

Strategi Komunikasi Pembangunan dalam Mempertahankan Eksistensi Pasar Seni Guwang di Masa Pandemi

Ni Putu Yunita Anggreswari

Putu Astrid Harikaputri

Muhammad Rifqi

I Nyoman Windu Surya Sidantha

Universitas Pendidikan Nasional

Pos-el: tata.anggreswari@undiknas.ac.id, acikharikaputri@gmail.com, rifqir274@gmail.com,
windusuryasidanta2000@gmail.com

DOI: 10.32884/ideas.v7i3.416

Abstrak

Corona Virus Disease merupakan virus yang menginfeksi seluruh dunia hingga statusnya ditetapkan sebagai pandemi. Mewabahnya virus corona atau yang dikenal dengan sebutan *Covid-19* membuat perubahan dalam beberapa sektor yang salah satunya adalah sektor pariwisata. Merosotnya kunjungan pariwisata ke Bali juga berdampak terhadap pasar Seni Guwang dimana jumlah kunjungan pasar Seni Guwang merosot lebih dari 90%. Untuk menghadapi situasi tersebut diperlukan strategi komunikasi pembangunan sebagai langkah dalam memotivasi masyarakat agar turut berkontribusi dalam mempertahankan eksistensi pasar Seni Guwang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teknik pengumpulan data yang terdiri dari Teknik wawancara, Teknik observasi dan Teknik dokumentasi. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat strategi komunikasi pembangunan yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi, menginformasikan tentang kesempatan masyarakat dalam berpartisipasi dan adanya usaha dalam meningkatkan kemampuan masyarakat dalam berpartisipasi.

Kata Kunci

strategi komunikasi pembangunan, eksistensi

Abstract

Corona Virus Disease is a virus that infects the whole world until its status is designated as a pandemic. The outbreak of the corona virus or known as Covid-19 has made changes in several sectors, one of which is the tourism sector. The declines in tourism visits to Bali also has an impact on the Guwang Art Market where the number of visits to the Guwang art Market fell by more than 90%. To deal with this situation, a development communication strategy is needed as a step in motivating the community to contribute to maintaining the existence of the Guwang Art Market. This study uses a qualitative approach with data collection techniques consisting of interview techniques, observation techniques and documentation techniques. The result of this study indicate that there is a development communication strategy that aims to raise public awareness to participate, inform the community about opportunities to participate and the existence of efforts to improve the community's ability to participate.

Keywords

development communication strategy, existence

Pendahuluan

Pandemi *Covid-19* yang mengguncang dunia berimbas terhadap berbagai sektor termasuk pula sektor pariwisata. Pariwisata Bali mengalami kelumpuhan yang diakibatkan oleh pandemi *Covid-19* sehingga membuat masyarakat yang bergerak dibidang pariwisata terpuruk secara finansial. Dalam menangani pesimisnya masyarakat akibat pandemi yang masih berlangsung saat ini dibutuhkan peran pemerintah daerah dalam menyampaikan pesan pembangunan sebagai upaya dalam mengedukasi serta memotivasi masyarakat agar turut berpartisipasi dalam mempertahankan eksistensi objek wisata yang ada.

Covid-19 atau Corona Virus Disease merupakan virus yang menginfeksi pernafasan yang mulai ditemukan pertama kali di Wuhan pada tanggal 30 Desember 2019 dan mewabah ke Indonesia sejak maret 2020.

Corona virus diketahui berpotensi memicu infeksi saluran pernafasan dengan gejala ringan seperti batuk pilek dan flu hingga yang bersifat akut seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)* (Wahidah dkk, 2020: 180). Mewabahnya *Covid-19* ke seluruh penjuru dunia membuat *World Health Organization (WHO)* menetapkannya sebagai pandemi. Pandemi *Covid-19* membuat banyak perubahan dalam berbagai sektor baik itu sektor pendidikan, sektor ekonomi maupun sektor pariwisata. Dalam bidang Pendidikan misalnya, terdapat pembatasan interaksi pembelajaran yang terjadi akibat dari himbuan WFH (*Work From Home*) yang kemudian berimbas kepada sistem pembelajaran secara daring. Sistem pembelajaran daring tentu memerlukan berbagai adaptasi baru agar pembelajaran yang semula dilakukan tatap muka tetap dapat berjalan efektif meski saat ini dilaksanakan secara daring (Siahaan, 2020). Sementara itu, dampak dari *Covid-19* juga terjadi pada sektor ekonomi. Dalam (Sayuti & Hidayati, 2020) dikatakan bahwa dari segi ekonomi, dampak pandemi *Covid-19* dapat memengaruhi pendapatan, pola pengeluaran untuk kebutuhan sehari-hari, lapangan pekerjaan, dan kebiasaan belanja yang didominasi oleh belanja makanan dan kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya itu, pandemic *Covid-19* juga berdampak terhadap kebiasaan belanja masyarakat yang mana saat ini aktivitas belanja didominasi oleh transaksi melalui *e-commerce*.

