

Peran Modal Sosial Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Dieng Kulon, Jawa Tengah, Indonesia

INTISARI

Bakri, Janianton Damanik, Hendrie Adji Kusworo, Chafid Fandeli

Universitas Gadjah Mada

Bakri.230753@gmail.com

Desa Wisata Dieng Kulon yang dikembangkan masyarakat pada tahun 2009 mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Dieng. Pada tahun 2011 kunjungan wisatawan berjumlah 120.768 orang, pada 2016 naik menjadi 418.019 orang. Kemajuan di sektor pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon dapat dicapai karena peran modal sosial masyarakat yang tergabung dalam pengelola desa wisata yang beride dan mampu menggerakkan warga untuk mengembangkan desa wisata. Potensi alam dan budaya desa dapat dikemas warga menjadi daya tarik dan atraksi wisata. Mayoritas warga desa yang semula menggantungkan hidupnya di sektor pertanian, dalam 5 tahun terakhir telah bekerja pada sektor pariwisata. Tujuan studi ini adalah untuk meneliti dan menggambarkan peran modal sosial masyarakat dalam mengembangkan desa wisata di Desa Dieng kulon. Data dan informasi didapat dari wawancara dengan pengelola desa wisata, khususnya tokoh penggerak desa wisata, yang berperan sejak berdiri tahun 2009 hingga sekarang. Data didapatkan dari catatan, foto-foto, dan dokumentasi Desa Wisata Dieng Kulon. Temuan lapangan penelitian ini adalah didapati adanya berbagai aktivitas pengembangan sebagai peran dan pengaruh modal sosial di berbagai daya tarik dan atraksi wisata, pramuwisata, *homestay*, produk kuliner, souvenir, gerai oleh-oleh, dan lain-lain. Data dan informasi dikumpulkan, diolah, dianalisis dan disajikan. Dapat disimpulkan bahwa modal sosial berperan dalam pengembangan desa wisata, terutama memberikan motivasi dan menggerakkan masyarakat dalam pengembangan desa wisata.

Kata kunci: modal sosial, pengembangan, desa wisata, masyarakat

Roles of Social Capital in Developing Dieng Kulon Tourism Village, Central Java, Indonesia

ABSTRACT

Bakri, Janianton Damanik, Hendri Adji Kusworo, Chafid Fandeli

Universitas Gadjah Mada

Bakri.230753@gmail.com

Dieng Kulon Tourism Village was established in 2011 and able to attract a huge number of visitors to Dieng. In 2011, the number of visitors was 120,768, and it increased to 418,019 in 2016. The advancement in tourism sektor can be achieved because the role of sosial capital of community organizer that had an idea and be able to empower local community to develop tourism village. The natural potential and indigenous culture of the village are packaged by the local community as the community based tourism attraction. Most of villagers who originally relied their living on farming, has worked in tourism sektor for the last 5 years. The objective of this study is to examine and describe the roles of sosial capital in the development of tourism at Dieng Kulon. The data and information were obtained from the interview with several community organizers, mainly those who played a big role since its establishment in 2009 until now. The data was obtained from records, photographs, and documentations of village. The findings showed that there were various development activities by tourism community leaders in various tourist attractions such as, the tour guides, *homestays*, culinary products, souvenirs, souvenir shops and others. Data are collected, analysed and presented. It can be concluded that sosial capital played significant role in the development of tourism village, especially their role and contribution in empowering local communities.

Keywords: community leaders, tourism village, local communities, community based tourism.