

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN KEMITRAAN**



**PREDISPOSISI PARTISIPASI MASYARAKAT
DALAM PERENCANAAN KAMPUNG WISATA
(Studi Kasus Kampung Wisata Santan)**

Oleh :

Sutrisno, SP, MP NIDN 05020270001
Aghnia Mirra Boipinan Tuasikal NIM 20100220005
Ahmad Nazeab NIM 20100220007

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
JANUARI 2015**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Predisposisi Partisipasi Masyarakat Dalam
Perencanaan Kampung Wisata (Studi Kasus
Kampung Wisata Santan
2. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Sutrisno, SP, MP
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. Jabatan : Dosen
 - d. Institusi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 - e. Alamat Rumah : Sidorejo RT 01 Gg. Arimbi No 12 B Ngestiharjo
Kasihan Bantul
 - f. Telpon/HP/email : 08122709482/trizumy@yahoo.co.id.
3. Anggota Peneliti (mahasiswa)
 - a. Nama : Aghnia Mirra Boipinan Tuasikal
 - b. Nama : Ahmad Nazeb
4. Jangka Waktu Penelitian : 4 bulan
5. Biaya Penelitian
 - a. Jumlah biaya : 5.000.000
 - b. Sumber biaya UMY : 5.000 000

Yogyakarta, Januari 2015

Kaprodi Agribisnis
Fakultas Pertanian

Ketua Peneliti

Ir. Eni Istiyanti, MP
NIK 19650120198812133003

Sutrisno, SP, MP
NIK 19700202199904133048

Mengetahui,
Kepala LP3M UMY

Hilman Latief, MA, Ph.D
NIK.....

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dusun Santan, merupakan salah satu pedusunan yang terletak di pusat DusunGuwosari Pajangan. Berjarak kurang lebih 6 km dari Pusat Kabupaten Bantul dan sekitar 25 km dari Pusat Propinsi DIY. Berbatasan dengan Dusun Karangber di sebelah Utara, Dusun Wijirejo di sebelah Selatan, Dusun Kalakijo di sebelah Barat dan Dusun Gilangharjo di sebelah Timur. Memiliki luas sekitar 14, 2115 ha yang terdiri atas tanah pekarangan (10,1960 ha), tanah tegalan (10,905), tanah sawah (2,2115 ha) dan tanah wakaf (0,7135 ha).

Jumlah penduduk Dusun Santan adalah 516 jiwa yang terdiri atas laki-laki 270 orang dan perempuan 246 orang. Terdapat sebanyak 138 KK, yang tersebar dalam 4 (empat) RT. Pendidikan masyarakat di Dusun Santan relatif bagus, pada tahun 2013 terdapat 192 orang lulusan SD, 87 orang SMP, 132 orang SMA, 22 orang PT dan 83 orang tidak atau belum tamat SD. Matapencaharian penduduk terbanyak petani, disusul buruh dan wiraswasta. Jumlah ternak yang dimiliki dipelihara masyarakat Dusun Santan, adalah sapi (11 ekor), kambing (42 ekor) dan ayam buras (belum ada data yang akurat)

Salah satu sektor kerajinan yang berkembang adalah kerajinan tempurung kelapa. Bermula dari satu rumah tangga yang memulai kerajinan tempurung pada tahun 1992, sekarang terdapat 10 rumah tangga yang mengandalkan mata pencahariannya dari kerajinan tempurung (batok). Bermula dari perdagangan yang hanya bersifat lokal, maka pada tahun 1995 salah satu pengrajin yaitu UKM Cemplung Aji melakukan terobosan ekspor ke beberapa negara yaitu Jepang, Timur-Tengah, Perancis dan Malaysia, meskipun masih menggunakan jasa trader internasional.

Banyaknya pembeli (buyer) dari dalam maupun dari luar negeri yang datang langsung ke Dusun Santan dalam rangka membeli produk kerajinan tempurung telah menjadikan Kampung Santan terlihat ramai. Ramainya orang yang datang ini telah memancing kesadaran warga untuk memanfaatkan momentum kunjungan tamu dengan menyediakan beberapa fasilitas seperti warung makan, penginapan dan fasilitas lain. Kondisi ini menggugah keinginan

warga untuk menjadikan Dusun Santan sebagai Kampung Wisata berbasis kerajinan tempurung. Bertepatan dengan kunjungan Bapak Fadel Muhammad (Menteri Perikanan dan Kelautan tahun 2010, muncullah gagasan untuk mensosialisasikan Dusun Santan Sebagai Kampung Wisata. Kemudian *Soft Lounching* baru dilakukan pada 29 Mei 2011 dengan memanfaatkan media internet oleh Pemda Kabupaten Bantul (Dinas Pariwisata)

B. Permasalahan

Perbincangan tentang kampung wisata melanda seluruh elemen masyarakat baik di Dusun Santan, dusun sekitar bahkan meluas lewat media masa. Kampung Wisata Santan mendapat respon yang sangat beragam. Hal ini terlihat jelas adanya perbedaan partisipasi mulai dari penancangan sampai pasca penancangan. Apakah variasi partisipasi ini terjadi karena perbedaan pemahaman persepsi dan sikap berbagai elemen masyarakat tentang Kampung Wisata? Secara teoritis pemahaman, persepsi dan sikap merupakan predisposisi seseorang sebelum melakukan tindakan. Perbedaan pemahaman dan sikap ini akan menimbulkan perbedaan perilaku masyarakat dalam merespon gagasan pengembangan Kampung Wisata. Tidak jarang perbedaan ini menimbulkan gagalnya komunikasi sosial terutama dalam pengelolaan sehingga merugikan pengembangan Kampung Wisata. Oleh karena itu, kajian tentang predisposisi atau kesiapan masyarakat menjadi penting dalam merencanakan Kampung Wisata.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis predisposisi (kesiapan) terutama pemahaman dan sikap masyarakat terhadap program kampung wisata
2. Menganalisis partisipasi masyarakat dalam penancangan dan rencana partisipasi dalam program kampung wisata

D. Target atau Luaran Penelitian

Target atau luaran yang diharapkan dari penelitian adalah :

1. Diketuainya gambaran predisposisi meliputi pemahaman dan sikap masyarakat terhadap Kampung Wisata yang dicanangkan
2. Diketuainya minat atau rencana partisipasi masyarakat dalam program Kampung Wisata

E. Manfaat atau Kontribusi Penelitian

1. Jika gambaran predisposisi masyarakat dapat diketahui baik menyangkut pemahaman, persepsi dan sikap maka perilaku masyarakat dalam hal ini partisipasi masyarakat dapat diarahkan pada tujuan program Kampung Wisata dengan cara memodifikasi berbagai faktor yang masih dipahami, dipersepsi dan disikapi secara negatif oleh masyarakat. Jika perilaku masyarakat dapat diarahkan maka perencanaan Kampung Wisata akan menjadi lebih mudah dan mencapai tujuan yang diharapkan.
2. Meskipun penelitian ini merupakan studi kasus, namun hasilnya diharapkan dapat menjadi referensi pengembangan Kampung atau Desa Wisata, mengingat di Kabupaten Bantul saja terdapat sekitar 26 Desa Wisata dengan tingkat perkembangan yang sangat bervariasi.
3. Secara keilmuan hasil penelitian diharapkan ini akan memperkaya wacana dan ilmu pengetahuan khususnya tentang perencanaan dan manajemen pariwisata

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pedesaan atau kampung memiliki peluang yang besar jika dikembangkan menjadi obyek wisata, karena menjanjikan *brand image* yang beda. Dimasa yang akan datang *branding* wisata akan lebih kompleks, setelah *branding* tempat menjadi mudah tergantikan dan sulit dibedakan (Pike, 2005). Pengembangan wisata pedesaan (*rural turism*) sudah sejak lama menjadi topik kajian termasuk di Amerika (Gartner, 2004)

Desa Wisata adalah suatu wilayah yang menawarkan suasana keaslian pedesaan, baik dari segi sosial budaya, adat istiadat, arsitektur tradisional, serta mempunyai potensi kerajinan dapat dikembangkan menjadi sebuah tujuan pariwisata. Desa Wisata merupakan pengembangan suatu wilayah dengan memanfaatkan unsur-unsur yang ada dalam masyarakat desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata, menjadi suatu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema. Di dalam desa tersebut juga mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan suatu perjalanan wisata, baik dari aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya (Nugroho 2011)

Untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan, harus memiliki 3 syarat. Pertama, daerah ini harus mempunyai “*something to see*”, artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain, daerah tersebut harus mempunyai daya tarik khusus. Kedua, di daerah tersebut harus tersedia “*something to do*”, artinya di daerah tersebut di samping banyak yang dapat dilihat, harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu. Ketiga, di daerah tersebut harus ada “*something to buy*”, artinya ditempat itu harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja, terutama souvenir kerajinan

Suatu daerah bisa menjadi objek pariwisata karena daerah tersebut mempunyai atraksi wisata, di mana dalam atraksi tersebut mempunyai beberapa aspek historis, aspek nilai, aspek keaslian, dan aspek *handicraft*. Berdasarkan Pasal 29 Bab IV Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata

menyebutkan bahwa kawasan pariwisata merupakan suatu usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Kampung Wisata harus didesain mengarah pada *sustainable tourism* sehingga itu perlu direncanakan sebaik-baiknya dengan melibatkan masyarakat. Menurut Lansing dan De Vries (2007) Kampung Wisata adalah konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Konsep ini diklaim sebagai konsep baru yang mampu mengatasi persoalan pengembangan wisata secara konvensional. Ada tiga hal penting dalam konsep Kampung Wisata, *pertama* pemanfaatan sumber daya lingkungan secara optimal dengan menjaga proses-proses ekologi utama dan memelihara warisan alam serta biodiversitasnya; *kedua* menghargai aspek sosial budaya masyarakat asli dan wisatawan dan *ketiga* dalam jangka panjang menjamin kemudahan penyediaan manfaat sosial ekonomi bagi masyarakat (Welford dan Yttrhus, 2004; Lansing dan De Vries, 2007). Wisata berbasis pedesaan sesuai dengan konsep *community base tourism* yang juga merupakan salah satu model *sustainable tourism* menurut Blackstok (2005).

