

Peran Paguyuban Duta Wisata “Sekargading” dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang

Deby Prasetyo Agung
Jurusan Sosiologi dan
Antropologi
Universitas Negeri Semarang

Atika Wijaya
Jurusan Sosiologi dan
Antropologi
Universitas Negeri Semarang

Diterima: 4 Maret 2019
Reviu Tahap 1: 23 Juni 2019
Revisi Tahap 1: 7 Juli 2019
Copyedit: 7 Juli 2019
Produksi:

Penulis mengucapkan terima kasih pada Bapak Kuncoro Bayu Prasetyo S.Ant., M.A, Ibu Asma Luthfi S.Th.I., M.Hum, dan Bapak Fulia Aji S.Pd., M.A yang telah memberikan banyak masukan bagi perbaikan naskah awal artikel ini.

ABSTRAK. Tulisan ini membahas peran Paguyuban Sekargading dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang. Pariwisata merupakan sektor yang memiliki dampak positif pada berbagai sektor kehidupan manusia lainnya, untuk mengoptimalkan hal itu Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Batang kembali mengaktifkan Paguyuban Duta Wisata “Sekargading”. Tulisan ini menggunakan teori peranan oleh David Berry dan metode penulisan kualitatif. Tulisan ini memberikan hasil bahwa terdapat pandangan dari masyarakat yang mengamati Paguyuban Sekargading hanya digunakan sebagai among tamu dan masih mengikuti aktivitas dari Disparpora, masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan Paguyuban Sekargading menganggap beberapa kegiatan yang dilakukan oleh paguyuban memiliki pengaruh terhadap pariwisata di Kabupaten Batang. Peranan yang dilakukan oleh Paguyuban Sekargading untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang diwujudkan melalui beberapa program kerja, seperti Mas Mbak Batang Berbagi, Mas Mbak Batang Goes To School, dan Mbolang Mbatang. Secara keseluruhan peran ganda anggota paguyuban merupakan kendala terbesar yang dirasakan oleh Paguyuban Sekargading.

Kata Kunci: duta wisata; paguyuban “Sekargading”; pembangunan pariwisata; peran

ABSTRACT. This study discussing the role of the Sekargading Association in developing tourism in Batang Regency, Central Java, Indonesia. Tourism is a sector that has a positive impact on various other sectors of human life, and to optimize it The Tourism Government of Batang Regency (Disparpora) has reactivated the Tourism Ambassador Association “Sekargading”. This study uses role theory by David Berry and qualitative research methods. The results showed that there is a view from the community observing the Sekargading Association that they are only used as a guest and still following the activities of the Disparpora, while, the people who have participated in the Sekargading program considered some activities carried out by the association had an influence on tourism in Batang Regency. The role of Sekargading association to developing tourism in Batang Regency was realized through several programs, such as Mas Mbak Batang Berbagi, Mas Mbak Batang Goes To School, and Mbolang Mbatang. Overall, dual role of association members is the biggest obstacle for Sekargading Association.

Keywords: tourism ambassador; Sekargading association; tourism development; role

Pendahuluan

Dewasa ini pariwisata telah menjelma menjadi salah satu kebutuhan hidup serta industri yang menguntungkan. Pariwisata tidak lagi hanya berupa aktifitas perjalanan untuk tujuan rekreasi dan liburan, namun juga merupakan suatu kegiatan sosial dan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. (Pendit, 2006) menyatakan bahwa pariwisata adalah sebuah industri yang mencakup lapangan usaha bisnis sangat luas dan mempunyai sifat rumit berganda. Pariwisata menjadi suatu kegiatan di dalam masyarakat yang mampu mendatangkan banyak keuntungan baik untuk negara, masyarakat, dan lingkungan sekitar, seperti adanya lapangan pekerjaan baru, pembangunan infrastruktur serta fasilitas umum, dan lainnya (Tatarusanu, 2016). Keuntungan-keuntungan dari sektor pariwisata dapat diraih dengan melakukan pengoptimalan pada segala potensi wisata yang ada.

