembangunan melalui eksplorasi fungsi kerangka kerja non linier, lokalitas dan multi perspektif. Hal ini mengakui dan membangun adanya dinamika relasi sosial yang kompleks antara individu dan kondisi lingkungan yang berubah. Selaras dengan pendapat Luhmann (Schwanitz, 1995)(Tække & Paulsen, 2010), peneliti melihat bahwa setiap pemahaman tentang komunikasi pembangunan yang partisipatif harus memperhitungkan ketidakpastian individu (kontingensi), ketidakteraturan dan evolusi sosial yang dinamis dari waktu ke waktu. Penerapan teori sistem sosial membantu memberikan alternatif pemahaman teoretis tentang dinamika kompleks yang dibentuk oleh ketidakteraturan pada suatu sistem (entropi) dan ketidakstabilan yang berkelanjutan, kondisi yang mengakibatkan munculnya berbagai pola dan struktur saat sistem berkembang dan mengatur dirinya sendiri untuk merespon perubahan lingkungan sekitar. Berdasarkan argumentasi bahwa pembangunan CBT telah membawa berbagai individu maupun kelompok dalam komunitas memiliki pemahaman yang berbeda-beda tentang CBT, maka peneliti melihat adanya ketidakefektifan pengelolaan komunikasi pembangunan. Oleh karena itu, kajian ini penting dilakukan agar pemerintah dapat memahami bahwa masing-masing desa wisata memiliki latar belakang dan pemaknaan serta kesadaran yang berbeda-beda tentang CBT.

TINJAUAN PUSTAKA

CBT sebagai wujud dari strategi pembangunan berkelanjutan

Pariwisata telah diidentifikasi sebagai salah satu industri paling signifikan di dunia untuk dijadikan sebagai pencetak devisa dan membuat perubahan sosial ekonomi secara multiplier effect pada pembangunan berkelanjutan baik secara lokal maupun global.

Peran sektor pariwisata untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan telah diakui secara eksplisit oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui agenda 2030 dan Sustainable Development Goals (SDGs). Kaitan nyata antara pariwisata berkelanjutan dan 17 SDGs telah ditunjukkan dan dijelaskan oleh beberapa penulis (Lenao & Saarinen, 2015); (Gössling et al., 2020; UNWTO, 2018). Terlepas dari peran penting pariwisata bagi pembangunan pariwisata lokal, penelitian terkini juga telah menunjukkan adanya hubungan secara spesifik antara pariwisata dengan SDGs di Asia Tenggara (Dolezal & Novelli, 2020). Kemitraan adalah kunci dari kebijakan yang koheren, misalnya SDG 17.14, untuk menciptakan sinergitas antar bidang kebijakan yang berbeda (misalnya sosial, ekonomi, lingkungan) dan tingkat yang berbeda pula (misalnya supranasional/global, nasional, lokal) (Federation, 2016), dan untuk memberikan dampak bagi semua yang terlibat melalui visi kolektif, tujuan bersama, keselarasan, dan transparansi (Darian Stibbe et al., 2019). Namun, hal tersebut tidak selalu berlaku untuk permasalahan yang terkait dengan CBT, yang sebaliknya dapat menyebabkan ketidakberdayaan sosial dan ketidakmampuan komunitas untuk menjalankan peran pentingnya karena adanya kelemahan dalam hal keterampilan, kepercayaan diri, dan sumber daya (Dolezal & Novelli, 2020).

Secara ideal, konsep CBT memiliki potensi yang kuat untuk memberi manfaat dan memberdayakan komunitas, terutama melalui kapasitas membangun, kemitraan, dan kolaborasi. Namun, harus terlepas dari kompleksitas dinamika kekuasaan antar komunitas yang ambigu yang tercipta di antara pemangku kepentingan swasta, publik, dan masyarakat (Stone & Stone, 2020). CBT sebagai ruang di mana hubungan kekuasaan antar aktor dapat menyebabkan kegagalan pemberdayaan komunitas (Dolezal & Novelli, 2020). Jika banyak pemangku kepentingan yang terlibat di dalam proses pengembangan CBT, maka akan terjadi dominasi yang paling kuat dalam hal politik atau kepentingan ekonomi saja yang akan memiliki kemampuan untuk memenuhi kepentingan mereka, meninggalkan komunitas lokal yang lemah, belum berkembang dengan memiliki sedikit potensi untuk berpartisipasi aktif dalam restrukturisasi lingkungan mereka.

CBT berpusat pada keterlibatan komunitas lokal dalam perencanaan dan pengelolaan pembangunan pariwisata yang bertujuan untuk menciptakan industri yang lebih berkelanjutan (Gössling et al., 2020). Partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan pariwisata sangat disarankan sebagai sebuah cara menerapkan pariwisata berkelanjutan (Okazaki, 2008). CBT, yang sering dilihat sebagai komponen integral dari pariwisata berkelanjutan, memiliki sejumlah atribut penting termasuk Keanekaragaman dan peminatan khusus, keterkaitan (linkage), dan partisipasi yang Inheren. Namun, tampaknya pembangunan pariwisata yang berlangsung berdasarkan prioritas masyarakat lokal, justru sangat condong ke arah pembinaan dan pengembangan pariwisata dan terutama berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pembuat keputusan, operator pariwisata dan turis (Tosun, 2006). Dalam keadaan seperti itu, CBT tidak berdaya untuk mengentaskan kemiskinan, menyediakan pekerjaan, meningkatkan kebanggaan masyarakat, melestarikan sumber daya, meningkatkan standar hidup atau mencapai tujuan lainnya. Tidak diragukan lagi, proses kolaborasi adalah aktivitas yang kompleks dan berjangka panjang, dengan berbagai manfaat bagi masyarakat. Namun karena kompleksitas relasi di antara para stakeholder, konsep tersebut terbukti sulit untuk diterapkan secara baik.

Ada banyak manfaat lingkungan dari pengembangan CBT, antara lain dapat meningkatkan ekonomi pedesaan serta dinilai mampu menciptakan kesadaran dan mengembangkan keterampilan manajemen, mendorong perencanaan lingkungan dan

mengelola masalah lingkungan (Fafurida et al., 2020). Dalam beberapa kasus, pemerintah mengizinkan penduduk lokal dan wisatawan untuk menjadi mata dan telinga untuk kepentingan pelestarian lingkungan. Melestarikan budaya lokal juga merupakan manfaat lain dari CBT. Jika masyarakat mengetahui nilai tradisi dan budaya mereka, maka pengetahuan dan kearifan lokal dapat diwariskan secara turun temurun. Selain itu, kerjasama dengan pemerintah dan organisasi swasta, kedekatan dengan para wisatawan dan peningkatan kualitas hidup juga merupakan manfaat sosial dari CBT. Kohesi sosial, kerjasama yang harmonis akan memungkinkan CBT dapat meningkatkan kemandirian individu, kebanggaan dan harapan untuk masa depan (Satarat, 2010). Selanjutnya, dengan uang yang diperoleh dari CBT, kesehatan dan pendidikan masyarakat lokal juga dapat ditingkatkan, yang dapat melangkah lebih jauh menuju pengentasan kemiskinan, mengurangi pertumbuhan penduduk dan memecahkan masalah distribusi tanah (Murdoch dalam (Satarat, 2010)). Selain itu, CBT memiliki potensi untuk mendesentralisasikan industri pariwisata melalui transfer pengambilan keputusan ke tingkat masyarakat lokal, yang mengarah pada pemberdayaan masyarakat lokal dan pengembangan institusi lokal, sehingga memberikan rasa kepemilikan, memperkuat identitas masyarakat dan rasa kebanggaan.

Untuk mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan melalui CBT, dibutuhkan pengetahuan atau dukungan dari para pemangku kepentingan, seperti LSM atau ilmuwan, untuk merencanakan dan mengelola pengembangan pariwisata dan memberikan manfaat yang lebih besar kepada penduduk lokal (Nguyen et al., 2020). Meski proses pengambilan keputusan dalam CBT berorientasi ke dalam, namun ilmu yang diserap bisa dari mana saja baik nasional maupun tingkat regional dari komunitas yang berbeda. Oleh karena itu kerjasama antara stakeholder sangat dibutuhkan, terutama dalam hal mengimplementasikan keilmuan ke tingkat kebijakan, juga dalam menyesuaikan temuan ilmiah dengan perubahan mata pencaharian masyarakat. Oleh karena itu, secara global, pengembangan CBT semakin mendapat perhatian dari berbagai kalangan sektor, yaitu: pemerintah dan organisasi non-pemerintah, pemerintah dan sektor swasta, keterlibatan masyarakat lokal (Caroline Ashley and Elizabeth Garland, 1994).