Tourism adalah kegiatan besar dan bersifat global, sehingga mendesak diperlukan perencanaan yang spesifik. Perencana harus mengumpulkan banyak pengalaman dalam pendekatan metode perencanaan. Penelitian yang berkelanjutan dan percobaan dibutuhkan khususnya untuk menentukan bentuk optimum dari pengembangan yang dilakukan (Inskeep, 1988). Perencanaan *tourism* juga bisa dilakukan dengan pendekatan 4 A yaitu : *attractions, actors, actions* dan *atmospheres* (Echtner, 2002).

Inskeep juga menyatakan bahwa komponen penting dalam proses perencanaan wisata adalah : 1) sajian dan aktivitas wisata; 2) fasilitas akomodasi dan pelayanan, fasilitas pendukung seperti biro tour & travel, rumah makan, fasilitas kesehatan, keamanan, pos, bank dan money changer, fasilitas transportasi, infrastruktur pendukung seperti : penyediaan air, telekomunikasi, sumber energi (daya listrik); 3) kelembagaan pemasaran, pendidikan dan pelatihan, kebijakan dan peraturan pemerintah, kebijakan dan bentuk investasi baik pemerintah maupun swasta.

Komponen penting yang harus dipertimbangkan tersebut kemudian dianalisis untuk membuat model perencanaan wisata. Meskipun spesifik lokasi, perencanaan Kampung Wisata dapat mengadopsi model perencanaan CBTP seperti yang dilakukan oleh Pinel (1998) dan Inskeep (1988). Menurut Inskeep bahwa perencanaan pariwisata dimulai dari studi pendahuluan dengan mengacu pada keputusan pemerintah setempat dan menyiapkan tim untuk membuat *term of reference* (TOR) untuk menentukan tujuan-tujuan dasar dan tujuan akhir pengembangan wisata. Kemudian dilakukan survei untuk mendapatkan data untuk analisis dan sintesis sebagai dasar untuk menentukan kebijakan dan perencanaan model sehingga dapat ditetapkan berbagai rekomendasi untuk diimplementasikan secara terintegrasi.

Dalam implementasi perencanaan model diperlukan monitoring dan evaluasi untuk perbaikan perencanaan. Evaluasi dapat dilakukan dengan studi kelayakan yang memuat analisis tentang masalah yang mungkin terjadi jika suatu perencanaan dijalankan dan kemungkinan untuk mengatasinya secara efektif. Menurut Warnell (1986) dalam Damanik & Weber (2006), studi kelayakan dilakukan untuk mengevaluasi kondisi nyata suatu produk atau jasa, mengevaluasi peluang pengembangannya, mengevaluasi peluang penciptaan produk dan jasa baru dan mengidentifikasi penyandang dana yang potensial untuk suatu proyek. Menurut Steck (1999) dalam Damanik & Weber (2006), studi kelayakan Kampung Wisata dapat diarahkan untuk menjawab pertanyaan : tujuan apa dan kepentingan siapa yang harus dicapai dalam proyek dan pelaku Kampung Wisata? Kelayakan menunjuk pada kepatutan secara ekonomi, sosial, budaya dan teknologi? Apakah kondisi lingkungan, sosial dan budaya lokal benar-benar mampu mendukung pengembangan Kampung Wisata? Apakah kondisi dasar sosial, politik dan kelembagaan setempat cukup kuat untuk kemungkinan keuntungan Kampung Wisata dapat digunakan atau dinikmati oleh kelompok sasaran?

Undang-undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Perencanaan Nasional Pariwisata mengamanatkan bahwa pariwisata diharapkan turut mempercepat pemulihan ekonomi nasional dan memulihkan citra Indonesia di

dunia internasional. Penugasan ini makin sulit akibat terjadinya tragedi 11 September 2001 di Amerika Serikat dan ancaman terorisme. Subsektor pariwisata diharapkan dapat menggerakkan ekonomi rakyat, karena dianggap sektor yang paling siap dari segi fasilitas, sarana dan prasarana dibandingkan dengan sektor usaha lainnya. Harapan ini dikembangkan dalam suatu strategi pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pariwisata yang berbasis kerakyatan atau *community-based tourism development*.

Prospek pariwisata ke depan memberikan peluang besar, terutama apabila menyimak angka-angka perkiraan jumlah wisatawan internasional (*inbound tourism*) berdasarkan perkiraan WTO yakni 1,046 milyar orang (tahun 2010) dan 1,602 milyar orang (tahun 2020), diantaranya masing-masing 231 juta dan 438 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan Pasifik. Angka ini mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020. Berdasarkan angka perkiraan tersebut maka, para pelaku pariwisata Indonesia perlu melakukan perencanaan yang matang dan terarah untuk menangkap peluang tersebut. Diperlukan “*re-positioning*” pariwisata Indonesia mulai dari pembuatan produk pariwisata, investasi, promosi, jaringan pemasaran internasional, dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas.

Disamping jumlah wisman yang makin meningkat, saat ini telah terjadi perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan. Pergeseran ini terjadi dari wisata yang hanya bersantai (*pleasure*) ke jenis wisata santai sambil menikmati produk atau kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*) serta *nature* atau keindahan alam dari suatu daerah atau negara. Perubahan pola wisata ini perlu disikapi oleh masyarakat dengan berbagai strategi pengembangan produk pariwisata. Pemerintah daerah perlu melakukan perubahan skala prioritas kebijakan sehingga peran masyarakat dan swasta lebih optimal.

Sejak bulan Juli 2000, Bank Dunia melontarkan gagasan menanggulangi masalah kemiskinan melalui sektor pariwisata yang kemudian dikenal dengan *community-based tourism* (CBT). Tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT yakni *adventure travel*, *cultural travel* dan *ecotourism*. Yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam konsep CBT adalah wisatawan

domestik (wisnus). Obyek-obyek wisata yang sering dan padat dikunjungi oleh wisnus akan memperoleh manfaat lebih besar. Makin banyak wisnus berkunjung, makin terkenal obyek wisata tersebut dan pada akhirnya merupakan promosi untuk menarik datangnya wisman (Santosa, 2002).

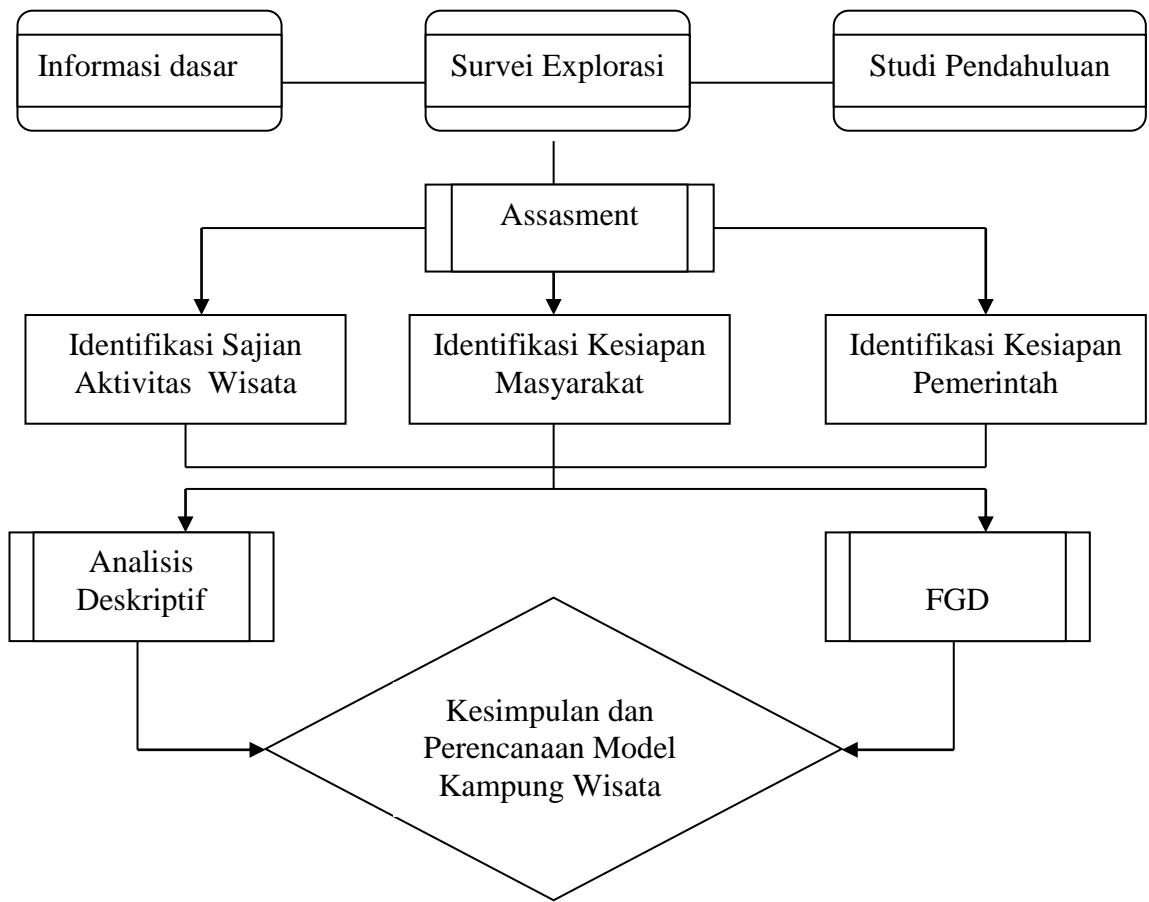
BAB 3. METODE PENELITIAN

A. Penentuan Lokasi, Responden dan Teknik Pengambilan Data

Penelitian dilakukan di Kampung Santan Desa Guwosari Kecamatan Pajangan Kabupaten Bantul. Tahapan pertama dilakukan survei pendahuluan berdasarkan data atau informasi dasar. Studi ekspolarasi dilakukan untuk penentuan lokasi dan penentuan responden penelitian. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan kampung tersebut akan dijadikan wilayah dampingan dalam Program Pemberdayaan Masyarakat oleh pihak UMY melalui Program Desa Mitra yang akan dilaksanakan mulai tahun 2013 – 2017.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif yang dilakukan dengan metode survei. Penelitian dilakukan secara sensus terhadap kepala keluarga dengan pertimbangan bahwa kepala keluarga masih memiliki peran sentral dalam menentukan tindakan anggota keluarganya baik menyangkut kepentingan individu maupun kepentingan sosial kemasyarakatan. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara (*interview*) menggunakan kuisisioner atau panduan pertanyaan. Data primer yang diambil meliputi data tentang profil responden, pemahaman, persepsi dan sikap responden terhadap program kampung wisata di lokasi penelitian. Pengukuran data kualitatif dilakukan dengan metode skor yang kemudian dianalisis dengan bantuan tabel silang, distribusi frekuensi dan analisis deskriptif. Sedangkan data pendukung atau data sekunder diambil dengan cara pencatatan atau dokumentasi. Data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam bentuk dokumen, pelaporan atau bentuk file lain yang telah tersedia diberbagai instansi atau lembaga. Data sekunder merupakan data yang terkait dengan penelitian dan dapat mendukung analisis yang dilakukan.