Potensi wisata adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daerah sebagai daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut. Potensi wisata dapat berupa wisata belanja, wisata peninggalan budaya (cultural artefak), wisata pertunjukan seni budaya (cultural behavior), maupun wisata religi (Brata, 2009). Kabupaten Batang merupakan salah satu wilayah di Jawa Tengah yang memiliki potensi wisata yang cukup melimpah. Namun dengan segala potensi wisata dan budaya yang ada belum mampu membuat Kabupaten Batang dikenal oleh masyarakat luas baik di dalam Pulau Jawa, Indonesia, maupun Internasional. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat Kabupaten Batang yang enggan untuk mengenal dan memperkenalkan daerahnya sendiri kepada masyarakat daerah lain. Padahal salah satu komponen penting dalam pembangunan pariwisata ialah partisipasi dari masyarakat

Partisipasi masyarakat dalam pembangunan merupakan hal yang penting ketika diletakkan atas dasar keyakinan bahwa masyarakatlah yang paling tahu apa yang dibutuhkan (Dewi dkk, 2013). Dalam konteks pembangunan pariwisata tampaknya partisipasi masyarakat penting untuk terus didorong guna mendistribusi keuntungan-keuntungan dari kegiatan kepariwisataan yang berlangsung kepada masyarakat secara langsung. Dengan demikian Pemerintah Kabupaten dalam hal ini, Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Batang telah menempuh beberapa upaya untuk meningkatkan pembangunan pariwisata di Kabupaten Batang dengan melibatkan masyarakat. Salah satu upaya yang dilakukan ialah dengan mengaktifkan kembali Paguyuban Duta Wisata Kabupaten Batang, atau yang sering disebut dengan Paguyuban Sekargading.

Paguyuban Sekargading merupakan suatu wadah duta wisata Kabupaten Batang. Pada dasarnya sebuah paguyuban terbentuk atas dasar rasa kebersamaan dan saling memiliki serta ikatan batin yang kuat antar anggotanya, paguyuban juga memiliki fungsi dan peran layaknya kelompok sosial lainnya di dalam kehidupan bermasyarakat (Fitriyani, 2012; Fadhila, 2013; Pertiwi, 2014; Rimawati, 2015). Begitu pula dengan paguyuban duta wisata Kabupaten Batang, pemilihan duta wisata yang menyasar pemuda-pemuda ini bukanlah sekedar ajang yang berhenti pada satu titik saja, melainkan suatu langkah berkelanjutan untuk kepentingannya pembangunan pariwisata. Duta wisata adalah ikon atau figur pariwisata dan kebudayaan yang terpilih untuk menjadi promotor aktif bagi daerahnya maupun sebagai kepanjangan tangan pemerintah (Andriyani, 2014; Randa, 2015; Oktarina, 2015; Yulaichah, 2017). Dengan adanya ajang pemilihan duta wisata disetiap daerah di Indonesia diharapkan lahir suatu generasi muda yang kreatif dan inovatif sehingga mampu menjadi promotor untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di daerah tersebut (Paul dkk, 2017). Oleh sebab itu, ajang pemilihan duta wisata daerah sampai saat ini masih menjadi strategi utama pemerintah pusat, provinsi, hingga kabupaten/kota untuk melibatkan pemuda dan mengkader mereka guna memajukan industri pariwisata daerah.

Adapun maksud dari Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Batang untuk mengaktifkan kembali Paguyuban Sekargading bertujuan untuk menjadi kepanjangan tangan Disparpora Kabupaten Batang dalam menjangkau masyarakat lokal, sekaligus memperkenalkan potensi wisata di Kabupaten Batang yang masih banyak belum dikenal oleh masyarakat luas. Artikel ini bertujuan untuk mengetahui peran dan kendala Paguyuban Sekargading dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang. Selain itu, untuk mengetahui juga pandangan masyarakat Kabupaten Batang terhadap Paguyuban Sekargading.

Teori Peranan oleh David Berry digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh, di mana dalam peranan terdapat dua macam harapan, yaitu harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban-kewajiban dari pemegang peran, dan harapan-harapan yang dimiliki oleh si pemegang peran terhadap “masyarakat” atau terhadap orang yang berhubungan dengannya dalam menjalankan peranannya atau kewajiban-kewajibannya (Berry, 2003).

Metode Penulisan

Penulisan ini menggunakan metode penulisan kualitatif. Metode penulisan ini dipilih karena sifat dan karakteristik objek penulisan yang diteliti berdasarkan kondisi nyata dan dari realitas di masyarakat. Penulisan ini dilakukan di Kabupaten Batang sejak bulan Maret hingga Mei 2018. Metode pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu wawancara, observasi partisipatif, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan sepuluh informan yang terdiri dari pengurus Paguyuban Sekargading, Staf Disparpora, serta Masyarakat Kabupaten Batang guna memperoleh informasi mengenai peran Paguyuban Sekargading dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang. Observasi partisipatif dilakukan pada tanggal 21 Maret sampai 07 Mei 2018. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data visi misi, struktur pengurus, program kerja, arsip proposal kegiatan, laporan, serta foto-foto kegiatan Paguyuban Sekargading. Keabsahan data dalam penulisan ini diperoleh melalui teknik triangulasi sumber, dengan mengkonfirmasi data dari sumber yang satu ke sumber yang lain.

