

SKRIPSI

**DIFUSI INOVASI PENGEMBANGAN DESA WISATA
MALIMPUNG KECAMATAN PATAMPANUA
KABUPATEN PINRANG**



OLEH :

IKA FITRAHDAYANTI
NIM : 17.3100.009

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M /1445 H

**DIFUSI INOVASI PENGEMBANGAN DESA WISATA
MALIMPUNG KECAMATAN PATAMPANUA
KABUPATEN PINRANG**



OLEH

IKA FITRAHDAYANTI

NIM: 17.3100.009

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarja Sosial (S.Sos.)
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M/1445 H

**DIFUSI INOVASI PENGEMBANGAN DESA WISATA
MALIMPUNG KECAMATAN PATAMPA
KABUPATEN PINRANG**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disusun dan diajukan oleh

IKA FITRAHDAYANTI

NIM: 17.3100.009

Kepada

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024 M /1445 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Difusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata
Malimpung Kecamatan Patampanua
Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Ika Fitrahdayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 17.3100.009

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B-1387/In.39.7/07/2022

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Nurhakki, M. Si.
NIP : 197706162009122001

Pembimbing Pendamping : Dr. Suhardi, Sos., M.Sos.I.
NIP : 199004102019031006



Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah


Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP.196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Difusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata
Malimpung Kecamatan Patampanua
Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Ika Fitrahdayanti

Nomor Induk Mahasiswa : 17.3100.009

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
B-1387/In.39.7/07/2022

Disahkan oleh Komisi Penguji

Nurhakki, M. Si. (Ketua) (.....)

Dr. Suhardi, Sos., M.Sos.I. (Sekertaris) (.....)

Dr. Muhammad Qadaruddin, M.Sos.I. (Anggota) (.....)

Afidatul Asmar, S.Sos., M.Sos. (Anggota) (.....)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



[Signature]
Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP.196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Berkat hidayah serta rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”. Salawat serta salam terus tercurahkan kepada baginda Nabiullah Muhammad Saw, seorang pemuda padang pasir yang telah merobek-robek bendera ke-Kafiran dan membentangkan bendera ke-Islaman, Nabi yang telah membawa kita dari alam jahiliah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Penulis mengucapkan sebuah kata terimakasih yang setulus-tulusnya yang seharusnya tidak penulis ucapkan melalui kata-kata saja kepada ayahanda Ahmad dan Ibunda Erni, serta saudara dan saudari saya Eka Safitriani, Muhammad Rahmadanil dan Abidzar Al Gazali serta keluarga besar yang telah bersabar memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik.

Punulis juga mengucapkan terimakasih terkhusus kepada ibu Nurhakki, M. Si. selaku pembimbing utama sekaligus Dosen Penasehat Akademik saya dan juga bapak Suhardi, Sos. M. Sos.I. selaku pembimbing pendamping, yang tak hentihentinya membimbing saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya pihak yang telah memberikan dukungan, baik yang berupa moral maupun material.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dalam mengelolah pendidikan di IAIN Parepare dan memperhatikan kinerja kami dalam berkiprah di lembaga kemahasiswaan, demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum. sebagai dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdian beliau sehingga tercapainya suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa
3. Ibu Nurhakki, M.Si. selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus Dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah meluangkan waktunya dalam mendidik dan memberikan arahan kepada penulis selama berada di IAIN Parepare.
4. Kepala perpustakaan dan jajaran pegawai perpustakaan IAIN Parepare yang telah melayani dan memudahkan penulis dalam mencari referensi yang berkaitan dengan judul penelitian.
5. Seluruh pegawai dan staf yang bekerja pada lembaga IAIN Parepare yang telah membantu dalam penyelesaian studi penulis.
6. Para Guru-guru yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menumpuh pendidikan mulai dari Taman Kanak-kanak, SD, SMP, SMA, Hingga dapat menempuh sampai ke perguruan tinggi di IAIN Parepare.
7. Kepala Desa Malimpung bapak Muhammad Sahrir Tappa, beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menjalankan penelitian di Desa Malimpung, serta para Masyarakat Desa Malimpung yang telah mendukung dan ikut bekerjasama dalam penelitian hingga selesai.
8. Kedua orang tua saya yang tercinta beserta saudara yang tak hentinya memnberikan dukungan dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan studi.
9. Terimakasih kepada orang-orang terdekat saya dalam hal ini teman seperjuangan selama berorganisasi di Kerukunan Pelajar Malimpung, Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Bumi Harapan, Karang Taruna

Kecamatan Patampanua serta Karang Taruna Mappasitujue Desa Malimpung yang senantiasa selalu memberikan dorongan, kekuatan serta senantiasa menemani dan membantu penulis dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

10. Terimakasih kepada seluruh Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri IAIN Parepare yang begitu banyak memberikan masukan dan alur pemikirannya masing-masing dan terkhusus Sahabat saya yang kbegini memberikan bantuan dan Motivasi kepada penulis dalam menjalani studi di IAIN Parepere.
11. Keluarga besar IAIN Parepare, khususnya teman-teman seperjuangan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam atas dukungan, semangat, serta kerjasamanya.
12. Terimakasih atas diri-sendiri yang selalu tangguh dalam keadaan apapun sehingga tidak pernah sedikitpun ingin menyerah walau berada pada titik terlemah.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat belum sepenuhnya sempurna atau masih memiliki kekurangan dalam penulisan skripsi. Semoga skripsi ini dapat kelak dapat bermanfaat dan bisa dijadikan sebagai referensi bacaan bagi orang lain, khususnya bagi mahasiswa IAIN Parepare.

Malimpung, 9 Nov 2023
Penulis



IKA FITRAHDAYANTI
NIM. 17.3100.009

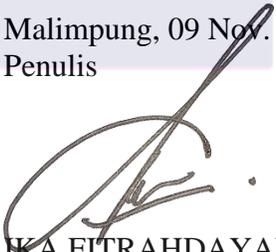
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Ika Fitrahdayanti
Nomor Induk Mahasiswa : 17.3100.009
Tempat/Tanggal Lahir : Malimpung, 27 Juli 1999
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Difusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata
Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan yang sebenarnya bahwa skripsi ini benar benar hasil karya sendiri dan jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikasi, tiruan plagiat atas keseluruhan skripsi, kecuali tulisan sebagai bentuk acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang lazim, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malimpung, 09 Nov. 2023
Penulis


IKA FITRAHDAYANTI
NIM. 17.3100.009

ABSTRAK

Ika Fitrahdayanti. *Difusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang* (dibimbing oleh Nurhakki dan Suhardi)

Desa Malimpung merupakan desa yang memiliki banyak potensi-potensi objek wisata. Banyaknya potensi objek wisata di desa ini membuat Pemerintah Desa berinisiatif untuk memanfaatkan kekayaan alam tersebut dengan menjadikannya Desa Wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemerintah Desa Malimpung Menerapkan Difusi Inovasi dalam pengembangan Desa Wisata.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekriptif kualitatif merupakan penelitian lapangan yang datanya diperoleh dari informan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi, serta instrument penelitian yang berupa pedoman wawancara. Penelitian ini menggunakan teori E.M Rogers mengenai difusi inovasi dan teori Harold Lasswell mengenai ilmu komunikasi *Who Say, What In Which Chanel To Whom With What Effeck*.

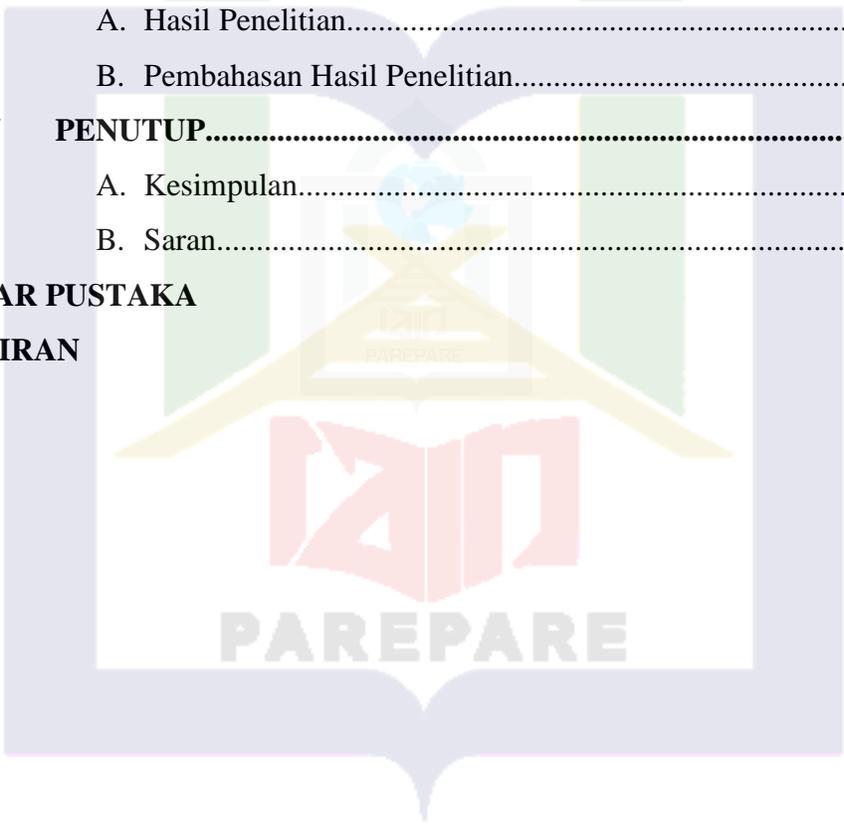
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Tahapan difusi inovasi pada tahapan pertama yaitu pembentukan pengetahuan, dengan munculnya sebuah pengetahuan pemerintah desa untuk memanfaatkan kekayaan alamnya, mengadakan diskusi pada media tatap muka yang dilakukan untuk mengomunikasikan inovasi baru dalam pengembangan desa, tahapan kedua yaitu Persuasi, Masyarakat dibujuk untuk ikut andil dalam pengembangan ini dengan pertimbangan mendapatkan keuntungan dari pengembangan desa wisata ini. Tahapan ketiga, yaitu tahapan pengambilan keputusan untuk membangun Desa Malimpung sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Pinrang. Tahapan keempat yaitu Implementasi, aktor yang terlibat adalah Pemerintah Desa sebagai si pemilik inovasi kemudian BUMDes dan Masyarakat Desa sebagai adopter dari sebuah inovasi tersebut., kemudian melakukan beberapa pembangunan objek wisata. Tahapan kelima yaitu konfirmasi, Pemerintah Desa juga dapat mengonfirmasi bahwa masyarakat Desa Malimpung benar-benar ikut andil dalam pengembangan desa wisata ini. Penggunaan media pada tahapan difusi yang dilakukan oleh pemerintah Desa serta Masyarakat Desa Malimpung yakni melakukan diskusi secara langsung terlebih dahulu, guna membahas pengembangan desa wisata ini, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk menginformasikan pengembangan desa wisata ini, serta menggunakan reklame atau baliho guna sebagai jembatan pengetahuan pengendara yang sedang lewat untuk menginformasikan desa wisata tersebut. Isi pesan media tersebut merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang luar daerah untuk berkunjung ke Desa Malimpung. Mengetahui efek yang ditimbulkan dari penggunaan media tersebut.

Kata Kunci: Difusi Inovasi, Strategi Media Komunikai, Pengembangan Desa Wisata

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan	7
B. Tinjauan Teori	9
1. Teori Difusi Inovasi	9
2. Teori Harold D’Laswell.....	11
C. Tinjauan Konseptual	12
1. Difusi Inovasi.....	12
2. Strategi Komunikasi Penggunaan Media	13
3. Desa Wisata Malimpung.....	21
D. Kerangka Pikir.....	26

BAB III	METODE PENELITIAN.....	28
	A. Jenis Penelitian	28
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
	C. Fokus Penelitian	29
	D. Jenis dan Sumber Data	29
	E. Teknik Pengumpulan Data	30
	F. Uji Keabsahan Data	34
	G. Teknis Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
	A. Hasil Penelitian.....	39
	B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V	PENUTUP.....	68
	A. Kesimpulan.....	68
	B. Saran.....	69
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	26



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
2.1	Lembaga Pemerintahan	25
3.1	Data Informan	32



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Permohonan Izin Penelitian	II
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah	III
3	Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Daerah	IV
4	Pedoman Wawancara	V
5	Keterangan Wawancara	VI
6	Dokumentasi	XVIII
7	Biografi	XXVII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan suatu hal yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Tanpa adanya komunikasi manusia tentu tidak bisa hidup saling berinteraksi satu sama lain. Komunikasi merupakan proses sosial yang dilakukan oleh individu dengan individu lainnya menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan atau menginterpretasikan suatu makna agar dapat dipahami. Pada kehidupan kita saat ini berkomunikasi dengan orang yang jauhpun masih bisa kita lakukan, hal ini karena kita telah hidup di era globalisasi dimana kita dapat memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih.

Pengembangan basis ekonomi di pedesaan merupakan upaya pemerintah dalam membangun perdesaan. Salah satu upaya pemerintahan desa dalam membangun desa adalah dengan meningkatkan perekonomian. Maka dari itu demi memenuhi keberhasilan yang dijalankan oleh pemerintah desa, kita harus berinteraksi satu sama lain demi menjalankan kegiatan tersebut untuk menunjang suatu kesejahteraan bagi masyarakat desa.

Melakukan perjalanan wisata merupakan salah satu aktivitas populer yang dilakukan oleh manusia. Melakukan perjalanan wisata manusia dapat menikmati keindahan yang ada di penjuru dunia. Dalam ajaran Agama Islam, terdapat ayat Alquran yang menganjurkan kita untuk melakukan perjalan agar kita dapat melihat apa saja yang ada di bumi ini, dalam QS. Al-An'am [6]: 11.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ

Terjemahannya:

Katakanlah (Muhammad), “jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.”¹

Kabupaten Pinrang adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan. Kabupaten ini terbagi atas 12 kecamatan 39 kelurahan dan 65 desa salah satunya adalah Desa Malimpung. Desa Malimpung adalah desa yang terletak di Kecamatan Patampanua dengan potensi pengembangan wisata yang sangat banyak, sehingga dapat dijadikan salah satu upaya dalam meningkatkan perekonomian baik bagi Desa Malimpung sendiri maupun bagi para penduduk desa.

Desa Wisata Malimpung merupakan salah satu upaya pemerintah desa meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). Desa Wisata Malimpung ini merupakan sebuah program kerja pemerintah desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) *Ballopa* Desa Malimpung. Rencana pengembangan potensi-potensi wisata yang ada di Desa Malimpung untuk mewujudkan program kerja tersebut. Dalam mamajukan sebuah pedesaan, pembangunan tentu perlu direncanakan sesuai dengan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh seorang ilmuwan Everett M Rogers pada tahun 1995. Adapun beberapa potensi-potensi wisata yang menjadi acuan dalam pengembangan desa wisata yang dimaksud adalah yang pertama, Waduk atau Embung Maridi yang merupakan sebuah embung yang alami tanpa adanya campur tangan dari manusia serta lokasinya yang berbatasan dengan hutan lindung. Embung Maridi ini dijadikan sebagai tempat wisata pemancingan dengan jumlah ikan tawar yang berukuran besar dan bnyak. Terdapat sebuah Masjid yang indah dengan *background* persawahan asli yang terbentang luas dengan jarak pandang yang di akhiri pula dengan pegunungan-pegunungan dari Kabupaten Enrekang dan akan sangat indah jika dipandang pada sore hari saat matahari akan terbenam.

Kedua, sebuah tanah lapang milik pemerintah desa yang dikelola oleh BUMDes dan bekerjasama langsung oleh organisasi Barisan Pemuda Malimpung

¹Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an & Terjemahannya*(Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang: 2002

(BPM) menjadi sebuah Arena Sirkuit BPM atau arena balap motor trail. Hal ini juga merupakan salah satu program unggulan Desa Malimpung dalam mengembangkan bakat-bakat pemuda dalam ilmu perbengkelan.

Ketiga, *Sao Raja* dan *Sao Dare'*, *Saoraja* merupakan rumah yang menjadi tempat tinggal *Arung* Malimpung (Bangsawan Malimpung) rumah ini sering kali dijadikan sebagai tempat acara adat istiadat tradisional yang masih kental di Desa Malimpung, contohnya adalah *Mappadendang* atau pesta panen. Sedangkan *Sao Dare'* merupakan sebuah wisata kuliner yang memiliki berbagai spot-spot foto yang tidak kalah keren dengan wisata kuliner lainnya.

Keempat, Hutan Lindung *Bulu Paggalacangan* dan *Bulu Kamiri*, kedua hutan lindung ini tentunya juga menjadi salah satu potensi pengembangan wisata bagi mereka yang menyukai petualangan atau hanya sekedar *camping*. Kedua hutan ini juga pernah dijelajahi langsung oleh para pecinta motor trail dalam acara “JELMA PERKASA” atau Jelajah Alam Malimpung Perkasa dengan peserta yang berjumlah ribuan orang yang berasal dari berbagai daerah tentunya, bahkan ada yang berasal dari luar Sulawesi Selatan.

Berbagi inovasi terbaru terus hadir seiring berkembangnya zaman dan teknologi. Inovasi yang baru pun harus diimbangi dengan kemampuan berkomunikasi yang baik dan memiliki prinsip-prinsip tertentu. Kemampuan yang baik dalam berkomunikasi akan berpengaruh terhadap upaya pengembangan dan pengadopsian inovasi-inovasi baru dalam mengembangkan desa wisata yang tidak akan berkembang jika tidak tersebar dan diterima oleh khalayak. Difusi inovasi memiliki lima tahapan yaitu, tahap munculnya pengetahuan, tahap persuasi, tahap pengambilan keputusan, tahap pelaksanaan atau implementasi, dan tahap konfirmasi. Lima tahapan difusi inovasi ini merupakan suatu hal yang perlu diketahui dalam proses pengembangan desa wisata di Malimpung.

Era digital seperti sekarang ini mempermudah setiap orang dalam melakukan interaksi sosial terutama dalam proses penyebaran informasi. Pemerintah Desa

Malimpung memanfaatkan kecanggihan digital untuk menyebarluaskan informasi yang terkait dengan pengembangan desa wisata. Penyebaran informasi tentu saja memerlukan sebuah strategi seperti pemanfaatan media dalam hal ini proses penyebarluasan informasi melalui media sosial maupun media lainnya. Pemanfaatan media dalam mendifusikan sebuah inovasi tentunya memerlukan strategi seperti model komunikasi yang telah di kemukakan oleh ilmuan Harold Laswell pada tahun 1948.

Pengembangan Desa Wisata Malimpung ini tentu memerlukan strategi dalam upaya pengembangannya. Strategi yang dimaksud disini adalah Strategi Komunikasi, dimana komunikasi merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam pengembangan suatu desa. Tujuan strategi komunikasi adalah, Memberitahu (*Announcing*), bertujuan untuk memberitahukan informasi inti dari pesan yang ingin disampaikan guna menarik sasaran, yang nantinya akan memunculkan informasi-informasi pendukung lainnya ke permukaan. Memotivasi (*Motivating*), seseorang melakukan tindakan dimulai dari memotivasi yang ia ciptakan, maka dari itu strategi bertujuan untuk memotivasi seseorang agar melakukan hal berkaitan dengan tujuan atau isi pesan yang hendak disampaikan. Mendidik (*educating*), lebih dari sekedar memberitahu, strategi bertujuan untuk mendidik melalui pesan-pesan yang disampaikan sehingga masyarakat dapat menilai baik buruk atau perlu tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan. Menyebarkan informasi (*informing*), untuk mengefektifkan komunikasi, strategi bertujuan untuk menyebarkan informasi secara spesifik sesuai dengan sasaran atau target komunikasi yang telah ditentukan. Mendukung pembuatan keputusan (*Supporting Decision making*) Strategi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Strategi komunikasi dianggap berhasil apabila terlaksana sesuai dengan perencanaan dan tujuan yang diinginkan oleh komunikator telah tercapai.²

² Muhammad Hanif Ahda, Februr Rozi, *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang*, Jurnal JOCS, Vol. 1, No. 1, 2022, h. 17

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.³ Strategi pemerintah desa dalam upaya meningkatkan PADes atau Pendapatan Asli Desa khususnya di Desa Malimpung adalah dengan mendukung adanya objek-objek wisata yang memiliki potensi-potensi dan juga merupakan kekayaan asli yang dimiliki Desa Malimpung.