Untuk melakukan konfirmasi atas data yang telah dikumpulkan dan untuk memantapkan kesimpulan akan dilakukan diskusi terfokus (FGD). Hasil FGD akan menjadi dasar perencanaan program Kampung Wisata. Secara skematis dapat dilihat dalam bagan berikut :



Gambar 1. Tahapan dan metode dalam penelitian ini disajikan dalam bagan berikut :

BAB IV.
HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis predisposisi masyarakat terhadap pencanangan Kampung Wisata Dusun Santan akan dilihat pengetahuan (pemahaman kognitif) dan sikap afektif. Sedangkan partisipasi akan dilihat dari keikutsertaan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan pencanangan Desa Wisata serta bentuk-bentuk program yang diminati dalam pengelolaan Kampung Wisata

1. Pemahaman (Sikap Kognitif) Masyarakat tentang Kampung Wisata

Sikap Kognitif atau pemahaman masyarakat tentang Kampung Wisata Dusun Santan, dapat digambarkan dalam tabel 1 :

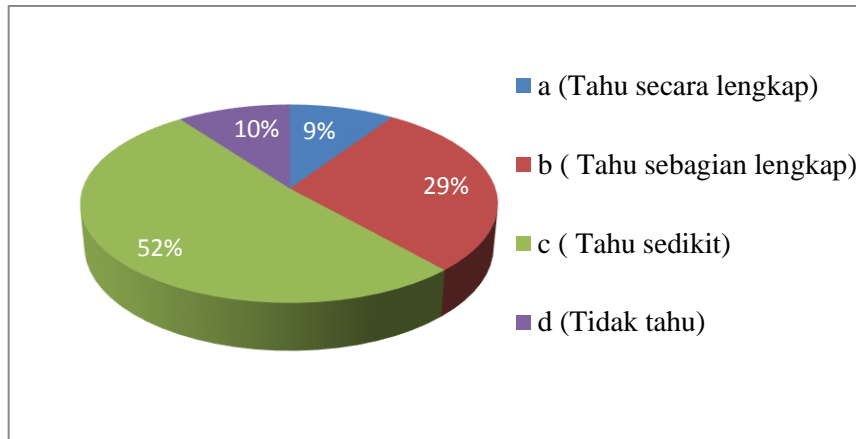
Tabel 1. Distribusi Frekuensi Perolehan Skor Berdasarkan Sikap Kognitif

No	Komponen Sikap Kognitif	Domisili Responden	Perolehan Skor			
			a	b	c	d
1	Pengetahuan tentang pengertian kampung wisata	RT 01	5	12	12	1
		RT 02	1	9	19	6
		RT 03	7	13	22	3
		RT 04	0	6	18	4
		Jumlah	13	40	71	14
2	Pengetahuan mengenai adanya rebug atau musyawarah tentang perencanaan Dusun Santan yang akan dijadikan Kampung Wisata	RT 01	6	10	14	0
		RT 02	1	16	13	5
		RT 03	8	13	19	5
		RT 04	0	8	14	5
		Jumlah	15	47	60	15
3	Pengetahuan berkaitan dengan diresmikannya Kampung Wisata Dusun Santan pada tahun 2010	RT 01	4	11	12	3
		RT 02	2	13	11	9
		RT 03	12	16	14	3
		RT 04	2	9	11	5
		Jumlah	20	49	48	20

Keterangan skor :

- a. Tahu secara lengkap
- b. Tahu sebagian besar
- c. Tahu sedikit
- d. Tidak tahu sama sekali

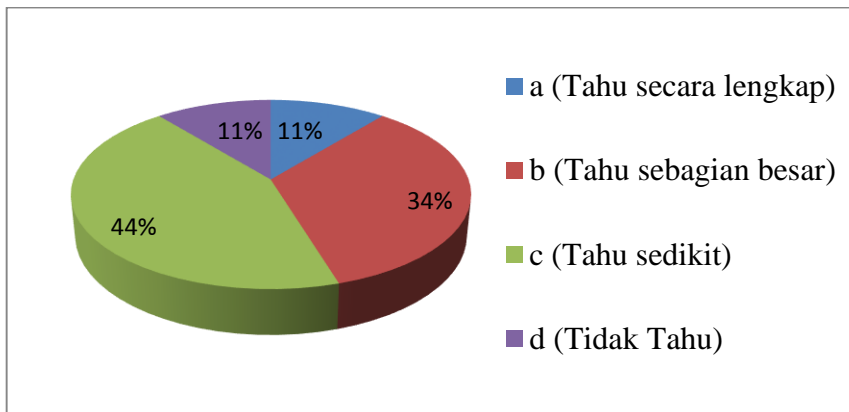
Dari tabel 1 dapat digambarkan secara garis besar bahwa sikap kognitif atau pemahaman masyarakat tentang pengertian Kampung Wisata adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Presentase Pengetahuan Warga Tentang Pengertian Kampung Wisata

Bedasarkan gambar 2 diketahui bahwa 52% masyarakat Dusun Santan hanya tahu sedikit mengenai apa yang dimaksud dengan kampung wisata. Kemudian 29% tahu sebagian besar dan 10% tidak tahu sama sekali. Sedangkan yang tahu secara lengkap hanya 9% saja. Hal tersebut menandakan bahwa sebagian besar warga masih belum mengerti arti dari kampung wisata itu sendiri. Dari 138 orang diketahui hanya terdapat 13 orang yang tahu secara lengkap tentang arti dari kampung wisata. Mereka kebanyakan adalah para tokoh penggagas kampung Wisata baik tokoh formal maupu tokoh non formal. Jika dilihat lebih jauh lagi dari 13 orang yang tahu secara mendetil terdapat 9 orang yang berdomisili di RT 03. Kondisi ini berhubungan dengan domisili para tokoh terkait dengan kedekatan dengan pusat informasi dan kegiatan Kampung Wisata yang berada di RT 03. Mereka yang tinggal di dekat pusat kegiatan dapat menangkap informasi lebih banyak dibandingkan dengan warga yang tinggal atau berdomisili dengan jarak lebih jauh.

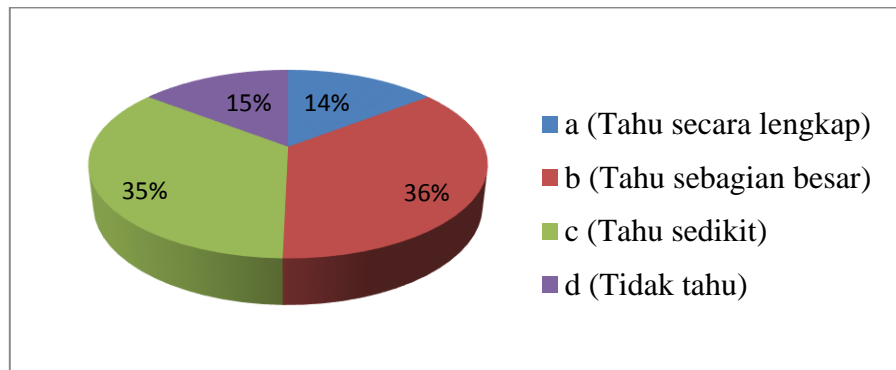
Sedangkan pengetahuan atau pemahaman masyarakat tentang perencanaan Kampung Wisata dapat digambarkan dalam diagram ven sebagai berikut :



Gambar 2. Presentase Pengetahuan Warga Tentang Adanya Perencanaan Kampung Wisata Santan

Dari gambar 3 diketahui bahwa sebagian besar masyarakat (44%) hanya tahu sedikit mengenai perencanaan pencanangan Kampung Wisata Dusun Santan. Sedangkan yang mengetahui secara lengkap hanya 11% saja. Hal tersebut menggambarkan bahwa sebagian besar masyarakat Dusun Santan masih kurang informasi mengenai adanya musyawarah pencanangan Kampung Wisata Dusun Santan. Jumlah terbanyak warga yang mengetahui secara lengkap mengenai adanya musyawarah pencanangan kampung wisata Santan berada di RT 03 yaitu 8 orang. Mereka adalah para pengrajin bathok kelapa yang memelopori gagasan berdirinya kampung wisata. Pada awalnya, ide menjadikan Dusun Santan menjadi datang dari para pengrajin bathok kelapa yang kebanyakan tinggal di RT 03 Dusun Santan.

Gambaran tentang pengetahuan warga tentang pencanangan atau peresmian Dusun Santan menjadi Kampung Wisata dapat dilihat dalam diagram ven berikut :



Gambar 3. Presentase Pengetahuan Warga Tentang Penganangan atau Peresmian Kampung Wisata Santan

Berdasarkan gambar 4 menunjukkan bahwa 36% masyarakat Dusun Santan mengetahui sebagian besar tentang peresmian Dusun Santan sebagai kampung wisata. Sedangkan 35% masyarakat Dusun Santan mengetahui sedikit tentang adanya peresmian kampung wisata Dusun Santan. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat Dusun Santan yang memperoleh sedikit informasi tentang adanya peresmian kampung wisata Dusun Santan. Jumlah terbanyak warga yang mengetahui secara lengkap mengenai peresmian Kampung Wisata Santan berada di RT 03 yaitu 12 orang. Hal ini terjadi karena pusat kegiatan penganangan Kampung Wisata berada di RT 03. Penyebaran informasi bermula dari RT 03 menyebar ke RT yang lain. Penganangan Kampung Wisata pada akhirnya diambil alih oleh pengurus Kampung, sehingga melibatkan banyak elemen masyarakat mulai dari pengurus kampung, para pengrajin bathok, ibu-ibu PKK, kelompok kesenian da lain sebagainya. Yang disayangkan masih banyak masyarakat yang hanya tahu secara sekilas atau sedikit tentang penganangan Santan sebagai Kampung Wisata. Mereka adalah anggota masyarakat yang kurang aktif terutama yang jarak tempat tinggalnya cukup jauh dari pusat kegiatan peresmian tersebut.