Temuan dan Pembahasan

Gambaran Umum Paguyuban Sekargading

Paguyuban Sekargading mulanya adalah perkumpulan anak-anak muda di Kabupaten Batang yang mengikuti ajang atau kompetisi pemilihan “Mas dan Mbak Duta Wisata Kabupaten Batang” dan berhasil menjadi finalis atau mendapatkan gelar sebagai Duta Wisata Kabupaten Batang. Paguyuban Sekargading pertama kali dibentuk pada tahun 2006 dan diketuai oleh Bramantyo yang juga merupakan pemenang Duta Wisata Kabupaten Batang 2006. Paguyuban ini terbentuk karena ada sinergitas antara keinginan anak-anak duta wisata untuk membentuk sebuah wadah berkumpul dengan program pemerintah untuk membentuk komunitas anak-anak muda daerah. Sejak saat itu Paguyuban Sekargading resmi menjadi wadah untuk para Duta Wisata Kabupaten Batang, dan siap bergerak membantu pemerintah dalam pembangunan sektor pariwisata.

Paguyuban Sekargading memiliki berbagai kegiatan yang terbagi menjadi dua, yaitu kegiatan yang berasal dari Disparpora dan kegiatan dari program kerja Paguyuban Sendiri. Kegiatan yang berasal dari Disparpora antara lain seperti menjadi delegasi dalam setiap kegiatan pemerintahan, membantu disparpora dalam menjaga stand promosi pariwisata di berbagai kegiatan pameran, mengikuti roadshow pariwisata di beberapa daerah, menjadi talent dalam kegiatan festival, menjadi pendamping Bupati dalam suatu acara, menerima tamu pemerintahan yang merupakan pejabat daerah maupun pejabat skala nasional, mengedarkan pamflet wisata terhadap masyarakat dari luar Kabupaten Batang, dan kegiatan lainnya. Sementara itu, kegiatan dari data program kerja Paguyuban Sekargading antara lain Mas Mbak Batang Berbagi, *Mbolang Mbatang*, Mas Mbak Goes To School dan acara pemilihan Duta Wisata Kabupaten Batang.

Pandangan Masyarakat Kabupaten Batang terhadap Paguyuban Sekargading

Terdapat dua jenis pandangan yang berasal dari masyarakat Kabupaten Batang terhadap Paguyuban Sekargading, yaitu pandangan oleh masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan Paguyuban Sekargading dan masyarakat yang mengamati namun belum pernah mengikuti kegiatan Paguyuban Sekargading

Pandangan positif pada Paguyuban Sekargading yang dimunculkan setelah masyarakat mengenal dan

pernah mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Paguyuban Sekargading. Pemegang peran dapat mengendalikan pandangan orang lain terhadap dirinya. Melalui pengendalian yang diwujudkan melalui kegiatan-kegiatan ini, Paguyuban Sekargading berhasil mendapatkan beberapa pandangan yang baik dari masyarakat Kabupaten Batang yang pernah mengikuti kegiatan dan aktifitas dari Paguyuban Sekargading. Seperti yang disampaikan oleh Mas Ahmad sebagai salah satu bagian dari masyarakat Kabupaten Batang dan pernah berpartisipasi dalam kegiatan Paguyuban Sekargading, beliau menyatakan bahwa:

Saya rasa paguyuban ini sudah berusaha maksimal dengan program-programnya, setelah lama tidak aktif, sekarang mereka hadir kembali dan langsung eksekusi beberapa kegiatan, itu menurut saya niat sekali anak-anaknya. Jadi menurut saya kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan ini sudah baik, namun karena masih awal-awal ya jadi masih perlu kita lihat lagi sampai beberapa waktu mendatang (AK, Masyarakat, wawancara pada 24 April 2018).