Pandemi *Covid-19* memiliki dampak yang sangat besar terhadap sektor pariwisata, dimana adanya pembatasan perjalanan yang kemudian menyebabkan sebanyak 20.000 wisatawan mancanegara yang membatalkan kunjungannya ke Bali. Hal tersebut juga berdampak pada pembatalan kamar hotel di Bali yang mencapai angka 40.000. Merosotnya jumlah kunjungan wisatawan ke Bali juga berimbas kepada tingginya jumlah karyawan yang mengalami PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) dimana tercatat sebanyak 800 karyawan mengalami PHK dan 46.000 karyawan yang dirumahkan (Nuruddin dkk., 2020).

Menurunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Bali menyebabkan sepiya berbagai objek wisata, salah satunya adalah pasar Seni Guwang. Pasar Seni Guwang sempat mengalami penutupan sementara yakni sejak bulan Mei hingga September 2020 dengan tingkat kunjungan yang mengalami penurunan lebih dari 90% bahkan terkadang tidak adanya kunjungan sama sekali. Situasi tersebut kemudian memicu keresahan dari masyarakat pelaku pariwisata yang semakin pesimis terhadap pulihnya pariwisata di Bali. Dalam menjawab kegundahan masyarakat, maka diperlukan strategi komunikasi pembangunan sebagai media untuk mempersiapkan pemulihan pariwisata Bali. Komunikasi pembangunan merupakan aktivitas komunikasi yang menyampaikan pesan-pesan pembangunan, yang dalam hal ini memiliki tujuan untuk memberikan motivasi serta sebagai stimuli dalam membangkitkan partisipasi masyarakat untuk turut berkontribusi dalam mempertahankan eksistensi pasar Seni Guwang.

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi menurut Effendi dalam (Surahmi & Farid, 2018) merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication plan*), manajemen komunikasi (*communications management*) guna mencapai suatu tujuan. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan operasionalnya secara taktis dimana pendekatan (*approach*) dapat berbeda sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

Komunikasi Pembangunan

Komunikasi pembangunan menurut Widjaja dan Hawab dalam (Pelita dkk., 2018) merupakan komunikasi yang berisikan pesan-pesan pembangunan. Komunikasi pembangunan pada hakikatnya melibatkan minimal tiga komponen yaitu: (a) pemerintah atau masyarakat yang bertujuan membangun; (b) pesan pembangunan yang meliputi ide-ide atau program pembangunan; (c) komunikasi pembangunan yaitu masyarakat secara luas. Dengan demikian berbagai usaha pembangunan seharusnya diwujudkan dengan konsep yang berpusat pada masyarakat. Dalam konteks ini komunikasi merupakan ujung tombak dalam merubah sikap dan manusia sebagai pemeran utama pembangunan baik sebagai subyek pembangunan maupun objek pembangunan.

Peran Komunikasi dalam Pembangunan

Komunikasi pembangunan memiliki peranan dalam pengembangan partisipasi masyarakat. Adapun peranan komunikasi dalam pengembangan partisipasi masyarakat menurut (Rani, 2016) meliputi:

1. Menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi. Dalam fase ini masyarakat perlu diberikan beberapa informasi yang meliputi: (a) adanya masalah yang dihadapi dan diperlukannya upaya pemecahan; (b) adanya kemampuan masyarakat untuk memecahkan masalahnya sendiri; (c) pentingnya partisipasi masyarakat dalam memecahkan masalah melalui kegiatan pembangunan; (d) adanya kepercayaan dalam diri setiap masyarakat bahwa mereka mampu memberikan manfaat bagi pelaksanaan pembangunan tersebut.