Berdasarkan ketiga komponen sikap kognitif diatas dapat disimpulkan bahwa informasi mengenai kampung wisata belum menyebar secara merata, hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar masyarakat Dusun Santan yang kurang tahu tentang kampung wisata, penganangan Kampung Wisata sampai peresmian

Kampung Wisata Santan. Sebagian besar warga yang mengetahui secara lengkap mengenai kampung wisata Santan adalah para tokoh masyarakat atau mereka yang berdomisili di lokasi pusat informasi atau pusat kegiatan Kampung Wisata. Sedangkan masyarakat yang tinggal di lokasi lebih jauh memiliki informasi yang lebih minim dibandingkan dengan masyarakat yang berasal dari wilayah pusat informasi.

2. Sikap Afektif Masyarakat terhadap Pencanaan Kampung Wisata

Sifat Afektif dalam penelitian ini adalah perasaan atau emosi masyarakat terhadap perencanaan Kampung wisata. Berikut adalah respon afektif yang digambarkan dalam tabel 2 :

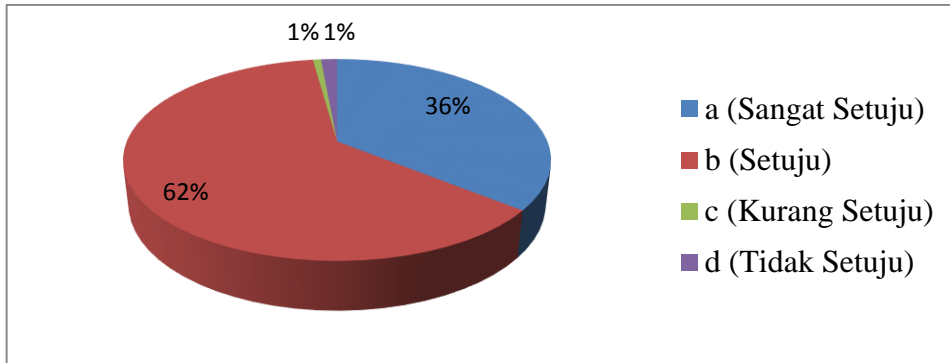
Tabel 2. Distribusi Frekuensi Perolehan Skor Berdasarkan Sikap Afektif

No	Komponen Sikap Afektif	Domisili	Perolehan Skor			
			a	b	c	d
1	Persetujuan warga berkaitan dengan perencanaan Kampung Wisata Dusun Santan.	RT 01	10	19	1	0
		RT 02	9	26	0	0
		RT 03	23	21	0	1
		RT 04	7	19	0	1
Jumlah			49	85	1	2
2	Perasaan senang atau tidak senang warga berkaitan dengan Dusun Santan yang resmi dijadikan sebagai kampung wisata.	RT 01	7	22	1	0
		RT 02	6	28	0	0
		RT 03	19	26	0	0
		RT 04	7	20	0	0
Jumlah			39	96	1	0
3	Persetujuan warga mengenai perlunya perencanaan Kampung Wisata Dusun Santan sebaik-baiknya.	RT 01	7	23	0	0
		RT 02	11	23	0	0
		RT 03	20	25	0	0
		RT 04	6	21	0	0
Jumlah			44	92	0	0
	Pendapat warga tentang dukungan terhadap Kampung Wisata Dusun Santan	RT 01	10	20	0	0
		RT 02	14	20	0	0
		RT 03	20	25	0	0
		RT 04	6	21	0	0
Jumlah			50	86	0	0

Keterangan Skor :

- Sangat senang / mendukung
- Senang / Mendukung
- Kurang Senang / Mendukung
- Tidak senang / setuju sama sekali

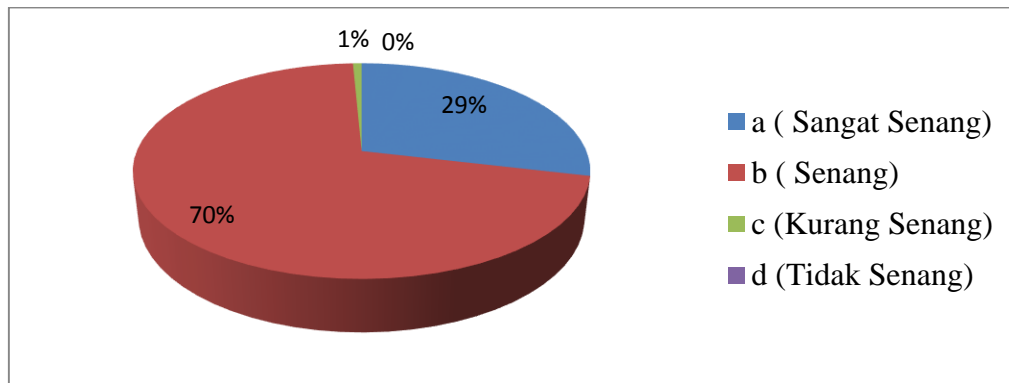
Gambaran sikap afektif masyarakat Dusun Santan dapat dirinci dalam diagram ven berdasarkan setiap komponen sebagai berikut :



Gambar 4. Persetujuan Warga yang Berkaitan Dengan Pencanaan Kampung Wisata Santan

Berdasarkan tabel 2 dan gambar 5, terlihat 62% masyarakat setuju dengan perencanaan kampung wisata Dusun Santan, sedangkan 36% yang lain sangat setuju, dan hanya 1% yang kurang setuju dan tidak setuju terhadap perencanaan kampung wisata Dusun Santan. Sebagian besar masyarakat Dusun Santan merasa setuju dengan perencanaan Kampung Wisata Santan karena dengan menjadi kampung wisata masyarakat berharap akan memberikan dampak yang positif bagi Dusun Santan. Masyarakat berharap Dusun santan akan lebih maju dan mengangkat perekonomian masyarakat setempat. Akan tetapi diantara banyaknya masyarakat yang setuju tetap terdapat satu dua orang yang merasa tidak setuju terhadap perencanaan kampung wisata Santan, mereka yang tidak setuju memiliki persepsi bahwa dengan menjadi kampung wisata Dusun Santan akan menjadi ramai dan kurang bersih. Masyarakat yang tidak setuju kebanyakan adalah pemuka agama yang merasa takut akan terjadi pergaulan bebas jika Dusun Santan menjadi Kampung Wisata.

Sedangkan perasaan warga terhadap perencanaan Dusun Santan sebagai Kampung Wisata diilustrasikan pada gambar 6 sebagai berikut:

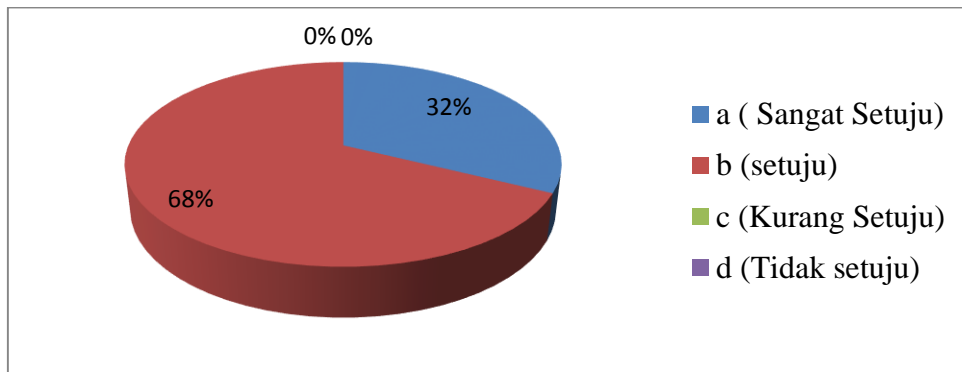


Gambar 5. Perasaan Warga terhadap Peresmian Kampung Wisata Dusun Santan

Dari gambar 6 di atas menunjukkan bahwa 70% masyarakat Dusun Santan senang dengan diresmikannya Dusun Santan menjadi kampung wisata, bahkan ada 29% merasa sangat senang dengan pencahangan kampung wisata Dusun Santan. Sedangkan yang kurang senang hanya 1% saja dan tidak ada warga yang menolak atau tidak senang dengan adanya pencahangan kampung wisata Dusun Santan. Meskipun berdasarkan eksplorasi sebelumnya banyak warga yang belum tahu tentang pengertian Kampung Wisata tetapi setelah mendapatkan gambaran pemahaman yang cukup, akhirnya mereka setuju dan merasa sangat senang dengan pencahangan Dusun Santan sebagai Kampung Wisata.

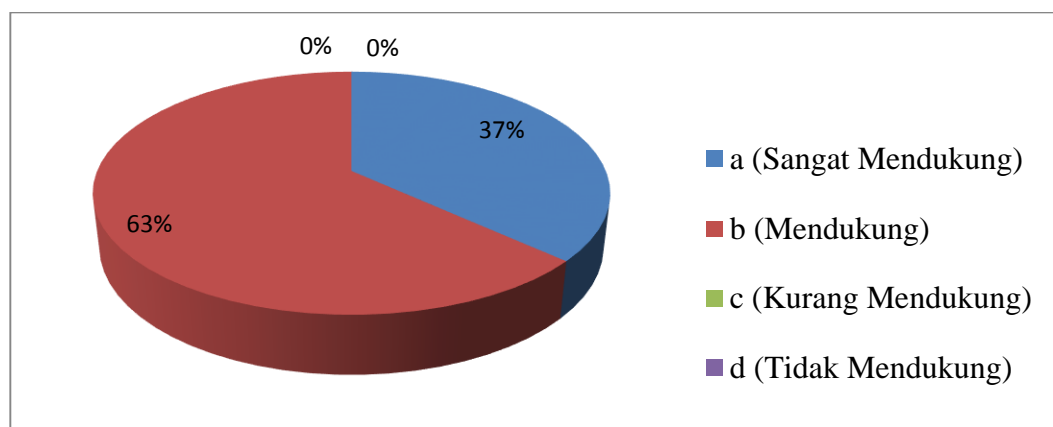
Seperti halnya rasa setuju masyarakat Dusun Santan terhadap pencahangan Kampung Wisata, masyarakat Dusun Santan juga merasa senang terhadap pencahangan kampung wisata santan. Masyarakat merasa senang karena dengan menjadi Kampung wisata Dusun Santan menjadi lebih maju dan masyarakatnya menjadi lebih produktif. Hanya satu orang yang merasa kurang senang, yaitu salah satu warga RT 01 dengan alasan bahwa masyarakat Dusun Santan dianggap masih kurang kompak sehingga belum siap untuk dijadikan Kampung wisata.