Pandangan yang muncul dalam diri Bapak Ahmad ini dipengaruhi oleh serangkaian peranan yang berupa kegiatan kepariwisataan yang telah dilakukan Paguyuban Sekargading. Sementara itu, masyarakat yang mengamati dan belum pernah mengikuti kegiatan Paguyuban Sekargading, menganggap bahwa kegiatan yang dilakukan oleh Paguyuban Sekargading masih sebatas menjadi *among tamu*, dan mengikuti aktivitas dari Disparpora Kabupaten Batang, sehingga Paguyuban Sekargading dianggap belum memiliki gebrakan dan kontribusi nyata dalam sektor pariwisata di Kabupaten Batang.

Dengan demikian tidak semua masyarakat di Kabupaten Batang menegenal secara baik Paguyuban Sekargading, masih perlu dilakukan upaya-upaya dengan aktif melakukan kegiatan kepariwisataan untuk mengendalikan pandangan masyarakat di Kabupaten Batang secara menyeluruh oleh Paguyuban Sekargading. Namun, sebagai paguyuban yang baru diaktifkan kembali setidaknya Paguyuban Sekargading sudah mendapatkan beberapa respon yang baik dari masyarakat di Kabupaten Batang.

Peran Paguyuban Sekargading dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang

Berry (2003:105) mengungkapkan bila individu-individu menempati kedudukan-kedudukan tertentu, maka mereka merasa bahwa setiap kedudukan yang mereka tempati itu menimbulkan harapan-harapan (*expectation*) tertentu dari orang-orang di sekitarnya. Dalam peranan yang berhubungan dengan pekerjaannya, seseorang diharapkan menjalankan kewajiban-kewajibannya yang berhubungan dengan peranan yang dipegangnya. Lebih lanjut lagi David Berry mengungkapkan bahwa terdapat dua harapan dalam sebuah peranan, pertama harapan-harapan dari masyarakat terhadap pemegang peran atau kewajiban-kewajiban dari pemegang peran (Berry, 2003:107). Munculnya peranan yang dilakukan oleh Paguyuban Sekargading merupakan bagian tugas serta kewajiban yang telah tersusun berdasarkan harapan-harapan dari masyarakat terhadap Paguyuban Sekargading.

Penulis menemukan tiga upaya yang dilakukan oleh Paguyuban Sekargading untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang, yaitu pengenalan potensi atau daya tarik wisata di Kabupaten Batang, penanaman sikap sadar wisata, dan pengimplementasian sapta pesona.

Pengenalan Daya Tarik Wisata Kabupaten Batang

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional) 2010-2025, yang dimaksud dengan daya tarik wisata ialah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Kabupaten Batang merupakan salah satu destinasi pariwisata yang memiliki beragam daya tarik wisata, mulai daya tarik wisata alam, budaya, kuliner, hingga wisata buatan (lihat Tabel 1).

Daya tarik wisata juga tidak hanya berupa tempat, melainkan tetapi juga budaya, tradisi, dan kuliner. Dalam hal budaya dan tradisi, Kabupaten Batang memiliki Kampung Batik Rifaiyah, *Tradisi Kliwonan*, *Lomban*, *Nyadran*, dan tradisi lainnya. Sedangkan dalam hal kuliner Kabupaten Batang memiliki Sentra Emping

Limpung, Kampung Serabi Kalibeluk, Megono, dan Lontong Lemprak. Dengan banyaknya daya tarik wisata tersebut, masyarakat Kabupaten Batang harus sepenuhnya paham atas potensi yang mereka miliki. Oleh sebab itu berikut upaya sosialisasi daya tarik wisata yang dilakukan Paguyuban Sekargading untuk mengenalkan daya tarik wisata Kabupaten Batang pada masyarakat lokal maupun masyarakat luas.

Pertama, melalui kegiatan Mas Mbak Batang Berbagi yang merupakan salah satu program kerja Paguyuban Sekargading dengan tujuan untuk mengenalkan potensi daya tarik wisata Kabupaten Batang kepada masyarakat lokal yang dikemas dengan kegiatan bakti sosial. Lokasi kegiatan ini dilaksanakan di Panti Asuhan maupun daerah tertinggal di Kabupaten Batang. Dalam tahun 2016-2018 kegiatan ini sudah berlangsung selama empat kali, yaitu di Panti Asuhan Putra Bakti, Dataran Tinggi Bintoro Mulyo Kabupaten Batang, Panti Asuhan Darul Hadlonah, dan Panti Asuhan Darul Alam Wa Darul Aitam. Susunan acara dalam kegiatan ini diawali dengan sosialisasi pengenalan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Batang. Terkait cara sosialisasi daya tarik wisata Kabupaten Batang yang dilakukan dalam kegiatan Mas Mbak Berbagi ini. Kegiatan lain dari Mas Mbak Batang Berbagi ialah membagikan pamflet daya tarik wisata Kabupaten Batang kepada masyarakat lokal dan masyarakat luar Kabupaten Batang yang dikemas dengan membagikan Ta'jil kepada mereka sebagai para musafir. Lokasi dan waktu yang dipilih oleh Paguyuban Sekargading untuk melakukan kegiatan flayering ini ialah disekitar Alun-Alun Kabupaten Batang serta *Rest Area* ketika memasuki momen mudik Idul Fitri.

