
PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESA SINTUNG SEBAGAI DESA WISATA

Oleh**Sunardy Kasim¹⁾, Murianto²⁾ & Christofer satria³⁾**^{1,3}**Universitas Bumi Gora**²**Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram****Email: ¹sunardy.kreatif86@gmail.com, ²muriantompar@gmail.com &****³[Chriztofer satria@yahoo.co.id](mailto:Chriztofer_satria@yahoo.co.id)****Abstrak**

Perancangan media promosi untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata sesuai dengan citra visual yang ingin ditampilkan desa wisata tersebut yang mengusung wisata alam membutuhkan peran penting masyarakat yang ada didesa tersebut. *Community based tourism* (CBT) menjadi sebuah konsep yang penting untuk mewujudkannya, dimana masyarakat secara bersama-sama membangun dan mengelola pariwisata dengan menggali potensi yang mereka miliki dan juga potensi yang dimiliki desa atau wilayahnya sehingga peningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menanggulangi kemiskinan melalui perencanaan sektor pariwisata. Dalam proses pembuatan media promosi desa wisata sintung ini dilakukan dengan menggunakan Metode *DesignThinking*, sehingga nantinya menghasilkan beragam desain yang sesuai dengan potensi wisata yang ada di desa tersebut.

Kata Kunci: LHK, Kenyuran, Bahasa Bali & Bahasa Sasak**PENDAHULUAN**

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu pengembangan wisata yang dapat memperkenalkan potensi-potensi bagi suatu desa. Dalam hal ini pengembangan desa harus mengetahui secara detail terkait karakteristik, kelebihan dan kelemahan desa tersebut, sehingga pengembangan desa wisata dapat sesuai dengan daya tarik yang akan dijual. Dalam hal ini, penduduk lokal dapat ikut serta dalam pengembangan desa wisata, sehingga dapat dijadikan subjek dalam pengembangan desa. *Community Based Tourism CBT* merupakan sebuah konsep dimana pemberdayaan suatu destinasi memanfaatkan penduduk lokal dalam pengembangannya. Secara sederhana CBT dapat diartikan suatu pariwisata berkelanjutan yang dikelola oleh, dari dan untuk masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup penduduk lokal serta menjaga kelestarian budaya, diantaranya dalam tahap perencanaan, pengelolaan dan pemberian masukan dalam mengembangkan suatu destinasi wisata. Tiga kegiatan pariwisata yang mendukung konsep

CBT yaitu penjelajah (sintung fun rafting), wisata situs budaya (cultural tourism), dan ekowisata (ecotourism). Desa Wisata Sintung akan mengimplementasikan CBT sebagai konsep wisatanya, implementasi seperti apa yang akan dilakukan oleh penduduk setempat terutama dalam hal menggali potensi-potensi desa wisata Sintung dan implementasi ke penduduk, sehingga penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar implementasi CBT dari segi potensi pariwisata serta implementasi ke penduduk sekitar. Artinya partisipasi masyarakat merupakan persyaratan yang wajib dalam penerapan *Community Based Tourism* (CBT) di suatu Desa Wisata dengan tujuan dapat memberikan manfaat bagi penduduk lokal. Diketahui bahwa salah satu tujuan pembangunan desa wisata adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (UU no 10 tahun 2009). Desa wisata memiliki banyak potensi - potensi yang bisa dikembangkan. Tetapi ada baiknya jika potensi - potensi tersebut dapat menjadi keuntungan bagi desa wisata maupun penduduk lokal. Dalam hal ini ada beberapa potensi yang belum

dikembangkan dengan baik, sehingga kita dapat menganalisis potensi-potensi apa saja yang belum dan yang sudah berkembang bagi desa wisata dan penduduk setempat

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang dihadapi yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mempromosikan desa sintung sebagai desa wisata?
2. Bagaimana cara merancang desa sintung sebagai desa wisata dengan menggunakan konsep *Community Based Tourism (CBT)*? Serta potensi apa saja yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata unggulan didesa sintung?

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Media promosi yang akan dibuat oleh penulis adalah media promosi untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata.
2. Merancang Media Promosi Untuk Menarik Perhatian Pengunjung

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menggali potensi wisata yang terdapat di desa sintung yang nantinya diharapkan destinasi wisata didesa sintung dapat berkembang dengan baik sehingga mampu bersaing dengan desa wisata lainnya khususnya di Lombok. Melalui penulisan ini diharapkan penulis mampu berbagi pengetahuan yang di dapatkan semasa kuliah kepada pembaca dan manfaat bagi masyarakat Diharapkan dengan adanya penulisan ini potensi wisata yang terdapat didesa sintung dapat dikembangkan dengan lebih maksimal.

LANDASAN TEORI

a. Perancangan

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata sehingga di harapkan dapat mendatangkan banyak pengunjung.

b. Desain

Desain yang tidak hanya mengacu pada nilai estetika namun juga menimbang

bagaimana konsep desain yang kami buat dengan lingkungan sekitar.

c. Maskot (identitasvisual)

Elemen visual yang tidak hanya berbentuk tulisan atau visual melainkan juga terkandung ciri dan karakteristik yang akan menjadi identitas pada desa wisata sintung

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Mempromosikan Desa Sintung Sebagai Desa Wisata

Sintung adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Pringgarata, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa ini sebagian besar penduduknya bersuku Sasak.