2. Menginformasikan tentang adanya kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi. Dalam komunikasi pembangunan, hendaknya dijelaskan tentang hak dan kewajiban setiap masyarakat dalam proses pembangunan yang dilaksanakan serta adanya pembagian partisipasi yang bias dilakukan.
3. Menunjukkan dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi. Tidak terlibatnya masyarakat dalam proses pembangunan juga dapat terjadi dikarenakan mereka tidak cukup memiliki kemampuan untuk berpartisipasi sehingga pihak berkompeten harus mampu meyakinkan masyarakat mengenai kemampuannya dalam partisipasi pembangunan.
4. Menggerakkan kemauan masyarakat untuk berpartisipasi. Keadaan umum yang sering menyebabkan tidak adanya partisipasi masyarakat dalam pembangunan juga dikarenakan mereka hanya diminta untuk berpartisipasi dalam memberikan input tanpa mengetahui tentang manfaat yang akan mereka peroleh dan rasakan.

Tujuan Komunikasi Pembangunan

Rogers dalam (Cangara, 2020) menyatakan bahwa komunikasi pembangunan memiliki dua peran yang terdiri dari:

1. Transformasi peran. Penggunaan komunikasi pembangunan dalam mengubah peran dengan membawa perubahan sosial. Proses transformasi peran dilakukan dengan memberikan kesadaran kepada orang-orang untuk mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi. Dalam hal ini komunikasi bertindak sebagai instrument untuk mencapai tujuan-tujuan ini.
2. Peran sosialisasi. Komunikasi pembangunan digunakan dalam mempertahankan nilai-nilai masyarakat yang telah ditetapkan dengan memainkan peran bersosialisasi. Dalam hal ini komunikasi pembangunan mencoba untuk membangun atmosfer sehingga perubahan yang direncanakan dapat dilakukan sembari menjaga keutuhan struktur sosial. Media massa dapat memainkan peran proaktif dalam membantu komunikasi pembangunan memenuhi peran utama ini.

Tujuan akhir dari komunikasi pembangunan adalah meningkatkan kualitas hidup sehingga masyarakat dapat mencapai kualitas hidup yang lebih tinggi melalui perubahan sosial dan politik dalam suatu masyarakat. Dengan demikian tujuan komunikasi pembangunan tidak hanya sebatas pembangunan ekonomi namun juga pada hal-hal dengan nilai sosial, politik, budaya dan moral yang membuat hidup seseorang utuh dan paripurna melalui pemanfaatan potensi yang ada pada dirinya maupun yang ada pada lingkungannya (Cangara, 2020).

Sementara itu, Mekote dalam (Cangara, 2020) mengatakan bahwa komunikasi pembangunan juga berupaya dalam menghilangkan hambatan bagi masyarakat untuk menjadi lebih setara dan aktif dalam partisipatif, dengan kata lain mengupayakan peningkatan kualitas hidup penduduk, termasuk peningkatkan dalam pendapatan dan kesejahteraan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kalimat atau kata-kata baik dalam bentuk tulisan maupun dalam bentuk lisan (Suyanto, 2015). Tipe yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe deskriptif yaitu kumpulan data berupa kata-kata dan gambar sehingga penelitian akan menghasilkan kutipan untuk memebrikan gambaran penyajian laporan. Dalam mengumpulkan data yang akan dianalisis, penelitian ini menggunakan tiga Teknik pengumpulan data yang terdiri dari teknik wawancara, teknik observasi dan teknik dokumentasi. Observasi merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung ke lapangan, dalam penelitian ini observasi dilaksanakan di pasar seni desa Guwang, Sukawati Gianyar. Teknik pengumpulan data dengan Teknik dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang amna informasi berupa catatan atau data yang diperoleh dari pihak. Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen terkait objek yang diteliti. Pengumpulan data dengan Teknik wawancara dilakukan dengan melakukan tanya jawab lisan yang dilakukan dengan informan-informan terkait. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan Kepala Desa Guwang, Bendesa Adat Guwang, Kepala Pasar Seni Guwang, Ketua Karang Taruna desa Guwang, dan beberapa perwakilan pedagang serta masyarakat desa Guwang.

Terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. (1) Reduksi data (data reductions) meliputi merangkum data, memilih hal pokok, memfokuskan data pada hal-hal penting yang sesuai dengan tema dan pola penelitian. Data

yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas karena sudah difokuskan kepada data-data yang terkait penelitian. Proses reduksi data bertujuan untuk melakukan pengumpulan data (Sugiyono, 2015); (2) Penyajian data (data display) meliputi pengumpulan informasi yang sudah tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data dapat berupa matriks, grafik, jaringan bagan, narasi dan sebagainya (Prastowo, 2012); (3) Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan simpulan yang disajikan dalam bentuk deskriptif dengan berpedoman pada kajian penelitian (Gunawan, 2013). Dalam pengujian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana menggali data yang sama dari sumber berbeda sehingga akan dilaksanakan wawancara dengan beberapa narasumber untuk menguji keabsahan data.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Kunjungan wisatawan yang datang ke Bali ketika memasuki masa pandemi mengalami perubahan yang sangat signifikan termasuk pula jumlah kunjungan terhadap pasar seni Guwang yang menurun sebesar 90%. Tidak hanya tingkat kunjungan wisatawan namun jumlah pedagang turut mengalami penurunan dari yang semula berjumlah lima ratus lima puluh (550) orang kini yang tersisa adalah kurang dari seratus orang. Pada bulan Mei hingga September tahun 2020, pasar Seni Guwang bahkan tidak beroperasi mengikuti himbauan pemerintah pusat dalam upaya mengurangi lonjakan kasus covid19. Pedagang pasar seni Guwang yang kehilangan mata pencaharian mulai mendesak masyarakat desa agar kembali membuka Pasar Seni Guwang dan tetap optimis menunggu pemulihan pariwisata sehingga pasar seni Guwang kembali dibuka pada pertengahan bulan September 2020.

Kondisi pasar seni Guwang membuat pemerintah desa turut andil dalam memotivasi masyarakat agar tetap optimis serta turut berpartisipasi dalam menjaga eksistensi pasar seni Guwang. Selain memberikan support berupa pinjaman di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) desa Guwang sebagai modal usaha, pemerintah desa kerap melakukan sosialisasi dalam upaya merangkul masyarakat untuk optimis dan turut serta dalam menjaga eksistensi pasar Seni Guwang. Sosialisasi yang kerap kali dilakukan adalah pentingnya menjaga protocol kesehatan karena akan berpengaruh terhadap citra dari pasar seni itu sendiri. Sosialisasi terkait pentingnya menerapkan protokol kesehatan pada destinasi wisata disampaikan melalui beberapa media yang meliputi *whatsapp group*, media pengeras suara atau *speaker* di masing-masing balai banjar serta media *facebook*. Dalam upaya menjangkau wisatawan lokal agar turut mendukung keberadaan pasar seni Guwang, pemerintah desa juga merancang video iklan layanan masyarakat yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat umum agar mencintai produk lokal dan turut serta dalam mendukung perputaran ekonomi masyarakat Bali. Dalam video iklan layanan masyarakat juga ditekankan bahwa pasar seni Guwang sudah tersertifikasi CSHE (*Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability Standards*) yang menjawab kekhawatiran pengunjung terkait dengan kebersihan dan kesehatan dimasa pandemi. Upaya lainnya dalam mempertahankan keberadaan pasar seni Guwang juga dilakukan dengan program *media partner* yakni menggandeng media televisi yaitu Tvri Bali untuk turut meliput pasar seni Guwang dalam program Bali Vision. Bali Vision merupakan program yang menyajikan tempat-tempat wisata di Bali yang mana segmentasi dari programnya adalah wisatawan mancanegara sehingga diharapkan sebagai media promosi untuk menciptakan *brand awareness*.

Dalam proses menjaga eksistensi pasar seni Guwang, pemuda pemudi desa Guwang yang tergabung dalam Karang Taruna desa Guwang juga merancang program pembangunan yakni Guwang Festival 2021. Guwang Festival diharapkan dapat menjadi wadah bagi para pengusaha atau pedagang pasar seni untuk turut terlibat dan membuka *stand* dalam upaya memperkenalkan produknya. Adapun persiapan dalam melaksanakan festival tersebut, masyarakat akan diberikan pelatihan agar memiliki kredibilitas yang matang ketika tampil di acara festival. Pelatihan yang diberikan meliputi pembuatan produk, pemasaran produk, senyum sapa dan salam sehingga *event* tersebut dapat terlaksana dengan pelayanan yang maksimal. Pelatihan juga akan dilaksanakan dalam produk seni, dimana melibatkan sanggar-sanggar dan komunitas seni setempat untuk turut andil dalam acara hiburan di acara Guwang Festival.

