

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah Desa terbanyak di dunia, mencerminkan kekayaan sosial, budaya, serta potensi sumber daya lokal yang sangat beragam di setiap wilayahnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) melalui hasil Pendataan Potensi Desa (Podes) 2024, tercatat terdapat 84.276 wilayah administrasi setingkat Desa di Indonesia, yang terdiri atas 75.753 Desa, 8.486 kelurahan, dan 37 Unit atau Satuan Permukiman Transmigrasi (UPT/SPT) yang masih dibina oleh kementerian terkait. Keberadaan Desa-Desa tersebut menjadi aset penting dalam pengembangan potensi lokal termasuk sektor pariwisata.

GoodStats



Gambar 1.1 Data provinsi Desa wisata terbanyak

Sumber: Data.goodstats.id (2024)

Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang dikutip oleh *GoodStats* (Oktober 2024) pada gambar 1.1, tercatat terdapat 6.026 Desa wisata di Indonesia yang tersebar di berbagai macam provinsi. Provinsi dengan jumlah Desa wisata terbanyak antara lain Jawa Timur,

Sumatera Barat, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, dan Jawa Barat, di mana sebagian besar masih berada pada tahap rintisan dan berkembang. Data ini menunjukkan adanya peningkatan perhatian terhadap pengembangan potensi Desa sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat, namun juga menandakan perlunya strategi promosi yang lebih kuat agar potensi tersebut dapat dikenal luas oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

Salah satu provinsi yang aktif mengembangkan potensi tersebut adalah Jawa Barat. Berdasarkan data dari Jabar Ekspres (19 Juli 2025) yang mengutip pernyataan Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Jawa Barat, Iendra Sofyan, jumlah Desa wisata di Jawa Barat mencapai 682 Desa, yang terdiri dari 551 Desa rintisan, 112 Desa berkembang, 16 Desa maju, dan 3 Desa mandiri. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dan mencerminkan tingginya potensi desa-desa di Jawa Barat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui sektor pariwisata berkelanjutan

Pengembangan wisata berbasis alam dan budaya di Kampung Sukagalih, Kabandungan, Sukabumi (Desa Cipeuteuy), yang merupakan bentuk pariwisata berkelanjutan, relevan dengan temuan bahwa faktor tempat, mencakup lokasi dan suasana alam serta budaya tersebut, menjadi variabel yang secara signifikan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, selain produk yang ditawarkan (Yulita, 2017). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi (2023), Kecamatan Kabandungan memiliki total penduduk 46.245 jiwa, yang tersebar di enam Desa, yaitu Mekarjaya, Tugubandung, Kabandungan, Cipeuteuy, Cihamerang, dan Cianaga.

Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin  
Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Kabandungan, 2023  
*Number of Population by Sex and Villages / Kelurahan in Subdistricts Kabandungan, 2023*

Desa / Kelurahan <i>Villages / Kelurahan</i>	Laki - laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
MEKARJAYA	2088	1928	4016
TUGUBANDUNG	5607	5471	11078
KABANDUNGAN	4549	4354	8903
CIPEUTEUY	4348	4077	8425
CIHAMERANG	4093	3805	7898
CIANAGA	3227	3096	6323

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sukabumi

Gambar 1.2 Data jumlah penduduk kecamatan kabandungan

Sumber: sukabumikab.bps.go.id (2023)

Jumlah penduduk yang cukup besar ini menunjukkan potensi sumber daya manusia yang dapat berperan aktif dalam pengembangan sektor ekowisata lokal. Salah satu Desa yang memiliki potensi ekowisata adalah Desa Cipeuteuy, tepatnya di Kampung Sukagalih, yang menawarkan keindahan alam serta kegiatan wisata ramah lingkungan yang melibatkan masyarakat lokal.