State-driven CBT

Industri pariwisata merupakan industri yang tumbuh pesat secara global. Menurut (Nguyen et al., 2020), pariwisata merupakan industri berbasis sumber daya yang terdiri dari iklim, bentang alam, warisan sosial budaya, adat istiadat, dan makanan, yang semuanya dilengkapi dengan layanan pelanggan yang terintegrasi seperti transportasi, hotel, restoran, dan atraksi yang menjadi sebuah pengalaman bagi wisatawan. Di Indonesia, sebagai sebuah industri prioritas, kebutuhan untuk mengembangkan industri pariwisata secara berkelanjutan, dengan cara meminimalisir dampak lingkungan dan sosial budaya, sekaligus memaksimalkan manfaat ekonomi (Dabphet et al., 2012), sudah menjadi sasaran utama. Pemerintah mengubah kebijakannya ke arah pariwisata yang lebih bersifat pembangunan berkelanjutan, dengan fokus pada konservasi dan manfaat bagi masyarakat lokal atau komunitas. CBT merupakan implementasi pemerintah dalam mengembangkan pariwisata berbasis komunitas untuk memperkuat kelembagaan yang dirancang sebagai upaya meningkatkan partisipasi lokal dan mempromosikan kesejahteraan ekonomi, sosial dan budaya. CBT juga mempromosikan pendekatan yang seimbang dan harmonis untuk menyesuaikan berbagai bentuk pembangunan dengan komponen ekonomi lokal yaitu kualitas pembangunan budaya maupun lingkungan, serta kebutuhan, minat, dan potensi masyarakat. (Maldonado-Erazo et al., 2020).

Pemerintah memainkan peran penting dalam pengembangan CBT melalui kebijakan mereka (Adu-Ampong, 2017). Meskipun pembangunan CBT divisualisasikan sebagai sebuah kegiatan pemberdayaan komunitas, pemerintahlah yang memegang otoritas dalam lingkup kebijakan karena negara berperan sebagai kunci pembangunannya. Pemerintah memainkan peran penting dalam banyak pembangunan daerah melalui pariwisata dengan mempengaruhi kehidupan masyarakat setempat, baik secara positif maupun negatif (Yu, 2011). Oleh karena itu, pemerintahlah yang memiliki peran penting dalam mengembangkan CBT di Indonesia.

Dari berbagai penelitian terdahulu, diketahui bahwa Pengembangan Desa Wisata di Magelang, terutama di seputaran Candi Borobudur, berkaitan erat dengan sistem komunikasi pembangunan yang diinisiasi oleh Pemerintah, baik itu pemerintah pusat, provinsi maupun kabupaten. Salah satu sumber informasi utama pengembangan Desa Wisata diperoleh masyarakat setempat melalui Balai Ekonomi Desa (Balkondes). Program Balkondes merupakan program pemerintah pusat dan didanai dengan dana CSR dari BUMN. Merupakan kebijakan dengan pendekatan top-down, yakni dari pemerintah pusat langsung kepada masyarakat desa melalui BUMN pendamping. Balkondes berada dibawah kendali PT. Manajemen CBT Nusantara (MCN) yang merupakan bentukan langsung dari Kementerian BUMN. BUMN Pendamping melalui MCN berperan sebagai lembaga pengawasan, pendampingan, dan auditing. Selain itu, state-based CBT juga ditunjukkan pada level makro suatu negara yang memprioritaskan dana untuk proyek perbaikan infrastruktur guna mendorong pertumbuhan ekonomi yang bermanfaat bagi sektor pariwisata (Donkor et al., 2019).

Sistem Komunikasi Pembangunan sebagai respon dari narasi

Sejauh ini studi tentang komunikasi pembangunan cenderung merujuk pada proses transmisi pesan dari aktor (komunikator) kepada orang lain (komunikan), dan juga hanya melihat dari prakondisi yang menjadi penyebab dan akibat yang ditimbulkan oleh adanya komunikasi pembangunan. Namun, logika transmisi tidak lagi relevan untuk memahami apalagi menjelaskan kompleksitas masyarakat modern. Komunikasi pembangunan merupakan proses produksi dan reproduksi di mana informasi tentang pembangunan saling dikomunikasikan dan dimaknai oleh masyarakat. Kecenderungan dari studi yang ada dapat menegaskan kurangnya perhatian pada dimensi produksi dan reproduksi komunikasi yang membentuk realitas sosial. Pertama, banyak studi memberikan perhatian pada peran strategi komunikasi pembangunan (Steyn & Nunes, 2001);(Agunga, 2019); (S. R. Melkote, 2018; S. Melkote & Steeves, 2015) maupun faktor-faktor atas kondisi yang menyebabkan terjadinya rendahnya literasi pembangunan (Msibi & Penzhorn, 2010);(Muppidi, 2019; Patil, 2019). Muppidi, misalnya, menunjukkan bahwa faktor- faktor media dan komunikasi partisipatif dapat menjadi dasar bagi tercapainya literasi dalam perspektif teori kompleksitas (Muppidi, 2019).

Kedua, banyak studi yang memberikan perhatian pada implikasi apa saja yang dapat ditemukan pada komunitas yang mengalami kesalahpahaman informasi pembangunan (Anismar et al., 2018; Pupung & Nino, 2020; Saidah, 2017; Satriya et al., 2022). Misalnya Saidah menunjukkan bahwa kesalahpahaman informasi pembangunan telah menyebabkan seseorang tidak dapat mengoptimalkan potensinya sebagai pelaku pembangunan (Saidah, 2017). Dari kecenderungan studi terdahulu yang ada, terlihat bahwa proses produksi dan reproduksi komunikasi yang membawa efek domino bagi persoalan kesalahpahaman informasi tidaklah diperhatikan. Proses produksi dan reproduksi komunikasi dapat menciptakan makna dan berpengaruh pada konstruksi

realitas serta narasi yang secara langsung menentukan pemahaman seseorang terhadap pengetahuan dan inovasi desa wisata.

Penelitian ini melengkapi kekurangan dari studi yang ada dengan melihat bagaimana perubahan paradigma saat ini dalam produksi dan reproduksi pengetahuan serta inovasi desa wisata. Sistem Komunikasi Pembangunan berhubungan langsung dengan produksi dan reproduksi pengetahuan serta inovasi dari masing-masing pelaku pembangunan di komunitas desa wisata yang dapat mempengaruhi narasi dan konstruksi realitas. Dalam sistem Autopoeisis (Gershon, 2005; Iba, 2010; Rodger, 2022), Komunikasi Pembangunan dimaknai sebagai diskusi diantara para pelaku untuk menentukan bentuk pembangunan desa wisata yang sesuai dengan kebutuhan dirinya sendiri (*self reference*). Krusial untuk diketahui bagaimana komunitas desa wisata beradaptasi terhadap kompleksitas lingkungannya dengan berorientasi dari elemen-elemen dirinya sendiri, berbasis kebutuhan dirinya dan mengembangkan sistem untuk merespons problemnya sendiri (Luhmann, 1992). Pemahaman yang mendalam tentang produksi dan reproduksi pengetahuan serta inovasi desa wisata dalam berbagai dimensi memberikan model bagi pemecahan masalah dan landasan strategis bagi pelaku pembangunan untuk menyusun dan memproduksi komunikasi pembangunannya.

Kontestasi Narasi CBT

Kontestasi memiliki pengertian bahwa ada pihak-pihak yang bertentangan sehingga menimbulkan *clash of argument*. Didalam lingkup ini ada pertukaran yang saling bersaing terhadap nilai, fakta dan kebijakan terhadap sumber-sumber masalah yang memotivasi tindakan-tindakan (Vancil, 1993). Selain itu, kontestasi juga merupakan kegiatan sosial seperti misalnya justifikasi, musyawarah, arbitrase atau pertengkaran. Sebagai suatu kontestasi praktik sosial memerlukan keberatan terhadap isu-isu spesifik yang penting bagi orang-orang, yang secara diskursif menyatakan ketidaksetujuan terhadap norma.

Kontestasi memperlihatkan masalah-masalah dari berbagai perspektif yang berbeda dan saling berkonflik. Setiap konflik merupakan proses interaktif yang diwujudkan dalam ketidaksesuaian, perbedaan pendapat, atau perbedaan baik di dalam maupun di luar entitas sosial, seperti individu, kelompok, organisasi, dan lain-lain (Pickel, 2007; Valentinov et al., 2019). Menurut Fisher (2014), konflik adalah “situasi sosial yang melibatkan ketidaksesuaian yang dirasakan dalam tujuan atau nilai antara dua pihak atau lebih, untuk saling mengontrol, dengan perasaan berlawanan terhadap satu sama lain. Oleh karena itu, konflik memiliki tiga komponen umum, yaitu perbedaan nilai atau tujuan individu atau kelompok, upaya untuk saling mempengaruhi, dan perasaan untuk menghadapi semua situasi sosial yang ada. Dari perspektif ilmu manajemen, konflik adalah interaksi perilaku atau psikologis yang terjadi karena perbedaan atau orientasi subjek (organisasi, kelompok, atau individu) dan objek (kepentingan, otoritas, nilai, atau hubungan). Sedangkan dalam pariwisata, konflik kepentingan mengacu pada kondisi tidak stabilnya distribusi ekonomi, kepentingan politik, masyarakat dan budaya yang tidak merata (Zheng et al., 2021). Konflik kepentingan ini sering terjadi karena adanya inkonsistensi yang diklaim, sehingga menimbulkan konflik sentimen (Su et al., 2019).