Pembahasan

Strategi komunikasi merupakan penduan dari perencanaan komunikasi (*communication plan*), manajemen komunikasi (*communications management*) guna mencapai tujuan. dalam upaya mencapai tujuan yang



ditetapkan, strategi komunikasi hendaknya dapat menunjukkan operasionalnya secara taktis (Surahmi & Farid, 2018). Komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah desa Guwang dalam mengajak masyarakat untuk turut serta dalam proses pembangunan guna mempertahankan eksistensi pasar seni Guwang turut menerapkan perencanaan komunikasi serta manajemen komunikasi dalam pelaksanaannya. Dalam proses perencanaan, pemerintah desa merumuskan prinsip 5W (*what, when, where, why, who*) dan 1H (*How*) yakni, siapa yang akan menyampaikan pesan pembangunan, dimana pesan pembangunan akan disampaikan, kapan pesan pembangunan akan disampaikan, pesan pembangunan seperti apa yang akan disampaikan, mengapa pesan pembangunan penting untuk disampaikan dan bagaimana proses penyampaian pesan pembangunan tersebut.

Strategi komunikasi tidak hanya mencakup perencanaan komunikasi namun juga manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi yang dilakukan dalam proses pelaksanaan komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah desa Guwang meliputi beberapa tahapan yang terdiri dari: (1) *Information distributor*; (2) *Performance reporting*; (3) *managing stakeholders*. Tahapan manajemen yang dilakukan adalah dengan mendistribusikan informasi kepada khalayak sasaran yang dalam hal ini adalah masyarakat desa Guwang. Sementara *performance reporting* dilakukan dengan cara memberikan laporan secara berkala terkait dengan proses pelaksanaan sosialisasi. Tahapan terakhir adalah melakukan manajemen terhadap *stakeholder*, *stakeholder* disini meliputi pejabat desa seperti Kepala Desa Guwang, Bendesa Adat Guwang, Kelihan Adat masing-masing banjar, Badan Pengawas Desa (BPD), Babinsa (Bintara Pembina Desa) dan tokoh desa lainnya.

Komunikasi pembangunan merupakan komunikasi yang berisikan pesan-pesan pembangunan. Komunikasi Pembangunan pada hakekatnya melibatkan tiga komponen yang meliputi: (a) pemerintah atau masyarakat yang bertujuan membangun; (b) pesan pembangunan yang meliputi ide-ide atau program pembangunan; (c) komunikasi pembangunan yaitu masyarakat secara luas menurut Widjaja dan Hawab dalam (Pelita dkk., 2018). Komunikasi pembangunan yang diterapkan dalam upaya menjaga eksistensi pasar seni Guwang turut melibatkan tiga komponen. Komponen pertama merupakan pemerintah atau masyarakat yang bertujuan membangun. Pada komponen pertama, pemerintah desa Guwang beserta masyarakat memiliki tujuan melaksanakan pembangunan sebagai upaya pemulihan pariwisata dan mempertahankan eksistensi pasar seni Guwang sebagai salah satu destinasi pariwisata. Komponen berikutnya adalah adanya pesan pembangunan yang meliputi ide-ide atau program pembangunan yang dirumuskan oleh pemerintah desa Guwang bersama organisasi pemuda yang disebut dengan Karang Taruna desa Guwang. Pesan pembangunan dirancang sebagai upaya meningkatkan motivasi masyarakat untuk tetap berkontribusi dalam menjaga eksistensi pasar seni Guwang. Adapun isi dari pesan pembangunan adalah ajakan untuk tetap optimis dalam menyambut new normal serta pentingnya protokol kesehatan yang juga berpengaruh terhadap image atau citra dari pasar seni Guwang. Komponen terakhir adalah komunikasi pembangunan yang terdiri dari masyarakat desa Guwang secara keseluruhan sebagai penerima pesan pembangunan.