Masyarakat Dusun Santan juga menyatakan kesiapan dan persetujuannya terhadap perlunya perencanaan Kampung Wisata sebaik-baiknya. Gambaran tersebut dapat dilihat pada diagram ven gambar 7.



Gambar 6. Persetujuan Warga Berkaitan Dengan Perlunya Perencanaan Kampung Wisata Santan Terbaik-baiknya

Berdasarkan gambar 7 menunjukkan bahwa 68% masyarakat Dusun Santan setuju mengenai perlunya perencanaan kampung wisata yang terbaik-baiknya, sisanya 32% sangat setuju dengan hal tersebut. Dengan kata lain warga Dusun Santan setuju dan tidak ada yang kurang setuju atau tidak setuju dengan perlunya perencanaan kampung wisata yang terbaik-baiknya. Masyarakat Dusun Santan memiliki keinginan untuk membangun kampung wisata yang berhasil sehingga program-programnya pun harus direncanakan dengan sebaik-baiknya agar terkonsep dan tersusun dengan rapi. Selain dari pada itu masyarakat ingin agar pendapat masyarakat Dusun Santan dapat ditampung dan didiskusikan dengan baik agar menghasilkan program-program berkualitas sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat Dusun Santan.



Gambar 7. Dukungan Warga Terhadap Program Kampung Wisata Santan

Gambar 8 menunjukkan bahwa 100 % warga mendukung program Kampung Wisata. Masyarakat Dusun Santan memberikan dukungan terhadap program kampung wisata demi kemajuan Kampung Wisata Santan, masyarakat juga bangga akan lokasinya yang telah mengalami kemajuan dengan menjadi sebuah kampung wisata. Masyarakat berharap jika Kampung Wisata Santan maju, maka usaha masyarakatnya pun akan ikut maju sehingga perekonomian masyarakat setempat akan naik.

Berdasarkan keempat komponen sikap afektif masyarakat Dusun Santan mengenai pencanangan kampung wisata Dusun Santan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar warga senang dan setuju terhadap dicanangkannya Dusun Santan sebagai kampung wisata. Masyarakat merasa bahwa daerahnya berubah menjadi lebih baik setelah Dusun Santan diresmikan menjadi Kampung wisata baik dilihat dari segi ekonomi maupun sosial. Pasca tragedi gempa bumi besar yang melanda kabupaten Bantul pada tahun 2006 banyak masyarakat yang terpuruk dan menjadi malas bekerja, hal tersebut berangsur menjadi lebih baik setelah Dusun Santan dicanangkan menjadi kampung Wisata. Masyarakat Santan cenderung menjadi lebih semangat bekerja dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial. Masyarakat Dusun Santan juga memikirkan akan keberhasilan kampung wisata di daerahnya, hal tersebut terbukti dengan banyaknya masyarakat yang setuju dengan perlunya perencanaan kampung wisata Dusun Santan yang sebaik-baiknya.

3. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi dalam penelitian ini adalah kecenderungan tindakan atau keterlibatan masyarakat terhadap pencanangan Kampung wisata. Berikut adalah partisipasi masyarakat Dusun Santan yang digambarkan dalam tabel berikut.

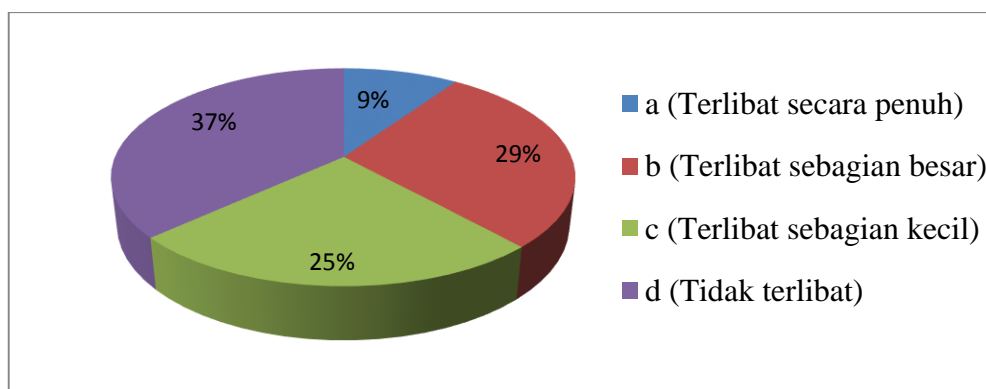
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Partisipasi Masyarakat Dusun Santan

No	Komponen Partisipasi	Domisili	Jumlah			
			a	b	c	d
1	Keterlibatan warga dalam rebug perencanaan atau rebug tentang Dusun Wisata.	RT 01	1	10	8	10
		RT 02	0	8	14	13
		RT 03	11	12	8	14
		RT 04	1	9	4	13
Jumlah			13	39	34	50
2	Keterlibatan Warga dalam acara peresmian atau penganangan Dusun Wisata Santan pada tahun 2010	RT 01	5	6	12	7
		RT 02	3	7	13	12
		RT 03	11	14	8	12
		RT 04	1	10	5	11
Jumlah			20	37	38	42
3	Partisipasi warga setelah program telah berjalan	RT 01	4	12	13	1
		RT 02	2	13	11	6
		RT 03	21	16	4	4
		RT 04	3	9	12	3
Jumlah			30	50	40	14

Keterangan skor :

- a. Terlibat secara penuh
- b. Terlibat sebagian besar
- c. Terlibat sebagian kecil
- d. Tidak terlibat

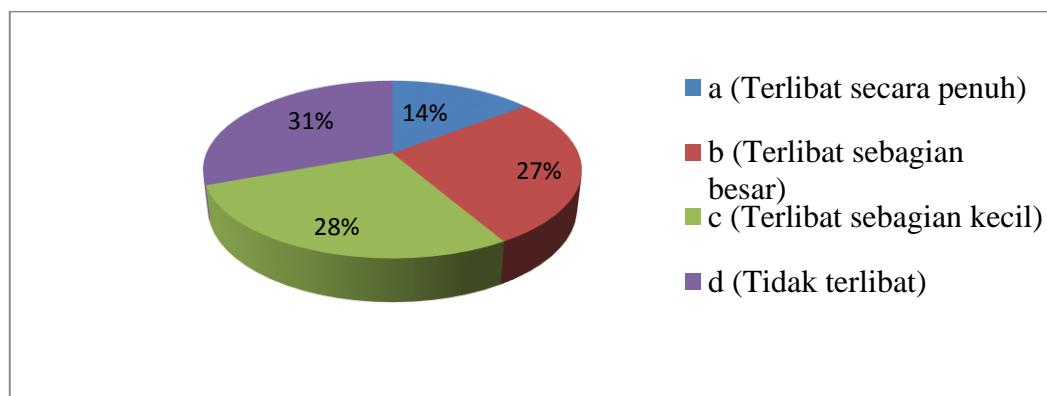
Partisipasi masyarakat Dusun Santan dalam persen digambarkan dalam diagram ven berdasarkan setiap komponen sebagai berikut :



Gambar 8. Keterlibatan Warga Dalam Rebug Kampung Wisata Santan

Berdasarkan gambar 9 menunjukkan bahwa sebagian besar (37%) masyarakat tidak terlibat dalam musyawarah Kampung Wisata Dusun Santan. Kemudian 25% hanya terlibat sebagian kecil dalam musyawarah. Sedangkan yang terlibat secara penuh hanya 9% dan yang terlibat sebagian besar hanya 29% orang saja. Sebagian besar ketidakikutsertaan masyarakat Dusun Santan disebabkan karena sikap kognitif masyarakat yang rendah, masyarakat tidak tahu mengenai adanya musyawarah kampung wisata sehingga masyarakat banyak yang tidak terlibat dan merasa tidak diundang dalam musyawarah. Sebagian yang lain mengetahui adanya musyawarah kampung wisata akan tetapi memiliki kegiatan lain yang harus dilakukan sehingga tidak dapat turut andil dalam kegiatan musyawarah.

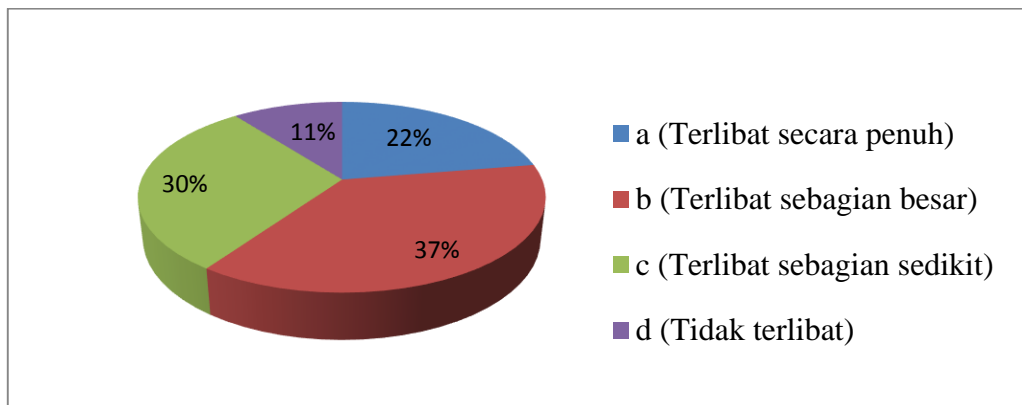
Masyarakat yang paling banyak terlibat dalam musyawarah adalah masyarakat yang berasal dari RT 03, hal tersebut disebabkan karena RT 03 adalah lokasi informasi dan kegiatan sehingga sikap kognitif masyarakat RT 03 cenderung lebih tinggi dari RT yang lain dan berdampak pada keterlibatan dalam musyawarah kampung wisata. Sedangkan masyarakat RT 04 banyak yang tidak terlibat dalam musyawarah karena lokasinya yang paling jauh dari pusat informasi dan kegiatan.