Namun, di tengah perkembangan pariwisata modern dan pesatnya arus informasi digital, potensi wisata Desa sering kali belum dikenal luas oleh masyarakat luas. Hal ini menjadi tantangan bagi destinasi seperti ekowisata Kampung Sukagalih untuk membangun citra positif dan meningkatkan *awareness* di kalangan masyarakat luas. Salah satu upaya yang dilakukan Kampung Sukagalih dalam meningkatkan *awareness* mengenai ekowisata yang ada di Kampung Sukagalih dengan melakukan promosi melalui sosial media. Contohnya Adalah akun Instagram @ekowisata\_sukagalih, sebuah media promosi digital yang sempat aktif dalam memperkenalkan potensi wisata alam dan kegiatan berbasis ekowisata di Kampung Sukagalih. Akun ini awalnya berfungsi sebagai sarana untuk menampilkan keindahan alam, edukasi lingkungan, dan aktivitas wisata berkelanjutan yang melibatkan masyarakat lokal. Namun, seiring berjalannya waktu, akun tersebut mengalami penurunan aktivitas dan *engagement*, yang berdampak pada menurunnya visibilitas destinasi di ranah digital.

Bedasarkan hasil observasi, meskipun aktivitas digital sempat dilakukan oleh Masyarakat Kampung Sukagalih melalui sosial media di *platform* instagram khususnya oleh generasi muda di Kampung Sukagalih untuk mempromosikan ekowisata mereka, namun terhenti akibat masyarakat yang merasa tidak mendapatkan keuntungan untuk fokus melakukan promosi melalui media sosial. Mereka memilih untuk berkontribusi di kebun bersama orang tua mereka karena lebih memiliki keuntungan lebih banyak khususnya di kalangan anak muda di Kampung Sukagalih. Sekarang generasi muda di Kampung Sukagalih kini sudah memiliki kesadaran yang lebih tinggi akan pentingnya sosial media sebagai wadah informasi untuk menginformasikan ke Masyarakat yang lebih luas. Potensi berikut tentu menjadi modal awal bagi masyarakat Kampung Sukagalih untuk melakukan

aktivitas promosi digital ekowisata. Fenomena tersebut juga menunjukkan perlunya upaya untuk menghidupkan kembali keberadaan akun Instagram tersebut agar dapat berfungsi optimal sebagai media komunikasi dan promosi yang berkelanjutan

Dalam konteks tersebut, kampanye digital menjadi salah satu strategi komunikasi yang relevan dan efektif. Berdasarkan Observasi, melalui kampanye digital Masyarakat diharapkan dapat tercipta interaksi, partisipasi, serta penyebaran informasi yang lebih luas mengenai keunikan dan nilai keberlanjutan ekowisata di Kampung Sukagalih. Pemanfaatan *platform* media sosial Khususnya Instagram dapat membantu menghadirkan narasi visual yang menarik, sekaligus menanamkan pesan edukatif mengenai pentingnya menjaga lingkungan dan mendukung pariwisata berbasis masyarakat. Kampanye digital sendiri merupakan aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan ide, gagasan, atau pesan tertentu melalui media digital guna mencapai tujuan spesifik dalam jangka waktu yang telah ditetapkan (Arianita et al 2021).

Dalam menindaklanjuti hasil obeservasi di Kampung Sukagalih itu kenapa penulis lebih memilih melakukan revitalisasi pada akun Instagram @ekowisata\_sukagalih tidak hanya sekedar mengaktifkan kembali sebuah media sosial, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk membangun *sustainability* dalam komunikasi digital pariwisata berbasis ekowisata. Hal ini tentu sejalan dengan nilai-nilai SDGs khususnya tujuan 8 tentang Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Melalui revitalisasi akun Instagram yang dimiliki masyarakat sebelumnya yaitu @ekowisata\_sukagalih, kegiatan promosi pariwisata tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat lokal agar terlibat aktif dalam pengelolaan dan pelestarian lingkungan. Dengan demikian, strategi komunikasi digital ini berperan dalam mendorong pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan ramah lingkungan sesuai dengan semangat SDGs.