Komunikasi pembangunan memiliki peranan dalam pengembangan partisipasi masyarakat. Terdapat peran komunikasi pembangunan dalam pengembangan partisipasi masyarakat meliputi: (1) menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi; (2) menginformasikan tentang adanya kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi; (3) menunjukkan dan meningkatkan kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi; (4) menggerakkan kemampuan masyarakat untuk berpartisipasi (Rani, 2016). Dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat agar turut berpartisipasi dalam proses pembangunan, Kepala Desa dan Kepala Pasar Seni Guwang memberikan sosialisasi kepada masyarakat desa Guwang. Sosialisasi dilaksanakan dengan meliputi beberapa tahapan yang meliputi: (a) adanya masalah yang dihadapi dan diperlukan upaya pemecahan; (b) adanya kemampuan masyarakat untuk memecahkan masalah melalui pembangunan; (c) pentingnya partisipasi masyarakat dalam memecahkan masalah melalui kegiatan pembangunan; (d) adanya kepercayaan dalam diri setiap masyarakat bahwa mereka mampu memberikan manfaat bagi pelaksanaan pembangunan tersebut. Pada tahapan yang pertama dijelaskan mengenai adanya masalah yang sedang dihadapi oleh masyarakat, adapun permasalahan sudah disadari oleh seluruh pelaku pariwisata. Masalah yang sedang dihadapi adalah merosotnya jumlah kunjungan yang sedang dihadapi oleh seluruh pelaku pariwisata termasuk pula masyarakat desa Guwang. Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat kembali ditegaskan dalam pesan sosialisasi yang disampaikan oleh pemerintah desa. Dalam proses sosialisasi juga ditegaskan bahwa masyarakat memiliki kemampuan dalam memecahkan permasalahan tersebut, peran serta masyarakat diperlukan dalam turut serta mempertahankan eksistensi pasar seni. Adapun beberapa hal yang memerlukan peran serta masyarakat adalah masyarakat turut

serta diajak dalam membagikan atau mengunggah video iklan layanan masyarakat melalui akun sosial media masing-masing. Selain terlibat dalam mempromosikan pasar seni melalui video tersebut, masyarakat juga diajak untuk memperkenalkan karya seninya melalui media Tvri Bali yang secara eksklusif meliput keseluruhan aktivitas seni dan berbagai objek wisata yang ada di desa Guwang selama satu jam penuh. Proses sosialisasi yang dilakukan tidak hanya menyadarkan masyarakat mengenai kemampuannya namun juga turut melibatkan masyarakat dalam proses pemecahan masalah yang akan menimbulkan kepercayaan dalam diri setiap masyarakat bahwa masyarakat desa Guwang mampu memberikan manfaat bagi pelaksanaan program desa dalam upaya mempertahankan eksistensi pasar Seni Guwang.

Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam partisipasi pembangunan juga penting untuk dilaksanakan. Masyarakat desa Guwang sudah melalui beberapa proses pemberdayaan yang meliputi beberapa program pelatihan. Pelatihan yang sudah dilaksanakan meliputi pelatihan 3S yakni Senyum Sapa, Salam sehingga masyarakat yang terlibat sebagai pelaku wisata sudah memenuhi standar dalam melayani *costumer*. Program pelatihan yang diberikan juga meliputi kursus Bahasa asing yang meliputi Bahasa Inggris sehingga masyarakat yang berkecimpung dalam dunia pariwisata sudah dapat berinteraksi dengan baik dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung. Dengan dilaksanakannya beberapa program pemberdayaan masyarakat juga sebagai stimuli dalam menggerakkan kemauan masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam pemulihan pariwisata. Keterlibatan masyarakat dalam proses pemulihan pariwisata juga merupakan proses transformasi peran yakni kesadaran masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik. Transformasi peran merupakan salah satu tujuan dari komunikasi pembangunan yang oleh Rogers dalam (Cangara, 2020) dikatakan bahwa transformasi peran merupakan proses yang dilakukan sebagai upaya memberikan kesadaran bagi masyarakat dalam mencapai kualitas hidup yang lebih baik. Tujuan lain dari komunikasi pembangunan meliputi peran sosialisasi, dimana sosialisasi dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan nilai-nilai masyarakat yang telah ditetapkan serta untuk membangun atmosfer agar terjaidnya perubahan yang direncanakan. Berdasarkan sosialisasi yang dilakukan di desa Guwang yakni dengan turut melibatkan masyarakat dalam proses pembangunan maka peran sosialisasi sudah terpenuhi. Sosialisasi yang dilaksanakan mengajak masyarakat turut serta dalam meningkatkan kemampuan diri, masyarakat juga turut terlibat dalam penyebaran video iklan layanan masyarakat serta turut berkontribusinya masyarakat dalam pengambilan gambar oleh media televisi merupakan peran masyarakat dalam upaya menunjang program pemulihan pariwisata yang bertujuan untuk mempertahankan eksistensi objek wisata yang ada di desa Guwang khususnya pasar seni Guwang.