Gambar 9. Keterlibatan Warga Dalam Peresmian Kampung Wisata Santan

Keterlibatan warga dalam peresmian Kampung Wisata Dusun Santan berdasarkan gambar 10 menunjukkan bahwa 31% masyarakat tidak terlibat dalam peresmian Kampung wisata, 28% hanya mengikuti sebagian kecil, sedangkan

yang terlibat sebagian besar hanya 27% dan yang terlibat secara penuh hanya 14% saja. Jika dilihat dari tabel distribusi frekuensi partisipasi masyarakat maka akan terlihat bahwa masyarakat RT 03 mendominasi masyarakat yang terlibat dalam peresmian. Hal tersebut karena lokasi RT 03 menjadi pusat informasi dan kegiatan, sehingga masyarakat yang berada di RT 03 memiliki informasi lebih banyak mengenai acara peresmian kampung wisata. Sedangkan masyarakat yang memiliki lokasi rumah lebih jauh akan lebih sedikit menerima informasi dan lebih segan untuk datang dibandingkan dengan masyarakat yang memiliki rumah dekat dengan lokasi informasi dan kegiatan.



Gambar 10. Partisipasi Warga Setelah Program Telah Berjalan

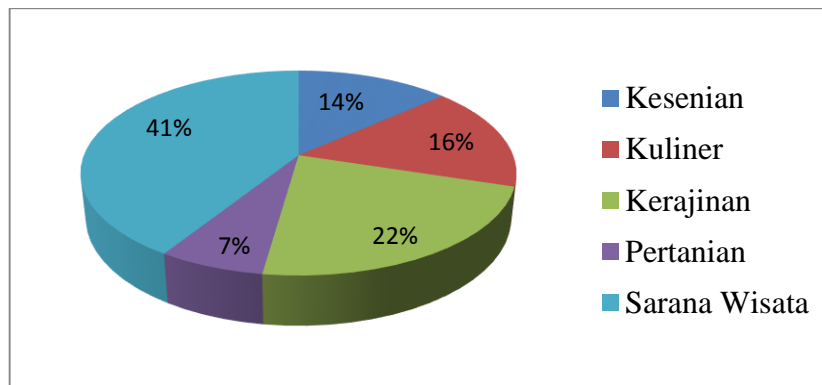
Tabel 3 dan gambar 11 menunjukkan bahwa 37% masyarakat terlibat sebagian besar, sedangkan 30% masyarakat hanya terlibat sebagian kecil, kemudian 22% terlibat secara penuh dan 11% tidak terlibat sama sekali pada program Kampung Wisata setelah pencaangan. Berdasarkan dari ketiga komponen dapat disimpulkan bahwa masyarakat Dusun Santan kurang terlibat dalam pencaangan Kampung wisata Dusun Santan, baik ketika musyawarah untuk pencaangan maupun ketika peresmian Kampung wisata itu sendiri. Meskipun demikian, setelah program kampung wisata telah dilaksanakan masyarakat cukup banyak yang terlibat sebagian besar, begitu pula yang terlibat secara lengkap juga terbilang cukup banyak. Hanya sedikit masyarakat yang tidak terlibat sama sekali.

Pemahaman kampung wisata yang kurang dapat menyebabkan masyarakat menjadi takut dan berfikiran buruk, sehingga banyak masyarakat yang tidak senang atau tidak setuju terhadap program kampung wisata. Akan tetapi setelah program telah berjalan masyarakat mulai merasakan manfaat dari kampung wisata sehingga masyarakat yang tadinya tidak senang atau tidak setuju dengan kampung wisata menjadi senang dan turut berpartisipasi.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Program Kampung Wisata yang Paling Diminati

No.	Aktifitas yang Diminati	Distribusi Frekuensi	%
1	Kesenian	18	14
2	Kuliner	22	16
3	Kerajinan	30	22
4	Pertanian	9	7
5	Sarana Wisata	55	41

Hasil penelitian pendapat masyarakat terkait dengan partisipasi masyarakat Dusun Santan dipresentase dalam diagram ven berdasarkan setiap komponen sebagai berikut :



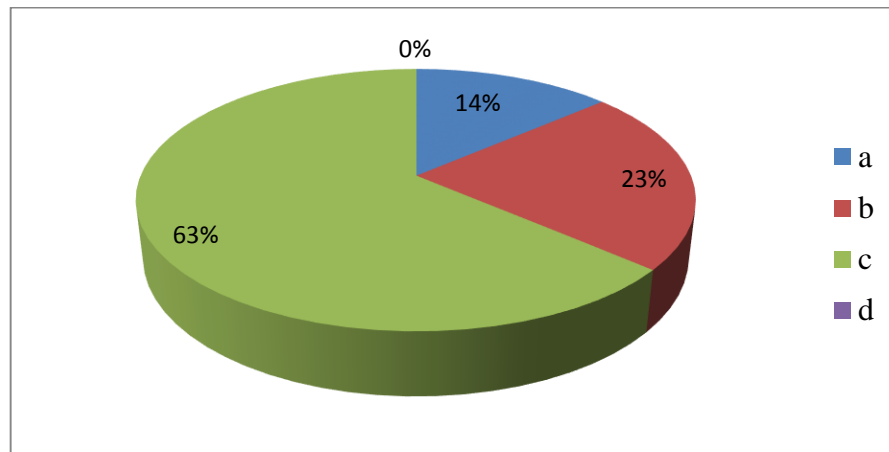
Gambar 12. Respon Masyarakat Terhadap Aktifitas Program Kampung Wisata Yang Paling Diminati

Tabel 4 dan gambar 12 menjelaskan bahwa 41% masyarakat lebih berminat berpartisipasi pada sarana wisata, sarana wisata tersebut meliputi pengadaan homestay bagi para pengunjung wisata. Kemudian minat yang selanjutnya kepada kerajinan yang tidak lain adalah kerajinan batok kelapa yaitu

sebesar 22%, disusul dengan kuliner 16% dan pertanian 7%. Banyaknya peminat terhadap sarana wisata dikarenakan masyarakat dapat memanfaatkan rumah pribadinya sebagai homestay di saat ada pengunjung yang menginap di Kampung Wisata Santan, sehingga dapat dijadikan sebagai pemasukan tambahan bagi keluarga di samping pekerjaan utama. Sedangkan masyarakat yang memilih kerajinan batok kelapa adalah para perajin bathok kelapa, karena memang pekerjaan itulah yang menjadi pekerjaan pokok masyarakat tersebut. Presentase minat yang paling kecil adalah terhadap pertanian, hal tersebut dikarenakan masyarakat yang masih menjadi petani murni memang sudah tidak banyak.

4. Harapan Masyarakat

Harapan masyarakat pada penelitian ini adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh masyarakat dengan adanya pencanangan Kampung Wisata. Dalam hal ini harapan masyarakat dikelompokkan menjadi tiga yang akan digambarkan dalam sebuah diagram ven.



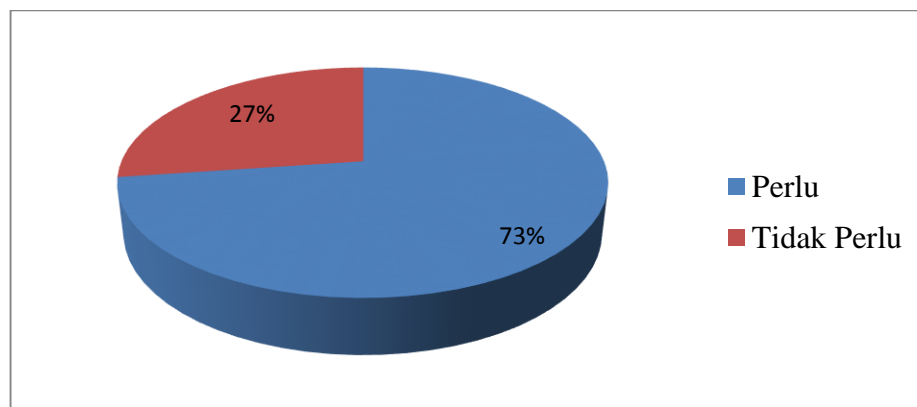
Gambar 13. Diagram Ven Presentase Harapan Warga Terhadap Pengunjung yang Datang ke Kampung Wisata Santan

Keterangan :

- Orang datang menikmati keindahan alam dan lokasi wisata kemudian langsung pulang

- b. Orang datang menikmati keindahan alam, kerajinan bathok, dan kebudayaan kemudian pulang
- c. Orang datang menikmati keindahan, kerajinan bathok, dan kebudayaan dengan menginap 1 malam kemudian pulang
- d. Orang datang menikmati keindahan alam, kerajinan bathok,kebudayaan dan kalau bisa terlibat dalam kegiatan masyarakat yang khas (unik) menginap lebih dari 1 malam

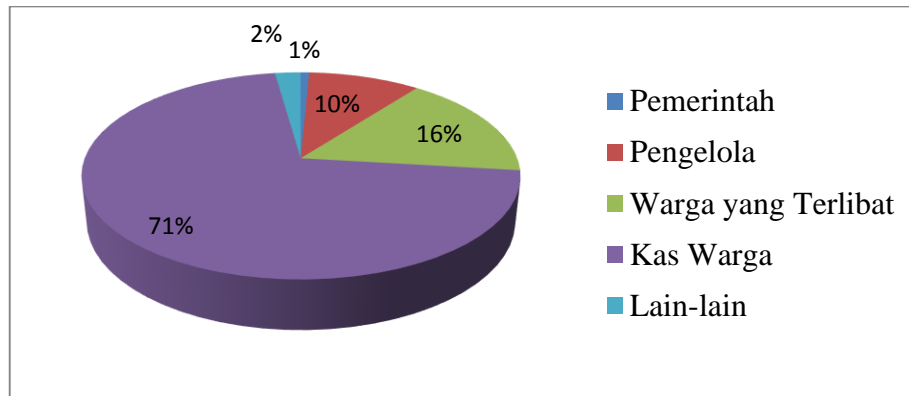
Masyarakat memiliki harapan bahwa dengan peresmian kampung wisata akan menimbulkan manfaat bagi penduduk Dusun Santan. Berdasarkan data diatas dapat dilihat berbagai macam variasi pendapat masyarakat mengenai sumber keuntungan yang akan didapat dari pengunjung kampung wisata Dusun Santan. 63% masyarakat memiliki harapan bahwa setiap orang yang datang untuk menikmati keindahan, kerajinan batok, dan kebudayaan dengan menginap satu malam. Sedangkan 23% masyarakat memiliki harapan bahwa setiap orang yang datang untuk menikmati keindahan, kerajinan, dan kebudayaan kemudian pulang. Terdapat 14% yang lain memiliki harapan bahwa setiap orang yang datang hanya menikmati keindahan alam dan lokasi wisata kemudian langsung pulang.