Dalam pengembangan CBT, konflik sering muncul di antara para pemangku kepentingan, yang saling mempengaruhi secara sengaja dan secara kompetitif (Dangi & Jamal, 2016; Setokoe & Ramukumba, 2020). Menurut (Sandmeyer, 2006), konflik sosial tersebut dipicu oleh pengembangan pariwisata. Hal ini berakar pada keterbatasan sumber daya yang dimiliki, status sosial, dan kekuasaan politik yang tidak merata di masyarakat

(Dolezal & Novelli, 2020). Contoh konflik kepentingan di sektor pembangunan CBT terjadi di Bali karena klaim yang tidak sesuai di antara para *multi stakeholder* dalam pengembangan CBT, khususnya sejauh mana kemitraan dan kolaborasi menciptakan ruang untuk pemberdayaan warga dan inklusi yang lebih besar untuk pembangunan CBT berkelanjutan, (Dolezal & Novelli, 2020). Selanjutnya, kasus lain juga terjadi di Desa Pampang, Indonesia, di mana terjadi konflik yang berkaitan dengan bagaimana peran masyarakat lokal dalam menentukan model pengembangan CBT di daerahnya, yang sangat tergantung oleh figur pemimpin formal dan informal di masyarakat (Priatmoko & David, 2021). Konsep pembangunan desa wisata sebagai perwujudan dari CBT yang berkelanjutan ini juga menimbulkan kontestasi yang bersumber dari persepsi yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus eksplorasi, yang menawarkan berbagai prosedur empiris yang dirancang untuk menggambarkan dan menafsirkan pengalaman informan penelitian dalam konteks pengaturan tertentu. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengungkap pemahaman tentang kontestasi narasi yang berkembang, berdasarkan perspektif sistem komunikasi pengembangan autopoiesis. Studi kasus adalah pendekatan yang menggunakan penyelidikan mendalam terhadap satu atau lebih fenomena sosial dan menggunakan berbagai sumber data. Proses penelitian studi kasus melalui tahapan: pengumpulan data, reduksi data mentah pada kasus yang telah disusun, diklasifikasikan, dan diedit, dan kemudian deskriptif atau cerita tentang topik (Peric & Djurkin, 2014)(Djamba & Neuman, 2002).

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Indonesia. Magelang merupakan salah satu destinasi wisata superprioritas nasional dengan landmark ikoniknya yaitu Candi Borobudur. Kabupaten Magelang merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah dan terletak dengan perbatasan beberapa kabupaten dan kota, antara lain Kabupaten Temanggung, Kabupaten Semarang, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Purworejo, Kabupaten Wonosobo, dan Kota Magelang serta Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak Kabupaten Magelang antara 110001'51" dan 110026'58" Bujur Timur dan antara 7019'13" dan 7042'16" Lintang Selatan.

Wilayah Kabupaten Magelang memiliki luas yang mencapai 1.085,73 km² atau sekitar 3,34% dari luas Provinsi Jawa Tengah dan dengan ketinggian wilayah mulai 202 meter sampai 1.378 meter di atas permukaan laut. Kabupaten Magelang terdiri dari 21 kecamatan, di mana kecamatan yang terluas yaitu Kajoran mencapai 7,68% dari total luas Kabupaten Magelang dan Kecamatan Ngluwar merupakan kecamatan terkecil di Kabupaten Magelang dengan luas 22,44 km². Sebagian wilayah Kabupaten Magelang terletak pada daerah puncak gunung/lereng, yang ditunjukkan sebesar 36,56% desa di Kabupaten Magelang. Wilayah Kabupaten Magelang secara umum merupakan dataran tinggi dan dikelilingi gunung-gunung yaitu gunung Merapi, gunung Merbabu, gunung Telomoyo, gunung Sumbing, gunung Menoreh, dan gunung Andong. Sungai Progo dan sungai Elo merupakan dua sungai besar yang mengalir di tengah kabupaten ini. Keindahan alam dan budaya yang dimiliki Kabupaten Magelang, sehingga berbagai jenis wisata terus diciptakan dan dikembangkan agar menarik para wisatawan untuk berkunjung. Berbagai jenis wisata yang ada yaitu wisata alam dan wisata sejarah, kedua jenis wisata tersebut terus dipelihara dan dikembangkan. Pemerintah dan berbagai pihak pelaku wisata bekerjasama dalam mengupayakan perkembangan potensi wisata yang

terdapat di Kabupaten Magelang dan dapat menjadi salah satu aset penerimaan devisa negara.

Data primer dikumpulkan dari respon pelaku pembangunan di desa wisata terhadap konsep CBT yang dicanangkan oleh pemerintah. Informan dipilih dengan menggunakan pendekatan purposive sampling dengan kriteria tertentu. Oleh karena itu, informan dalam penelitian ini merupakan pihak yang berkepentingan langsung dan berperan penting sebagai pendukung konsep CBT Baik di pemerintahan maupun di luar struktur pemerintahan, yang disebut dengan mitra strategis. Mitra strategis pariwisata ini antara lain Badan Otorita Borobudur (BOB), MCN atau balkondes, Kepala Desa, Pokdarwis, pengelola homestay/resto, dan pemandu wisata. Selain itu monitoring media juga dilakukan untuk menentukan sejauh mana narasi yang berkembang tentang CBT.

Tabel 1. Daftar Pemerintah dan Mitra Strategis dalam FGD

No	Aktor	Institusi	Keterlibatan
1	M. Taufiq Hidayat Yahya., S.STP., M.Si	Head of Bappeda & Litbangda Magelang Regency	Regional Development Stakeholders
2	Wahyu Hernowo	Head of R&D	Regional Development Stakeholders
3	Dr. Nurul Chamidah., M.I.Kom	Univ. Muhammadiyah Cirebon	Lecturer & Practitioner Expert in Tourism Destination Development
4	Slamet Achmad Husein., S.E., MM	Head of Magelang Regency Disparpora	Implementing tourism development activities
5	Rohadi	Chairperson of the Karangrejo Tourism Village Pokdarwis	Best Practice for Tourism Village Development
6	Tanti Zaenal Arifin	Dekranasda Magelang Regency	Creative Economy and MSME
7	Bisma Jatmika	BOB Kemenparekraft	Government Authorities related to the Development of Tourism Priority Areas in Central Java and Yogyakarta
8	Sumarno Adi Subroto, PhD	LPPM Unimma	Academics-Educational Institutions
9	Muhammad Hatta	PT. Nusantara CBT Management	Tourism Operator
10	Edward Alfian, S.IP	Head of the Kab. Magelang	Tourism Operator/NGO
11	Sony Warsono	Chairman of the Magelang Tourism Village Forum & Chair of the Tour Guide Association	NGO
12	Rayndra Syahdan Mahmudin	PKK Millennial and FORKOM BUMDes	NGO

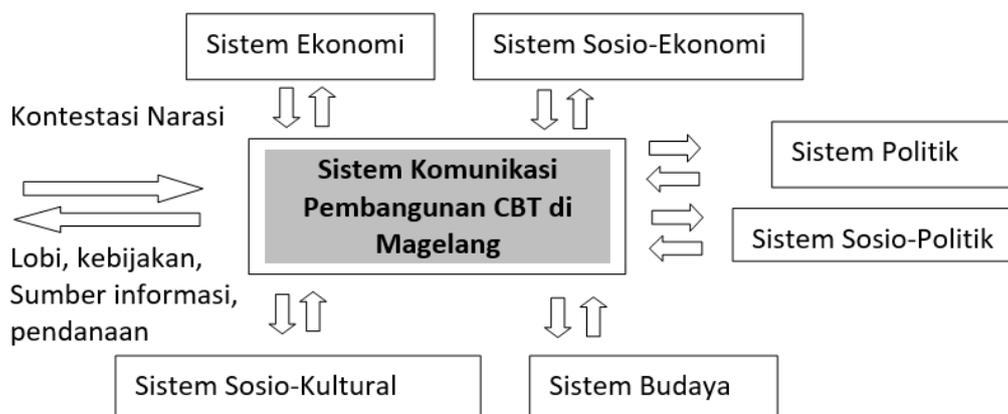
Kajian ini dilakukan dalam beberapa tahap. Tahap pertama merumuskan pertanyaan kajian utama terkait “respons pelaku pembangunan terhadap konsep CBT yang diimplementasikan sebagai desa wisata di Magelang yang telah dikomunikasikan oleh Pemerintah. Kedua, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam tidak terstruktur, Focus Group Discussion (FGD) secara online serta media monitoring. Pendekatan wawancara menggunakan metode judgement sampling, dimana salah satu informan memberikan instruksi tentang kesesuaian informan lainnya. Metode ini juga digunakan untuk memperoleh validitas antara jawaban informan yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan narasumber wawancara adalah Kepala Desa Seloprojo, Ketua Pokdarwis Desa Karangrejo, Ketua HPI dan Pengelola DesaWisata di Tuksongo, serta Pelaku Usaha Wisata di Desa Bigaran. Sedangkan Focus Group Discussion (FGD) merupakan teknik pengumpulan data kualitatif dengan melibatkan peran serta masyarakat

secara aktif melalui; wawancara dan pembahasan dalam kelompok. Teknik ini merupakan pengembangan dari teknik curah pendapat dan paling umum digunakan dalam metode Partisipatory Rural Apraisal (PRA). Dengan teknik ini FGD akan lebih mudah dalam membangkitkan peran serta masyarakat dalam menggali, mengumpulkan informasi permasalahan yang ada, keinginan dan kebutuhan masyarakat sekaligus alternatif pemecahan masalah terkait prasarana pembangunan pedesaan.