Simpulan

Strategi yang dilakukan desa Guwang sebagai upaya mempertahankan eksistensi pasar seni Guwang dimasa pandemi meliputi dua perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi. Perencanaan komunikasi dilaksanakan dengan perumusan prinsip 5W1H (what, when, where, why, who dan how). Sementara manajemen komunikasi dilaksanakan dengan tiga tahapan yang terdiri dari: (1) *Information distributor*; (2) *Performance reporting*; (3) *managing stakeholders*. Komunikasi pembangunan yang dilakukan meliputi tiga komponen yang terdiri dari: (a) pemerintah beserta masyarakat desa Guwang yang bertujuan membangun; (b) adanya pesan-pesan pembangunan yang meliputi ide-ide atau program pembangunan; (c) komunikasi pembangunan terdiri dari masyarakat desa Guwang secara keseluruhan sebagai penerima pesan pemabngunan. Dalam pengembangan partisipasi masyarakat, dilaksanakan sosialisasi yang meliputi penyadaran terhadap masyarakat terkait dengan permasalahan yang dihadapi, adanya kemampuan amsyarakat untuk memecahkan masalah melalui pembangunan, keterlibatan masyarakat dalam pemecahan masalah melalui kegiatan pembangunan serta menstimuli kepercayaan diri masyarakat bagi pelaksanaan pembangunan. Tujuan dari komunikasi pembangunan meliputi peran sosialisasi, dimana sosialisasi dilakukan sebagai upaya untuk mempertahankan nilai-nilai masyarakat yang telah ditetapkan serta untuk membangun atmosfer agar terjaidnya perubahan yang direncanakan. Berdasarkan sosialisasi yang dilakukan di desa Guwang yakni dengan turut melibatkan masyarakat dalam proses pembangunan maka peran sosialisasi sudah terpenuhi. Sosialisasi yang dilaksanakan mengajak masyarakat turut serta dalam meningkatkan kemampuan diri, masyarakat juga turut terlibat dalam penyebaran video iklan layanan masyarakat serta turut berkontribusinya masyarakat dalam pengambilan gambar oleh media televisi merupakan peran masyarakat dalam upaya menunjang program pemulihan pariwisata yang bertujuan untuk mempertahankan eksistensi objek wisata yang ada di desa Guwang khususnya pasar seni Guwang.



Daftar Rujukan

- Cangara. (2020). *Komunikasi Pembangunan: Telaah untuk Memahami Konsep, Filosofi, serta peran serta Komunikasi terhadap Pembangunan dan Pembangunan Komunikasi dalam Era Digital*. PT.Rajagrafindo Persada.
- Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Nuruddin, Wirawan, P. E., Pujiastuti, S., & Sri Astuti, N. N. (2020). Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 10(2), 579. <https://doi.org/10.24843/jkb.2020.v10.i02.p11>
- Pelita, G., Jaya, S., Makmur, K. I., Ali, M., & Widiana, A. (2018). *Dana Anggaran Pendapatan Dan Belanja Gampong (Apbg)*. 7(1), 45–65.
- Prastowo. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Arruzzmedia.
- Rani, S. (2016). Strategi Komunikasi dalam Pembangunan Desa Berbasis Partisipatif. *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(29), 45–53.
- Sayuti, R. H., & Hidayati, S. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Masyarakat di Nusa Tenggara Barat. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 2(2), 133–150. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i2.46>
- Siahaan, M. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 73–80. <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.265>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Surahmi, A., & Farid, H. M. (2018). *DUAMPANUA KABUPATEN PINRANG Communication Strategy in Encouraging People ' s Participation toward Development in Duampanua Subdistrict , Pinrang Regency Pembangunan merupakan suatu proses pembaharuan yang kontinyu dan terus Usaha pembaharuan untuk mendapa*. 7(2), 233–234.
- Suyanto. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Airlangga University Press.