Gambar 114. Pendapat Warga berkaitan Dengan Tarif Berwisata ke Kampung Wisata Santa

Merujuk kepada gambar 14, dapat disimpulkan bahwa 73% masyarakat mengatakan bahwa Tarif biaya berwisata ke Dusun Santan perlu dilakukan, sedangkan 27% yang lain mengatakan tidak perlu mengadakan tarif biaya

berwisata. Dengan adanya pencanangan kampung wisata santan masyarakat tetap menginginkan timbal balik dari usaha yang telah dilakukan, pendapatan yang didapatkan dari kampung wisata diharapkan dapat kembali kepada masyarakat Dusun Santan.



Gambar 125. Harapan Masyarakat Tentang Hak Pendapatan Kampung Wisata

Gambar 15 diatas menunjukkan bahwa 71% masyarakat memiliki harapan bahwa hasil dari pendapatan Kampung wisata adalah untuk kas warga, 16% yang lain berpendapat hasil dari kampung wisata sebaiknya untuk warga yang terlibat saja. Kemudian 10% masyarakat yang lain lagi mengatakan bahwa hasil dari kampung wisata adalah untuk pengelola. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat menginginkan keuntungan dari kampung wisata digunakan untuk kesejahteraan masyarakat Dusun Santan sendiri guna memperbaiki infrastruktur yang nantinya akan digunakan oleh warga setempat.

5. Hubungan Faktor Lingkungan Fisik, Sosial dan Respon Masyarakat

Dalam penelitian ini diteliti juga bagaimana hubungan faktor lingkungan fisik dan faktor lingkungan sosial terhadap respon masyarakat Dusun Santan. Faktor Lingkungan Fisik disini dilihat dari jarak domisili rumah masyarakat dengan lokasi pusat kegiatan dan informasi. Pusat kegiatan terletak pada RT tiga, sehingga rumah warga yang berada di RT tiga memiliki jarak paling dekat dengan pusat informasi dan kegiatan. lokasi RT tiga berada di antara RT satu dan RT dua

sehingga lokasi yang paling jauh adalah RT empat. Pengaruh faktor lingkungan fisik terhadap respon masyarakat Dusun Santan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 5. Hubungan Faktor Lingkungan Fisik dan Respon Masyarakat Dusun Santan

No	Domisili	Skor Jarak	Jumlah Penduduk	Rata-Rata			Total Respon (K,A,P)
				Kognitif	Afektif	Partisipasi	
1	RT 01	2	30	2,7	3,3	1,8	7,8
2	RT 02	2	35	2,2	3,2	2,0	7,4
3	RT 03	1	45	2,6	3,4	2,7	8,7
4	RT 04	3	28	2,1	3,1	2,1	7,3

Berdasarkan tabel 5 di atas, terlihat berbagai macam variasi jumlah skor respon sesuai dengan rumah warga berdasarkan rukun tetangga (RT). Jumlah rata-rata sikap kognitif berkisar antara 1 sampai dengan 4, begitu pula dengan sikap afektif dan partisipasi. Sehingga semakin mendekati angka 1 maka respon yang ditunjukkan semakin kecil, begitu pula sebaliknya, semakin mendekati angka 4 maka semakin tinggi respon yang ditunjukkan. Skor terbesar dari sikap kognitif diperoleh oleh RT 01, yaitu sebesar 2,7 , kemudian dilanjutkan oleh RT 03 yaitu sebesar 2,6 , selanjutnya RT 02 dengan skor 2,2 , dan yang terakhir adalah RT 04 yaitu sebesar 2,1. Meskipun sama-sama berada pada tingkat angka 2, akan tetapi RT 01 memiliki skor yang paling tinggi dan paling mendekati angka 3. Sehingga bisa disimpulkan bahwa RT 01 memiliki pengetahuan tentang kampung wisata paling tinggi dibandingkan dengan RT yang lain.

Pada sikap afektif skor tertinggi di capai oleh RT 03 yaitu 3,4, kemudian dilanjutkan oleh RT 01 yaitu sebesar 3,3 , selanjutnya RT 02 sebesar 3,2 , dan yang terakhir adalah RT 04 yaitu sebesar 3,1. Pada hal ini skor sikap afektif sama-sama berada pada tingkat yang tinggi yaitu pada angka 3 dan perbedaan antar RT sangatlah tipis, akan tetapi RT 03 lebih unggul mendekati angka tertinggi di

bandingkan RT yang lain. Hal ini menandakan bahwa pada umumnya masyarakat Dusun Santan senang dan setuju dengan adanya program kampung wisata.

Pada partisipasi masyarakat skor tertinggi diperoleh oleh RT 03 yaitu sebesar 2,7, kemudian dilanjutkan oleh RT 04 yaitu sebesar 2,1 , selanjutnya RT 02 yaitu sebesar 2,0 , dan yang terakhir adalah RT 01 yaitu sebesar 1,8. Skor tertinggi masih berada pada angka 2 akan tetapi sudah mendekati angka 3, sedangkan skor terendah masih berkisar pada angka 1. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat partisipasi beberapa warga masih kurang.

Berdasarkan jumlah rata-rata skor respon, diperoleh total respon yang terdiri dari jumlah skor sikap kognitif, afektif, dan partisipasi. Jumlah total respon masyarakat yang tertinggi terdapat pada RT 03 yaitu berjumlah 8,7 , diikuti dengan jumlah skor respon RT 01 berjumlah 7,8 ,kemudian jumlah skor respon RT 02 berjumlah 7,4 dan yang terakhir sekaligus yang terjauh adalah jumlah respon RT 04 yaitu berjumlah 7,3.

Berdasarkan data tersebut, dilakukan pula analisis korelasi *rank spearman* dengan menggunakan program SPSS 15 guna mengetahui tingkat signifikan antara faktor lingkungan fisik dan respon masyarakat maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 6. Korelasi Pengaruh Faktor Lingkungan Fisik dan Respon Masyarakat Dusun Santan

		Jarak	Kognitif	Afektif	Partisipasi
Jarak	Correlation Coefficient	1,000	-0,200(*)	-0,224(**)	-0,299(**)
	Sig. (2-tailed)	.	0,019	0,008	0,000
	N	138	138	138	138

* *Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

** *Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Hasil korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan (korelasi) antara jarak domisili warga dengan respon masyarakat dalam hal ini sikap kognitif,

afektif dan partisipasi. Korelasi antara jarak domisili warga dengan sikap kognitif adalah negatif, demikian juga korelasi antara jarak domisili warga dengan sikap afektif dan partisipasinya.

Secara parsial dapat dinyatakan bahwa korelasi jarak domisili warga dengan sikap kognitif menunjukkan nilai koefisien korelasi $-0,200$ yang berarti bahwa korelasi tersebut terbilang rendah, bernilai negatif dan secara statistik signifikan pada $\alpha 0,05$. Artinya bahwa makin jauh jarak (skor semakin besar) maka sikap kognitifnya semakin rendah atau sebaliknya. Dalam hal ini makin jauh jarak domisili warga dengan pusat kegiatan kampung wisata maka pengetahuan warga terhadap kampung wisata semakin rendah atau semakin kecil.

Hasil yang kedua menyatakan bahwa korelasi jarak domisili warga dengan sikap afektif menunjukkan nilai koefisien korelasi $-0,224$ yang berarti bahwa korelasi tersebut terbilang rendah, bernilai negatif dan secara statistik signifikan pada $\alpha 0,01$. Artinya bahwa makin jauh jarak (skor semakin besar) maka sikap afektif semakin rendah atau sebaliknya. Dalam hal ini makin jauh jarak domisili warga dengan pusat kegiatan kampung wisata maka perasaan senang atau persetujuan warga terhadap kampung wisata semakin rendah atau semakin kecil.

Hasil analisis data yang ketiga menyatakan bahwa ada hubungan yang rendah antara jarak dengan partisipasi. Hasil uji korelasi menunjukkan nilai koefisien korelasi $-0,299$ dan signifikan pada $\alpha 0,01$. Berdasarkan hasil analisis korelasi tersebut menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara jarak dan partisipasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa jarak antara rumah warga dengan pusat informasi dan kegiatan desa wisata memiliki hubungan yang signifikan dengan arah korelasi negatif dengan keseluruhan respon masyarakat terhadap pencaanangan kampung wisata Dusun Santan. Keseluruhan respon yang dimaksud adalah sikap kognitif, afektif dan partisipasi. Berdasarkan arah korelasi yang negatif dapat dijelaskan bahwa semakin dekat rumah warga dengan pusat informasi dan kegiatan kampung wisata maka sikap kognitif, sikap afektif dan partisipasi warga semakin tinggi. Hal ini

disebabkan karena masyarakat pedesaan masih menggunakan model komunikasi interpersonal, dalam model ini masyarakat memperoleh informasi secara langsung dari sumbernya dengan cara melihat, mendengar, atau merasakan sendiri secara langsung kejadian atau peristiwa yang menjadi pesan komunikasi. Informasi yang didapat akan mempengaruhi pengetahuannya kemudian pengetahuan akan mempengaruhi sikap dan pada akhirnya akan mempengaruhi tindakan dalam hal ini adalah partisipasi.

Berbagai informasi yang kemungkinan didapat oleh warga berupa berbagai hal, mulai dari pengetahuan mengenai definisi kampung wisata, pengetahuan mengenai perencanaan pencanangan kampung wisata, pengetahuan mengenai peresmian kampung wisata sampai dengan informasi tentang program-program kampung wisata. Meskipun sosialisasi telah dilakukan terhadap seluruh warga melalui pertemuan-pertemuan, namun mayoritas warga akan lebih memahami, merasakan dan timbul motivasi untuk berpartisipasi jika warga mengetahui atau mendapatkan informasi secara langsung.

Pengetahuan yang diperoleh masyarakat berdampak pada sikap afektif dan partisipasi masyarakat. Semakin besar informasi yang diperoleh masyarakat, maka menimbulkan perasaan senang dan persetujuan yang semakin besar pula didalam diri para warga kampung Dusun Santan. Masyarakat yang faham akan makna Kampung Wisata akan mengetahui manfaat-manfaat yang akan ditimbulkan dengan adanya pencanangan Kampung Wisata. Masyarakat akan memiliki pemikiran yang semakin maju seiring dengan adanya program kampung wisata dan memiliki keinginan untuk memperbaiki ekonomi keluarganya kearah yang semakin baik dari sebelumnya. Pemikiran tersebut akhirnya memancing masyarakat untuk berpartisipasi dalam program Kampung Wisata Santan.