Kedua, melalui kegiatan pameran pariwisata dengan membuka stand pada kegiatan tersebut. Pameran bukanlah salah satu program kerja internal Paguyuban Sekargading, melainkan kegiatan yang berasal dari Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Batang. Sebagai pemegang kendali pada pengelolaan pariwisata, Disparpora memiliki banyak agenda dan program kerja untuk pembangunan pariwisata di Kabupaten Batang. Salah satu dari program kerja tersebut ialah melakukan promosi wisata melalui media expo atau pameran. Kegiatan pameran ini biasa dilakukan di dalam Kabupaten maupun ke luar kota pada tingkat provinsi, nasional, maupun internasional. Beberapa kegiatan pameran lokal di dalam Kabupaten Batang ialah Batang Expo, Pekan Raya Batang, Pantura Expo, dan Festival Kuliner. Melalui kegiatan ini Paguyuban Sekargading menjalankan perannya untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada masyarakat Kabupaten Batang. Karena tidak bisa dipungkiri masih banyak masyarakat Kabupaten Batang yang kurang mengenal daya tarik wisata di daerahnya sendiri

Penanaman Sikap Sadar Wisata

Sikap sadar wisata merupakan sikap yang harus dimiliki oleh masyarakat pada suatu daerah destinasi wisata. Kondisi sadar wisata dapat ditunjukkan dengan adanya partisipasi dan dukungan dari masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kegiatan pariwisata di suatu tempat/wilayah. Demikian pula dengan masyarakat Kabupaten Batang, untuk keperluan pembangunan pariwisata di Kabupaten Batang masyarakatnya perlu memiliki sikap sadar wisata. Konsep sadar wisata masyarakat dibagi menjadi dua yaitu sebagai *host* (tuan rumah) dan *guest* (tamu/wisatawan), di mana partisipasi dan dukungan kedua elemen ini sama-sama diperlukan untuk mewujudkan sebuah destinasi yang berdaya saing, serta tumbuh kembangnya iklim kegiatan kepariwisataan pada suatu destinasi wisata.

Mas Mbak Batang *Goes To School* (lihat Gambar 1) menjadi salah satu cara yang ditempuh oleh Paguyuban Sekargading untuk menanamkan sikap sadar wisata pada masyarakat Kabupaten Batang. Kegiatan ini berupa Road Show ke sekolah-sekolah di Kabupaten Batang. Sasaran dari kegiatan ini ialah seluruh pelajar yang ada di Kabupaten Batang. Kegiatan Mas Mbak Batang *Goes To School* diawali dengan mengenalkan potensi yang ada di Kabupaten Batang secara umum, kemudian dilanjutkan dengan penjelasan mengenai sikap sadar wisata, konsep masyarakat sebagai tuan rumah (*host*) dan wisatawan/pengunjung (*guest*), bagaimana sikap sadar wisata ini berpengaruh pada sebuah pembangunan wisata, hingga keuntungan yang bisa diperoleh apabila sikap sadar wisata ini bisa tertanam pada diri masyarakat. Setelah peserta atau masyarakat mengetahui konsep sadar wisata kegiatan dilanjutkan dengan melakukan diskusi. Masyarakat diajak berdiskusi tentang kondisi destinasi wisata dengan masyarakat yang memiliki sikap sadar wisata tinggi dan kondisi destinasi wisata dengan masyarakat yang sikap sadar wisatanya rendah. Cara ini dianggap lebih mudah untuk membuat masyarakat mengerti tentang pentingnya sadar wisata, masyarakat akan membandingkan kondisi

tersebut dan memperoleh kesimpulannya sendiri. Mereka juga mendiskusikan secara langsung terkait sikap-sikap yang harus dimiliki masyarakat sebagai tuan rumah maupun sebagai wisatawan.