Tahap berikutnya adalah mendeskripsikan kontestasi narasi melalui model sistem komunikasi pembangunan dalam lingkungan pembangunan pariwisata berbasis komunitas (CBT) di Magelang. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan pariwisata yang menekankan keterlibatan dan partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengembangan pariwisata. CBT semakin dikenal sebagai cara untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan, melestarikan budaya dan tradisi lokal, serta menghasilkan pendapatan bagi masyarakat lokal (Pham Hong et al., 2021). Dalam teori sistem sosialnya, Niklas Luhmann menekankan bahwa setiap sistem sosial memiliki mekanisme internal yang berbeda dan otonom untuk mempertahankan dirinya sendiri dan mengatasi kompleksitasnya. Hal ini juga berlaku pada kompleksitas ekosistem dalam konteks desa wisata.

Menurut Luhmann (Hall et al., 2017), kompleksitas ekosistem desa wisata menghasilkan kontestasi narasi, yaitu adanya persaingan dalam pemilihan dan pengembangan narasi tentang kompleksitas ekosistem dan pengelolaannya. Narasi yang dipilih dan dikembangkan akan mempengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan para pemangku kepentingan dalam memperlakukan ekosistem. Kontestasi narasi ini dapat memunculkan berbagai macam pandangan dan kepentingan yang berbeda antara satu pemangku kepentingan dengan yang lainnya. Misalnya, narasi yang dipilih oleh pemerintah bisa berfokus pada aspek ekonomi dan politik, sedangkan narasi yang dipilih oleh masyarakat lokal bisa lebih berfokus pada aspek budaya dan sosial. Dalam konteks kompleksitas ekosistem desa wisata, Luhmann juga menekankan pentingnya pengembangan narasi yang inklusif, yang mengakomodasi berbagai pandangan dan kepentingan dari berbagai pemangku kepentingan. Dengan cara ini, narasi yang dihasilkan dapat mempertahankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, politik dan budaya.

Gambar 1. Model sistem Komunikasi Pembangunan



(diadaptasi dari Luhmann, 1995)

Niklas Luhmann (1995) berpendapat bahwa semua sistem sosial adalah sistem komunikasi dan mengatur tindakan komunikasi di masyarakat. Komunikasi adalah hubungan sosial, di mana manusia saling berinteraksi dengan media simbol dan dengan demikian menciptakan makna satu sama lain. Komunikasi adalah penyampaian informasi yang dibuat individu untuk disimpan, dipahami dan ditafsirkan ulang. Dalam masyarakat modern, sistem komunikasi pembangunan juga dipandang sebagai sistem otonom yang berbeda dari sistem-sistem sosial lainnya seperti politik dan ekonomi. Dalam hal ini, Luhmann menyatakan bahwa sistem komunikasi pembangunan tidak boleh dianggap hanya sebagai alat untuk mencapai tujuan politik atau ekonomi, melainkan harus dianggap sebagai sistem sosial yang mandiri dengan tujuan sendiri. Begitu pula dengan sistem budaya yang tidak terisolasi, namun budaya dimediasi oleh modal dalam industri budaya dan kekuasaan dalam komunikasi politik. Sistem budaya memiliki sistem ekonomi dan politiknya sendiri.

Dari gambar 1 telah menunjukkan bahwa masyarakat dan ruang publik adalah inter-relasi sistem yang menghubungkan budaya, ekonomi dan politik melalui sosio kultural, sosio politik dan sosio ekonomi. Semua narasi yang beredar di masyarakat dimaknai secara berbeda oleh masing-masing sistem. Sistem komunikasi dengan narasi sebagai pribadi dalam peran budaya mereka, sebagai anggota masyarakat dari kepentingan di bidang sosial budaya, sebagai warga negara atau politisi di bidang politik, sebagai aktivis di bidang sosio politik, sebagai pemilik, pengelola atau karyawan dalam sistem ekonomi, dan sebagai anggota dari kelompok kepentingan ekonomi dalam ranah sosio ekonomi. Informasi yang disediakan oleh sistem komunikasi pembangunan dimaknai oleh sistem yang lain, kemudian kembali ditafsirkan dan dibedakan maknanya dalam berbagai peran sosial.

Gambar 1 tersebut menjelaskan interaksi dari sistem komunikasi pembangunan dengan bagian lain dari masyarakat modern. Sistem komunikasi menerima narasi dan memproduksi informasi untuk masyarakat dalam berbagai peran sosial, di mana mereka menciptakan makna berdasarkan informasi tersebut. Interaksi antara sistem komunikasi pembangunan dengan sistem-sistem sosial lainnya harus dipandang sebagai sebuah proses yang dinamis, kompleks, dan terus-menerus berubah, yang membutuhkan pemahaman yang komprehensif tentang mekanisme dan operasi sistem-sistem sosial tersebut. Namun, karena bersifat rekursif, otonom dan struktural, dalam interaksi antara sistem komunikasi pembangunan dengan sistem politik dan sistem ekonomi, Luhmann menekankan pentingnya mempertahankan otonomi dan kemandirian masing-masing sistem. Artinya, sistem komunikasi pembangunan tidak boleh dianggap hanya sebagai alat untuk mencapai tujuan politik atau ekonomi, melainkan harus dianggap sebagai sistem sosial yang mandiri dengan tujuan sendiri. Akan tetapi juga penting dilakukan pengembangan narasi yang inklusif dan mempertimbangkan berbagai pandangan dan kepentingan dari berbagai pemangku kepentingan dalam pembangunan. Hal ini dapat membantu mempertahankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pembangunan. Sistem komunikasi juga membutuhkan masukan dari sistem budaya (agama, kearifan lokal), sistem ekonomi (pembiayaan dalam bentuk pendanaan atau uang) dan sistem politik (hukum, regulasi).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Narasi CBT dari perspektif pemerintah.

Pada tahun 2009, telah dicanangkan strategi pembangunan kepariwisataan berupa program pengembangan destinasi pariwisata yang berfokus pada pengembangan desa

wisata, program nasional pemberdayaan masyarakat mandiri pariwisata (PNPM Mandiri). Namun, di Kabupaten Magelang pemaknaan CBT melalui pembangunan Desa Wisata sudah diawali sejak tahun 2003. Yang merupakan desa wisata pertama di Kab. Magelang adalah Desa Candirejo, desa yang terletak sekitar 3 KM dari Candi Borobudur. Desa wisata merupakan rural tourism yang akan diprioritaskan karena termasuk dalam pariwisata berkualitas dan berkelanjutan (Menparekraf, 2021). Tujuan keseluruhan dari pengembangan desa wisata di Indonesia adalah untuk mengembangkan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan, memelihara lingkungan alam dan sosial yang sehat, serta menumbuhkan kemandirian masyarakat setempat. Dalam RPJMN 2020-2024, Kemenparekraf menargetkan sebanyak 244 desa wisata tersertifikasi menjadi desa wisata mandiri. Dari 244 desa wisata, sebanyak 150 desa wisata berada di destinasi super prioritas, termasuk 57 desa wisata di Kabupaten Magelang. Kebijakan tersebut memberikan dasar konsep desa wisata di Indonesia dan pedoman tindakan bagi berbagai organisasi dan individu yang terlibat dalam kegiatan pengembangan desa wisata.

Secara umum pemerintah kabupaten Magelang telah mengkomunikasikan pariwisata sebagai strategi unggulan pembangunan, melalui visi dan misi pembangunan kepariwisataan Kabupaten Magelang. Berdasarkan wawancara dengan kepala dinas pariwisata, pemuda dan olahraga Kabupaten Magelang (disparpora). Pemerintah telah menetapkan tata kelola kawasan strategis pariwisata terdiri dari kawasan strategis pariwisata A, B, C, dan D, dan masing-masing kawasan memiliki tema pembangunan yang diusung. Namun penelitian ini hanya berfokus pada kawasan strategis pariwisata D yang merupakan prioritas dari pemerintah, baik secara nasional maupun regional.