Proses menyusun strategi komunikasi ada enam langkah yaitu langkah pertama adalah, menentukan khlayak sasaran yang akan menerima informasi. Setelah menentukan sasaran dan menetapkan tujuan/*goals* dari informasi yang akan disampaikan. Langkah kedua adalah mengumpulkan dan menganalisis data, isu terkini terkait informasi yang akan disampaikan, dan sumber data tersebut. Kemudian langkah ketiga melakukan pemetaan informasi berdasarkan data pada langkah kedua dan menentukan media apa yang akan digunakan. Langkah keempat yaitu akan membuat program komunikasi strategi setiap triwulan yang kemudian dituangkan dalam perencanaan-perencanaan komunikasi kreatif. Langkah kelima adalah melaksanakan program yang sudah disusun seperti pada langkah keempat. Sedangkan untuk mengetahui tercapai atau tidak program yang disusun makaperlu dilakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan program yang sudah disusun.⁴

Pengembangan desa wisata di Desa Malimpung dalam hal ini strategi komunikasi tentunya sangat penting, dilihat dari tujuan strategi komunikasi seperti, Memberitahu (*Announcing*) memberitahukan kepada khalayak bahwa di Desa Malimpung terdapat beberapa objek wisata yang patut untuk di kunjungi. Memotivasi masyarakat Desa Malimpung untuk mendukung pengembangan objek-objek wisata yang ada. Mendidik (*educating*) memberikan pemahaman terhadap masyarakat tentang bagaimana proses pengembangan lokasata ini. Menyebarkan informasi mengenai pengembangan lokasata, memberikan informasi kepada khalayak bahwa Desa Malimpung sudah bisa dikategorikan sebagai desa wisata.

³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1983), h.32

⁴ Yuliana, *Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi*, Jurnal Sudut Pandang, Vol. 2, No. 5, 2021, h.3

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tahapan proses difusi inovasi dalam pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang?
2. Bagaimana penggunaan media komunikasi dalam melakukan proses difusi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana tahapan proses difusi inovasi dalam pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang.
2. Untuk mengetahui bagaimana penggunaan media komunikasi dalam melakukan proses difusi.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi yang ingin lebih mengetahui proses difusi inovasi dalam pengembangan suatu desa terutama desa wisata.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bacaan yang bermanfaat bagi orang yang ingin mengetahui bagaimana difusi inovasi Pemerintah Desa Malimpung dalam upaya pengembangan objek wisata di Desa Malimpung.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu komunikasi terutama dalam difusi inovasi.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, sumber kepustakaan yang penulis gunakan terdiri dari beberapa referensi yang dijadikan sebagai bahan acuan yang berhubungan dengan skripsi yang akan penulis teliti di antaranya ada beberapa penelitian terdahulu seperti:

Ngaisah dalam penelitiannya yang berjudul “*Komunikasi Pembangunan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Difusi Inovasi dalam Mengembangkan Wisata Pegunungan Desa Melung*”⁵ Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses difusi inovasi BUMDes dalam pengembangan Wisata Pagubungan serta menganalisis faktor pendukung dan penghambatnya dalam proses pembangunan wisata.

Dari penelitian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi kesamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses difusi inovasi. Perbedaannya terletak pada apa yang menjadi objek penelitian, Ngaisah meneliti mengenai proses difusi inovasi serta menganalisis faktor pendukung dan penghambatnya, sedangkan penulis akan meneliti bagaimana proses difusi inovasi dan menganalisis strategi komunikasi terutama dalam strategi penggunaan media dalam pengembangan Desa Wisata Malimpung.

Ahmad Roihan, dalam penelitiannya yang berjudul “*Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Desa Wisata Terhadap Adopsi Inovasi Pengelolaan Potensi Wisata Studi pada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Peserta Pelatihan Desa Wisata*” penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan besaran efektivitas

⁵Ngaisah, *Komunikasi Pembangunan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Difusi Inovasi dalam Mengembangkan Wisata Pegunungan Desa Melung*, (Universitas Jenderal Soedirman, 2021)

komunikasi penyuluhan desa wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata serta pengaruhnya terhadap adopsi inovasi pengelolaan potensi wisata. Teori yang diuji dalam penelitian ini yaitu teori Difusi Inovasi.⁶

Dari penelitian tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa yang menjadi persamaan adalah sama-sama menggunakan teori Evert M Rogers yang dikemukakan pada tahun 1995, yaitu teori difusi inovasi. Perbedaannya adalah Ahmad Roihan meneliti menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif dengan tujuan penelitian untuk menjelaskan besaran efektifitas komunikasi penyuluhan serta bagaimana pengaruhnya terhadap adopsi inovasi. sedangkan penulis ingin meneliti mengenai difusi inovasi serta strategi komunikasi penggunaan media dalam pengembangan desa wisata di Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang.

Mohammad Rizky Adhe Nugraha dalam penelitiannya yang berjudul “*Inovasi Promosi Online Sebagai Strategi Branding Wisata Air Terjun Lider Studi Deskriptif di Dusun Lider, Desa Sumberarum, Kecamatan Songgon, Kabupaten Banyuwangi*” penelitian ini berfokus pada ide yang dilakukan oleh pokdarwis Lider guna mengembangkan wisata air terjun Lider. Ide inovasi diimplementasikan melalui kegiatan promosi via media online. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan melalui keabsahan data dengan teknik triangulasi. Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi yang ditawarkan oleh Everett M.Rogers⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Rezky Adhe Nugraha memiliki kesamaan dalam penelitian yang penulis lakukan mulai dari metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif hingga pada teori yang

⁶Ahmad Roihan, *Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Desa Wisata Terhadap Adopsi Inovasi Pengelolaan Potensi Wisata Studi pada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Peserta Pelatihan Desa Wisata Studi Pada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Peserta Pelatihan Desa Wisata*, (Lampung: Universitas Lampung, 2017)

⁷ Mohammad Rezky Adhe Nugraha, *Inovasi Promosi Online Sebagai Strategi Branding Wisata Air Terjun Lider Studi Deskriptif di Dusun Lider, Desa Sumberarum, Kecamatan Songgon, Kabupaten Banyuwangi*, (Jember: Universitas Jember, 2021)

digunakan juga sama menggunakan teori difusi inovasi yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers, yang menjadi pembedanya adalah Mohammad Rizky Adhe Nugraha meneliti mengenai inovasi promosi online sebagai branding wisata air terjun dengan ini, penulis dapat simpulkan bahwa penelitian tersebut terkhusus meneliti media online dalam branding wisata air terjun sedangkan penulis meneliti terkait difusi inovasi dalam mengembangkan desa wisata yang tidak menutup kemungkinan ada banyak cara pemerintah desa dalam mengembangkan desa wisata menggunakan difusi inovasi.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Difusi Inovasi

Penyampaian suatu pesan untuk mempengaruhi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan umumnya menggunakan teori Difusi Inovasi. Teori Difusi Inovasi dikemukakan oleh Rogers yang mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu maka akan mampu mempengaruhi para anggota suatu sistem sosial. Penerapan difusi inovasi perlu memperhatikan teknik komunikasi yang digunakan, cara pendekatan kepada sasaran, saluran yang dipergunakan dan materi yang disampaikan. Sehingga proses penyampaian atau penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna merubah perilakunya.⁸ Teori difusi inovasi ini digunakan untuk menentukan variabel strategi komunikasi yang digunakan pemerintah desa dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak, sehingga apa yang ingin disampaikan mampu diterima dengan baik.

Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru, sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses

⁸Bagus Ade Tegar Prabawa, *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian Dengan Perilaku Petani Jahe Subak Sarwa Ada Desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar*, (Bandung: Nilacakra, 2020),h.34

dimana para pelakunya menciptakan informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama. Sedangkan inovasi adalah suatu ide, karya atau objek yang dianggap serta dirasakan oleh anggota suatu sistem sosial yang menentukan tingkat adopsi, tingkat adopsi meliputi keuntungan yang relatif, kesesuaian, kerumitan, kemungkinan dicoba, dan kemungkinan diminati. Everett M Rogers dan Floyd G. Shoemaker mengemukakan bahwa teori difusi inovasi dalam prosesnya ada empat tahap, yaitu:

- a. Pengetahuan: kesadaran individu akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi.
- b. Persuasi: individu membentuk sikapsetuju atau tidak setuju terhadap inovasi
- c. Keputusan: individu melibatkan diripada aktivitas yang mengarah pada pilihan untuk menerima atau menolak inovasi.
- d. Konfirmasi: individu mencari penguatan (dukungan) terhadap keputusan yang telah dibuatnya, tapi ia mungkin berbalik keputusan jika ia memperoleh isi pernyataan-pernyataan yang bertentangan.⁹

Teori difusi inovasi pertama kali dikemukakan oleh E.M. Rogers pada tahun 1962, teori tersebut berasal dari komunikasi untuk menjelaskan bagaimana dari waktu ke waktu sebuah idea tau produk memperoleh momentum dan berdifusi atau menyebar. E.M Roges menyebutkan ada lima tahapan bagi individu yaitu, Pengetahuan, Persuasi, keputusan, Implementasi dan konfirmasi.¹⁰ Setiap tahap dalam proses ini memiliki potensi bagi individu untuk menolak atau menggunakan inovasi, karena dengan cara bertahap akan mengurangi ketidakpastian terkait dengan ide-ide yang dianggap baru.

⁹ Kharisma Ayu Febriana, Yulianto Budi Setiawan, *Komunikasi Dalam Difusi Inovasi Kerajinan Eceng Gondok di Desa Tuntang, Kabupaten Semarang*, Jurnal *The Messenger*, Vol.8, No. 1, 2016, h. 17

¹⁰Roni priyanda, dkk, *Difusi Inovasi Pendidikan*, (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2023) h.2

2. Teori Harold D'Laswell

Strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi yang dimaksud adalah menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya, strategi juga merupakan keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai suatu tujuan. Dalam merumuskan suatu strategi komunikasi, maka diperlukan merumuskan suatu tujuan yang jelas serta memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton, menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Definisi strategi komunikasi tersebut sejalan dengan Model Komunikasi Lasswell yang dicetuskan pada tahun 1948 berupa ungkapan verbal, yaitu *Who, says what, in which Channel, to Whom and With What Effect?* Model ini dikembangkan Harold Lasswell yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Lasswell menyebutkan 3 Fungsi komunikasi yaitu yang pertama, pengawasan lingkungan mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan; kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat dalam merespon lingkungan; dan yang ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya.¹¹ Fungsi komunikasi yang disebutkan lasswell ini membuktikan bahwa komunikasi merupakan hal utama dalam mengembangkan suatu desa.

¹¹Saleha Rodiah, Pawit M. Yusup, *Strategi Komunikasi Dalam Pengembangan Desa Agro Wisata di Kabupaten Pangadara*, Journal Signal 6 (2) , 2018 h.3-4

C. Tinjauan Konseptual

1. Difusi Inovasi

Difusi inovasi menurut Evert M Rogers pada tahun 1995 mendefinisikan difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem atau komunitas sosial.¹² Difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial, yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi dari suatu sistem sosial.

Inovasi didefinisikan sebagai suatu ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya. Jika sebuah ide tampak baru bagi individu atau perorangan, hal tersebut adalah suatu inovasi, terlepas dari kebaruan yang sebenarnya yang mungkin tidak dirasakan oleh individu atau orang lain. Tingkat adopsi suatu inovasi tergantung pada karakteristiknya.

Terdapat lima atribut inovasi, yaitu:

1. Keunggulan atau keuntungan relatif
2. Kompatibilitas
3. Kompleksitas
4. Kemampuan uji coba
5. Dapat diamati.

Difusi inovasi adalah suatu proses penyebaran serapan ide-ide atau hal-hal yang baru (inovasi) yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus-menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurung waktu ke kurung waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari suatu sistem sosial.

¹²Nurul Huda, dkk, *Pariwisata Syariah (Sebuah Pendekatan Teoritis dan Riset)*, (Jakarta: Kencana, 2021)h. 87

Menurut Rogers (1995) dalam proses difusi inovasi terdapat empat elemen pokok, yaitu: suatu inovasi (*innovation*), dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu (*communicated through certain channels*), dalam jangka waktu (*over the time*) dan terjadi di antara anggota-anggota suatu sistem sosial (*among the members of a social system*).

Mengingat bahwa keputusan untuk menyerap dan mengadopsi inovasi tersebut tidak bersifat otoritatif atau lebih kepada keputusan kolektif, maka setiap anggota sistem sosial menghadapi keputusan inovasinya sendiri dan mengikuti lima proses berikut, yaitu:

1. Pengetahuan (*knowledge*), yaitu seseorang menjadi sadar terhadap suatu inovasi dan memiliki beberapa gagasan tentang bagaimana fungsi dan kegunaannya;
2. Persuasi (*persuasion*), yaitu seseorang membentuk sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap suatu inovasi;
3. Keputusan (*decision*), yaitu setiap orang atau individu terlibat dalam kegiatan yang mengarah pada pilihan untuk mengadopsi atau menolak suatu inovasi;
4. Implementasi (*implementation*), yaitu ketika seseorang atau individu menggunakan dan menerapkan suatu inovasi;
5. Konfirmasi (*confirmation*), yaitu ketika seseorang mengevaluasi hasil keputusan inovasi yang sudah dibuat (Rogers, 1995).

2. Strategi Komunikasi Penggunaan Media

Komunikasi adalah proses dimana komunikator atau dalam hal ini adalah yang menyampaikan pesan kepada seorang komunikan atau si penerima pesan. Proses komunikasi ini tentu saja telah diketahui oleh semua orang, dimana komunikasi sangat berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Pesan yang disampaikan dapat berupa isi pikiran atau gagasan, informasi dan opini. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai pertukaran ide-ide, komunikasi merupakan proses komunikator menyampaikan pesan dan kemudian pesan tersebut dapat diterima oleh komunikan.

Strategi komunikasi pada dasarnya merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) guna mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi harus memperlihatkan strategi operasionalnya, tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memperlihatkan arah. Oleh karena itu berdasarkan gambaran secara teori tersebut, supaya komunikator pada ketika berkomunikasi harus mampu menciptakan taktik komunikasi terlebih dahulu supaya pesan yang disampaikan mampu mencapai sasaran komunikasi yang diinginkan. Komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan berbentuk simbol atau kode dari satu pihak kepada pihak yang lain dengan dampak untuk membarui sikap, atau jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau sasaran. R Wayne Pace, Brent D. Paterson, dan M. Dallas Burnet dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication*, menjelaskan tujuan sentral dari strategi komunikasi terdiri atas tiga, yaitu:

- a. *To secure understanding,*
- b. *To establish acceptance,*
- c. *To motivate action to secure understanding.*

Tujuan pertama strategi komunikasi adalah memastikan bahwa komunikan paham terhadap pesan yang ia terima. Ketika komunikan sudah paham maka penerimanya itu mesti dibina agar pesan bukan hanya dipahami juga diterima sebagai salah satu cara yang dianggap baik (*to establish acceptance*). Setelah itu, aktivitas komunikasi bertujuan untuk memberi motivasi untuk mengubah perilaku (*to motivate action*). Oleh karena itu, strategi komunikasi adalah keseluruhan perencanaan, dari membangun pemahaman, sikap, dan perubahan perilaku secara holistik dan sistematis.¹³ Tujuan strategi komunikasi ini tidak lain adalah agar pesan yang disampaikan mampu diterima dengan baik dan apa yang ingin disampaikan mencapai tujuan dari komunikasi yang dilakukan.

¹³ Asriwati, *Strategi Komunikasi yang Efektif: Communication For Behavioral Impact (COMBI) dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*, (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2021)h.5

Ulasan tersebut disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu perencanaan komunikasi yang bertujuan sebagai petunjuk atau peta jalan dalam melakukan sebuah perubahan yang arah dan tujuan dari komunikasi tersebut jelas dan mudah dipahami. Dalam hal ini perencanaan komunikasi tersebut memiliki tujuan yang harus dicapai dengan memotivasi sang penerima pesan atau komunikan agar mampu merubah sikap ataupun perilakunya agar tujuan dari strategi komunikasi tersebut dapat dicapai dengan baik. Strategi komunikasi tentu sangat penting dan berpengaruh terhadap perkembangan objek wisata, dimana komunikator harus mampu menciptakan sebuah taktik komunikasi, dan juga memperhitungkan kondisi si penerima pesan agar pesan yang ingin disampaikan tertelaah dengan baik.

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi, kita perlu memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Oleh karena itu kita perlu memperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor pendukung dan penghambatnya seperti komunikan sebagai sasaran komunikasi, media, pesana dan komunikator.

a) Mengenal Sasaran Komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi, hal ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif atau intruktif).¹⁴ Sasaran komunikasi tentunya sangat berpengaruh terhadap proses komunikasi yang akan dilancarkan. Seperti yang diketahui bahwa tujuan komunikasi adalah menghibur, memberikan informasi, dan mendidik, dengan tujuan tersebut berdampak pada peningkatan pengetahuan (kognitif), membangun kesadaran (sikap) dan mengubah perilaku (psikomotorik seseorang atau masyarakat dalam suatu proses komunikasi).¹⁵

¹⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1995) h. 35

¹⁵ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi* (Yogyakarta: Medpress, 2009) h. 13

Apa pun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperhatikan beberapa faktor seperti:

1) Faktor kerangka referensi

Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan sebagainya. Kerangka referensi seseorang akan berbeda dengan orang lain. Dalam situasi antarpersonal mudah untuk mengenal kerangka referensi komunikan karena hanya satu orang. Hal sulit untuk mengenali kerangka referensi komunikan adalah dalam komunikasi kelompok, karena ada kelompok yang individunya sudah dikenali seperti kelompok karyawan atau kelompok perwira, ada juga yang tidak dikenal seperti pengunjung, yang lebih sulit lagi mengenal kerangka referensi para komunikan dalam komunikasi massa sebab sifatnya sangat heterogen. Oleh karena itu, pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya yang bersifat informatif dan umum, yang dapat dimengerti oleh semua orang mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang.

2) Faktor Situasi dan Kondisi

Faktor situasi yang dimaksud disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilakukan. Hambatan komunikasi yang datang tiba-tiba bisa berupa berbagai macam sehingga komunikan merasa terganggu karena ada sesuatu yang menarik perhatiannya. Hal ini tentu dapat diatasi dengan cara mempercepat proses penyampaian pesan yang disertai dengan suara keras, atau dengan cara menghentikan penyampaian pesan sebentar sampai komunikan kembali menaruh perhatiannya kepada komunikator. Kondisi yang dimaksud disini yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikan dalam keadaan emosi yang tidak terkontrol seperti sedang marah, bingung, sakit atau lapar.