Mengimplementasikan Sapta Pesona

Sapta pesona merupakan kondisi ideal yang harus diwujudkan atau diciptakan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah atau wilayah negara kita. (Syaukani, 2003) menyatakan bahwa sapta pesona adalah upaya penataan dan pembinaan dilakukan kampanye sadar wisata secara nasional, menggalang segala potensial nasional agar semua ikut berperan serta mendukung dalam rangka merebilitasi potensi dan kemampuan industri pariwisata serta swadaya masyarakat.

Sapta pesona memiliki tujuh unsur yang harus terimplementasi dengan baik, yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Apabila salah satu dari ketujuh unsur tersebut belum terimplementasikan, maka suatu destinasi wisata dapat dikatakan belum layak menjadi destinasi wisata yang dapat dikunjungi. Setiap unsur didalam sapta pesona ini memiliki tujuan serta mengikat masyarakat untuk berperilaku di dalam dunia pariwisata (lihat Gambar 2).

Mbolang Mbatang merupakan kegiatan explore wisata yang diadakan oleh Paguyuban Sekargading dengan tujuan mengajak masyarakat lokal maupun luar Kabupaten Batang untuk melakukan aksi sapta pesona. Kegiatan ini dikemas seperti paket wisata, di mana peserta akan diajak ke beberapa destinasi wisata yang ada di Kabupaten Batang dan melakukan penerapan sapta pesona. Kegiatan ini bersifat berbayar, namun Paguyuban Sekargading mengaku tidak mengambil keuntungan dari kegiatan ini, dengan kata lain semua biaya yang dibayarkan dikembalikan kepada peserta dalam bentuk fasilitas selama mengikuti kegiatan. Kegiatan Mbolang Mbatang dianggap sangat cocok untuk melakukan aksi nyata sapta pesona dikarenakan dilaksanakan secara outdoor dan bersinggungan langsung dengan destinasi wisata di Kabupaten Batang. Selibuhnya pengimplementasian sapta pesona pada masyarakat Kabupaten Batang didukung dengan proses sosialisasi sebagai sarana untuk menstimulus masyarakat Kabupaten Batang agar mengenal dan menerapkan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari.

Kendala Paguyuban Sekargading dalam Mengembangkan Pariwisata di Kabupaten Batang

Dalam menjalankan tugasnya untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang, Paguyuban Sekargading menghadapi berbagai permasalahan maupun kendala yang dihadapi baik dalam kaitannya dengan keanggotaan, pendanaan, maupun hal lainnya baik secara internal maupun eksternal, berikut beberapa kendala yang dihadapi oleh Paguyuban Sekargading.

Kendala Internal

Pertama, adanya peran ganda pada anggota Paguyuban Sekargading. Dengan anggota yang banyak Paguyuban Sekargading justru rentan terhadap suatu permasalahan keanggotaan, hal ini dikarenakan beberapa anggota menjadi saling menggantungkan dan mementingkan kepentingan pribadinya masing-masing. (Berry, 2003) menyatakan bahwa individu di dalam masyarakat yang memainkan bermacam-macam peranan sosial, dikenai oleh seperangkat harapan pada masing-masing peranan tersebut: bila mengambil semua peranan sekaligus, kemungkinan besar harapan-harapan tersebut tidak serasi satu sama lain. Bahkan beberapa harapan saling bertentangan satu sama lain. Sebagai anggota dari Paguyuban Sekargading, mereka memiliki peranan dengan harapan untuk aktif mengembangkan pariwisata, di sisi lain mereka juga memiliki peranan sebagai pelajar maupun pekerja dengan harapan aktif dalam hal akademis dan pelayanan prima di tempat kerja.

Kedua, minimnya anggaran pada Paguyuban Sekargading. Sebagai kelompok sosial yang juga merupakan organisasi, Paguyuban Sekargading memiliki kendala terkait anggaran. Menurut Mbak Raras selaku pengurus Paguyuban Sekargading, kendala pada anggaran muncul karena Paguyuban Sekargading belum menjadi

organisasi yang berbadan hukum, sehingga belum memiliki dana ghibah yang diberikan oleh pemerintah daerah Kabupaten Batang. Di sisi lain Paguyuban Sekargading juga merupakan organisasi non profit atau tidak mencari keuntungan secara keuangan. Selain sebagai organisasi non profit, Mas Nur Kholis selaku ketua paguyuban menyatakan bahwa minimnya anggaran pada Paguyuban Sekargading juga disebabkan tidak adanya plotingan dana tahunan dari Disparpora. Karena memang tidak ada anggaran tahunan untuk Paguyuban Sekargading dari Disparpora, meskipun Paguyuban Sekargading merupakan organisasi di bawah naungan Disparpora Kabupaten Batang. Sehingga mereka tetap perlu mengajukan proposal kegiatan ketika ingin mendapatkan bantuan dana dari Disparpora Kabupaten Batang.