Kawasan strategis pariwisata D memiliki tema “Borobudur dalam Bayangan Merapi”, cakupan wilayah ini meliputi Kecamatan Mertoyudan, Mungkid (sebagian), Muntilan (sebagian), Salam, Ngluwar, Borobudur, dan Salaman (sebagian). Daya tarik wisata (DTW) Wisata Alam yang terdapat dalam kawasan strategis ini yaitu, Arung Jeram Sungai Elo dan Goa Gondopurowangi. Wisata Budaya, yaitu Candi Borobudur, Candi Mendut, Candi Pawon, Candi Canggal, Candi Ngawen, Candi Losari, Makam Kyai Raden Santri, Makam Pasteur Vanlith, Pasarean Pangeran Singosari, Museum Haji Widayat, dan Museum Mini Wayang Nasional. Wisata Buatan, yaitu Taman Anggrek, Mandala Wisata, Pemandian Tirta Adji, Pembibitan Ikan Ngrajek, Pembibitan Ikan Menayu, Pembibitan Ikan Congkrang, Taman Rekreasi Mendut, Taman Suroloyo, Watu Kendil, dan Punthuk Setumbu. Selain itu, terdapat even budaya seperti, upacara adat istiadat, kesenian rakyat, dan upacara dan pameran tosan aji. Kerajinan yaitu, kerajinan seni kaleng bekas Ngadirejo Salaman. Untuk kuliner yaitu, aneka jenis makanan dan minuman tradisional. Desa wisata kawasan strategis pariwisata D ini terdapat 18 desa wisata dan satu pengembangan Sub-kawasan Pelestarian yaitu, Borobudur, Candirejo, Giripuro, Giritengah, Gunungpring, Karanganyar, Karangrejo, Kebonsari, desa wisata Mendut, Ngargogondo, Pucungrejo, Taman Agung, Tanjungsari, Tuksongo, Wanurejo, Wringinputih, Jamus Kauman, Sukorejo, dan Pengembangan Subkawasan Pelestarian 2 KSN Borobudur.

Terkait pengembangan CBT, pemerintah Kabupaten Magelang memiliki prioritas pembangunan dan program unggulan pariwisata pada tahun 2019 sampai 2024 yaitu; pengembangan pariwisata dengan melindungi kearifan lokal dan berbasis masyarakat, pengembangan destinasi pariwisata potensial dan strategis, dan pembangunan pusat seni budaya dan pariwisata/anjungan cerdas. Selain itu langkah strategis pariwisata yang diambil yaitu, yang pertama kerjasama pengembangan pariwisata antara Kabupaten Magelang dan Kabupaten Kulonprogo dalam pemasaran dan penataan daya tarik desa

wisata. Kedua, Pengembangan Desa Wisata Kawasan Borobudur dan Menoreh. Ketiga, Pembinaan SDM bidang pariwisata. Keempat, Peningkatan pemasaran dan promosi pariwisata terpadu. Dan yang kelima, Peningkatan koordinasi dan kerjasama dengan komunitas dan pelaku wisata.

Pemerintah kabupaten melalui Disparpora telah mengkomunikasikan tren pariwisata era baru bagi wilayah Kabupaten Magelang diantaranya adalah: (1). Tempat wisata terbuka, wisata alam dan desa wisata dimana Magelang memiliki potensi wisata alam yang sangat bagus. (2). Wisatawan atau pengunjung akan lebih memilih melakukan perjalanan jarak dekat atau dengan waktu tempuh yang singkat ketika melakukan kunjungan wisata, dengan begitu jumlah wisatawan domestik akan meningkat. (3). Mengurangi kebijakan wisata masal, preferensi liburan telah bergeser ke alternatif liburan yang tidak banyak orang seperti *solo travel tour*, *wellness tour*, termasuk juga *virtual tourism* dan *staycation*. (4). Fokus terlebih dulu untuk pariwisata domestik.

Namun, terkadang pemerintah daerah menghadapi masalah dalam menghadapi tantangan keberlanjutan dari CBT karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan untuk menerapkan praktik keberlanjutan. Seperti yang disebutkan oleh (UNWTO, 2018), pariwisata berkelanjutan diharapkan dapat memanfaatkan sumber daya alam dan lingkungan secara optimal yang merupakan elemen penting dalam pengembangan pariwisata dengan mempertahankan proses ekologi dan melestarikan warisan alam dan buatan manusia sebagai keanekaragaman hayati. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Disparpora, diketahui bahwa terdapat berbagai kendala dalam melakukan pengembangan CBT di desa-desa wisata yaitu adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM), pengunjung yang masih terpusat di Candi Borobudur sementara daya tampung candi Borobudur sangat terbatas, fasilitas di daya tarik wisata sekitar Candi Borobudur masih sangat terbatas, tindak lanjut regulasi dan implementasinya belum jelas, lokasi antar daya tarik wisata yang lumayan jauh, ketersediaan alokasi anggaran terbatas, waktu tinggal wisatawan di daerah yang relatif masih pendek, kesadaran masyarakat tentang kepariwisataan masih rendah, dan aksesibilitas dan transportasi antar desa wisata belum cukup memadai.

Dari hasil FGD juga ditemukan bahwa pemerintah selama ini sudah menyediakan informasi yang memadai untuk menyelesaikan kompleksitas komunitas Desa Wisata. Misalnya dengan pendampingan, penyediaan infrastruktur wisata, pelatihan-pelatihan, penyediaan *Tourist Information Center* (TIC), kegiatan promosi pariwisata terpadu, insentif pembangunan desa wisata. Namun masih dirasa belum berkomitmen penuh terhadap prinsip-prinsip yang mendasari CBT. Misalnya Disparpora telah mempromosikan CBT melalui desa wisata untuk melestarikan alam dan memberikan manfaat bagi penduduk lokal, tetapi tidak bertanggung jawab atas keberlanjutannya dikarenakan rendahnya literasi pembangunan yang berkelanjutan, seperti misalnya tidak menawarkan izin khusus terkait jasa pariwisata yang ramah lingkungan ataupun rendahnya sosialisasi dan literasi kepada pokdarwis sebagai pengelola desa wisata maupun kepada wisatawan.

Narasi CBT dari perspektif mitra strategi pariwisata

Para peserta FGD yang mayoritas merupakan mitra strategis secara antusias mengikuti dan memberikan pendapatnya mengenai bagaimana persepsi mereka terhadap pengembangan CBT di Magelang. Terdapat beberapa pandangan menarik terkait berbagai hal tersebut yakni adanya problem motivasi dan problem kepercayaan diri masyarakat lokal desa wisata. Pak Hatta dan pak Rohadi menceritakan adanya

kesenjangan di masyarakat terkait ditetapkannya desa wisata sebagai fokus pembangunan pariwisata. Masyarakat umumnya masih belum maksimal dalam menerima perubahan tersebut. Dalam skala 1-10 masyarakat masih berada di angka 5 jika ditanya apakah mereka yakin memaparkan produk-produknya. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Scheyvens (2002) bahwa Kemitraan bukanlah kunci dari kebijakan yang koheren untuk menciptakan sinergitas. Namun apabila dikaitkan dengan CBT, justru kemitraan dapat menyebabkan ketidakberdayaan sosial dan ketidakmampuan masyarakat untuk menjalankan peran pentingnya karena adanya kelemahan dalam hal keterampilan, kepercayaan diri, dan sumber daya.

Pendapat menarik juga dipaparkan oleh Edward Alfian, S.IP. Dalam paparannya terlihat bahwa kesiapan masyarakat dari aspek literasi masih sangat minim. Bahkan muncul pernyataan menarik bagaimana masyarakat masih belum siap jika dijadikan daerah pengembangan CBT dengan kondisi wisata saat ini. Padahal konsep desa wisata dirasa memiliki potensi yang kuat untuk memberi manfaat dan memberdayakan masyarakat, terutama melalui pengembangan kapasitas masyarakat dan kolaborasi. Pendapat tersebut memperkuat teori (Dolezal & Novelli, 2020), yang menyatakan bahwa CBT sebagai ruang dimana semakin kuat hubungan kekuasaan antar aktor dapat menyebabkan kegagalan pemberdayaan masyarakat.

Permasalahan utama dari pengembangan CBT menurut para mitra adalah terkait dengan aspek ekonomi. Para pelaku industri pariwisata masal, seperti misalnya hotel dan restaurant, masih menganggap CBT hanyalah sekedar destinasi pariwisata alternatif, yang apabila dipromosikan secara gencar akan bisa menjadi daya tarik wisata baru. Mereka juga banyak mengeluhkan bahwa kondisi pariwisata di Magelang umumnya hanya ramai pada musim-musim tertentu dan tidak bisa bertahan sepanjang tahun, sebagai akibat dari problematika rendahnya promosi.

Peningkatan kapasitas dan keterampilan SDM menjadi komponen penting dari pengembangan CBT. Khususnya pengembangan kapasitas yang diperlukan bagi masyarakat lokal untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan CBT. Secara lebih umum, dalam FGD juga dikemukakan sebuah inisiatif literasi informasi CBT yang lebih luas diperlukan untuk memastikan bahwa warga yang paham secara benar dapat melakukan reproduksi dan akses informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan keaktifan berpartisipasi dalam ekosistem CBT. Terutama bagi kaum muda, masa depan pengembangan CBT dan beresonansi dengan target pendidikan inklusif dan berkualitas, yang mengadvokasi literasi dan keterampilan remaja yang sesuai dengan ekonomi digital modern. Dari hasil FGD juga didapatkan beberapa tambahan tentang perubahan konsep *mass tourism* menjadi CBT. Perubahan yang ada pada bagian literasi manusia dari sisi motivasi, awareness dan persepsi. Bahwa ternyata ditemukan beberapa kasus yang dialami oleh beberapa key actors yang terkait literasi manusia, erat kaitannya dengan motivasi seseorang.