Menghadapi komunikasi seperti ini komunikasor harus mampu memahami seperti apa kondisi komunikasi, sehingga komunikasi dapat dijalankan dengan baik.¹⁶

Kedua faktor tersebut dapat disimpulkan bahwa sebelum menyampaikan pesan, komunikator perlu memahami faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi proses komunikasi agar sebelum pesan disampaikan komunikator harus siap menghadapinya atau menghindari sesuatu yang dapat mempengaruhi proses penyampaian pesan. Hal ini tentu agar pesan yang ingin disampaikan bisa dipahami dan ditelaah dengan baik oleh khalayak.

b) Pemilihan media Komunikasi

Kriteria pemilihan media bersumber dari konsep bahwa media merupakan bagian dari sistem intruksional secara menyeluruh, kriteria yang patut diperhatikan dalam memilih media, yaitu:

- 1) Sesuai dengan tujuan yang dicapai.
- 2) Tepat untuk mendukung materi yang sifatnya konsep, prinsip ataupun fakta.
- 3) Paktis, luwes dan tahan lama.
- 4) Pemakai menguasai cara pemahamannya.
- 5) Sesuai dengan kelompok sasaran.
- 6) Media yang dipilih cukup lengkap.
- 7) Apabila menggunakan media dengan suara, harus disesuaikan dengan suara aslinya.
- 8) Media yang dipilih disesuaikan dengan waktu yang tersedia.¹⁷

Dalam hal pemilihan media komunikasi, kita perlu memahami delapan kriteria tersebut, agar media yang kita pilih akan mampu mengarahkan kita kepada tujuan yang ingin dicapai.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1995) h. 36

¹⁷ Masayu Nurhayati, *Buku Ajar Media Komunikasi*, (Lombok: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2021) h. 20

Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan.¹⁸ Media yang dimaksud adalah media apa saja yang ingin digunakan dalam menyampaikan pesan seperti, media cetak atau tulisan, radio maupun televisi. Pemilihan media ini bisa dilakukan dengan menyesuaikan audiens mana yang akan ditunjukkan seperti misalnya anak muda bisa menggunakan media massa dalam hal ini instagram, Facebook Whatsapp ataupun media massa lainnya.

c) Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

De Vito menyebutkan bahwa tujuan dari komunikasi persuasif adalah memperkuat kegiatan komunikasi yang sedang berlangsung dengan cara penyampaian ilustrasi serta menampilkan informasi kepada audience.¹⁹ Pesan yang disampaikan oleh komunikator merupakan ide atau perpaduan antara pikiran dan perasaan, tujuan komunikasipersuasif ini tidak lain adalah untuk mengubah sikap, perilaku maupun pendapat orang lain.

Pesan komunikasi harus menentukan teknik yang akan diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Hal terpentingnya adalah apapun tekniknya, komunikasi harus mengerti pesan komunikasi apa yang disampaikan. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang digunakan bisa berbagai macam.²⁰ Pesan komunikasi tentunya mempunyai tujuan tertentu, komunikasi mampu berjalan dengan baik apabila Komunikator mampu membuat komunikasi memahami arah mana tujuan pesan ini di sampaikan. Tanpa adanya tujuan maka pesan komunikasi bisa saja diluar dari apa yang ingin disampikan. Hal ini tentu saja bisa membuat komunikasi tidak bisa memahami untuk apa pesan komunikasi ini di sampaikan.

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1995) h. 37

¹⁹ Bambang D. Prasetyo, Nurfiani S. Febriani, *Strategi Branding Teori dan Prespektif Komunikasi dalam Bisnis*, (Malang: UB Press, 2020) h.230

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1995) h. 37

d) Peranan komunikator dalam komunikasi

Peranan komunikator dalam komunikasi yakni ada pada daya tarik dan kredibilitas²¹ komunikator harus mampu memperlihatkan daya tarik dan kredibilitasnya agar khalayak tertarik untuk mendengarkan apa yang ingin disampaikan dan pesan apa yang akan disampaikan, sehingga tujuan dari komunikasi itu dilakukan dapat terpenuhi dengan baik.

Faktor penting yang ada pada diri komunikator bila melakukan komunikasi yaitu pertama, daya tarik sumber, seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Kedua, kredibilitas sumber, kepercayaan komunikan terhadap komunikator. Kepercayaan ini bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Sebagai contoh seorang dokter akan mendapat kepercayaan jika ia menerangkan mengenai kesehatan.²² Seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empati, yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksi dirinya kepada peranan orang lain atau mampu merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain.

Komunikasi merupakan suatu hal yang penting dalam hal pemasaran. Komunikasi pemasaran harus mampu menyampaikan pesan dan memotivasi target pelanggan dengan cara memberi pengetahuan tentang kebutuhan. Oleh karena itu dibutuhkan perencanaan dan strategi komunikasi yang baik untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Dalam hal komunikasi, strategi erat kaitannya dengan sumber daya komunikasi yang yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Sedangkan strategi komunikasi pemasaran yang dikenal dengan istilah *Marketing Communication* yang unsur-unsurnya terdapat penjualan (*Selling*), periklanan (*Advertising*), Promosi

²¹Yossita Wisman, *Komunikasi Efektif dalam Dunia Pendidikan*, Jurnal Nomosleca Vol.3 No. 2, 2017h. 650

²² Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1995) h.38-39

penjualan, pemasaran langsung, *Publicity* dan *Publick Relation*, *Sponsorship*, kemasan *Eksibishi*, *Point of Sale and Merchandise*, mulut ke mulut, *e-marketing*, dan identitas perusahaan.²³ Komunikator juga harus mampu membuat orang memiliki perhatian terhadap suatu produk, dengan cara bagaimana mengubah pengetahuan seseorang tentang produk yang ingin dipromosikan.

Dalam strategi komunikasi pemasaran, target utamanya adalah *pertama*, bagaimana membuat orang sadar bahwa dia memerlukan suatu produk, jasa atau nilai, yang *kedua* adalah bagaimana kesadaran itu menjadi perhatian terhadap suatu produk, jasa atau nilai dan apabila perhatian sudah terbangun, maka target terpentingnya adalah agar orang loyal untuk membeli produk, jasa, atau nilai itu.²⁴ komunikator harus mampu membuat orang sadar terhadap kebutuhannya, maka komunikator harus mengomunikasikan suatu pengetahuan yang diperlukan orang agar mereka memiliki kesadaran bahwa mereka memerlukan suatu produk.

Strategi komunikasi dilakukan dengan menggunakan bahasa yang mudah di pahami oleh kedua belah pihak. Pengembangan pariwisata merupakan salah satu program unggulan pembangunan daerah. Pembangunan kepariwisataan ini di rencanakan dan dikelola berbasis bermasyarakat yang berkelanjutan, mampu memberikan kontribusi bagi Pendapatan Asli Desa (PAD) dan menciptakan lapangan kerja.²⁵ Agar strategi komunikasi berhasil, pesan yang disampaikan oleh komunikator harus jelas dan lengkap sehingga komunikasi yang dilakukan mendapat perhatian dan mampu dipahami oleh komunikator.

²³ Sumiyati, Lilik Mudiyanto, *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pantai Suwuk Kabupaten Kebumen*, Wacana, Vol.17, No. 2. 2018.h. 174

²⁴ Burhan Bungin, *komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*, (Jakarta: Kencana, 2017)h. 62

²⁵ Hepy Kusuma Astuti, *Pemberdayaan Potensi Pariwisata Alam Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, (Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponegoro, 2023) h. 3

3. Desa Wisata Malimpung

Pada masa awalnya wilayah ini dikenal dengan nama *Banua/Wanua* baru setelah perang kemerdekaan berubah nama menjadi Malimpung yang disepakati oleh pemangku adat *Banua* yang disahkan oleh pemerintah.

Kata Malimpung diambil dari bahasa bugis yakni kata "*Malimpu*" yang secara terminologi yang berarti "terkurung" sesuai fakta sejarah bahwa wilayah ini sulit dijangkau oleh pihak luar begitupun sebaliknya. Malimpung merupakan salah satu distrik dibawah kekuasaan kerajaan sawitto yang berada jauh diujung utara pusat kekuasaan kerajaan. Namun, pada versi yang lain menyebutkan bahwa kata Malimpung diambil dari bahasa suku asli Malimpung, Sulili, Banua sendiri yakni "*Mallempong*" yang berarti "berlumpur" yang menggambarkan karakteristik masyarakatnya. Menggambarkan bahwa betapa ulet dan tekunnya Masyarakat atau "*Tau*" Malimpung didalam menjalani kegiatan sehari-hari mereka pada masa itu, dimana hampir keluruhan mereka adalah petani persawahan. Ada juga mengatakan bahwa dikarenakan akses menuju kewilayah ini pada masa dulu harus melewati jalan yang berlumpur.

Distrik Malimpung dipimpin oleh seorang "*Arung*" (Bangsawan satu tingkat dibawah Datu') yang dipilih/ditunjuk oleh Datu' atau Raja Sawitto. Distrik Malimpung pada awalnya mempunyai wilayah kekuasaan meliputi wilayah Banua itu sendiri sebagai pusat pemerintah dengan wilayah Patallimpo serta wilayah Banga/Padang. Letak Geografis dan keadaan penduduk, Desa Malimpung masih tergolong Desa Tertinggal, walupun demikian dari desa ini banyak lahir Putra dan Putri Bangsa yang menjadi Tokoh Nasional.

Visi pembanungan Desa Malimpung merupakan gambaran kesuksesan yang ingin dicapai enam tahun kedepan yang disusun dengan memperhatikan Visi RPJPD Kabupaten Pinrang, Subtansi RPJMD Kabupaten Pinrang, dinamika lingkungan yang strategis, aspirasi masyarakat dan Pemerintah Desa Malimpung. Kepala Desa

Malimpung merumuskan Visi dan Misi Desa Malimpung dalam periode 2021-2027 sebagai berikut:

a. Visi

“Mewujudkan Masyarakat Malimpung Menuju Masyarakat yang Sejahtera, Aman, Adil Berlandaskan Pancasila, UUD 1945, Bihineka Tunggal Ika dan NKRI yang Diridhoi Allah SWT”

b. Misi

Desa Malimpung mempunyai misi pembangunan dalam jangka waktu 2021-2027 adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan sumber daya manusia
- 2) Meningkatkan pendapatan masyarakat melalui sektor pertanian, perkebunan dan perikanan
- 3) Memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan cepat dan tepat
- 4) Mengelola potensi wisata yang ada di Desa Malimpung
- 5) Peningkatan infrastuktur pedesaan di antara adalah sebagai berikut:
 - a) Jalan Tani
 - b) Jalan Desa
- 6) Memberikan opresional untuk pegawai syara’
- 7) Meningkatkan potensi pemuda di bidang agamaan, olahraga dan kesenian

Desa Wisata Malimpung merupakan hal yang akan penulisteliti mengenai Pengembangan objek wisata di Desa Malimpung. Pengembangan Desa Wisata ini merupakan sebuah program kerja pemerintah desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Ballopa Desa Malimpung. BUMDes Ballopa Desa Malimpung ini memiliki Misi, Mengembangkan BUMDes sebagai lokomotif kegiatan perekonomian dan pemberdayaan masyarakat desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Malimpung dalam mewujudkan kemandirian di berbagai bidang, meningkatkan PADes Malimpung guna meningkatkan pembangunan dan peningkatan pelayanan masyarakat Desa Malimpung. Lokasata

Malimpung raya ini merupakan salah satu upaya pemerintah desa dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan juga Pendapatan Asli Desa atau PADes. Hal yang membuat Desa Malimpung menjadi salah satu yang termasuk Desa Wisata adalah kekayaan alam serta keindahan alam tersendiri. Hal ini yang menjadi produk unggulan dari Desa Malimpung serta pemerintah desa mampu untuk memanfaatkan keindahan alam tersebut, diantaranya seperti:

a. Waduk atau Embung *Maridi*

Waduk atau embung *Maridi* ini dimanfaatkan oleh pemerintah desa sebagai lokasi wisata yang utama, dimana keunggulan dari Embung *Maridi* ini adalah perairan yang murni tanpa adanya campur tangan oleh manusia. Selain daripada itu, Embung *Maridi* ini juga dipadukan dengan nuansa alam yang indah, dimana dikelilingi oleh hutan lindung yang masih terjaga kelestariannya, dan lokasinya yang berada dipinggir jalan poros yang menghubungkan Kabupaten Pinrang dengan Kabupaten Enrekang. Embung *Maridi* ini memiliki keindahan alam yang tidak kalah keren dengan lokasi wisata-wisata lainnya, tepatnya diseberang jalan poros terdapat Masjid yang megah dengan *background* persawahan yang luas, keindahan ini tentunya bisa di lihat terutama pada sore hari, pada saat matahari akan terbenam.

b. Arena Sirkuit BPM (Barisan Pemuda Malimpung)

Arena sirkuit ini merupakan hal yang dapat menunjang perkembangan desa wisata di Desa Malimpung. Dimana arena sirkuit BPM ini tentunya menampilkan pembalap moto cross atau trail. Sirkuit ini juga menjadi pengembangan bakat anak muda di Desa Malimpung dalam hal Perbengkelan. Hal yang menjadi unggul dari sirkuit ini adalah peminat balapan motor di Kabupaten Pinrang maupun di luar dari Kabupaten Pinrang terbilang banyak. Sirkuit ini bahkan pernah termasuk dalam agenda series kejuaraan tingkat daerah (kajurda) Sulawesi Selatan. Desa Malimpung menjadi tuan rumah dan penyelenggara. Pengunjung dan penontonnya bukan hanya warga Desa

Malimpung saja tentunya ada banyak penonton yang datang dari jauh bahkan diluar dari Provinsi Sulawesi Selatan.

c. *Sao Raja* dan *Sao Dare'*

Sao dalam Bahasa Malimpung adalah Rumah. *Sao Raja* merupakan rumah yang ditinggali oleh *Arung* Malimpung (Bangsawan) rumah ini seringkali menjadi tempat mengadakan acara adat seperti *Mappadendang* atau pesta panen. Sedangkan *Sao Dare'* dimana dalam bahasa Malimpung *Sao* adalah Rumah dan *Dare'* adalah hutan. *Sao dare'* merupakan sebuah rumah kuliner dimana bukan hanya makanannya saja rasanya enak namun *Sao Dare'* juga memiliki berbagai spot-spot foto yang tidak kalah indah.

d. *Bulu Paggalacangan* dan *Bulu Kamiri*

Bulu dalam bahasa Malimpung adalah Gunung, dimana gunung yang dimaksud disini merupakan sebuah hutang lindung yang tentu saja teramat terjaga kelestariannya. Kedua gunung ini juga pernah dijelajahi langsung oleh komunitas trail dalam rangka memperingati ulang tahun komunitas Perkasa dalam acara “JELMA PERKASA” Jelajah Alam Malimpung Perkasa. Dalam acara ini tentunya diikuti oleh ribuan peserta yang berasal dari Sulawesi Selatan maupun dari luar Sulawesi Selatan.

1. Lembaga Pemerintahan

No	Nama	Jabatan
1	Muhammad Sahrir	Kepala Desa
2	Hasbul	Sekretaris Desa
3	Abdul Hamid	Kaur Keuangan
4	Mawar	Kaur Umum
5	Imanuddin	Kaur Perencanaan
6	Hastuti	Kasi Pemerintahan
7	Asriani	Kasi Kesra
8	Rormawati	Kasi Pelayanan
9	Palang Satta	Kepala Dusun Pajalele
10	Annis M.	Kepala Dusun Malimpung
11	Tahiruddin	Kepala Dusun Palita
12	Ballohe Satta, S.H.	Ketua BPD
13	Syahrir S.	Wakil Ketua BPD
14	Hasni Mansyur	Sekretaris BPD
15	Abdul Halim	Anggota BPD
16	Hasanuddin	Anggota BPD
17	Usman	Anggota BPD
18	Samsul Bahri	Anggota BPD

Tabel 2.1 lembaga Pemerintahan

D. Kerangka Pikir

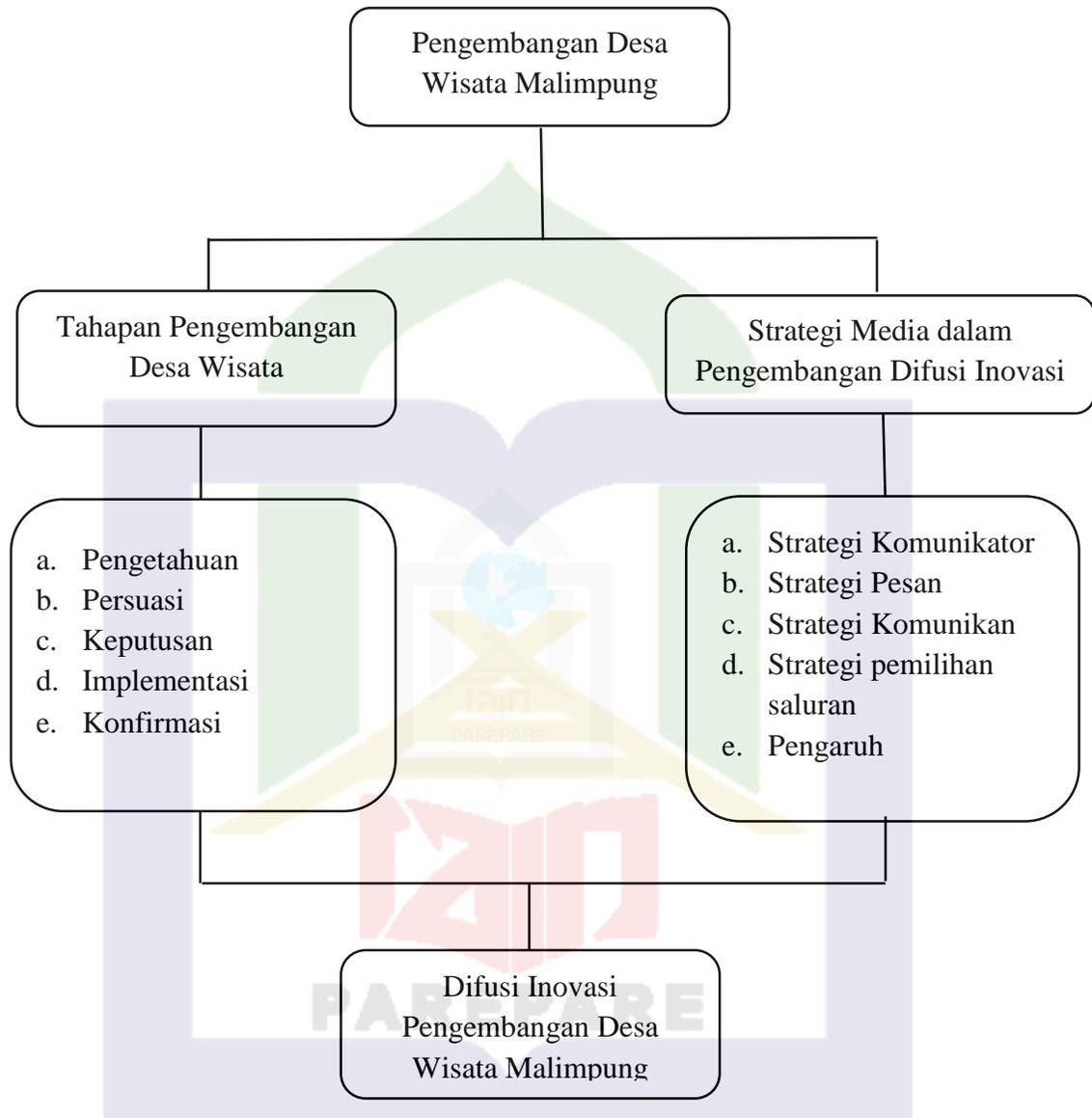
Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Kerangka pikir biasanya dikemukakan dalam bentuk skema atau bagan.²⁶

Tulisan ini mengkaji mengenai Strategi Komunikasi dalam pengembangan Lokasi Desa Wisata di Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang. Dimana potensi desa wisata di Desa Malimpung ini terbilang banyak, yakni Embung *Maridi*, Sirkuit Balap Motor Trail, *Sao Raja* dan *Sao Dare'* dan Hutan *Lindung Bulu Paggalacangan* dan *Bulu Kamiri* dan masih banyak potensi-potensi wisata lainnya.