Kendala Eksternal

Pertama, adanya anggapan negatif terhadap Paguyuban Sekargading yang merupakan akibat dari tidak aktifnya Paguyuban Sekargading pada tahun 2012-2015. Hal ini membawa permasalahan tersendiri pada paguyuban, banyak anggapan negatif yang muncul terhadap paguyuban, seperti anggapan bahwa duta wisata itu selalu hilang setelah acara malam puncak pemilihan dan tidak ada kontribusinya di dalam sektor pariwisata. Terkait hal tersebut, Raras Putri menyampaikan :

Selama ini banyak yang memandang duta wisata itu hanya seremonial belaka, tidak ada tugas yang berarti, hanya menjadi among tamu, dandan cantik dan ganteng, lenggak-lenggok diatas panggung. (RP, Pengurus Paguyuban Sekargading, wawancara pada 15 April 2018)

Dapat diketahui bahwa Paguyuban Sekargading menyadari kekurangan yang mereka miliki selama tidak aktif, serta perspektif yang muncul dalam diri masyarakat tentang duta wisata Kabupaten Batang. Mendapati perspektif seperti demikian, Paguyuban Sekargading mencoba membenahi diri dengan evaluasi serta mencoba menangkap harapan-harapan yang muncul dari masyarakat Kabupaten Batang terhadap Paguyuban Sekargading.

Kedua, Komunikasi maupun pengawasan yang terjalin dengan Disparpora Kabupaten Batang justru menimbulkan beberapa kendala pada Paguyuban Sekargading, kendala-kendala tersebut berawal dari hal-hal seperti tidak sepaham dalam penyampaian gagasan atau pendapat, kesalah pahaman dalam berkoordinasi, dan lain sebagainya. Adanya kendala ini dilatarbelakangi oleh karakteristik masing-masing individu yang menjadi staff Disparpora. Masing-masing dari mereka memiliki anggapan dan harapan tersendiri terhadap Paguyuban Sekargading. Sehingga paguyuban merasa kesusahan untuk memetakan harapan-harapan tersebut, dan lebih mengikuti harapan secara umum oleh Disparpora untuk menjalankan peranannya.

Ketiga, sebagai organisasi yang baru terlahir kembali, Paguyuban Sekargading memiliki kendala dalam hal sarana prasana. Belum lengkapnya sarana prasarana yang dimiliki oleh Paguyuban Sekargading membuat mereka kesusahan untuk melakukan beberapa aktifitas. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti beberapa sarana prasarana yang belum mereka miliki ialah, ruangan sekretariat di kantor Disparpora sehingga sekretariat Paguyuban Sekargading berada pada salah satu rumah pengurus paguyuban yaitu Mbak Asayuta. Kemudian, peralatan presentasi dan dokumentasi seperti proyektor, laptop, kamera dan lainnya, sehingga untuk sementara masih meminjam Disparpora maupun anggota paguyuban setiap akan melakukan kegiatan. Dalam hal transportasi Paguyuban Sekargading masih mengandalkan transportasi pribadi milik masing-masing anggotanya. Karena fasilitas transportasi Disparpora hanya disediakan untuk kegiatan-kegiatan kedinasan. Selebihnya dalam menjalankan kegiatan program kerja Paguyuban Sekargading selalu menggunakan transportasi milik sendiri.

Simpulan

Keberadaan Paguyuban Sekargading di tengah-tengah masyarakat Kabupaten Batang memunculkan pandangan dari masyarakat yang mengamati Paguyuban Sekargading bahwa keberadaan mereka selama ini hanya sebagai *among tamu* dan masih mengikuti aktivitas dari Disparpora, sedangkan masyarakat yang pernah mengikuti kegiatan Paguyuban Sekargading menganggap beberapa kegiatan yang dilakukan oleh