Namun, narasi menarik justru terungkap dari para BUMN pendamping, seperti misalnya *Subholding Gas Pertamina*, PT PGN Tbk yang menjadi pendamping Balai Ekonomi Desa (Balkondes) Karangrejo. BUMN melihat Balkondes sebagai program yang mendukung penetapan Borobudur sebagai destinasi super prioritas pemerintah nasional. Sedangkan implementasi kegiatan yang dilakukan adalah dengan memperkenalkan *Gasblock* sebagai ikon terbaru dari Balkondes Karangrejo. Gasblock merupakan perwujudan interaksi dan kolaborasi energi baik gas bumi yang ramah lingkungan serta Desa Energi PGN yang unik, asri, dan kaya akan budaya Indonesia.

Dari hasil wawancara, terungkap bahwa problem yang terjadi pada beberapa wilayah tersebut cenderung sama yakni belum terliterasinya masyarakat akan konsep CBT yang berkelanjutan. Banyak yang beranggapan bahwa desa wisata hanya bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dari sisi ekonomi. Beberapa diantaranya bahkan menyatakan belum sepenuhnya paham terkait konsep pengembangan desa wisata. Selama ini terkesan komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah sebagai pemangku kebijakan masih kurang efektif. Hal tersebut menjadi masukan besar bagi model sistem komunikasi pembangunan yang akan dirumuskan terutama terkait penguatan aspek literasi manusia. Dimana belum adanya motivasi, serta rendahnya pemanfaatan aspek teknologi untuk berkomunikasi.

Adanya mindset bahwa pengelola Balkondes hanya bekerja sesuai dengan orientasi proyek. Logika kerja normatif yang harus sesuai dengan input dan output proyek. Balkondes sebagai pendamping pembangunan memang dituntut bekerja sesuai dengan program kerja atau proyek yang sudah ditetapkan. Sehingga produksi informasi disesuaikan dengan logika proyek tersebut. Akhirnya informasi pengembangan desa wisata disesuaikan dengan apa yang ada dalam input dan output proyek, tanpa memperhatikan apa kebutuhan riil dari komunitas dalam mengembangkan desa wisata. Alhasil, informasi yang diproduksi oleh sistem komunikasi Pembangunan hanya diorientasikan pada kebutuhan proyek. Produksi informasi sekedar ditujukan untuk memenuhi teknis administratif birokrasi. Padahal, berbagai kebutuhan dan tantangan lingkungan yang dihadapi oleh komunitas benar-benar diluar logika teknis tersebut. Logika proyek memang tidak ditujukan untuk benar-benar menjawab kompleksitas tuntutan lingkungan yang dihadapi komunitas. Dasar pemikiran proyek ini jelas sangat tidak berpihak pada komunitas. Bukan bertujuan untuk memberikan stimulus agar komunitas bisa lebih berdaya dalam menyelesaikan masalah-masalah riilnya, namun justru ditujukan untuk memenuhi syarat-syarat teknis birokratis semata.

Desa wisata juga dianggap telah menciptakan dampak negatif terhadap lingkungan, dan masyarakat lokal juga tidak menerima manfaat yang memadai. Pariwisata di desa wisata justru tergantung pada operator wisata swasta, yang membawa wisatawan luar ke desa-desa wisata. Adapun ketika masyarakat lokal terlibat dalam pariwisata, hanyalah sebagai tenaga kerja murah atau sebagai bagian dari daya tarik wisata, sebagian besar berupa pertunjukan atau pajangan. Khususnya, masyarakat desa pedalaman lereng gunung yang biasanya hanya dianggap sebagai objek wisata untuk dilihat dan diajak foto bersama. Kejadian-kejadian tersebut telah muncul karena masyarakat lokal belum terlibat atau berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata apapun yang terjadi di desanya mereka sendiri

Pendapat tersebut memperkuat bahwa sisi literasi manusia dan teknologi menjadi urgensi dalam mengembangkan CBT. Selain itu pengembangan CBT juga jangan sampai merusak budaya setempat. Kematangan budaya bukan hanya ditandai tentang pelestarian budaya tapi juga upaya adaptif dalam menerima modernisasi tanpa kehilangan jati diri bangsa. Pendapat bapak Sony terkait proses membangun Teksongo menjadi sebuah destinasi mendapat perhatian menarik dari peneliti terkait problem budaya yang mereka alami. Selain aspek budaya, problematika ego sektoral, kapasitas masyarakat yang rendah (keterampilan, kepercayaan diri, dan sumber daya), rendahnya sistem literasi informasi adalah permasalahan yang dirasakan komunitas desa wisata.

Narasi CBT dari perspektif media.

Secara umum, kejadian komunikasi dapat tergambarkan melalui wacana, yaitu apa yang dipikirkan dan diperbincangkan masyarakat, baik secara langsung maupun melalui media (media konvensional maupun baru). Oleh sebab itu, menarik untuk melihat variasi wacana yang ada di masyarakat dan media, sebagai representasi dari komunikasi terkait pembangunan CBT. Untuk melihat persoalan yang dikomunikasikan masyarakat maka bisa dilihat dari wacana yang berkembang. Media yang digunakan adalah media massa dan media sosial yang dikonsumsi oleh masyarakat kabupaten Magelang, sehingga tergambarkan wacana apa yang paling banyak dikomunikasikan atau dibicarakan oleh masyarakat. Hal tersebut untuk menggali wacana awal terkait narasi yang berkembang di dalam masyarakat yang berhubungan dengan pengembangan CBT.

Tabel 2. Narasi pemberitaan media massa online

Tema	Narasi
CBT	Masyarakat desa, mahasiswa, KKN, kapasitas masyarakat, kesenjangan, desa wisata viral, pengelolaan, dana desa, KSPN (kawasan strategis pariwisata nasional), Gerakan BISA, partisipasi publik, pasar, atraksi wisata, publik partisipatif, pasar, pemberdayaan masyarakat, lingkungan wisata
Destinasi wisata alternatif	Desa wisata, isu-isu destinasi, pemberdayaan komunitas, aksi wisata, infrastruktur
Digital CBT	Virtual Tour, Covid-19, disrupsi, workshop digital, pelatihan publik, new life style, generasi milenial, teknologi

Berdasarkan data pemberitaan di media massa yang telah dikumpulkan, selama periode januari 2019 sampai Maret 2022 terkumpul sebanyak 75 artikel dari media massa online, menunjukkan bahwa ada 3 tema utama yang menjadi narasi pemberitaan. Narasi membangun destinasi alternatif pariwisata melalui CBT sudah cukup masif, namun tema yang membicarakan konsep CBT ataupun pembangunan pariwisata yang berkelanjutan masih belum menjadi narasi utama.

Selain dari narasi berita terkait pariwisata Kabupaten Magelang, dilakukan juga observasi narasi CBT melalui media sosial, yaitu instagram, facebook dan twitter. Dari level pembicaraan narasi di media sosial mengenai CBT yang dihimpun dari twitter dan instagram belum signifikan membicarakan CBT. Praktis hanya melalui #desawisatamagelang ditemukan narasi terkait postingan yang mengarah pada konsep CBT. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, yang menurut Baudrillard adalah representasi dari pembicaraan masyarakat, belum secara maksimal membicarakan narasi CBT yang berkelanjutan. Bahkan dari akun official resmi seperti @kominfoMagelang belum banyak mengusung tema ini dalam postingannya. Ditambah engagement rate akun resmi tersebut cukup rendah yakni 0,13%. Data tersebut mengindikasikan bahwa CBT belum menjadi pembicaraan publik.

Dari penjabaran di atas diketahui bahwa media massa online masih menjadi media utama pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk berkomunikasi publik, alih alih menggunakan media sosial yang lebih partisipatif. Padahal sesuai dengan perkembangan media dan cara berkomunikasi yang digunakan hingga saat ini menunjukkan bahwa media massa dianggap kurang efektif dalam memberikan informasi

pembangunan. Terdapat tiga pendekatan yang mendominasi konteks pembangunan sehingga turut merubah konsep komunikasi pembangunan, yaitu paradigma modernisasi, teori ketergantungan, dan paradigma partisipatif. (Mefalopulos, 2008). Media sosial yang memiliki peranan penting dalam penguatan narasi bahkan tidak sedikit narasi media sosial mempengaruhi narasi media massa, belum secara optimal dimanfaatkan. Sehingga narasi media massa yang cukup banyak dan media sosial terkait CBT Kabupaten Magelang dinilai belum saling berkorelasi.