Bagan Kerangka Pikir, merupakan suatu penjelasan sementara mengenai suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka pikir ini disusun berdasarkan pada apa yang menjadi pokok permasalahan dan apa yang menjadi tujuan dari penulisan ini dibuat. Dalam hal ini penulis memberikan bagan kerangka pikir tentang beberapa variabel dalam penelitian yang akan dilakukan dalam skema sebagai berikut:

²⁶ Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare:Departemen Agama,2013), h.26

Bagan Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan dengan judul yang penulis angkat sebagai bahan penelitian, maka penelitian ini merupakan Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian ilmu sosial yang menganalisis dan mengumpulkan data berupa kata-kata secara tulisan maupun lisan, dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha untuk mengkuantifikasi data kualitatif yang telah diperoleh peneliti dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.²⁷ Penelitian Kualitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada pengamatan suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, yakni penelitian yang bertujuan untuk menerangkan fenomena sosial atau suatu peristiwa. Sehingga penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*), yakni meneliti peristiwa-peristiwa yang ada di lapangan sebagaimana adanya. Hal ini sesuai dengan definisi penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.²⁸ Deskriptif kualitatif menggambarkan suatu fenomena atau fakta-fakta penelitian sesuai dengan apa adanya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang. Penentuan lokasi penelitian ini dipilih dengan alasan mempertimbangkan segi waktu dan jarak yang ditempuh, terhubung karena lokasi penelitian ini merupakan kampung halaman si Penulis, sehingga penulis lebih mudah melakukan penelitian.

²⁷Subana Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 89

²⁸Luxy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Karya, 2004) h. 3.

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan setelah seminar proposal skripsi dan mendapatkan surat izin meneliti yang akan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih tiga bulan.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif adalah batasan masalah, yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum, yang didasari oleh kepentingan urgensi fisabilitas masalah yang akan dipecahkan, selain juga faktor keterbatasan tenaga dan waktu.²⁹ Penelitian yang akan penulis lakukan difokuskan pada divisi inovasi serta strategi komunikasi termasuk media yang digunakan dalam proses pengembangan Desa Wisata Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data digunakan untuk menganalisis masalah yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian kualitatif posisi narasumber sangat penting, bukan sekedar memberi respon, melainkan juga sebagai pemilik informasi, sebagai sumber informasi (*key information*).³⁰ Narasumber menjadi kunci utama dalam penelitian yang akan dilakukan.

Menurut Lofland, sumber data dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lainnya.³¹ Sumber data ialah tempat atau orang dimana data tersebut dapat diperoleh atau segala sesuatu yang dapat memberikan informasi data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua yaitu data Primer dan data sekunder. Adapun sumber data yang penulis pakai pada penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut:

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung : Alfabeta,2014), h. 287

³⁰ Imam Suprayono dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001) h. 134

³¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. I, Jakarta : Rineka Cipta, 2008), h. 169

a. Data primer

Data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³² Sumber data primer adalah sumber yang dapat memberikan informasi secara langsung, serta sumber data tersebut memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang dicari. Dengan demikian, data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber yang pertama berupa hasil dari wawancara langsung dengan direksi, karyawan yang berkaitan dengan pembiayaan perumahan rakyat dalam menggunakan *system profit margin*. Data yang dimaksud adalah data dari hasil wawancara pemerintah desa dan masyarakat ataupun yang bersangkutan dengan penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Lembaga atau institusi tertentu, seperti manager, pengunjung, karyawan dan lain-lain.³³ Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder adalah bukti teoritik yang diperoleh melalui beberapa pustaka yang memiliki relevansi dan bisa menunjang penelitian ini dapat berupa buku, koran, majalah, internet serta sumber data lainnya yang dapat di jadikan sebagai data pelengkap.

E. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian membutuhkan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi yang terkait dengan penelitian yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data pada hakekatnya merupakan cara-cara yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.³⁴ Dalam penelitian nantinya penulis akan menggunakan beberapa pendekatan dalam mengumpulkan data, dimana

³² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (cet. VI, Bandung, Alfabeta, 2010), h. 62

³³ Suryanto dan Bagong, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Pendekatan*, (Ed 2, Cet, 3 : Jakarta Kencana, 2007), h. 55

³⁴ Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan & Tenaga Kependidikan*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2010), h. 262

teknik pengumpulan data tersebut memiliki keterkaitan satu sama lain dan mampu mempermudah penulis dalam melakukan penelitian dan memperoleh data yang benar-benar valid atau benar adanya sesuai dengan fakta-fakta.

1. Observasi

Menurut S. Margono observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Pengamatan dan pencatatan tersebut dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa.³⁵ Observasi merupakan suatu kegiatan mencari data untuk memperjelas suatu penelitian yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan.

Penulis akan melakukan observasi langsung ke lapangan. Observasi (Pengamatan) adalah metode pengumpulan data secara pengamatan langsung dengan menggunakan, penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan, atau kalau perlu dengan pengecapan yang digunakan untuk menghitung data penelitian.³⁶ Observasi yang akan dilakukan penulis yaitu mengamati pada saat proses difusi inovasi berlangsung apa saja yang dilakukan Pemerintah Desa Malimpung dalam upaya pengembangan usahanya dikalangan masyarakat baik itu di Desa Malimpung atau bahkan telah keluar daerah. Penulis melihat secara langsung bagaimana proses pengembangan desa wisata mulai dari pembangunan beberapa objek wisata hingga pada tahapan pengembangan inovasi melalui beberapa ide-ide baru yang dikomunikasikan hingga tahap difusi dilakukan dengan mengembangkan ide tersebut.

2. Interview (Wawancara)

Wawancara adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan narasumber dan memperoleh informasi melalui tanya jawab.

³⁵Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori dan Aplikasi* (Cet.2; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), h.173

³⁶Triantono, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan & tenaga Kependidikan*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2010), h. 267

Wawancara yang dilakukan secara terstruktur yaitu mengendalikan proses wawancara yang sedang berlangsung berdasarkan urutan pertanyaannya, wawancara atau *interview* adalah suatu bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi.³⁷ Menurut Nurul Zuriyah, wawancara adalah alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Adapun hal yang utama dalam wawancara adalah adanya kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dengan sumber informasi (*interview*).³⁸ Wawancara merupakan suatu teknik untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan berhadapan langsung dengan informan untuk mendapatkan data yang di perlukan. Informan yang menjadi target penulis tidak lain adalah pemerintah desa serta masyarakatataupun yang bersangkutan dengan penelitian yang akan penulis lakukan nantinya.

Tabel 3.1 Data Informan

No	Nama	Alamat	Jabatan
1	Hasbul	Malimpung	Sekretaris Desa
2	Abdul Hamid	Malimpung	Bendahara Desa
3	Imamuddin	Dusun Pajalele	Kaur Perencanaan
4	Hastuti	Dusun Pajalele	Kasi Pemerintahan
5	Mawar	Malimpung	Kaur Umum
6	Nengsi Sunarsi	Malimpung	Operator Desa
7	Haslan	Malimpung	Manager Divisi BUMDes
8	Saenal	Malimpung	Wakil Kordinator El-Maridi BUMDes
9	Ummi	Pumalilling	Karyawan Sao Darre Resto & Cafe

³⁷S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 113

³⁸Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, h.179

10	Jumriana	Malimpung	Sekretaris PKK
11	Fikri	Palippi	Masyarakat
12	Nur Syafika	Malimpung	Masyarakat

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat dokumen-dokumen yang bersumber langsung dari Lembaga. Dokumen-dokumen yang dimaksud disini merupakan dokumen yang memiliki keterkaitan erat dengan objek yang penulis akan teliti, agar memperoleh hasil penelitian yang benar dan sesuai dengan fakta bukan hasil dari perkiraan semata. Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga dikemukakan oleh Guba dan Lincoln mengidentifikasikan bahwa dokumen adalah setiap bahan tertulis.³⁹ Dokumentasi dalam penelitian digunakan sebagai pelengkap data yang diperlukan baik berupa dokumen maupun dalam bentuk foto untuk memperkuat hasil penelitian dan juga sebagai bukti bahwa pernah melakukan penelitian dan benar-benar melakukan proses wawancara dengan informan secara langsung. Dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar. Penulis mendapatkan data dokumentasi langsung dari buku profil Desa Malimpung yang didapatkan langsung dari pihak pemerintah desa yaitu sekretaris desa.

³⁹ Barrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Cet.1; Jakarta: Rineka Cipta, 2008),h. 158

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdiri atas uji *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.⁴⁰ Uji keabsahan data ini diuraikan sebagai berikut:

1. Uji Kredibilitas (*credibility*)

Kredibilitas dalam penelitian ini digunakan untuk membuktikan kesesuaian antara hasil pengamatan dan realitas yang terjadi di lapangan. Dalam uji kredibilitas terdapat langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif diantaranya sebagai berikut:

a. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan yang artinya penelitian Kembali ke lapangan untuk melakukan pengamatan, wawancara Kembali dengan sumber data yang telah ditemui maupun yang baru karena bisa jadi data yang telah diperoleh sebelumnya belum sepenuhnya lengkap dan mendalam. Dengan perpanjangan pengamatan ini, peneliti mengecek kembali apakah data yang diberikan selama ini merupakan data yang sudah benar atau tidak. Waktu perpanjangan pengamatan ini dilakukan sangat bergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data.⁴¹ Perpanjangan pengamatan ini dapat dilakukan secara berulang-ulang sampai mendapatkan jawaban dari pertanyaan dari permasalahan yang akan diteliti.

b. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan dengan cara pengamatan yang lebih teliti dan berkesinambungan. Dengan ketekunan pengamatan ini maka, kepastian data yang

⁴⁰ Muhammad Kamal Zubair, dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Parepare: IAIN Paarepare Nusantara press, 2022).

⁴¹ Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 324

diperoleh dari hasil pengamatan, wawancara maupun dokumentasi betul-betul merupakan data yang akurat dan dapat diidentifikasi.

c. Triangulasi

Triangulasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekaligus mengujinya. Ada beberapa jenis triangulasi dalam melakukan penelitian, diantaranya, triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber, untuk menguji kredibilitas data yang telah dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data yang memberikan informasi. Sumber data ini dideskripsikan, dikategorikan mana pendapat yang berbeda, yang sama dan spesifik dari sumber yang dimaksud.

2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik, untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yang dimaksud disini adalah data yang diperoleh dengan wawancara kemudian di cek dengan observasi, kuesioner ataupun dokumentasi. Jika ketiga teknik pengujian data tersebut menghasilkan data yang berbeda maka, penelitian melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data yang bersangkutan atau orang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar menurut pandangan yang berbeda.

3) Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu berarti pengumpulan data dengan waktu yang berbeda, pengumpulan data yang dimaksud disini adalah data-data yang terkait dengan objek penelitian yakni strategi komunikasi pengembangan Lokasata Malimpung Raya di

kalangan masyarakat Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang maupun diluar daerah.

2. Uji *Transferability* (Keteralihan)

Transferability merupakan validitas eksternal pada penelitian kualitatif. Tujuan dari keteralihan ini agar orang lain dapat memahami hasil dari penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, agar penelitian yang akan penulis lakukan mampu membuat orang lain memahami penelitian kualitatif, hingga mampu menerapkan hal tersebut, maka penulis harus memberikan uraian yang jelas, sistematis dan dapat dipercaya terkait tentang strategi komunikasi pengembangan Lokasata Malimpung Raya. Dengan demikian pembaca mengetahui lebih jelas atas hasil penelitian yang telah dilakukan serta memutuskan dapat atau tidak untuk mengaplikasikan hasil tersebut di tempat lain.⁴² Penulis memiliki harapan besar agar apa yang nantinya akan diteliti mampu memberikan pemahaman baru bagi orang lain.

3. Uji *Dependability* (Ketergantungan)

Uji ketergantungan dilakukan dengan cara melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian, mulai dari sumber data, pengumpulan data, analisis data, perkiraan penemuan dan pelaporan. Pemeriksaan ini dilakukan berbagai pihak yang ikut memeriksa proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti, agar temuan peneliti dapat dipertahankan dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Dalam hal ini, penulis nantinya akan melaporkan keseluruhan proses penelitian kepada dosen pembimbing untuk dapat diperiksa kepastiannya.

4. Uji *confirmability* (Kepastian)

Pengujian konfirmabilitas dalam penelitian kualitatif disebut juga dengan uji objektivitas penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila telah disepakati oleh

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, h. 337

banyak orang.⁴³ Konfirmabilitas digunakan untuk menilai proses penelitian, mulai dari pengumpulan data, sampai pada bentuk yang terstruktur dengan baik.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam melakukan suatu penelitian. Dalam penelitian kualitatif analisis data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta di lapangan. Sebagian besar teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber atau informan yang telah dipilih atau dipercayakan untuk mencari informasi yang valid mengenai masalah yang diteliti. Penelitian yang akan penulis lakukan nantinya merupakan penelitian kualitatif maka, analisis data yang diterapkan adalah kualitatif menggunakan model Miles dan Huberman.⁴⁴ Uraian dalam proses analisis data kualitatif perlu ditekankan beberapa tahapan diantaranya sebagai berikut.

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Dalam teknik reduksi data, yang pertama kali dilakukan adalah memilih hal-hal pokok dan hal yang penting mengenai permasalahan dalam penelitian, kemudian membuang data yang dianggap tidak penting. Mereduksi data berarti merangkum, atau memilih hal-hal yang dianggap pokok dari permasalahan yang akan diteliti. Reduksi digunakan untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh, dengan kata lain memilih data-data yang telah dikumpulkan yang tepat digunakan untuk memudahkan dalam menyimpulkan hasil penelitian.⁴⁵ Tahapan reduksi ini dilakukan untuk menelaah secara keseluruhan data yang dihimpun dari lapangan, yaitu strategi

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Research dan Development*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 277

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, Cet. XV).

⁴⁵ Sugiyono, *Metode penelitian Kombinasi*, H. 336

komunikasi pengembangan Lokasata Malimpung Raya, sehingga dapat ditemukan hal-hal dari objek yang diteliti.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data adalah sekumpulan informasi yang telah tersusun rapi dan memberikan kemungkinan untuk penulis dapat menarik suatu kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, melalui analisis data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga lebih mudah untuk dipahami.⁴⁶ Penyajian data harusnya tertata secara rapi dan sederhana dalam penyajian data karena penyajian data bertujuan untuk mempermudah membaca memahami penelitian dan menarik kesimpulan.

c. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari analisis data. Dalam menarik kesimpulan penulis nantinya akan menyajikan data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan. Data yang disimpulkan oleh penulis akan mendapatkan suatu jawaban atas permasalahan pada rumusan masalah dan Tujuan penelitian yaitu bagaimana strategi komunikasi pengembangan desa wisata di Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Tahapan Proses Difusi Inovasi dalam Pengembangan Wisata di Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang

Desa Malimpung merupakan desa yang terletak di Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang, kepadatan penduduknya mencapai 3.160 jiwa yang terdiri dari 1.603 jiwa laki-laki dan 1.557 perempuan dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 914 KK. Pusat pemerintahan Desa Malimpung berada di Malimpung Barat, yang terbagi atas 3 dusun, yaitu Dusun Pajalele, Dusun Malimpung dan Dusun Palita.

Penduduk yang jumlahnya besar akan menjadi satu kekuatan/potensi pembangunan jika potensi sumber daya manusia yang baik. Pertumbuhan penduduk yang tidak stabil setiap tahun, di satu sisi menjadi beban pembangunan karena ruang gerak untuk produktivitas masyarakat semakin rendah, apalagi dengan peningkatan pendidikan yang dapat diciptakan lapangan kerja. Kepadatan penduduk ini akan menjadi nilai positif jika dapat diberdayakan secara baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Semakin tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan terbukti bahwa sudah banyak pemuda dan warga di Desa Malimpung yang melanjutkan pendidikan sampai di perguruan tinggi bahkan ada beberapa diantaranya yang menyandang gelar Sarjana dari berbagai Jurusan.

Desa Malimpung memiliki banyak potensi-potensi objek wisata, hal ini yang menjadi progres Pemerintah Desa lebih bersemangat dalam mengembangkan desa wisata. Pemerintah Desa Malimpung mendaftarkan Desa Malimpung pada Dinas Pariwisata pada tahun 2021 guna sebagai salah satu syarat dalam pengembangan desa wisata. Belum lama ini Desa Malimpung telah menjadi salah satu Desa Wisata di Kabupaten Pinrang. Pembangunan-pembangunan masih dikerjakan hingga saat ini agar misi dari Pemerintahan Desa Malimpung untuk mengelolah potensi-potensi

wisata di Desa Malimpung dapat terwujud dengan Desa Malimpung dikenal sebagai Desa Wisata. Difusi inovasi memiliki 5 tahapan yaitu, pembentukan pengetahuan, persuasi, Keputusan, implementasi dan konfirmasi. Penulis menguraikan tahapan difusi inovasi sesuai dengan hasil wawancara dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut.

1. Tahapan pembentukan pengetahuan

Desa Malimpung memiliki banyak sekali potensi-potensi wisata, hal ini yang mendorong Pemerintah Desa Malimpung untuk menjadikan Desa ini sebagai salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Pinrang. Kelebihan dari desa ini merupakan alam yang indah sehingga hal ini yang menjadi salah satu pemicu Pemerintah Desa dan Masyarakat Desa Malimpung memiliki inovasi dalam membangun lokasi wisata yang kemudian disebar agar dapat diketahui oleh orang-orang yang berada di luar daerah Desa Malimpung. Berikut merupakan pernyataan beberapa informan dari kalangan masyarakat maupun Pemerintah Desa.

“kami memiliki strategi prioritas dalam pembangunan desa, seperti bersifat religius, aman, sejahtera, inovatif serta berbasis IT”⁴⁷

Informan mengatakan bahwa memiliki strategi prioritas dalam membangun desa, seperti bersifat religius yang mengandung makna suatu kondisi dimana masyarakat Desa Malimpung dapat meningkatkan pemahaman ajaran agama dan pengalaman agamanya dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, bersifat sejahtera yang mengandung makna memberikan pemahaman tentang keadaan yang baik, dimana masyarakat dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai, bersifat inovatif dimana kemampuan atau daya upaya sebagai umat manusia untuk menciptakan sebuah produk atau karya yang baru untuk keberlangsungan hidup baik untuk diri sendiri dan lingkungan sosial atau masyarakat yang ada di sekeliling kita, berbasis IT dimana teknologi apapun yang membantu dalam membuat, mengubah,

⁴⁷ Mawar, Kaur Umum Pemerintah Desa Malimpung, 19 Oktober 2022

menyimpan, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi terkait Desa Malimpung.

“memiliki strategi prioritas dalam membangun desa, kami selaku pemerintah desa hanya memanfaatkan fasilitas di desa termasuk sama kekayaan alamnya. Kami berinisiatif mau buat Desa Malimpung menjadi Desa Wisata, makanya kami undang BUMDes dan Masyarakat untuk diskusikan pembangunan desa wisata ini”⁴⁸

Informan mengatakan dengan adanya fasilitas di Desa Malimpung terutama pada kekayaan alamnya, Pemerintah Desa Malimpung menginformasikan kepada Masyarakat untuk mengikuti diskusi pada media tatap muka yang dilakukan untuk mengomunikasikan inovasi baru dalam pengembangan desa.

“beberapa potensi objek wisata di Malimpung ini membuka mata kami selaku Pemerintah dan memiliki ide untuk membangun beberapa objek wisata di Desa Malimpung, seperti yang paling di unggulkan adalah Embung Maridi, dimana Embung Maridi ini merupakan hasil alam sendiri tanpa adanya campur tangan dari manusia, kami hanya membersihkannya saja dan memanfaatkan hasil alamnya. Embung Maridi ini menjadi salah satu inovasi kami dalam mengembangkan Desa Wisata”⁴⁹

Pernyataan dari Informan terkait dengan salah satu ide Pemerintah Desa Malimpung dalam mengembangkan Desa Wisata, salah satunya adalah Embung Maridi yang menjadi inovasi mereka

2. Tahapan persuasi

Pemerintah desa melakukan pendekatan dengan Masyarakat melalui diskusi secara langsung guna membahas bagaimana inovasi tersebut dikembangkan.