Lain halnya dengan faktor lingkungan sosial, pada penelitian ini faktor lingkungan sosial dapat dilihat dari kekompakan masyarakat berdasarkan pandangan para tokoh dengan partisipasi pada kenyataannya. Lokasi yang dinilai paling kompak adalah RT 03, kemudian diikuti oleh RT 01, RT 02, dan yang terakhir adalah RT 04. Faktor lingkungan sosial dapat digambarkan pada tabel 10.

Tabel 7. Pengaruh Faktor Lingkungan Sosial Terhadap Respon Masyarakat Dusun Santan

No	Domisili	Skor kompak	Jumlah Penduduk	Rata-rata			Total Respon (K,A.P)
				Kognitif (K)	Afektif (A)	Partisipasi (P)	
1	RT 01	3	30	2,7	3,3	1,8	7,8
2	RT 02	2	35	2,2	3,2	2,0	7,4
3	RT 03	4	45	2,6	3,4	2,7	8,7
4	RT 04	1	28	2,1	3,1	2,1	7,3

Berdasarkan tabel 7 di atas, terlihat berbagai macam variasi jumlah skor respon sesuai dengan kekompakan RT menurut penilaian para tokoh. Jumlah rata-rata sikap kognitif berkisar antara 1 sampai dengan 4, begitu pula dengan sikap afektif dan partisipasi. Sehingga semakin mendekati angka 1 maka respon yang ditunjukkan semakin kecil, begitu pula sebaliknya, semakin mendekati angka 4 maka semakin tinggi respon yang ditunjukkan. Total jumlah respon adalah jumlah dari rata-rata skor sikap kognitif, sikap afektif dan partisipasi. Sehingga jika ditarik kesimpulan secara garis besar berdasarkan tabel diatas, lokasi yang dinilai memiliki kekompakan paling tinggi adalah RT 03 memiliki total jumlah skor respon yang paling tinggi juga yaitu 8,7 , kemudian diikuti oleh lokasi yang dinilai paling kompak selanjutnya RT 01 yaitu sebesar 7,8 , dilanjutkan oleh RT 02 yaitu sebesar 7,4 dan yang terakhir RT 04 dengan penilaian kekompakan paling rendah yaitu 7,3.

Guna melihat tingkat signifikan antara kekompakan dengan respon masyarakat maka dilakukan pula analisis korelasi dengan menggunakan analisis *rank spearman* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Korelasi Faktor Lingkungan Sosial dan Respon Masyarakat

		Kekompakan	Kognitif	Afektif	Partisipasi
Kekompakan	Correlation Coefficient	1,000	0,239(**)	0,215(*)	0,257(**)
	Sig. (2-tailed)	.	0,005	0,011	0,002
	N	138	138	138	138

** *Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

* *Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Hasil korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan (korelasi) antara kekompakan warga dengan respon masyarakat dalam hal ini sikap kognitif, afektif dan partisipasi. Korelasi antara kekompakan warga dengan sikap kognitif adalah positif, demikian juga korelasi antara kekompakan warga dengan sikap afektif dan partisipasinya.

Secara parsial dapat dinyatakan bahwa korelasi kekompakan warga dengan sikap kognitif menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,239 yang berarti bahwa korelasi tersebut terbilang rendah, bernilai positif dan secara statistik signifikan pada α 0,01. Artinya bahwa semakin kompak (skor semakin besar) maka sikap kognitifnya semakin tinggi atau sebaliknya. Dalam hal ini semakin kompak warga dalam sebuah RT maka pengetahuan warga terhadap kampung wisata semakin tinggi.

Hasil yang kedua menyatakan bahwa korelasi kekompakan warga dengan sikap afektif menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,215 yang berarti bahwa korelasi tersebut terbilang rendah, bernilai positif dan secara statistik signifikan pada α 0,05. Artinya bahwa semakin kompak (skor semakin besar) maka sikap afektifnya semakin tinggi atau sebaliknya. Dalam hal ini semakin kompak warga dalam sebuah RT maka perasaan senang atau persetujuan warga terhadap kampung wisata semakin tinggi.

Hasil analisis data yang ketiga menyatakan bahwa ada hubungan yang rendah antara kekompakan warga dengan partisipasi. Hasil uji korelasi

menunjukkan nilai koefisien korelasi 0,257 dan signifikan pada α 0,01. Berdasarkan hasil analisis korelasi tersebut menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kekompakan warga dan partisipasi.

Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kekompakan masyarakat dapat mempengaruhi penyebaran informasi diantara masyarakat Dusun Santan. Lokasi yang dinilai memiliki kekompakan lebih tinggi di bandingkan lokasi lain memungkinkan masyarakatnya lebih sering bertemu dan bertegur sapa sehingga informasi akan lebih cepat menyebar luas. Masyarakat pedesaan cenderung masih menggunakan sistem komunikasi interpersonal saja, sehingga informasi yang didapat adalah dengan cara saling bertemu dan berbicara secara langsung. Pengetahuan dan pemahaman masyarakat yang kompak akan Kampung wisata akan lebih matang dibandingkan dengan lokasi yang kurang kompak.

Dengan adanya kekompakan maka akan timbul kebersamaan, sehingga dengan adanya kebersamaan yang terjalin dapat menimbulkan rasa senang di kalangan masyarakat. Masyarakat yang lebih kompak akan senang terhadap program dan agenda kampung wisata Dusun Santan dibanding dengan masyarakat yang kurang kompak. Jika rasa senang dan persetujuan telah muncul, maka masyarakat akan lebih mudah untuk berpartisipasi tanpa adanya paksaan. Rasa senang dan rasa segan yang muncul diantara individu akan mendorong masyarakat untuk lebih aktif dan simpati diantara sesama, selain dari pada itu rasa nyaman terhadap sesama akan menimbulkan sikap tenggang rasa dan toleransi diantara satu warga dengan warga yang lainnya.

I. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan :

1. Predisposisi atau kesiapan masyarakat dalam perencanaan Kampung Wisata dapat ditunjukkan oleh pemahaman, sikap dan partisipasi masyarakat mulai dari perencanaan (persiapan), penancangan (peresmian) maupun pasca penancangan Kampung Wisata
2. Secara umum pemahaman kognitif masyarakat terhadap pengertian kampung wisata, pengetahuan akan perencanaan dan penancangan Dusun Santan sebagai Kampung Wisata sebagian besar masih kurang (hanya tahu sedikit). Hal ini karena kendala sosialisasi dan dominasi para tokoh kampung dalam perencanaan kampung wisata yang kurang melibatkan warga kampung secara merata.
3. Sedangkan sikap afektif masyarakat terhadap penancangan kampung wisata Santan menunjukkan kecenderungan persetujuan, rasa senang dan mendukung. Setelah masyarakat mendapatkan sosialisasi meskipun masih sangat terbatas, respon afektifnya sangat positif dan mendukung program kampung wisata. Mereka berharap agar Dusun Santan bisa lebih maju dan meningkat perekonomiannya.
4. Partisipasi masyarakat pada program kampung wisata menunjukkan gejala yang meningkat, mulai dari partisipasi sejak perencanaan, pada saat penancangan dan pada saat pasca penancangan. Bentuk partisipasi dapat dilihat dari jumlah keterlibatan diri masyarakat dan rencana program yang paling diminati. Program Kampung Wisata yang paling diminati masyarakat adalah penyediaan sarana prasarana, karena program ini diharapkan mendatangkan keuntungan langsung pada pelaksana
5. Terdapat hubungan yang signifikan antara domisili dan kekompakan warga dengan respon masyarakat terhadap program Kampung Wisata.

B. Saran

1. Sosialisasi tentang program kampung wisata perlu terus dilakukan misalnya dengan penyebaran brosur, menempel pamflet atau secara langsung dalam forum-forum pertemuan masyarakat seperti pertemuan RT, atau pertemuan ibu PKK. Peningkatan volume sosialisasi diyakini dapat meningkatkan pemahaman, sikap dan partisipasi masyarakat dalam program kampung wisata.
2. Predisposisi (kesiapan) masyarakat dalam perencanaan kampung wisata menunjukkan gejala yang positif mulai dari pemahaman, sikap afektif dan partisipasi yang cenderung lebih baik. Kondisi ini dapat dimanfaatkan sebagai modal sosial masyarakat dalam perencanaan program kampung wisata Dusun Santan dimasa yang akan datang. Perlu ditingkatkan kekompakan warga terutama dengan peningkatan peran para tokoh dalam mendorong partisipasi warga misalnya dalam bentuk gerakan dan gotong royong.

DAFTAR PUSTAKA

- Awang, San Afri, Heri Santoso, Wahyu Tri Widayati, Yuli Nugroho, Kustomo, Sapardiono. 2001. Gurat hutan rakyat di kapur selatan. Debut Press. Yogyakarta
- Blackstock, Kirstay. 2005. A critical look at community base tourism. *Community Development Journal*, 40/1 : 39 – 49
- Echtner, Charlotte M. 2002. The content of the third world tourism marketing : a 4A Approach. *International Journal of Tourism Research*, 4 : 413-434
- Damanik, Janianto dan Helmut F Weber, 2006. Perencanaan Kampung Wisata. Dari Teori ke Aplikasi. Pusat Studi Pariwisata dan Penerbit Andi Yogyakarta.
- Gartner, William C. 2004. Rural tourism development in the USA. *International Journal of Tourism Research*, 6 : 151 – 164
- Lansing, Paul dan Paul De Vries. 2007. Sustainable tourism : ethical alternative or marketing ploy? *Journal of Business Ethics*, 72:77-85
- Nugroho, I. (2011). Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan, Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Pike, Steven. 2005. Tourism destination branding complexity. *The Journal of Product and Brand Management*, 14/4: 258 – 259
- Pinel, David P. 1998. Create A Good Fit : A Community-Based Tourism Planning Model. *Pinel & Association Research & Planning*. Canada
- Santosa, Setyanto P. 2002. Pengembangan Pariwisata Indonesia. www.google.com. Diunduh pada tanggal 20 Mei 2009.
- Simon, Hasanu. 1999. Pengelolaan hutan bersama rakyat (*Cooperative forest management*). Teori dan aplikasi pada hutan jati di Jawa. Bigraf Publishing. Yogyakarta
- Welford, Richard dan Bjarne Ytterhus. 2004. Sustainable development and tourism destination management : A case study of the Lillahammer region, Norway. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 11:410 – 422