Untuk mendukung terwujudnya tujuan tersebut, peran Lembaga pendamping menjadi faktor yang sangat penting untuk menjembatani masyarakat Desa dengan berbagai program penguatan kapasitas. Salah satu Lembaga yang berperan aktif dalam konteks ini adalah Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN), sebuah organisasi nonprofit yang berfokus pada isu lingkungan, kehutanan, serta pemberdayaan masyarakat. Melalui program Social Forestry, LATIN melibatkan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai fasilitator untuk menghubungkan pengetahuan akademik dengan praktik di lapangan. Pendekatan ini mendorong Masyarakat untuk berperan aktif dalam mengelola dan mengembangkan potensi lokal mereka, bukan sekedar menjadi penerima manfaat saja. Pendekatan ini selaras dengan temuan (Alleluia dan Shohibuddin 2024) yang menegaskan bahwa kelembagaan kelompok tani hutan, termasuk lembaga pendamping dan aktor lokal, memiliki peran krusial dalam memastikan implementasi perhutanan sosial berjalan efektif. Dalam konteks ini kehadiran LATIN untuk Kampung Sukagalih menjadi elemen yang sangat penting dalam membuka ruang kolaborasi antara komunitas Desa, pemerintah setempat, dan mahasiswa untuk menciptakan model pemberdayaan berbasis ekowisata yang lebih adaptif, partisipatif, dan berkelanjutan. .

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan kepada warga Kampung Sukagalih pada saat keberangkatan *batch* 1 kemarin pada tanggal 17-22 oktober 2025 melalui program *social forestry* tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan merancang strategi dalam menghidupkan kembali akun Instagram @ekowisata\_sukagalih, dengan fokus pada pengembangan konten kreatif, pengelolaan *engagement*, serta penerapan prinsip komunikasi berkelanjutan melalui kampanye #ekowiastadisukagalih sebagai sarana pengaktifan Kembali kegiatan untuk menciptakan kesadaran melalui sosial media. Dalam pelaksanaan kampanye ini, Komunitas Pelestarian Lingkungan (KOPEL) berperan sebagai mitra strategis yang mendapatkan pembekalan khusus terkait pengelolaan akun dan pengembangan konten digital. Langkah ini dilakukan agar keberlanjutan pengelolaan media sosial dan program tetap terjamin meskipun kegiatan proyek telah berakhir.

Dengan demikian, karya kampanye ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi destinasi ekowisata, tetapi juga sebagai wadah pemberdayaan berkelanjutan yang mendorong partisipasi masyarakat, memperkuat kesadaran terhadap nilai ekowisata Sukagalih, serta memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan berkelanjutan di Kampung Sukagalih.

## **1.2 Tujuan Karya**

Karya ini bertujuan untuk mengaktivasi kembali akun Instagram @ekowisata\_sukagalih sebagai media komunikasi digital yang efektif dalam memperkenalkan potensi wisata berbasis ekowisata di Kampung Sukagalih. Melalui kampanye digital yang dirancang, karya ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran masyarakat dan audiens luas terhadap pentingnya penerapan nilai-nilai ekowisata sebagai bagian dari upaya pelestarian lingkungan dan pengembangan pariwisata berkelanjutan di wilayah tersebut.

## **1.3 Kegunaan Karya**

Karya kampanye digital ini diharapkan memiliki fungsi dan bisa memberikan dampak bagi masyarakat luas dalam aspek:

### **1.3.1 Kegunaan Akademis**

Dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan karya komunikasi untuk kampanye digital yang berfokus pada kesadaran potensi pariwisata berbasis ekowisata, sekaligus menjadi sumber referensi tambahan bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dalam memperdalam pemahaman mereka di bidang tersebut.

### **1.3.2 Kegunaan Praktis**

Karya ini berpotensi menjadi acuan dalam pelaksanaan kampanye digital berbasis komunitas, terutama dalam upaya menumbuhkan kesadaran terhadap potensi ekowisata di Kampung Sukagalih. Selain itu, temuan dan hasilnya dapat diimplementasikan oleh praktisi komunikasi, lembaga Desa, serta komunitas lokal sebagai strategi efektif untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan masyarakat melalui media sosial.

### 1.3.3 Kegunaan Sosial

Karya ini membuka kesempatan bagi masyarakat Kampung Sukagalih untuk memperkenalkan potensi wisata lokal yang berfokus pada konsep ekowisata, sekaligus mendorong partisipasi aktif warga dalam aktivitas produktif bersama. Melalui pendekatan ini, masyarakat dapat mengembangkan potensi Desa, mempererat hubungan sosial antara warga dan wisatawan, serta menghadirkan pengalaman wisata yang berkelanjutan. Dengan demikian, karya ini berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan yaitu SDGs 8 (*Decent Work and Economic Growth*).