“kita ini selaku pemerintah desa waktu itu sedang berdiskusi dengan pihak BUMDes untuk mengajak bekerja sama dengan salah satu masyarakat, masyarakat ini setuju untuk melakukan kerja sama yaitu membangun wisata kuliner. Nah kenapa kami katakan sebagai strategi khusus karena wisata

⁴⁸ Imamuddin, Kaur Perencanaan Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁴⁹Hasbul, Sekertaris Desa Malimpung, Wawancara Oleh Penulis 19 Oktober 2023.

kuliner itu banyak diminati dan waktu itu kita berpikir kalau betulan jadi ini wisata kuliner kita bisa promosikan kalau tempat ini ada di Malimpung makanya orang-orang datang. Kalau *Sao Dare'* ini betulan telah di bangun kita bisa promosi desa Malimpung punya juga tempat makan yang bagus.”⁵⁰

Imamuddin mengatakan bahwa strategi khusus yang dimaksud adalah dengan mengajak salah satu masyarakat untuk bekerja sama terutama yang memiliki potensi lahan yang dijadikan wisata kuliner, disini Imamuddin ingin mengatakan bahwa jika wisata kuliner tersebut benar-benar terwujud maka Desa Malimpung dapat dipromosikan melalui wisata kuliner tersebut yang saat ini bernama *Sao Dare'*. Wisata kuliner ini memang telah banyak berkembang saat ini hingga banyak pengunjung dari luar daerah Malimpung yang datang berkunjung dan menikmati makanan serta pemandangan maupun spot foto yang disediakan disana.

“seperti tadi yang nabilang Imam, kita juga dekati Masyarakat untuk ikut andil dalam pengembangan wisata ini, kita ajak mi juga Masyarakat untuk ikut dalam proses pengembangannya”⁵¹

Hastuti mengatakan bahwa melakukan pendekatan atau persuasi dengan pihak Masyarakat untuk ikut andil dalam proses pengembangan desa wisata ini. Hastuti juga mengatakan bahwa Masyarakat merespon dengan sangat baik ajakan Pemerintah Desa untuk mengembangkan Desa Malimpung sebagai salah satu Desa Wisata di Kabupaten Pinrang.

3. Tahapan Pengambilan Keputusan

Hasbul selaku informan juga mengatakan bahwa selain dari pada Embung maridi masih banyak potensi-potensi objek wisata lainnya yang juga menjadi inovasi dalam pengembangan Desa Wisata ini. Peneliti kemudian menanyakan pengambilan Keputusan seperti apa yang dilakukan dalam pengembangan Desa Wisata.

⁵⁰ Imamuddin, Kaur Perencanaan Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁵¹ Hastuti, Kasi Pemerintahan Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

“dalam bidang pembangunan, pemanfaatan dan pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata, kami melakukan pembangunan Pariwisata terutama pada Embung Maridi”⁵²

Bidang Pembangunan, pemanfaatan dan pemeliharaan terutama pada beberapa potensi wisata yang ada di Desa Malimpung terkhusus Embung *Maridi*, pemerintah mengambil beberapa keputusan untuk melakukan pembangunan langsung seperti membangun masjid dengan nuansa pembangunan yang indah dan memiliki banyak ketertarikan apalagi dipandang pada sore hari.

Penulis juga menanyakan beberapa pertanyaan kepada masyarakat setempat mengenai bagaimana mereka ikut andil dalam pengembangan Desa Wisata di Malimpung ini. Beberapa diantaranya adalah pemuda-pemuda di Desa Malimpung ikut langsung dalam pengembangan desa wisata ini.

”saya sebenarnya cuma mendukung kegiatan pemerintah desa, apalagi kalau soal membangun desa tentu kami sebagai pemuda di desa harus sepenuhnya mendukung apalagi soal pembangunan, pasti kita ji juga yang rasakan hasilnya”⁵³

Informan mengatakan bahwa tidak memiliki inovasi tertentu, hanya saja mengikuti apa yang pemerintah kembangkan apalagi persoalan membangun desa yang katanya akan dinikmati oleh masyarakat sendiri, Fikri juga mengatakan bahwa, sepenuhnya mendukung tentu saja dengan menyebarkan informasi-informasi terkait dengan objek-objek wisata. Fikri juga mengatakan bahwa dengan menyebarkan beberapa informasi atau objek-objek wisata di Desa Malimpung maka masyarakat luar atau beberapa teman-teman sosial medianya akan melihat dan bisa saja tertarik untuk berkunjung, apalagi Fikri merupakan salah satu masyarakat desa Malimpung yang terkenal dengan bakat *fotografer* yang sangat bagus dan terbilang memiliki banyak pengikut di media sosialnya.

⁵²Hasbul, Sekertaris Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁵³Fikri, Masyarakat Desa Malimpung, 25 Oktober 2023

4. Tahapan Implementasi

Tahapan implementasi ini mencakup pelaksanaan di mana proses difusi inovasi ini dikembangkan. Tahapan ini individu akan menerepakan inovasi baru dalam proses pengembangan desa wisata ini. Tahapan implementasi ini menguraikan siapa saja aktor yang terlibat dalam pengembangan desa wisata ini, serta bagaimana usaha Pemerintah Desa dalam pengembangan Desa Wisata Malimpung. Peneliti kemudian memberikan pertanyaan kepada informan lain terkait inovasi seperti apa atau ide seperti apa dalam pengembangan potensi objek wisata tersebut.

“kami dari pihak BUMDes tentu sangat mendukung dalam pengembangan desa wisata ini, kami telah mendapatkan sebuah ide untuk memperkenalkan objek wisata yang saat ini sedang menjadi tanggung jawab kami, kebetulan saat ini musim kemarau, makanya kami mendapatkan ide untuk melakukan budaya *Makkaja*, hal ini menjadi salah satu inovasi kami dalam memperkenalkan wisata Embung Maridi ini diluar dari daerah Malimpung, seperti yang di lihat sekarang ada ratusan orang yang membeli karcis untuk ikut dan bukan orang Malimpung saja, tapi ada juga dari luar”⁵⁴

Embung Maridi yang dikenal dengan Embung yang dilindungi oleh Pemerintah Desa membuat embung ini menjadi sangat jarang digarap hasil alamnya dalam hal ini ikannya. Haslan juga mengatakan bahwa Embung ini adalah Lokasi wisata Pemancingan, walaupun ikannya sering dipancing, namun ikan di bawah sana masih banyak dan tentu saja berukuran besar. Adanya budaya *Makkaja* ini, dilakukan setiap musim kemarau saat embung airnya mulai berkurang, sehingga ikannya lebih mudah ditangkap. Haslan mengatakan inovasi dalam mengembangkan objek wisata ini dengan membuka budaya *Makkaja* ini dan terbuka untuk umum hal ini tentu saja dimanfaatkan oleh Pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung untuk memperlihatkan objek wisata Embung Maridi ini kepada orang luar. Selain dari Embung Maridi, masih ada beberapa objek wisata lain yang juga unggul di Desa Malimpung, seperti wisata kuliner milik salah satu Masyarakat Desa Malimpung

⁵⁴Haslan, Manager Unit Divisi BUMDes Ballopa Desa Malimpung, 24 September 2023

yang bekerja sama dengan Pemerintah Desa dan BUMDes dalam mengembangkan desa wisata.

“kami selaku pemerintah desa telah menyiapkan dana dalam pengembangan ini terkhusus di Embung Maridi ini yang menjadi tempat wisata pemancingan, kami sudah membangun sebuah Masjid dan Gazebo yang bisa digunakan sebagai tempat beribadah dan istirahat bagi masyarakat yang sedang bekerja atau dari sawah maupun para pengunjung pemancingan bahkan para pengendara yang mau istirahat juga bisa singgah di sana.”⁵⁵

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa selain Embung Maridi di jadikan sebagai lokasi pemancingan juga terdapat sebuah Masjid dan Gazebo yang telah dibangun oleh pemerintah desa sebagai bentuk pengembangan desa wisata, untuk menarik minat pengunjung maupun pengendara yang sedang lewat. Masyarakat Desa Malimpung juga tentu bisa menikmati hasil kerja dari pemerintah desa dengan memanfaatkan pembangunan tersebut. Peneliti juga menanyakan beberapa pertanyaan kepada salah satu masyarakat yang menjadi bagian dari pembangunan desa wisata ini.

”kita punya inovasi yang disetujui oleh Pemerintah Desa dan BUMDes membuat sebuah pertandingan bola voli sekaligus kami memperingati hari kemerdekaan Indonesia yang ke-78 yang dilaksanakan bulan Agustus kemarin di lapangan voli milik *SaoDare*’, nah dari pertandingan ini kami dapat mengundang masyarakat luar untuk datang baik itu ikut bertanding ataupun hanya sekedar menonton, karena pendaftarannya juga gratis tapi hadiahnya sampai jutaan rupiah”⁵⁶

Pihak *Sao Dare*’ memiliki inovasi untuk memperkenalkan wisata kuliner ini dengan cara mengadakan sebuah pertandingan bola voli sekaligus memperingati hari kemerdekaan Indonesia yang ke-78, karyawan *Sao Dare*’ ini mengaku bahwa inovasi ini tentu dapat mengundang banyak masyarakat luar yang tergiur dengan hadiahnya yang mencapai jutaan rupiah namun pendaftaran tanpa dipungut biaya sama sekali. Ummi selaku informan juga mengatakan bahwa dengan adanya pertandingan ini

⁵⁵Abdul Hamid, Bendahara Desa Malimpung 19 Oktober 2023

⁵⁶Ummi, Karyawan *Sao Dare Resto & Cafe* 22 Oktober 2023

jumlah pengunjung bertambah, informan juga mengatakan bukan hanya pertandingan ini sajayang menajdi inovasi mereka dalam membangun wisata kuliner atau memperkenalkan wisata kuliner ke luar dari daerah Desa Malimpung.

“kalau pesolan inovasi dalam mempromosikan wisata kami, sebenarnya sangat banyak, bukan cuma pertandingan voli itu saja, tapi kami juga punya beberapa cara, apalagi sekarang sudah canggih apa-apa diposting, makanya kami juga pake beberapa media sosial untuk sebar kita punya restoran dan villa.”⁵⁷

Divusi inovasi pengembangan desa wisata di Malimpung ini dilakukan oleh Pemerintah Desa Malimpung, BUMDes Ballopa Malimpung, dan Masyarakat Malimpung, yang pernah berdiskusi melalui rapat formal mengenai pengembangan desa wisata ini. Mereka mendapatkan sebuah inovasi dari beberapa potensi-potensi objek wisata yang membuat mereka melakukan tindakan dengan cara mengembangkan objek wisata itu sehingga Desa Malimpung kini telah masuk dalam salah satu Desa Wisata di Kabupaten Pinrang.

Selain dari Pemerintah Desa, Perangkat BUMDes dan beberapa masyarakat yang memiliki lahan yang cocok dijadikan sebagai salah satu objek wisata seperti *Sao Dare*,

Peneliti kemudian menanyakan beberapa pertanyaan kepada informan lainnya yang bernama Nur Syavika atau biasa juga disebut Cike, yang merupakan salah satu masyarakat Desa Malimpung.

“sebenarnya kalau soal inovasi saya dalam mendukung pengembangan desa wisata di Malimpung yah cuma mengajak teman-temanku untuk datang ke Malimpung, karena Malimpung sekarang termasuk mi desa wisata, banyak mi tempat-tempat bisa ditempai foto-foto”⁵⁸

Nur Syavika mengatakan mendukung pengembangan desa wisata ini dengan mengajak teman-temannya untuk datang dan berkunjung ke Desa Malimpung.

⁵⁷ Ical, Karyawan *Sao Dare*, 22 Oktober 2023

⁵⁸ Nur Syavika, Masyarakat Desa Malimpung, 01 November 2023

Informan ini juga mengatakan bahwa telah beberapa kali menyebarkan beberapa fotonya ke sosial media agar para pengikut akun media sosialnya dapat melihat bahwa Desa Malimpung saat ini telah menjadi desa wisata. Beberapa pendapat dari informan mengatakan bahwa mendukung pengembangan lokasi desa wisata di Desa Malimpung hal ini terjadi karena seperti yang dikatakan informan Fikri bahwa hasil dari pengembangan Desa Wisata ini tentu menjadi keuntungan juga bagi masyarakat.

5. Tahapan Konfirmasi

Dukungan yang diberikan oleh masyarakat tentu menjadi salah satu pemicu semangat bagi Pemerintah Desa untuk lebih mengembangkan inovasi mereka seperti yang dikatakan Abdul Hamid selaku Bendahara Desa Malimpung.

“kami selaku Pemerintah Desa sangat berterimakasih kepada seluruh Masyarakat Desa Malimpung yang telah mendukung kami dalam pengembangan desa wisata ini. Oleh karena itu kami berinisiatif untuk lebih meningkatkan lagi pengembangan desa wisata ini”⁵⁹

Pernyataan dari informan tersebut mengatakan berterimakasih atas dukungan dari masyarakat, terutama dalam pengembangan desa wisata di Desa Malimpung, Abdul Hamid juga mengatakan bahwa akan berinisiatif untuk meningkatkan pembangunan desa wisata ini.

“walaupun belum terlalu terkenal dengan sebutan desa wisata, tapi kami tetap berusaha agar Desa Malimpung ini bisa juga dikenal oleh orang-orang banyak”⁶⁰

Informan mengakui bahwa Desa Malimpung ini memang masih belum begitu terkenal dengan sebutan Desa Wisata, Hasbul juga mengatakan bahwa terbentuknya Desa Wisata ini masih sangat terbilang baru dan masih dalam tahap pengembangan. Hasbul juga mengatakan bahwa pemerintah desa akan terus berusaha agar Desa Malimpung bisa terkenal dengan sebutan Desa Wisata dengan mempertahankan

⁵⁹ Abdul Hamid, Bendahara Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁶⁰ Hasbul, sekertaris Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

inovasi-inovasi baru yang ada sehingga mampu menyamai Desa Wisata lain yang memang sudah banyak dikenali oleh orang-orang luar. Sekertaris Desa ini juga mengatakan bahwa akan terus memberikan inovasi-inovasi baru dalam mengembangkan objek-objek wisata yang ada di Desa Malimpung agar lebih dikenal dengan sebutan desa wisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, penulis akhirnya mengetahui bahwa pemerintah desa memanfaatkan fasilitas yang ada di Desa Malimpung terutama pada kekayaan alamnya, kemudian mengadakan diskusi pada media tatap muka yang dilakukan untuk mengomunikasikan inovasi baru dalam pengembangan desa dalam hal ini pengembangan desa wisata, ada beberapa dari Masyarakat juga yang ikut dalam pengembangan ini dengan pertimbangan mendapatkan keuntungan dari pengembangan desa wisata ini. Setelah rapat dilaksanakan mereka mengambil tindakan dan benar-benar telah membangun Desa Malimpung sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Pinrang dengan melakukan beberapa pembangunan objek wisata yang mendukung dalam proses pengembangan desa wisata. Pemerintah desa juga dapat mengkonfirmasi bahwa masyarakat Desa Malimpung benar-benar ikut andil dalam pengembangan desa wisata ini. Pemerintah desa memutuskan untuk terus menjalankan inovasi-inovasi tersebut dengan terus melakukan perubahan-perubahan sesuai dengan perkembangan teknologi.

2. Penggunaan Media Komunikasi dalam Melakukan Tahapan Proses Pengembangan Difusi

Kabupaten Pinrang merupakan kabupaten yang terkenal dengan beberapa lokasi wisatanya. Desa Malimpung menjadi salah satu desa wisata di Kabupaten Pinrang, Pemerintah Desa yang bekerjasama dengan BUMDes dan Masyarakat telah berhasil dalam membangun Desa Malimpung menjadi desa wisata. Hal ini berkat kerja keras antara pemerintah desa, BUMDes dan juga Masyarakat. Pembangunan

objek-objek wisata di Desa Malimpung masih terbilang baru, sehingga masih belum terlalu dikenali oleh masyarakat luar lainnya.

“dalam bidang pembangunan, pemanfaatan dan pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata, kami melakukan pembangunan Pariwisata terutama pada Embung Maridi”⁶¹

Mempertimbangkan beberapa potensi wisata yang ada di Desa Malimpung, terkhusus Embung Maridi, Pemerintah melakukan beberapa tindakan pembangunan langsung seperti membangun Masjid dengan nuansa pembangunan yang indah dan memiliki banyak ketertarikan apalagi dipandang pada sore hari, selain menjadi pembangunan demi memenuhi segala bentuk objek pariwisata, Masjid tersebut tidak lepas dari fungsinya, yaitu menjadi tempat beribadah bagi masyarakat Desa Malimpung yang lokasi perumahannya terbilang jauh dari pusat Desa serta para Masyarakat yang sedang bekerja di area perasawahan yang jika harus pulang terlalu jauh dalam menempuh perjalanan hingga sampai di rumahnya, sampai pada para pengendara yang kebetulan lewat, berhubung lokasinya berada tepat di jalan Poros Pinrang-Enrekang.

Pemerintah desa pernah sempat mengatakan bahwa memiliki strategi khusus dalam mengembangkan desa wisata, strategi khusus yang dimaksud di sini merupakan sebuah strategi dimana Pemerintah Desa mengajukan kerjasama dengan pihak BUMDes serta Masyarakat. Kerjasama yang dilakukan ini tentu belum sepenuhnya mampu memperkenalkan desa wisata ini keluar daerah, oleh karena itu peneliti kembali fokus pada inti dari penelitian ini mengenai pengembangan desa wisata ini dengan mempromosikannya atau mengenalkan wisata ini kepada sosial media. Peneliti menanyakan beberapa pertanyaan kepada informan mengenai seperti apa strategi komunikasi yang dilakukandalam mengembangkan desa wisata.

“kami memiliki strategi prioritas dalam pembangunan desa, seperti bersifat religius, aman, sejahtera inovatif serta berbasis IT”⁶²

⁶¹Hasbul, Sekertaris Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

Informan mengatakan bahwa memiliki strategi prioritas dalam membangun desa, seperti bersifat religius yang mengandung makna suatu kondisi dimana masyarakat Desa Malimpung dapat meningkatkan pemahaman ajaran agama dan pengamalan agamanya dalam tatanan kehidupan dalam bermasyarakat, bersifat aman yang mengandung makna terwujudnya Desa Malimpung yang baik dengan meningkatkannya sistem keamanan swakarsa dalam upaya terciptanya rasa aman pada masyarakat, bersifat sejahtera yang mengandung makna menunjukkan keadaan yang baik, dimana masyarakat dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai, bersifat inovatif dimana kemampuan atau daya upaya sebagai umat manusia untuk menciptakan sebuah produk atau karya yang baru untuk keberlangsungan hidup baik untuk diri sendiri dan lingkungan sosial atau masyarakat yang ada di sekeliling kita, berbasis IT dimana teknologi apapun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah menyimpan, mengkomunikasikan dan menyebarkan informasi terkait Desa Malimpung.

Kebijakan pembangunan merupakan penjabaran dari arah dan strategi untuk mewujudkan prioritas pembangunan serta merupakan upaya dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi di Desa Malimpung

“kalau tentang strategi dalam mempromosikan wisata disini, kita punya akun media sosial yang bisa kita gunakan sebagai tempat kita promosi.”⁶³

Pernyataan informan di atas mengakui bahwa memiliki akun media sosial yang merupakan salah satu akses mereka dalam melakukan penyebarluasan informasi mengenai objek-objek wisata yang ada di Desa Malimpung. Hastuti juga mengatakan menggunakan akun tersebut mereka dapat menyebarluaskan informasi mengenai objek-objek wisata di Desa Malimpung. Akun media sosial yang dimaksud Hastuti merupakan akun media sosial milik Pemerintah Desa Malimpung bukan akun pribadi.

⁶²Mawar, Kaur Umum Pemerintah Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁶³Hastuti, Kasi Pemerintahan Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

Informan lain mengatakan bahwa bukan hanya media sosial saja tempat mereka menyebarkan informasi terkait Desa Malimpung, namun mereka juga mengaku telah membayar wartawan untuk mengakses beberapa informasi seputar Desa Malimpung.