paguyuban memiliki pengaruh terhadap pariwisata di Kabupaten Batang. Sementara itu, peran Paguyuban Sekargading untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Batang, terwujud dalam berbagai upaya paguyuban dalam pengenalan daya tarik wisata, penanaman sikap sadar wisata, dan pengimplementasian sapta pesona. Upaya-upaya tersebut ditempuh melalui beberapa program kerja yang telah dilakukan oleh Paguyuban Sekargading, seperti Mas Mbak Batang Berbagi, Mas Mbak Batang Goes to School, dan Mbolang Mbatang. Di sisi lain terdapat kendala yang sangat dirasakan oleh Paguyuban Sekargading yaitu, kendala yang berasal dari dalam internal paguyuban, terutama pada peran ganda anggotanya. Anggota Paguyuban Sekargading tidak hanya memiliki satu peran dalam kehidupannya sebagai bagian dari paguyuban, melainkan mereka memiliki peranan lain yaitu sebagai pelajar dan pekerja, sehingga dalam beberapa kegiatan seringkali Paguyuban Sekargading tidak full team atau hanya sebagian saja yang bisa berpartisipasi.

Daftar Pustaka

- Andriyani, L. (2014). Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Kebudayaan dan Pariwisata di Kalimantan Timur. *Journal Ilmu Komunikasi*, 2 (4).
- Berry, D. (2003). *Pokok-Pokok Pikiran dalam Sosiologi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Brata, N. T. (2009). Religi Jawa dan Remaking Tradisi Grebeg Kraton, Sebuah Kajian Antropologi. *Sejarah Dan Budaya*, 2 (2), 59-68.
- Dewi, M. H. U., Fandeli, C. dan Baiquni, M. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3 (2), 117-226.
- Fadhila, N. (2013). Peran Dan Fungsi Paguyuban Jaranan Wahyu Kridha Budhaya Di Kota Kediri, Jawa Timur. *APRON Jurnal Pemikiran Seni Pertunjukan*, 2 (2).
- Fitriyani, R. (2012). Peranan Paguyuban Tionghoa Purbalingga Dalam Pelestarian Tradisi Cap Go Meh. *Jurnal Komunitas*, 4 (1).
- Oktarina, C. A. (2015). Peran Cak dan Ning Surabaya Dalam Strategi Promosi Kota Surabaya. *Journal Commonline Departemen Komunikasi*, 4 (2).
- Paul, K., Yuriewaty, P. dan Waleleng, G. J. (2017). Peranan Duta Pariwisata Randa Kalibasa dalam Mempromosikan Potensi Wisata Kota Palu. *Jurnal Acta Diurna*, VI (1).
- Pendit, N. S. (2006). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Peraturan Pemerintah No 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025.
- Pertiwi, M. N. (2014). Fungsi Paguyuban Kampung Batik Dalam Pelestarian Batik Semarang Di Kota Semarang. *Jurnal Solidarity*, 3 (1).
- Randa. (2015). Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Solok. *Jom FISIP*, 2 (2).
- Rimawati. (2015). Penerapan Sadar Wisata Dan Penguatan Citra Wisata Melalui Penanaman Tanaman Upakara Di Kerambitan Kabupaten Tabanan. *Jurnal Mimbar Hukum*, 27 (1), 30-41.
- Solichah, F. M. (2014). *Pandangan Masyarakat Terhadap Kepala Desa Kedungpapar Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang*. Skripsi tidak dipublikasikan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Syaukani. (2003). *Pesona Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Nuansa Madani
- Tatarusanu, M. (2016). Local Community Involvement In Tourism Development. *Management Intercultural*, XVIII (37), 435-440.
- Buzan, T. dan Buzan, B. (2004). *Memahami Peta Pikiran (The Mind Map Book)*. Jakarta: Interaksara
- Yulaichah, S. (2017). Bujang dan Dara dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Indragiri Hulu. *Jom FISIP*, 4 (1).

Daftar Tabel

Tabel 1. Daya Tarik Wisata Kabupaten Batang
NO. DAYA TARIK WISATA

1	Taman Hiburan Rakyat Kramat
2	Kolam renang bandar (Bandar Ecopark)
3	Pantai Ujungnegoro
4	Pantai Sigandu
5	Agrowisata Pagilaran
6	Ds. Wisata Pantai Jodo
7	Ds. Wisata Sangubanyu
8	Ds. Wisata Pantai Celong
9	Ds. Wisata Mentosari
10	Ds. Wisata Tubing Pandansari

Sumber: Dokumentasi, Mei 2018

Daftar Gambar



Gambar 1. Kegiatan Mas Mbak Batang Goes To School

Sumber: Data Pribadi



Gambar 2. Praktik Aksi Sapta Pesona dalam kegiatan Mbolang Mbatang 2018

Sumber: Data Pribadi