SIMPULAN

Dalam perspektif Luhmann, komunikasi merupakan dasar dari sistem sosial, dan sistem sosial itu sendiri adalah jaringan hubungan antara elemen-elemen yang saling berinteraksi melalui komunikasi. Komunikasi bukan hanya sekedar pertukaran informasi antara individu-individu, melainkan sebuah proses di mana pemahaman dan makna dibangun dan dibagi bersama. Sehingga, komunikasi pembangunan CBT di Magelang sebagai suatu proses yang tidak hanya terbatas pada interaksi antara individu, tetapi juga melibatkan lingkungan sosial, nilai-nilai, dan struktur sosial yang membentuk konteks komunikasi, yaitu politik, budaya dan ekonomi. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum konsep CBT memiliki makna yang beragam bagi para aktor pembangunan pariwisata, baik itu pemerintah (sosio politik), mitra strategis (sosio ekonomi) maupun mediasebagai representasi masyarakat lokal (sosio kultural).

Komunikasi dapat mempengaruhi pembentukan dan pemeliharaan sistem sosial, serta dapat mempengaruhi keputusan dan tindakan yang diambil oleh individu dan kelompok dalam sistem sosial. Dalam sistem sosial, komunikasi memiliki peran penting dalam mempertahankan batas-batas yang membedakan satu sistem dari yang lain, serta dalam membentuk identitas sosial dan nilai-nilai yang mendasari sistem tersebut. Dari perspektif masyarakat lokal desa wisata, CBT dianggap merupakan harapan baru dikarenakan motivasi ekonomi dan keinginan untuk meningkatkan status sosial. Masyarakat setempat juga berharap bahwa mereka dilibatkan dalam proses pengembangan desanya untuk membuat mereka lebih termotivasi untuk bertanggung jawab menjaga dan melanggengkan setiap potensi yang mereka miliki. Namun ada juga masyarakat yang merasa CBT hanyalah menciptakan dampak negatif terhadap lingkungan, dan masyarakat lokal juga tidak menerima manfaat yang memadai walaupun CBT juga bisa digunakan sebagai kebanggaan karena desanya banyak dikunjungi wisatawan. Bagi para mitra strategi industri wisata, desa wisata dianggap sebagai bentuk alternatif destinasi wisata, namun selain itu juga melakukan berbagai praktik sosial yang terkait dengan penyediaan layanan wisata yang berkelanjutan di desa wisata. Oleh karena itu, konsep CBT ini lebih ditanggapi sebagai “tanggung jawab sosial” para pelaku usaha sektor pariwisata dalam memenuhi fasilitas dan memberikan pelayanan sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan. Sedangkan pemerintah menggunakan konsep CBT ini selain mengejar manfaat ekonomi tetapi juga sebagai bentuk perwujudan strategi pembangunan yang sesuai dengan pemberdayaan komunitas di kawasan pedesaan.

Penelitian ini menganalisis isu-isu yang terkait dengan CBT dari perspektif yang berbeda. Dalam sistem sosial yang kompleks, komunikasi dapat mempengaruhi struktur dan fungsi dari sistem sosial. Oleh karena itu, komunikasi yang efektif sangat penting dalam memastikan sistem sosial dapat berjalan dengan baik, dan individu dalam sistem sosial dapat berpartisipasi dengan baik dalam interaksi sosial yang saling menguntungkan. Secara spesifik CBT diartikan sebagai pengembangan wisata pedesaan yang mengedepankan faktor ekonomi, sosial budaya dan lingkungan yang berkelanjutan,

namun diartikan berbeda dari masing masing aktor pembangunan. Perbedaan makna dan kepentingan tersebut walaupun masih bisa dinegosiasikan tetapi tetap saja merupakan ruang ketidaksetaraan kekuasaan, dimana hubungan kekuasaan antar aktor dapat mengarah pada ketidakberdayaan komunitas desa wisata. Kajian CBT ini juga menunjukkan perlunya menggunakan perspektif yang berbeda dalam menentukan kebenaran ganda sebagai konsekuensi dari keterlibatan banyak pihak dalam memaknai desa wisata yang berkelanjutan.

Ada tiga pesan penting dari penelitian ini, Pertama konsep CBT tidak bisa diduplikasi di berbagai komunitas desa. Konsep CBT pada tataran praktis jauh lebih penting daripada tataran proyek yang dicanangkan pemerintah. Para aktor pembangunan di destinasi wisata ini memandang bahwa pelayanan dan penyediaan fasilitas yang sesuai dengan kaidah CBT berkelanjutan memiliki urgensi dan nilai yang lebih penting daripada sekadar simbol ataupun komoditas desa wisata. Kedua, masing-masing desa wisata harus mempunyai konsep CBT yang sesuai dengan karakter desa dan masyarakatnya. Keunikan inilah yang akan menjadi nilai jual destinasi wisata dan juga akan membuat masyarakat lokal berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan CBT. Ketiga, Pemerintah menjadi aktor utama untuk mengkomunikasikan pemahaman tentang pemberdayaan masyarakat melalui CBT, menjadikan penduduk desa dapat beralih dari objek menjadi subjek dalam proses pembangunan. Pergeseran ini akan meningkatkan koherensi kebijakan dengan memungkinkan inklusi yang lebih aktif.

Batasan dalam penelitian ini adalah hanya melihat narasi dari satu daerah saja yang merupakan daerah destinasi superprioritas, yang pastinya mempunyai infrastruktur pariwisata massal yang sudah mapan. Batasan berikutnya adalah narasumber yang menjadi sumber data primer di penelitian ini adalah para aktor pembangunan pariwisata dan tokoh masyarakat, sehingga jawaban dan opininya cenderung seragam. Selain itu, penelitian ini terbatas pada ketidakmampuannya untuk mengakomodasi tujuan wisata di daerah lain yang memiliki karakter masyarakat dan keadaan geografis yang berbeda tetapi tetap dicanangkan sebagai desa wisata. Konteks lokalitas yang berbeda dengan karakter budaya yang berbeda memberikan nuansa yang berbeda dalam memaknai konsep tersebut. Sejalan dengan itu, disarankan perlunya kajian dalam perspektif komparatif, terutama di daerah desa wisata yang berbeda budaya, sikap, sosial, dan karakter kedaerahan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam, komprehensif tentang wacana dan praktik CBT. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu diarahkan pada bagaimana narasi yang dimiliki oleh masyarakat desa wisata secara spesifik dengan metode penelitian yang diharapkan dapat menggali kompleksitas lingkungan melalui metode *Participatory Action Research*, sehingga hasilnya lebih merepresentasikan konstruksi realitas yang ada di masyarakat.

REFERENSI

- Adu-Ampong, E. A. (2017). Divided we stand: institutional collaboration in tourism planning and development in the Central Region of Ghana. *Current Issues in Tourism*, 20(3), 295–314. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.915795>
- Agunga, R. (2019). Towards a Professionalising of Communication for Development: A Strategy for Improving Aid Effectiveness. *Asia Pacific Media Educator*, 29(2), 123–136. <https://doi.org/10.1177/1326365X19894783>
- Anismar, Satria, D., & Ali, M. (2018). Religious tourism: Concept of community-based tourism in aceh singkil, indonesia. *Emerald Reach Proceedings Series*, 1, 283–288. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-793-1-00086>

- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigray, Ethiopia. *Heliyon*, 5(3), e01335. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01335>
- Burgos, A., & Mertens, F. (2017). Participatory management of community-based tourism: A network perspective. *Community Development*, 48(4), 546–565. <https://doi.org/10.1080/15575330.2017.1344996>
- Caroline Ashley and Elizabeth Garland. (1994). *PROMOTING COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT Why, What and How?* (Issue 4).
- Dabphet, S., Scott, N., & Ruhanen, L. (2012). Applying diffusion theory to destination stakeholder understanding of sustainable tourism development: a case from Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(8), 1107–1124. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.673618>
- Dangi, T. B., & Jamal, T. (2016). An integrated approach to “sustainable community-based tourism.” *Sustainability (Switzerland)*, 8(5). <https://doi.org/10.3390/su8050475>
- Darian Stibbe, Reid, S., & Gilbert, J. (2019). Maximising the impact of partnerships for the SDGs First edition. *United Nations Partnerships for the SDGs*.
- Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Teaching Sociology*, 30(3), 380. <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547–1568. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1150257>
- Dolezal, C., & Novelli, M. (2020). Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1838527>
- Donkor, F. K., Howarth, C., Ebhuoma, E., Daly, M., Vaughan, C., Pretorius, L., Mambo, J., MacLeod, D., Kythreotis, A., Jones, L., Grainger, S., Golding, N., & Anderson, J. A. (2019). Climate Services and Communication for Development: The Role of Early Career Researchers in Advancing the Debate. *Environmental Communication*, 13(5), 561–566. <https://doi.org/10.1080/17524032.2019.1596145>
- Fafurida, F., Oktavilia, S., Prajanti, S. D. W., & Maretta, Y. A. (2020). Tourism and economic development in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 6476–6479.
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2019). Membingkai Konsep Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Community-Based Tourism : Sebuah Review Literatur. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3(2), 50. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v3n2.p50-56>
- Federation, R. (2016). Applying Sustainable Tourism Indicators to Community-Based Ecotourism Tourist village Eco-katun Štavna. *European Journal of Economic Studies*, 16(2), 309–331. <https://doi.org/10.13187/es.2016.16.309>
- Gershon, I. (2005). Seeing like a system. *Anthropological Theory*, 5(2), 99–116. <https://doi.org/10.1177/1463499605053993>
- Giampiccoli, A., Mtapuri, O., & Nauright, J. (2021). Tourism development in the Seychelles: a proposal for a unique community-based tourism alternative. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 444–457. <https://doi.org/10.1080/14766825.2020.1743297>

- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, D. M., Feldpausch-Parker, A., Peterson, T. R., Stephens, J. C., & Wilson, E. J. (2017). Social-ecological system resonance: a theoretical framework for brokering sustainable solutions. *Sustainability Science*, 12(3), 381–392. <https://doi.org/10.1007/s11625-017-0424-6>
- Hernes, T., & Bakken, T. (2003). Implications of Self-Reference: Niklas Luhmann's Autopoiesis and Organization Theory. *Organization Studies*, 24(9), 1511–1535. <https://doi.org/10.1177/0170840603249007>
- Iba, T. (2010). An autopoietic systems theory for creativity. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(4), 6610–6625. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.04.071>
- Jugmohan, S., Giampiccoli, A., Vallabh, D., & Mtapuri, O. (2020). A model of CBT networks and organizations: An African perspective and beyond. *Forum Geografic*, 19(1), 105–115. <https://doi.org/10.5775/FG.2020.104.I>
- Junaid, I., Sigala, M., & Banchit, A. (2021). Implementing community-based tourism (CBT): Lessons learnt and implications by involving students in a CBT project in Laelae Island, Indonesia. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 29(October 2020), 100295. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100295>
- Lee, D. (2000). The Society of Society: The grand finale of Niklas Luhmann. *Sociological Theory*, 18(2), 320–330. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00102>
- Lenao, M., & Saarinen, J. (2015). Integrated rural tourism as a tool for community tourism development: Exploring culture and heritage projects in the North-East District of Botswana. *South African Geographical Journal*, 97(2), 203–216. <https://doi.org/10.1080/03736245.2015.1028985>
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community - based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos*, 6(1), 69–84.
- Luhmann, N. (1992). what is communication. *Communication Theory*, Vol.2(3), 251–259. https://watermark-silverchair-com.ezproxy1.library.usyd.edu.au/jcomthe0251.pdf?token=AQECAHi208BE49Ooan9khhW_Ercy7Dm3ZL_9Cf3qfKAc485ysgAAAlwwggJYBqkqhkiG9w0BBwaggJJMIICRQIBADCCAj4GCSqGSIb3DQEHATAeBglghkgBZQMEAS4wEQQMtDWjQB9qdaxgjaTQAqEQgIICDw6RJZbBamXbri
- Maldonado-Erazo, C. P., del Río-Rama, M. de la C., Noboa-Viñan, P., & Álvarez-García, J. (2020). Community-based tourism in Ecuador: Community ventures of the provincial and cantonal networks. *Sustainability (Switzerland)*, 12(15), 1–31. <https://doi.org/10.3390/SU12156256>
- Mayaka, M. A., Lacey, G., & Rogerson, C. M. (2020). Empowerment process in community-based tourism: Friend relationship perspective. *Development Southern Africa*, 37(5), 791–808. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2020.1806783>
- Melkote, S. R. (2018). Communication for development and social change: an introduction. *Journal of Multicultural Discourses*, 13(2), 77–86. <https://doi.org/10.1080/17447143.2018.1491585>
- Melkote, S., & Steeves, H. L. (2015). Place and role of development communication in directed social change: a review of the field. *Journal of Multicultural Discourses*, 10(3), 385–402. <https://doi.org/10.1080/17447143.2015.1050030>
- Msibi, F., & Penzhorn, C. (2010). Participatory communication for local government in South Africa: A study of the Kungwini Local Municipality. *Information*

- Development*, 26(3), 225–236. <https://doi.org/10.1177/0266666910376216>
- Muppidi, S. R. (2019). Media, Communication, Technology and Progressive Social Change: Exploring an Innovative Cross-disciplinary Understanding of Participatory Communication Using Complexity Theory. *Asia Pacific Media Educator*, 29(2), 249–250. <https://doi.org/10.1177/1326365X19889410>
- Nguyen, H. Van, Diane, L., & Newsome, D. (2020). Kinh and ethnic tourism stakeholder participation and collaboration in tourism planning in Sapa, Vietnam. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 14(4), 579–597. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-12-2018-0179>
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529. <https://doi.org/10.1080/09669580802159594>
- Patil, D. A. (2019). Participatory Communication Approach for RD: Evidence from Two Grassroots CR Stations in Rural India. *Asia-Pacific Journal of Rural Development*, 29(1), 98–110. <https://doi.org/10.1177/1018529119860623>
- Peric, M., & Djurkin, J. (2014). Systems thinking and alternative business model for responsible tourist destination. *Kybernetes*, 43(3), 480–496. <https://doi.org/10.1108/K-07-2013-0132>
- Pham Hong, L., Ngo, H. T., & Pham, L. T. (2021). Community-based tourism: Opportunities and challenges a case study in Thanh Ha pottery village, Hoi An city, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1926100>
- Pickel, A. (2007). Rethinking systems theory: A programmatic introduction. *Philosophy of the Social Sciences*, 37(4), 391–407. <https://doi.org/10.1177/0048393107307809>
- Priatmoko, S., & David, L. D. (2021). Winning tourism digitalization opportunity in the Indonesia CBT business. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 800–806. <https://doi.org/10.30892/GTG.37309-711>
- Pupung, A., & Nino, A. N. (2020). Penerapan Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan. *Nomosleca*, 6(April), 26–38.
- Rodger, J. J. (2022). Luhmann's theory of psychic systems and communication in social work practice. *Journal of Social Work*, 22(3), 637–654. <https://doi.org/10.1177/14680173211008107>
- Saidah, R. (2017). *Krisis Regenerasi Pengukir Muda dan Eksistensi Kearifan Budaya Ukir Jepara (Studi Kasus di Desa Mulyoharjo, Kabupaten Jepara)*. 44(December), 107–115.
- Sánchez-Cañizares, S. M., & Castillo-Canalejo, A. M. (2014). Community-based island tourism: The case of Boa Vista in Cape Verde. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 8(2), 219–233. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-04-2012-0015>
- Sandmeyer, A. E. (2006). Community-based ecotourism and sustainable community development: Exploring the relationship. In *ProQuest Dissertations and Theses* (Issue December). <https://ezproxy.royalroads.ca/login?url=http://search.proquest.com/docview/304953255?accountid=8056>
- Satarat, N. (2010). Sustainable Management of Community-based Tourism in Thailand. In *Africa Education Review* (Vol. 15, Issue 1). <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2010/b166706.pdf>
- Satriya, C. Y., Indrayani, H., Roosdhani, M. R., & Arifin, S. (2022). *DEVELOPMENT*

- OF A COMMUNICATION SYSTEM. *Iccs*, 1–10.
- Schwanitz, D. (1995). *Systems Theory According to Niklas Luhmann : Its Environment and Conceptual Strategies*. 30, 137–170.
- Setokoe, T. J., & Ramukumba, T. (2020). Challenges of community participation in community-based tourism in rural areas. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 248, 13–22. <https://doi.org/10.2495/ST200021>
- Steyn, B., & Nunes, M. (2001). Communication strategy for community development: A case study of the Heifer project–South Africa. *Communicatio*, 27(2), 29–48. <https://doi.org/10.1080/02500160108537904>
- Stone, M. T., & Stone, L. S. (2020). Challenges of community-based tourism in Botswana: a review of literature. *Transactions of the Royal Society of South Africa*, 75(2), 181–193. <https://doi.org/10.1080/0035919X.2020.1715510>
- Su, Z., Aaron, J. R., Guan, Y., & Wang, H. (2019). Sustainable livelihood capital and strategy in rural tourism households: A seasonality perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(18). <https://doi.org/10.3390/su11184833>
- Sunuantari, M. (2017). Tourism Communication in Community Based Tourism in Dieng Community, Central Java, Indonesia. *Binus Business Review*, 8(2), 149. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i2.1894>
- Tække, J., & Paulsen, M. (2010). *Communication as a medium*. 1–10.
- Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development. *Tourism Management*, 27(3), 493–504. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.12.004>
- Triyono, A. (n.d.). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) Pt. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap*.
- UNWTO. (2018). International Tourism Trends 2017. *UNWTO Tourism Highlights*, 20.
- Valentinov, V., Roth, S., & Will, M. G. (2019). Stakeholder Theory: A Luhmannian Perspective. *Administration and Society*, 51(5), 826–849. <https://doi.org/10.1177/0095399718789076>
- Yu, H. (2011). Developing China's hainan into an international tourism destination: How far can this go? *East Asia*, 28(2), 85–113. <https://doi.org/10.1007/s12140-011-9143-2>
- Zheng, B., Li, M., Yu, B., & Gao, L. (2021). The future of community-based ecotourism (Cbet) in china's protected areas: A consistent optimal scenario for multiple stakeholders. *Forests*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/f12121753>
- Zielinski, S., Jeong, Y., & Milanés, C. B. (2021). Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing and developed countries. *Tourism Geographies*, 23(5–6), 1040–1072. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1786156>