“saya selaku bendahara mengaku sering membayar wartawan untuk datang liput apa-apa informasi yang ada di Malimpung. Seperti waktu ada pertandingan balap motor trail sama *Adventure* Jelajah Alam Malimpung, disitu saya bayar wartawan dari TVRI untuk liput, agar orang-orang luar datang ke Malimpung menjelajahi *Bulu Kamiri* dan *Bulu Paggalacangan*”⁶⁴

Abdul Hamid mengaku sering membayar wartawan untuk meliput informasi yang ada di Desa Malimpung, Abdul Hamid juga mengatakan bahwa bukan wartawan dari TVRI saja yang mereka bayar, namun juga membayar beberapa wartawan dari media cetak dan media online. Membayar wartawan merupakan salah satu inisiatif mereka selain dari mengandalkan akun media sosial milik pemerintah desa. Informan mengatakan bahwa dengan membayar wartawan maka informasi akan semakin meluas, karena jika hanya mengandalkan akun media sosial milik mereka maka informasi belum mereka anggap terlalu meluas, terhubung karena pengikut dari akun media sosial mereka belum terlalu banyak dan masih terbilang kebanyakan orang-orang Desa Malimpung yang menjadi pengikutnya.

“kami memiliki website atau akun tersendiri dalam mempromosikan desa kami”⁶⁵

Informan tersebut mengaku memiliki media tersendiri dalam mempromosikan Desa Malimpung. Nengsi selaku informan juga mengatakan media yang mereka gunakan murni milik mereka melalui akun yang terdaftar di platform JADESTA atau biasa juga disebut Jejaring Desa Wisata sehingga mereka dapat menyebarkan informasi mengenai Desa Malimpung melalui media tersebut. Akun website Desa Malimpung bernama bumdes.ballopa02@gmail.com Desa Malimpung memberikan

⁶⁴Abdul Hamid, Bendahara Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁶⁵Nengsih Sunarsih, Operator Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

informasi terkait Desa Wisata yang diunggah melalui platform Jadesata dalam postingan tersebut Desa Malimpung memberikan berbagai macam informasi yang terkait dengan objek-objek wisata yang ada di Desa Malimpung.

“pada media yang kami maksud di sini adalah seperti Facebook dan Instagram, kadang juga kita posting informasi-informasi desa melalui YouTube”⁶⁶

Informan juga mengatakan bahwa media yang mereka maksud adalah Facebook dan juga Instagram, Nengsi juga mengatakan kerap kali menyebarkan informasi melalui media YouTube. Beberapa media sosial yang telah disebutkan oleh informan pastinya media yang menjadi jembatan Pemerintah Desa dalam menyebarkan atau mengembangkan objek-objek wisata di Desa Malimpung, media ini juga menjadi alat informasi mereka dalam mengembangkan desa wisata di Desa Malimpung.

Berbeda dengan lokasi wisata di *Sao Dare' Cafe & Resto*, mereka memiliki media lain dalam menyebarkan informasi terkait dengan wisata kuliner ini. Seperti apa yang dijelaskan oleh karyawan *Sao Dare'* peneliti mendapati media lain yang berbeda dengan Pemerintah Desa Malimpung.

“bos saya berinisiatif menyebarkan informasi melalui media sosial milik *Sao Dare'* yaitu Instagram dan juga beberapa palang atau seperti tanda petunjuk yang mirip dengan rambu lalu lintas, disana ada petunjuk bilang sekian meter baru kita sampai di *Sao Dare'* tanda itu ada di sepanjang jalan Poros Pinrang-Enrekang dan juga jalan Poros Malimpung-Urung. Baru kalau sampai meki depan pintu masuknya, ada mi Spanduk terpasang dilorongnya, itu mi bisa na jadikan orang petunjuk bilang disini letaknya.”⁶⁷

Informan mengatakan bahwa selain dari menggunakan media sosial seperti Instagram, pihak *Sao Dare'* juga menggunakan media yang bisa juga disebut dengan Reklame. Reklame disini dibedakan menjadi dua yaitu bersifat komersial dan non komersial. Informan mengatakan pihak *Sao Dare'* memilih media ini agar menjadi

⁶⁶Nengsih Sunarsih, Operator Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

⁶⁷Ummi, Karyawan *Sao Dare' Cafe & Resto*, 27 September 2023

petunjuk bagi pengguna jalan, dimana petunjuk dimaksud disini adalah memberikan informasi terkait jarak *Cafe & Resto* tersebut. Reklame yang dibuat oleh pihak *Sao Deare'* berada di sepanjang jalan Poros Pinrang-Enrekang maupun Mjalan Poros Malimpung-Urung, di mana informasi yang tertuliskan di reklame *Sao Dare'* berupa Informasi nama Resto dan juga jarak tempuh hingga mencapai wisata kuliner tersebut. Penulis kemudian memberikan pertanyaan yang sama dengan informan dari pihak BUMDes.

“ada spanduk dipasang di situ di sampingnya Maridi, sengaja dipasang disitu supaya orang lewat juga bisa liat kalau ini embung bukan emapang biasa yang luasnya mecapai kurang lebih 38 hektar, tapi ini embung adalah tempat wisata orang-orang yang suka memancing, dan bisa juga na tempati mafoto-foto”⁶⁸

Selain dari pada *Sao Dare'* lokasi wisata Embung Maridi juga memiliki Reklame dengan jenis Baliho, yang terpasang di pinggir Embung Maridi, hal ini dikatakan langsung oleh Saenal selaku informan yang juga sebagai wakil kordinator dari lokasi wisata di Embung Maridi. Saenal juga mengatakan bahwa fungsi dari baliho tersebut adalah dengan menginformasikan kepada masyarakat umum yang sedang berlintas atau berkendara bahwa embung maridi ini bukan hanya embung biasa yang terlihat luas saja, namun Embung Maridi ini merupakan Embung yang menyangang status salah satu objek wisata yang ada di Desa Malimpung. Wisata Embung Maridi lebih dikenal dengan wisata pemancingan dikarenakan dengan perairannya yang teramat dalam dengan luas lebih dari 38 Hektar. Terkenal dengan wisata pemancingan, Embung Maridi juga merupakan salah satu tempat terfavorit di Desa Malimpung. Hal ini dapat dikonfirmasi melalui wawancara oleh salah satu warga Desa Malimpung.

“kupoji yaku mappoto lako Masigina Maridi, apana mabbalo ladda i katai apalagi ke karueng i, canti ladda i kitai. Ke pura saka mappoto lako ku uplod mi lako storyku, amnga sibawakku makkuna nasang i tannia lako

⁶⁸Saenal, Wakil Kordinator El-Maridi BUMDes, 24 September 2023

Malimpung, padahal canti memang i kitai ke karueng ih apalagi mega galung ri mondrinna Masigi. Itu tambai kassinna”⁶⁹

Informan mengatakan apresiasinya mengenai lokasi Masjid Embung Maridi menggunakan bahasa Malimpung yang mengatakan bahwa sangat menyukai berfoto di Masjid yang ada di lokasi Embung Maridi, selain dari pemandangannya yang indah apalagi pada sore hari terlihat sangat indah, setelah mengambil foto, Jumriana mengaku memposting Fotonya di akun media sosialnya, sehingga mendapati temannya yang melihat tidak percaya bahwa Jumriana mengambil Foto di daerah Malimpung, padahal memang di Desa Malimpung sangat Indah dilihat apalagi pada sore hari dengan Masjid yang dimaksud dengan *background* Perswahan yang menambah kesan indah.

Peneliti kemudian menanyakan hal yang sama kepada Masyarakat Desa Malimpung terkait strategi serta media seperti apa yang digunakan dalam membantu proses pengembangan Desa Wisata ini. Hal ini tentu saja dijawab langsung oleh informan yang memang sangat ikut andil dalam proses pengembangan desa wisata ini terutama dalam proses mempromosikannya.

“semenjak ku kita angka perkembanganna Desa Malimpung, terutama tambah makassing i kitai apalagi tama mi Desa Wisata, yaku sebagai masyarakat ku dukung i, kibbuaka akun Instagram khusus story-story di Desa Malimpung, paling Sering ku ambil itu di Embung Maridi, karna kalau *Sao Dare*’angka unna akun sendirinya”⁷⁰

Informan mengatakan semenjak melihat adanya perkembangan di Desa Malimpung apalagi telah terdaftar dalam Desa Wisata, Fikri selaku Masyarakat Desa Malimpung sangat mendukung. Fikri mengaku membuat akun Instagram khusus untuk memposting berbagai macam keindahan-keindahan yang ada di Desa Malimpung dan yang paling sering ia posting adalah di lokasi Embung Maridi, berhubung *Sao Dare*’ memiliki cara sendiri dalam mempromoisikan wisatanya.

⁶⁹Jumriana, Sekretaris PKK Desa Malimpung, 21 Oktober 2023

⁷⁰Fikri, Masyarakat Desa Malimpung, 25 September 2023

Melalui akun media sosial yang dibuat oleh Fikri inilah mereka mempromosikan wisatanya. Peneliti juga menanyakan hal yang serupa pada informan lainnya.

“sering ka najadikan Fikri model buat fotonya, nanti itu hasil fotonya ada nakirimkan ka secara pribadi ada juga na tag ka lewat instagramku, dia posting pake akun biasa yang napake khusus buat story-story di Desa Malimpung”⁷¹

Informan mengatakan sering dijadikan salah satu model fotografi dari Fikri. Hasil foto atau gambar tersebut di upload menggunakan akun pribadi masing-masing. Walaupun pada dasarnya Fikri yang mengambil foto dan Nur Syavika selaku model, hasil gambar tersebut dijadikan salah satu jembatan dalam mempromosikan Desa Malimpung, terutama dalam keindahan alamnya.

Beberapa hasil wawancara tersebut dapat digambarkan bahwa strategi komunikasi dalam hal ini strategi komunikator serta pemilihan media dapat dijelaskan dari beberapa hasil wawancara tersebut. Peneliti kemudian menanyakan hal lain terkait pesan yang disampaikan dalam mempromosikan desa wisata ini.

“pesan yang ditulis di media sosial itu pasti tentang iklan ji, seperti isi pesannya itu mengajak orang-orang untuk datang di Desa Malimpung, sama di informasikan kalau Desa Malimpung ini sudah terdaftar di dinas Pariwisata sebagai Desa Wisata”⁷²

Informan mengatakan bahwa isi pesan yang terkandung dalam penyampaian pesan di beberapa media sosial tidak lain dan tidak bukan merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang untuk datang ke Desa Malimpung. Isi pesan ini merupakan iklan yang tersalurkan melalui media sosial berupa Intagram dan Facebook. Mawar selaku informan ini mengaku bahwa isi pesan ini bertujuan untuk mengajak orang-orang luar untuk datang ke Desa Malimpung terlebih lagi Desa Malimpung kini telah terdaftar di Dinas Pariwisata sebagai salah satu Desa Wisata di Kabupaten Pinrang.

⁷¹Nur Syavika, Masyarakat Desa Malimpung, 01 November 2023

⁷²Mawar, Kaur Umum Pemerintah Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

“sebelum i pasang tu baliho lako Maridi, angka media laeng ipake kembangkanngi te Desa Wisata, pake ki WhatsApp untuk diskusi angka grup ri yasang ‘Menuju Desa Wisata Maimpung’ nah iyamo te grup ipake berdiskusi apa-apa mabballo si te ikembangkanng atau aparaka”⁷³

Informan mengatakan bahwa sebelum mendirikan baliho di Embung Maridi, masih ada media lain yang mereka gunakan dalam berdiskusi terkait pengembangan desa wisata ini, seperti media WhatsApp yang mereka gunakan dengan membentuk sebuah Grup WhatsApp yang bernama ‘Menuju Desa Wisata Malimpung’ Grup ini kerap kali mereka gunakan untuk berdiskusi terkait dengan pengembangan maupun perkembangan Desa Wisata Malimpung ini. Isi pesan yang ada di dalam grup tersebut merupakan rencana mereka dalam mengembangkan desa wisata ini.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa informan diatas, mampu memberikan pemahaman kepada peneliti terkait dengan strategi yang Pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung. Mengetahui media apa saja yang mereka gunakan dalam mempromosikan atau dalam pengembangan desa wisata ini, mengetahui isi pesan yang terkandung dalam media yang mereka gunakan, serta mengetahui siapa yang menyampaikan pesan tersebut dan target penerima pesannya tidak lain dan tidak bukan adalah orang-orang yang berada di luar daerah Malimpung. Selanjutnya, peneliti menanyakan mengenai pengaruh dari strategi komunikasi mereka.

“kalau boleh jujur, sebenarnya dampak yang kami dapatkan setelah menyebarkan informasi melalui akun media yang kami gunakan terutama di akun milik Pemerintah Desa belum sepenuhnya berpengaruh terhadap orang luar, karena masih banyak tidak tau kalau Desa Malimpung ini sudah terdaftar sebagai Desa Wisata, karena yang menjadi pengikut dari akun kita itu kebanyakan dari orang Malimpung to ji juga, apalagi jarang ki posting-posting disana, tapi bedami kalau wisata kuliner krna berpengaruh sekali kalau itu.”⁷⁴

⁷³ Haslan, Manager Divisi BUMDes Malimpung, 24 September 2023

⁷⁴Nengsi Sunarsih, Operator Pemerintah Desa Malimpung, 19 Oktober 2023

Informan mengatakan bahwa informasi yang mereka sampaikan menggunakan akun media sosial mereka belum sepenuhnya berpengaruh pada Masyarakat luar, dikarenakan kebanyakan dari Pengikut akun Pemerintah Desa Malimpung rata-rata hanya Masyarakat Malimpung saja yang notabeneanya memang telah mengetahui bahwa Desa Malimpung telah terdaftar di Dinas Pariwisata sebagai salah satu Desa Wisata di Kabupaten Pinrang. Terlebih lagi, jaranganya mengupdate atau membrikan postingan, hal ini mejadi salah satu pemicu kurangnya minat dan kurangnya apengetahuan tentang Desa Wisata.. Efek yang ditimbulkan dari media yang digunakan oleh pemerintah desa tertutupi oleh pihak *Sao Dare'* yang medianya ternyata mengundang banyak pengunjung dan tentunya berpengaruh besar dalam pengembangan Desa Wisata.

“efeknya tentu sangat berpengaruh, itu yang saya bilang tadi, iklan sekaligus sebagai ganti petunjuk jarak di *Sao Dare'* bisa bawa orang berkendara singgah karena penasaran sama akun Instagram kami juga ramai mi pengikutnya, apalagi seringki posting menu-menu makanan, sering meki kedatangan tamu rombongan yang memang itu ji *Sao Dare'* nakattai datang di Malimpung”⁷⁵

Informan mengatakan bahwa media reklame yang ada di sepanjang jalan Poros Pinrang-Enrekang dan jalan poros Malimpung-Urung mampu menarik minat bagi para pengendara sehingga memiliki inisiatif untk singgah dan berkunjung. Hal serupa terjadi di akun media sosialnya seperti Instagramnya juga mampu menarik pengunjung dikarenakan selalu aktif dalam memberikan informasi terutama menampilkan menu-menu yang ada di *Cafe & Resto*. Belum lagi terkait Villa yang disediakan siana dapat dijadikan tempat singgah bari para pengendara yang memang menempuh perjalanan yang jauh. Hal ini tentu saja menjadi sangat berpengaruh dalam proses pengembangan Desa Wisata di Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang.

⁷⁵Ummi, Karyawan *Sao Dare' Cafe & Resto*, 27 September 2023

Berbagai macam pertanyaan yang peneliti lontarkan kepada para Informan dapat memberikan pemahaman tersendiri bagi peneliti. Mulai dari Divusi Inovasi Pemerintah Desa, BUMDes, serta Masyarakat Desa Malimpung hingga sampai pada Strategi Komunikasi yang mereka gunakan. Peneliti dapat memahami bahwa, divusi Inovasi ini bermula pada saat Pemerintah Desa Malimpung menyadari akan banyaknya Potensi-Potensi objek Wisata di Desa Malimpung, hal ini membuat Pemerintah Desa berinisiatif mengajak BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung guna melakukan diskusi lebih lanjut mengenai hal ini. Setelah berdiskusi akhirnya Pemerintah Desa menagmbil tindakan dengan menyerahkan pengembangan Desa Wisata ini kepada Pihak BUMDes untuk mengelola Potensi objek wisata yang ada di Desa Malmpung.

Melalui BUMDes, potensi-potensi objek wisata ini dikembangkan dengan langkah pertama tentu saja mendaftarkan Desa Wisata ke Dinas Pariwisata dan mengajukan Desa Wisata hingga saat ini. Setelah mendaftarkan diri di Dinas Pariwisata, BUMDes melakukan diskusi kembali dengan mengajak Pemerintah Desa serta Masyarakat Desa Malimpung untuk melakukan Rapat Formal dan mengkonfirmasi keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa wisata ini melalui rapat formal.

Peneliti mengetahui bagaimana penggunaan media pada tahapan difusi yang dilakukan oleh pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung yakni melakukan diskusi secara langsung terlebih dahulu, guna membahas pengembangan desa wisata ini, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk menginformasikan pengembangan desa wisata ini, serta menggunakan reklame atau baliho guna sebagai jembatan pengetahuan pengendara yang sedang lewat untuk menginformasikan desa wisata tersebut. Isi pesan media tersebut tidak lain dan tidak bukan merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang luar daerah untuk berkunjung ke Desa Malimpung. Mengetahui efek yang ditimbulkan dari penggunaan media tersebut.

B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Tahapan Proses Difusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang

Desa Malimpung merupakan desa yang terletak di Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang yang memiliki kepadatan penduduk mencapai 3.160 jiwa, terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun Pajalele, Dusun Malimpung dan Dusun Palita. Desa Malimpung memiliki banyak potensi-potensi objek wisata, hal ini yang menjadi progres Pemerintah Desa Malimpung memiliki inovasi dalam mengembangkan Desa Malimpung menjadi Desa Wisata. Pemerintah Desa Malimpung yang bekerjasama dengan BUMDes Ballopa Desa Malimpung mendaftarkan Desa ini di Dinas Pariwisata pada tahun 2021 guna sebagai syarat dalam pengembangan desa wisata hingga saat ini benar-benar telah terwujud menjadi salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Pinrang. Pembangunan-pembangunan masih terus dikerjakan dan lebih ditingkatkan agar misi dari Pemerintah Desa Malimpung untuk mengelolah potensi-potensi wisata yang ada di Desa Malimpung.

Divisi inovasi Pemerintah Desa, BUMDes, serta Masyarakat Desa Malimpung terjadi pada saat Pemerintah Desa sadar akan banyaknya potensi-potensi wisata di Desa Malimpung, hal ini yang membuat Pemerintah Desa Malimpung berinisiatif mengajak BUMDes bereta Masyarakat Desa Malimpung guna melakukan diskusi yang berkelanjutan dalam menyusun pengembangan desa wisata. Pemerintah Desa Malimpung memberikan tugas untuk mengelola potensi wisata ini kepada BUMDes. Penyerahan tugas kepada BUMDes ini memenuhi jenis difusi inovasi yakni difusi desentralisasi didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, desentralisasi merupakan penyerahan sebgaiian wewenang pemimpin kepada bawahan atau pusat kepada cabangnya. Dalam ranah difusi inovasi, difusi desentralisasi ini dpat diartikan sebagai proses difusi yang dilakukan oleh Pemerintah Desa Malimpung, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung yang bekerja sama telah menerima sebuah inovasi. Difusi inovasi tentunya memiliki beberapa karakteristik yang dapat

mempengaruhi tingkat adopsi dari individu maupun kelompok sosial, karena tujuan utama dari sebuah difusi inovasi adalah mengambil gagasan atau ilmu pengetahuan baik oleh individu atau kelompok tertentu. Berikut merupakan empat karakteristik difusi inovasi yang berpengaruh dalam pengembangan desa wisata.

a. Keuntungan Relatif

Keuntungan relatif merupakan bagaimana sebuah inovasi baru dapat dikatakan lebih baik ataupun tidak lebih baik dari inovasi yang sebelumnya. Hal yang menjadi tolak ukur dalam keuntungan ini adalah bagaimana seseorang merasakan langsung dampak dari inovasi tersebut, apakah inovasi tersebut membuatnya puas atau tidak. Semakin besar keuntungan relative yang dirasakan, maka inovasi tersebut juga semakin cepat untuk diadopsi oleh suatu kelompok tertentu.

Keuntungan Pemerintah Desa Malimpung, yang memiliki inovasi dalam mengembangkan desa wisata, tentunya memiliki dampak yang langsung dirasakan dari inovasi tersebut. Hal ini dapat dilihat dari berkebangnya potensi wisata yang ada di Desa Malimpung sehingga mendapatkan lirikian oleh Dinas Pariwisata dan menyetujui Desa Malimpung dijadikan salah satu Desa Wisata yang ada di Kabupaten Pinrang.

b. Kesesuaian

Kesesuaian dalam difusi inovasi berkaitan erat dengan bagaimana sebuah inovasi dapat sesuai dengan keadaan, kebudayaan, dan nilai-nilai dalam masyarakat itu sendiri. Kesuaian juga tentunya berkaitan dengan kebutuhan yang ada dalam masyarakat.

Kesesuaian dalam difusi inovasi yang diadopsi oleh Pemerintah Desa Malimpung ini telah sesuai dengan kebutuhan bagi masyarakat. Hal ini dapat dikonfirmasi melalui inovasi yang diberikan BUMDes dalam mengelola Embung Maridi, mulai dari membangun Masjid yang digunakan sebagai tempat Beribadah oleh masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari pusat desa, dan masyarakat menjalankan pekerjaannya di sekitar persawahan hingga pada membuka budaya

Makkaja yang dilaksanakan setiap musim kemarau, budaya ini tentunya sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dalam mencari nafkah.

c. Kerumitan

Kerumitan merupakan tingkatan ketika suatu inovasi dianggap memiliki kerumitan sehingga seseorang relatif lebih sulit untuk mengerti dan menggunakan inovasi tersebut. Semakin rumit sebuah inovasi maka semakin sulit hal tersebut untuk diadopsi begitu pula sebaliknya semakin mudah dipahami maka inovasi akan lebih mudah diterima dan diadopsi.

d. Dapat diuji coba

Dapat diuji coba memiliki arti jika suatu inovasi dapat dicoba dalam skala kecil biasanya juga dapat lebih cepat diadopsi dibandingkan dengan inovasi yang tidak bisa dicoba lebih dahulu. Dengan menguji coba terlebih dahulu maka inovasi akan lebih mudah diketahui sesuai atau tidaknya inovasi tersebut.

E.M Rogers juga mengemukakan adanya empat elemen pokok dalam proses difusi inovasi, seperti inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu dan sistem sosial.

1) Inovasi

Inovasi merupakan sebuah ide, gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam difusi inovasi, sebuah inovasi dapat diartikan sebagai suatu hal baru atas dasar bagaimana pandangan orang terhadap suatu gagasan merupakan hal yang baru.

Pengembangan dan pengelolaan objek wisata di Desa Malimpung merupakan suatu hal yang baru, di mana potensi-potensi objek wisata sebelumnya hanya diabaikan begitu saja tanpa dikelola sama sekali. Pemanfaatan sumber daya manusia ini menjadi sebuah inovasi tersendiri bagi Pemerintah Desa Malimpung dalam mengembangkan Desa Malimpung menjadi desa wisata

2) Saluran komunikasi

Saluran komunikasi dalam divusi inovasi merupakan sebuah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi. Suatu inovasi dapat diterima oleh orang lain jika inovasi tersebut telah dikomunikasikan terlebih dahulu.

Inovai dalam pengembangan desa wisata ini memiliki saluran komunikasi tersendiri berupa forum formal yang biasanya digunakan sebagai tempat untuk melakukan diskusi, maupun saluran komunikasi melalui media sosial dalam hal ini Grup WhatsApp yang bernama 'Menuju Desa Wisata Malimpung'. Saluran komunikasi tersebut dijadikan sebagai ajang untuk berdiskusi mengenai inovasi-inovasi baru yang dapat membantu dalam pengembangan desa wisata.

3) Jangka waktu

Jangka waktu dalam difusi inovasi ini merupakan sebuah proses keputusan seseorang mulai dari mengetahui sampai memutuskan untuk menerima suatu inovasi tersebut. Jangka waktu merupakan hal yang paling berkaitan dengan proses pengambilan keputusan. Keinovatifan seseorang dapat lebih relatif lebih awal atau lebih lambat ketika menerima sebuah inovasi.

4) Sistem sosial

Sistem sosial merupakan tata tingkah laku yang menyangkut hak dan kewajiban yang ditentukan oleh masyarakat bagi seseorang yang menduduki posisi tertentu dalam lingkungan masyarakat. Sistem sosial merupakan hal yang sangat penting ketika kita memiliki maksud memecahkan masalah demi mencapai tujuan bersama. Sistem sosial ini juga menjadi sasaran bagi sebuah inovasi, mereka dapat menerima maupun menolak suatu inovasi tersebut.

Dalam sistem sosial yang ada di Desa Malimpung, masyarakat mampu menerima inovasi yang dibuat oleh Pemerintah desa dan BUMDes sehingga masyarakat sendiri ikut andil dalam pengembangan desa wisata ini.

E.M Rogers juga mengemukakan tahapan-tahapan dalam divusi inovasi yaitu tahap pengetahuan, persuasi, pengambilan keputusan, implementasi atau pelaksanaan serta tahapan konfirmasi.

a. Pengetahuan

Tahap pengetahuan merupakan tahapan pertama dalam divusi inovasi yakni saat penyebaran informasi mengenai suatu inovasi baru. Suatu inovasi akan disampaikan dan dikomunikasikan dengan tujuan seseorang dapat mengetahui dan memenuhi bagaimana bentuk inovasi tersebut.

Pada tahapan ini, pemerintah desa melakukan sebuah forum formal bersama dengan BUMDes serta Masyarakat guna mengomunikasikan inovasi pihak pemerintah desa dalam mengembangkan desa wisata.

b. Persuasi

Tahapan persuasi merupakan seseorang akan membentuk sikap menyetujui atau tidak menyetujui msuatu inovasi. Dalam tahapan inovasi ini juga mencari tau lebih dalam informasi terkait inovasi baru tersebut, termasuk keuntungan dan kerugian dari inovasi tersebut. Pada tahapan ini sikap yang ditunjukkan oleh individu dapat berupa sikap baik ataupun sikap kurang baik.

Pihak BUMDes beserta Masyarakat tentu menyetujui inovasi ini. Hal ini dapat dikonfirmasi langsung oleh pihak pemerintah desa pada saat diskusi pada forum formal yang diadakan oleh Pemerintah Desa Malimpung.

c. Pengambilan keputusan

Tahapan ini seseorang dapat membuat keputusannya terkait dengan inovasi tersebut. Seseorang akan terlibat dalam aktivitas yang membawanya pada suatu pilihan untuk menerima atau menolak inovasi tersebut. Ada beberapa faktor dalam proses keputusan ini, yaitu praktik, perasaan atau kebutuhan, keinovatifan atau norma dalam sistem sosial.

Pengambilan keputusan pihak Pemerintah Desa Malimpung, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung tentunya mempertimbangkan terlebih dahulu

keuntungan dan kerugian terkait pengambilan keputusan ini. Mempertimbangkan kebutuhan masyarakat pengambilan keputusan ini dapat berjalan sesuai dengan apa yang pemerintah desa inginkan.

d. Implementasi

Tahap implementasi atau pelaksanaan ini, individu akan memilih untuk menerima inovasi tersebut. Jika inovasi tersebut diterima maka individu ataupun kelompok tersebut akan menerapkannya. Individu atau kelompok yang telah menerapkan inovasi tersebut akan dikatakan sebagai adopter dari sebuah inovasi.

Tahapan ini lebih mengarah kepada perubahan tingkah laku seorang individu atau kelompok setelah menerima inovasi tersebut. Tahap implementasi dalam divisi inovasi terkait pengembangan desa wisata di Malimpung ini tentu telah diterima sehingga terjadinya perubahan tingkah laku bagi kelompok-kelompok masyarakat terutama dalam hal ini mendukung pengembangan desa wisata ini. Pemerintah Desa yang bekerjasama dengan BUMDes melakukan tindakan pembangunan demi terciptanya desa wisata ini.

e. Konfirmasi

Tahapan konfirmasi, seseorang akan mengevaluasi dan memutuskan apakah akan terus menggunakan inovasi tersebut atau akan mengakhirinya. Individu atau kelompok juga akan mencari berbagai penguatan keputusan yang telah diambil sebelumnya. Apabila seseorang menghentikan penggunaan inovasi tersebut, bisa jadi dikarenakan ketidakpuasan individu terhadap inovasi tersebut atau mungkin karena telah menemukan inovasi yang lebih baik.

Mengkonfirmasi terkait pengambilan keputusan atau menerima inovasi dalam pengembangan desa wisata saat ini tentu masih berjalan. Hal ini dapat dikonfirmasi melalui pengembangan desa wisata yang semakin hari semakin berkembang berkat adanya inovasi-inovasi baru lainnya dalam mengembangkan Desa Malimpung Menuju Desa Wisata.

2. Penggunaan Media Komunikasi dalam Melakukan Tahapan Proses Pengembangan Difusi

Tahapan difusi yang dilakukan oleh pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung yakni melakukan diskusi secara langsung terlebih dahulu, guna membahas pengembangan desa wisata ini, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk menginformasikan pengembangan desa wisata ini, serta menggunakan reklame atau baliho guna sebagai jembatan pengetahuan pengendara yang seang lewat untuk menginformasikan desa wisata tersebut. Isi pesan media tersebut tidak lain dan tidak bukan merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang luar daerah untuk berkunjung ke Desa lalimpung. Mengetahui efek yang ditimbulkan dari penggunaan medai tersebut. Strategi komunikasi yang digunakan pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung yakni melakukan diskusi secara langsung terlebih dahulu, guna membahas pengembangan desa wisata ini, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk menginformasikan pengembangan desa wisata ini, serta menggunakan reklame atau baliho guna sebagai jembatan pengetahuan pengendara yang seang lewat untuk menginformasikan desa wisata tersebut. Isi pesan media tersebut tidak lain dan tidak bukan merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang luar daerah untuk berkunjung ke Desa lalimpung. Mengetahui efek yang ditimbulkan dari penggunaan medai tersebut.

Dalam menjalakan strategi komunikasi maka seluruh proses komunikasi harus dipahami sebagai proses mentranformasikan pesan di antara kedua belah pihak. Kedua pihak memiliki kepentingan dalam proses dan memiliki pengetahuan yang saling dipertukarkan antara yang satu dengan yang lainnya, oleh karena itu strategi komunikasi harus mempertimbangkan semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut.

Secara garis besar terdapat empat langkah dalam strategi komunikasi, yaitu analisis situasi merupakan analisis yang menggunakan penelitian untuk melakukan analisis situasi yang secara akurat dan mampu mengidentifikasi berbagai permasalahan serta peluang yang dimiliki. Mengembangkan tujuan serta strategi komunikasi, mengembangkan rencana tindakan strategis yang ditujukan kepada berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya, hal ini mencakup tujuan umum, tujuan yang dapat diukur, identifikasi khalayak sasaran yang jelas, target strategi, serta taktik yang efektif. Mengimplementasikan strategi komunikasi, menjalankan perencanaan dengan alat-alat komunikasi dan tugas yang memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan. Mengukur hasil usaha yang telah dilakukan, mengukur kesuksesan strategi komunikasi dengan menggunakan alat-alat evaluasi.

Defenisi strategi komunikasi model Komunikasi Lasswell yang dicetuskan pada tahun 1948 berupa ungkapan verbal, yaitu *Who, syas what, in which Channel, to Whom and With Wahat Effect?* Model ini dikembangkan Harold Lasswell yang menggambarkan proses komunikasi dan fungsi-fungsi yang diembannya dalam masyarakat. Lasswell menyebutkan 3 Fungsi komunikasi yaitu yang pertama, pengawasan lingkungan mengingatkan anggota-anggota masyarakat akan bahaya dan peluang dalam lingkungan, dalam fungsi komunikasi ini sejalan dengan pengembangan desa wisata berhubung Desa Malimpung memiliki banyak peluang terhadap lingkungannya terutama peluang menjadi objek wisata. Kedua, korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat dalam merespon lingkungan, masyarakat memberikan respon yang positif terhadap liingkungannya sehingga mendukung dengan adanya inovasi pengembangan desa wisata di Desa Malimpung maka masyarakat mampu memberikan respon yang baik terhadap pemerintah desa dalam mengambil keputusan untuk mengembangkan objek wisata dan menuju desa wisata di Malimpung. Ketiga, transmisi warisan sosial dari suatu generasi ke generasi lainnya, pengembangan desa wisata tentu sangat bermanfaat dalam lingkungan sehari-hari bagi masyarakat, terutama dalam warisan sosial yang tentunya sangat

berpengaruh bagi generasi berikutnya, berkembangnya desa wisata di Desa Malimpung akan mampu membuat generasi selanjutnya mendapatkan dampak yang positif.

Strategi komunikasi yang digunakan pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat Desa Malimpung yakni melakukan diskusi secara langsung terlebih dahulu, guna membahas pengembangan desa wisata ini, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk menginformasikan pengembangan desa wisata ini, serta menggunakan reklame atau baliho guna sebagai jembatan pengetahuan pengendara yang seang lewat untuk menginformasikan desa wisata tersebut. Isi pesan media tersebut tidak lain dan tidak bukan merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang luar daerah untuk berkunjung ke Desa Malimpung. Mengetahui efek yang ditimbulkan dari penggunaan media tersebut.

Pemerintah Desa, BUMDes serta Masyarakat yang menjadi komunikator selaku pembicara dalam hal ini menginformasikan desa wisata ini yang memberikan pesan-pesan berupa pemberitahuan serta mengajak khalayak umum terutama para masyarakat luar daerah Malimpung untuk berkunjung ke beberapa objek-objek wisata di Desa Malimpung, melalui media sosial yang berupa akun sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube serta media massa yang berupa Reklame atau Baliho. Dampak yang ditimbulkan atau efek yang ditimbulkan dari strategi komunikasi ini tentu saja langsung dapat diketahui dengan pengunjung yang mulai berdatangan ke lokasi desa wisata.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

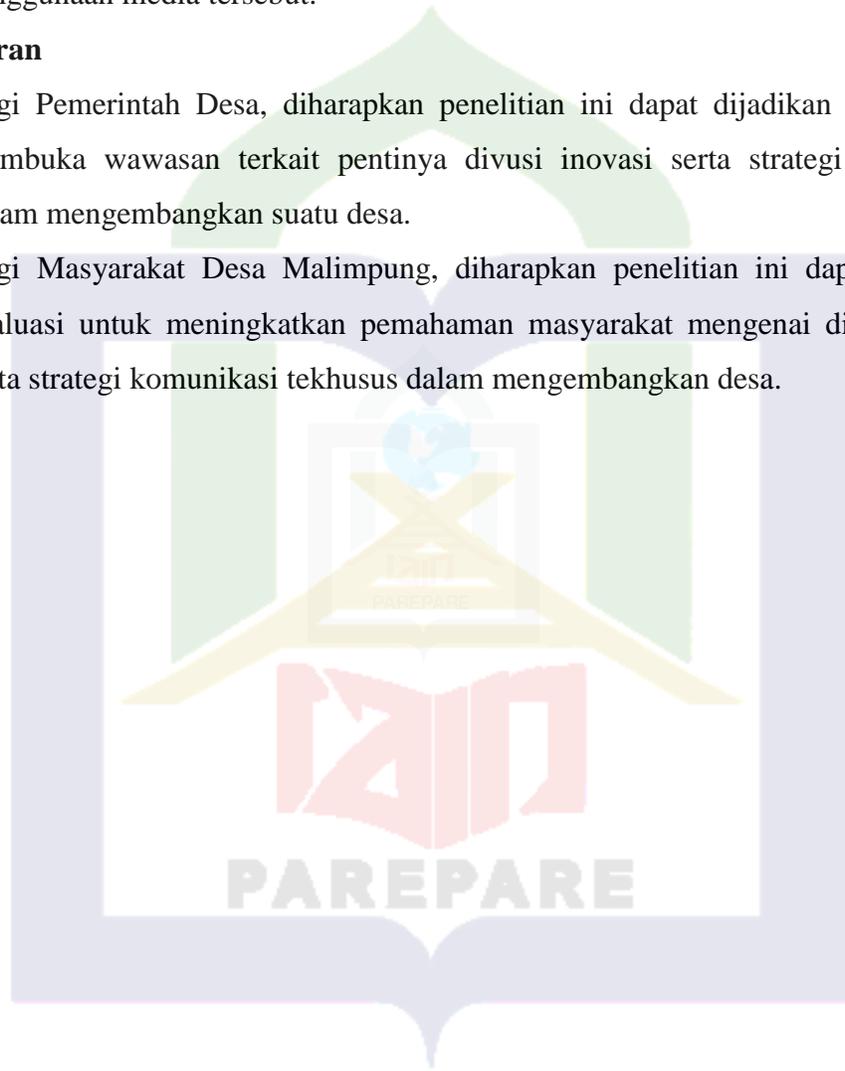
Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan dari skripsi penulis yang berjudul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”, penulis dapat mengambil kesimpulan akhir berdasarkan pada metode penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Tahapan difusi inovasi ini adalah pada tahapan pertama yaitu pembentukan pengetahuan, dengan munculnya sebuah pengetahuan pemerintah desa untuk memanfaatkan kekayaan alamnya, kemudian mengadakan diskusi pada media tatap muka yang dilakukan untuk mengomunikasikan inovasi baru dalam pengembangan desa dalam hal ini pengembangan desa wisata, tahapan kedua yaitu Persuasi, munculnya tahapan persuasi dari Masyarakat juga yang ikut menyetujui pengembangan ini dengan pertimbangan mendapatkan keuntungan dari pengembangan desa wisata ini. Tahapan ketiga, yaitu tahapan pengambilan keputusan untuk membangun Desa Malimpung sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Pinrang. Tahapan keempat yaitu Implementasi, aktor yang terlibat adalah Pemerintah Desa sebagai si pemilik inovasi yang kemudian BUMDes dan Masyarakat Desa Malimpung sebagai adopter dari sebuah inovasi tersebut., dengan melakukan beberapa pembangunan objek wisata. Tahapan kelima yaitu konfirmasi, Pemerintah Desa juga dapat mengkonfirmasi bahwa masyarakat Desa Malimpung benar-benar ikut andil dalam pengembangan desa wisata ini
2. Penggunaan media pada tahapan difusi yang dilakukan oleh pemerintah Desa serta Masyarakat Desa Malimpung yakni melakukan diskusi secara langsung terlebih dahulu, guna membahas pengembangan desa wisata ini, menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube untuk menginformasikan pengembangan desa wisata ini, serta menggunakan reklame atau baliho guna

sebagai jembatan pengetahuan pengendara yang sedang lewat untuk menginformasikan desa wisata tersebut. Isi pesan media tersebut tidak lain merupakan sebuah pesan yang mengajak orang-orang luar daerah untuk berkunjung ke Desa Malimpung. Mengetahui efek yang ditimbulkan dari penggunaan media tersebut.

B. Saran

1. Bagi Pemerintah Desa, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk membuka wawasan terkait pentingnya divisi inovasi serta strategi komunikasi dalam mengembangkan suatu desa.
2. Bagi Masyarakat Desa Malimpung, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan evaluasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai divisi inovasi serta strategi komunikasi tekhusus dalam mengembangkan desa.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Alkarim.

Ahda, M. H& F. Rozi. 2022. *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang*. Jurnal Jocs, Vol. 1, No. 4.

Asriwati. 2021. *Strategi Komunikasi yang Efektif : Communication For Behavioral Impact (COMBI) dalam Pengendalian Demam Berdarah Dengue*. Aceh : Syiah Kuala University Press.

Astuti, Hepy Kusuma. 2023. *Pemberdayaan Potensi Pariwisata Alam Sebagai Upaya Meningkatkan kesejahteraan Masyarakat*. Ponegoro:Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI).

Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta

Bungin, Burhan. 2017. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana

Effendy, Onong Uchjana. 1983. *Ilmu Komunikasi Teori dan Peraktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Febriana, K. Ayu & Y. B Setiawan. 2016. *Komunikasi Dalam Difusi Inovasi kerajinan Eceng Gondok di Desa Tuntang, Kabupaten Semarang*. Jurnal *The Messenger*, Vol. 8, No. 1.

Fikri. Masyarakat Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 25 September 2023

Hamid, Abdul. Bendahara Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 19 Oktober 2023

Hasbul. Sekertaris Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 19 Oktober 2023

Haslan. Manager Divisi BUMDes Ballopa Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 24 September 2023

Hastuti. Kasi Pemerintahan Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 19 Oktober 2023

- Nurul Huda, dkk, 2021 *Pariwisata Syariah (Sebuah Pendekatan Teoritis dan Riset)*, Jakarta: Kencana
- Imamuddin. Kaur Perencanaan Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 19 oktober 2023
- Ical. Karyawan *Sao Dare Cafe & Resto*. Wawancara oleh peneliti, 22 Oktober 2023
- Jumriana. Sekertaris PKK Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 21 Oktober 2023
- Mawar. Kaur Umum Pemerintah Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 19 Oktober 2023
- Moleong, Luxy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution, S. 1996. *Metode Recearch (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ngaisah, 2021. *Komunikasi Pembangunan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Difusi Inovasi dalam Mengembangkan Wisata Pegunungan Desa Melung*. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.
- Nugraha, M.R.A, 2021. *Inovasi Promosi Online Sebagai Strategi Branding Wisata Air Terjun Lider Studi Deskriptif di Dusun Lider, Desa Sumberarum, Kecamatan Songgon, Kabupaten Banyuwang*, Jember: Universitas Jember
- Nurhayati, Masayu. 2021. *Buku Ajar Media Komunikasi*. Lombok: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Prabawa, B. Ade Tegar. 2020. *Hubungan Strategi Komunikasi Penyuluh Pertanian dengan Perilaku Petani Jahe Subak Sarwa Ada Desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar*. Bandung: Nilacakra.
- Prasetyo, B. D. & N. S. Febriani. 2020. *Strategi Branding Teori dan Prespektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Priyanda, Roni, dkk. 2023. *Difusi Inovasi Pendidikan*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Rodiah, Saleha & P.M. Yusup. 2018. *Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Desa agro Wisata di Kabupaten Pangadaran*. Jurnal Signal, Vol. 6, No. 2.
- Roihan, Ahmad. 2017. *Efektivitas Komunikasi Penyuluhan Desa Wisata Terhadap Adopsi Inovasi Pengelolaan Potensi Wisata (Studi Pada Kelompok Sadar*

- Wisata (Pokdarwis) Peserta Pelatihan Desa Wisata*. Lampung: Universitas Lampung.
- Saenal. Wakil Kordinator EL-Maridi BUMDes Ballopa desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 24 September 2023
- Sudrajat, Subana. 2001. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian dan pengembangan Research dan Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiyati & Lilik Mudiyanto, *Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di pantai Suwuk Kabupaten Kebumen*. Wacana, Vol. 17, No. 2.
- Sunarsih, Nengsi. Operator Pemerintah Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 19 Oktober 2023
- Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta: Medpress.
- Suprayono, Imam & Tobroni. 2001. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryanto & Bagong. 2007. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Syavika, Nur. Masyarakat Desa Malimpung. Wawancara oleh peneliti, 01 November 2023
- Triantono. 2010. *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan & Tenaga Kependidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Ummi. Karyawan *Sao Dare Cafe & Resto*. Wawancara oleh peneliti, 27 September 2023

- Wahab, Rohmalia. 2016. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wisman, Yossita. 2017. *Komunikasi Efektif dalam Dunia Pendidikan*. Jurnal Nomosleca, Vol. 3 No. 2.
- Yuliana. 2021. *Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Berkomunikasi*. Sudut Pandang, Vol. 2, No. 5.
- Zubair M. Kamal dkk. 2022. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Zuriah, Nurul. 2007. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.





LAMPIRAN

PAREPARE



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Amal Bakti No. 8 Sororang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B-1771/In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023
Lamp : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Parepare, 01 September 2023

Kepada Yth.
Kepala Daerah Kabupaten Pinrang
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pinrang
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan bahwa:

Nama : IKA FITRAHDAYANTI
Tempat/Tgl. Lahir : Malimpung, 27 Juli 1999
NIM : 17.3100.009
Semester : XIII (Tiga Belas)
Alamat : Malimpung Kec. Patampanua Kab. Pinrang

Bermaksud melaksanakan penelitian dalam rangka penyelesaian Skripsi sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Adapun judul Skripsi :

DIVUSI INOVASI PENGEMBANGAN DESA WISATA MALIMPUNG KECAMATAN PATAMPANUA KABUPATEN PINRANG

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin dan dukungan untuk melaksanakan penelitian di Wilayah Kab. Pinrang terhitung mulai bulan **September 2023 s/d Oktober 2023**.
Demikian harapan kami atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

Wassalamu Alaikum Wr. Wb



Dekan,

Dr. A. Nurkidam, M.Hum
NIP. 19641231 199203 1 045

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0594/PENELITIAN/DPMPTSP/09/2023

Tentang

REKOMENDASI PENELITIAN

- Menimbang** : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 08-09-2023 atas nama IKA FITRAHDAYATI, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Rekomendasi Penelitian.
- Mengingat** :
 1. Undang – Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang – Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 8. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.
- Memperhatikan** :
 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 1072/R/T.Teknis/DPMPTSP/09/2023, Tanggal : 11-09-2023
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0594/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/09/2023, Tanggal : 11-09-2023

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** :
KESATU : Memberikan Rekomendasi Penelitian kepada :
 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : JL. AMAL BAKTI NO. 8 SOREANG PAREPARE
 3. Nama Peneliti : IKA FITRAHDAYANTI
 4. Judul Penelitian : DIVISI INOVASI PENGEMBANGAN DESA WISATA MALIMPUNG KECAMATAN PATAMPANUA KABUPATEN PINRANG
 5. Jangka waktu Penelitian : 3 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : PEMERINTAH DESA DAN MASYARAKAT
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Patampanua
- KEDUA** : Rekomendasi Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 11-03-2024.
- KETIGA** : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Rekomendasi Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.
- KEEMPAT** : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 11 September 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang

Biaya : Rp 0,-



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE

DPMPTSP



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
KECAMATAN PATAMPANUA
DESA MALIMPUNG

Alamat : Jalan Poros Benteng Kode Pos 91252

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

No : 070 / 886 / DM / XII / 2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : HASBUL
Nip : -
Jabatan : Sekretaris Desa Malimpung

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : IKA FITRAHDAYANTI
Nim : 17.3100.009
Alamat : Dusun Malimpung, Desa Malimpung
Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang
Fakultas / Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Menerangkan bahwa mahasiswa yang bersangkutan di atas benar telah selesai melakukan penelitian di wilayah Desa Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten pinrang terhitung dari tanggal 12 September 2023 Sampai 10 Desember 2023 dengan Judul Skripsi "DIFUSI INOVASI PENGEMBANGAN DESA WISATA MALIMPUNG KECAMATAN PATAMPANUA KABUPATEN PINRANG".

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 18 Desember 2023

ADUPA Kepala Desa Malimpung

Sekretaris





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jln. Amal Bakti No.8 Soreang 91131 Telp.(0421)21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN
SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA :IKA FITRAHDAYANTI
NIM/PRODI :17.3100.009/KPI
JURUSAN :USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
JUDUL :DIVUSI INOVASI PENGEMBANGAN DESA
WISATA MALIMPUNG KECAMATAN
PATAMPANUA KABUPATEN PINRANG

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah Desa Malimpung benar-benar telah menjadi Desa Wisata atau masih dalam tahapan pengembangan?
2. Bagaimana kesadaran dalam hal ini pengetahuan anda akan adanya inovasi mengenai Desa Wisata?
3. Tindakan seperti apa yang anda lakukan setelah mendapatkan ide baru dalam pengembangan Desa Wisata?
4. Inovasi atau ide seperti apa yang menjadi pendukung dalam pengembangan Desa Wisata?
5. Apakah ada yang setuju ataupun tidak setuju terhadap inovasi pengembangan Desa Wisata?
6. Bagaimana cara anda mengambil keputusan dalam dalam pengembangan Desa Wisata ini?
7. Bagaimana cara anda mendifusikan atau menyebarkan pesan sebagai ide baru?
8. Pesan seperti apa yang mencakup dalam mempromosikan Desa Wisata?
9. Apakah ada media tersendiri yang digunakan dalam proses pengembangan Desa Wisata?
10. Jika ada, maka media seperti apa yang digunakan dalam proses pengembangan Desa Wisata?

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : *Hasan*
Pekerjaan/jabatan : *Masyarakat / Manajer Divisi BUMDes*
Alamat : *Malimpung*

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, *29, September*2023

Yang Bersangkutan


(.....)
Hasan

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : SAENAL

Pekerjaan/jabatan : Wakil Koordinator EL-Maridi BUMDES

Alamat : Malimpung

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul "Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 24 September 2023

Yang Bersangkutan



(.....)
SAENAL

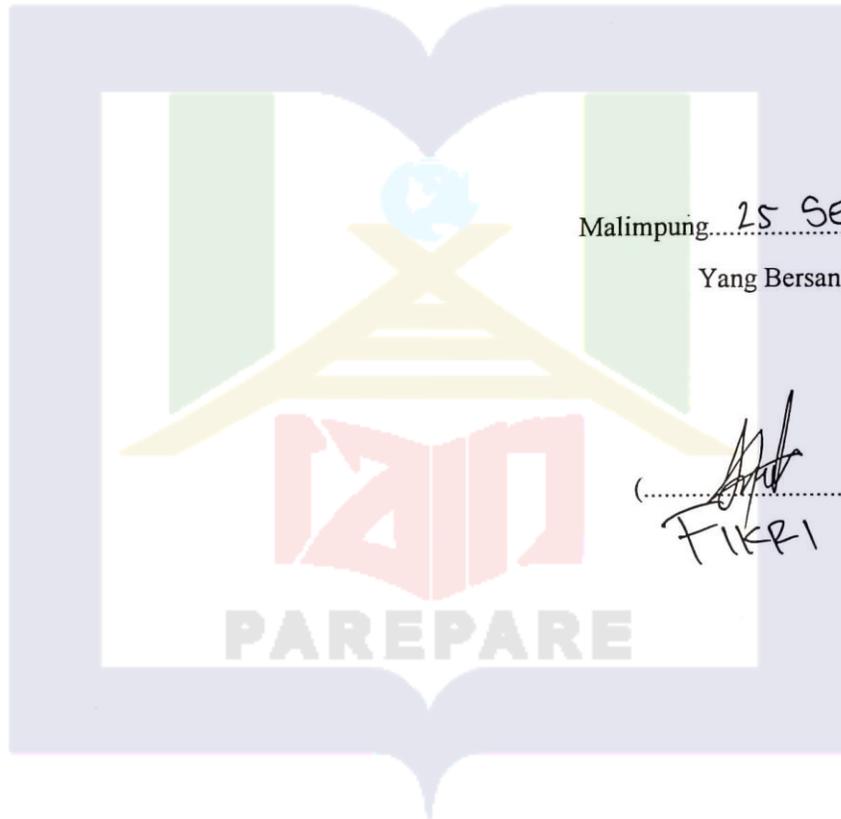
SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : FIKRI
Pekerjaan/jabatan : MASYARAKAT
Alamat : PALIPPI, DUSUN PALITA DESA MALIMPUNG

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “**Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : UMMI
Pekerjaan/jabatan : Karyawan Sao Dare Pesto & Cafe
Alamat : Punaliling, Desa Malimpung

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divisi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 27 September 2023

Yang Bersangkutan


(.....UMMI.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

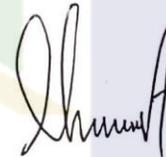
Nama Lengkap : HASBUL
Pekerjaan/jabatan : SEKRETARIS DESA
Alamat : DESA MALIMPUNG

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, ~~10~~ 19 Oktober 2023

Yang Bersangkutan



(..... HASBUL)



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : HASTUTI
Pekerjaan/jabatan : KASI PEMERINTAHAN
Alamat : DESA PAJALELE, DESA MALIMPUNG

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 19 oktober2023

Yang Bersangkutan


(.....HASTUTI.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Nengsi Sunarsih

Pekerjaan/jabatan : Operator Desa

Alamat : Dusun Malimpung

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 18 Oktober2023

Yang Bersangkutan


(.....Nengsi Sunarsih.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : MAWAR
Pekerjaan/jabatan : FAKUR UMUM
Alamat : DUSUM MALIMPUNG

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung...10 Oktober.....2023

Yang Bersangkutan



(.....MAWAR.....)



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Imanuddin
Pekerjaan/jabatan : kaur Perencanaan
Alamat : Pajalele.

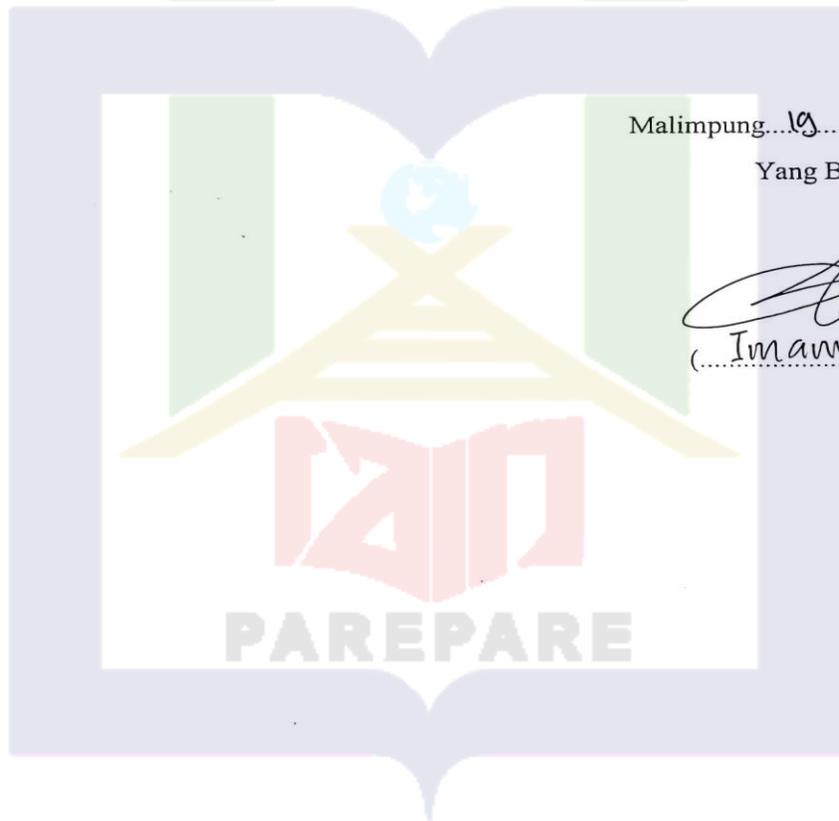
Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “**Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 19 Oktober2023

Yang Bersangkutan


(.....Imanuddin.....)



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : ABDUL HAMID
Pekerjaan/jabatan : Bendahara Desa
Alamat : Malimpung

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, ~~19~~ 19 OKTOBER 2023

Yang Bersangkutan


(..... ABDUL HAMID.)



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : JUMRIANA
Pekerjaan/jabatan : SEKERTARIS PEF
Alamat : MALUMPUNG

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “**Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung, 21 Oktober2023

Yang Bersangkutan



(.....JUMRIANA.....)



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : NUR SYAYIKA
Pekerjaan/jabatan : MASYARAKAT
Alamat : MALIMPUNG

Bahwa benar telah diwawancarai oleh mahasiswa yang bernama IKA FITRAHDAYANTI untuk keperluan skripsi dengan judul “Divusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata di Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Malimpung..01..NOVEMBER...2023

Yang Bersangkutan



(.....NUR SYAYIKA.....)



DOKUMENTASI

A. Wawancara dengan Pemerintah dan Masyarakat Desa Malimpung



Wawancara dengan Hasbul Sekertaris Desa



Wawancara dengan Abdul Hamid Bendahara Desa



Wawancara dengan Imamuddin, Mawar dan Hastuti selaku Perangkat Desa



Wawancara dengan Saenal Wakil Koordinator EL-Maridi BUMDes



Wawancara dengan Ummi Karyawan *Sao Dare Cafe & Resto*



Wawancara dengan Fikri Masyarakat Desa Malimpung



Wawancara dengan Nur Syavika Masyarakat Desa Malimpung

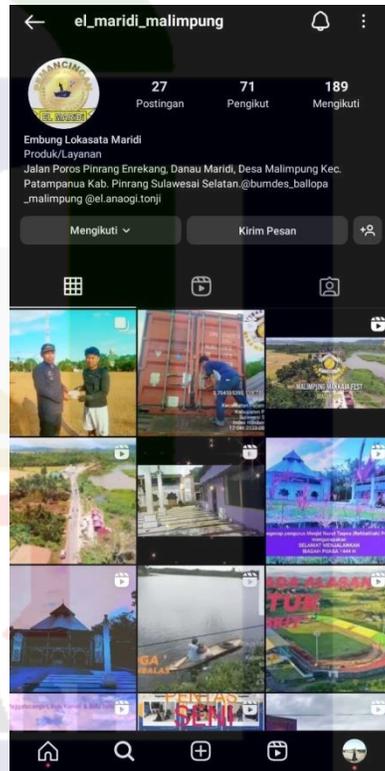
B. Media yang Digunakan dalam Pengembangan Difusi



Media Baliho dalam mempromosikan objek wisata Embung Lokasata Maridi



Media Baliho dan Reklame dalam mempromosikan Objek Wisata *Sao Dare*



Media WhatsApp, Instagram dan Facebook yang digunakan untuk mempromosikan Desa Wisata



Media YouTube untuk mempromosikan Desa Wisata



Media Instagram *Sao Dare' Café & Resto*



Budaya *Makkaja* di Embung Maridi



Potret di Halaman Masjid Embung Maridi

BIOGRAFI PENULIS



Ika Fitrahdayanti merupakan penulis dari Skripsi ini. Lahir pada tanggal 27 juli 1999 di Desa malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak ke-dua dari empat bersaudara yang lahir dari pasangan Ahmad dan Erni. Penulis pertama kalinya menginjakkan kakinya dalam pendidikan di Taman Kanak-kanak di Desa Malimpung pada tahun 2005 kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 121 Patampanua dan dinyatakan Lulus pada tahun 2011, pada tahun yang sama penulis kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Patampanua dan tamat pada tahun 2014. Penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Pinrang dan mengambil jurusan IPA dan dinyatakan lulus pada tahun 2017. Penulis melanjutkan pendidikan perguruan tinggi pada tahun yang sama di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare terdaftar di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Pada tahun yang sama juga penulis ikut bergabung dan melakukan LK Training sebagai angkatan ke III di HMI Komisariat Bumi Harapan. Penulis juga termasuk kedalam anggota Organisasi Karang Taruna Kecamatan Patampanua pada Tahun 2020 hingga saat ini.

Dengan ketekunan serta motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Penulis akhirnya telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir dari penulis ini mampu memberikan kombinasi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa Syukur yang sebesar-besarnya atas selesainya skripsi ini yang berjudul **“Difusi Inovasi Pengembangan Desa Wisata Malimpung Kecamatan Patampanua Kabupaten Pinrang”**.