Keindahan alam menjadi daya tarik sendiri bagi Desa yang bisa ditempuh sekitar 20 menit dari ibu Kota Mataram itu. Alamnya yang asri melengkapi keindahan panorama alam yang di kelilingi areal persawahan dan kebun ladang warga. Sebuah objek wisata alam baru kini mulai digagas dan diresmikan telah diresmikan oleh pemerintah daerah setempat. Tak tanggung-tanggung, semua potensi sumber daya dikerahkan secara maksimal untuk mewujudkan impian memiliki objek wisata alam bernama Taman Wisata Tibu Gaong tersebut.

Kendati musim kemarau panjang melanda Pulau Lombok dalam beberapa bulan terakhir, namun air sungai di dusun Pidade Desa Sintung tetap mengalir deras dan jernih. Cuaca panas serasa lenyap ketika mengunjungi lokasi yang akan dijadikan objek wisata alam baru ini. Nuansa nyaman dan damai sangat terasa menyelimuti lokasi ini.

Sungai Dusun Pidade yang akan menjadi Taman Wisata Tibu Gaong ini terletak sekitar 500 meter disebelah timur Desa Sintung. Bongkahan batu alam berjejer di sepanjang sungai yang menyuguhkan nuansa alami Desa ini. Tebing-tebing batu cadas nampak kokoh melindungi bibir sungai tersebut.

Di balik keindahan alam Taman Wisata Tibu Gaong ini ternyata menyimpan sejumlah cerita sejarah masa lalu Desa tersebut diantaranya yaitu "Batu pecumbu dan goa

perjanjian, serta pemandian jodoh.”. Batu pecumbu misalnya, dalam istilah setempat berarti ‘merenung’, karena lokasinya yang tenang, tentram, damai, dan nyaman dan di kelilingi aliran sungai di tengah sawah tempat merenung atau mencari aspirasi para kesatria Lombok jaman dulu. Goa perjanjian, goa ini terletak di atas aliran sungai tempat pertemuan para tokoh adat Sasak jaman dulu. Di dalam goa ini para tokoh membuat semacam perjanjian serta membangun strategi. “Bagaimana membangun strategi perang untuk menguasai kewilayahan. Selain itu ditempat ini juga setiap perjanjian yang dibuat para tokoh harus dilaksanakan.”.selain itu terdapat juga pemandian Ratu, yakni lokasi pemandian yang dipercayai masyarakat setempat sebagai tempat pemandian para ratu kerajaan Lombok zaman dahulu. Air sungainya yang jernih, dan dingin serta dihiasi batu alam konon menjadi tempat yang disukai oleh para ratu.

Di dalam areal Objek wisata ini rencananya akan dibuat wahana bermain, seperti Water boom, flying fox, dan jalur bersepeda (goes) sepanjang 3 km yang membentang di tengah hamparan sawah warga. Selain itu pemdes setempat akan membuat rumah pohon, musholla, mandi lumpur, serta arung jeram. Selain itu terdapat juga lokasi peternakan sapi dengan penataan yang akan dibuat menarik sehingga menjadi salah satu destinasi yang dapat dikunjungi oleh wisatawan. Setelah dari beberapa tempat wisata tersebut, wisatawan juga dapat berbelanja oleh-oleh berupa madu trigona yang dikembangkan juga oleh pemerintah daerah sintang yang menjadi salah satu ciri khas yang terdapat didaerah tersebut, selain itu juga pengunjung dapat melihat langsung bagaimana proses pengembangan dari madu trigona ini dengan penataan yang tentunya juga dibuat menarik oleh masyarakat setempat.

1. Metode Perancangan

Untuk membuat desain sebuah solusi terutama yang dalam bentuk sebuah produk atau media tentunya dibutuhkan metode yang akan menjadi arahan dalam proses pembuatan dan perancangan. Namun, dengan seiringnya perkembangan jaman, esensi dari proses desain

semakin berubah dan berevolusi. Desain bukan hanya sekedar membuat sebuah produk atau media yang akan laku di pasaran, memiliki bentuk yang indah dan menarik, atau mudah untuk dibuat/dimengerti. Desain sekarang ini adalah mengenai, menciptakan sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pengguna atau orang-orang.

Design Thinking adalah salah satu metode baru dalam melakukan proses desain. Design Thinking merupakan metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pengguna atau konsumen. Design Thinking sendiri dipopulerkan oleh David Kelley dan Tim Brown pendiri IDEO – sebuah konsultan desain yang berlatar belakang desain produk berbasis inovasi.

Design thinking memiliki beberapa elemen penting yaitu :

a. People centered

Dalam metode ini, perlu ditekankan bahwa setiap tindakan yang dilakukan berpusat pada apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen

b. Highly creative

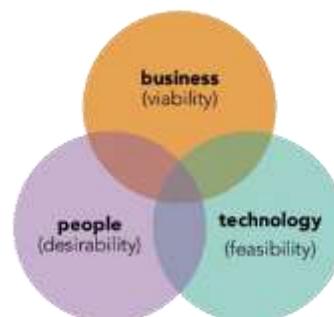
Dalam menggunakan metode ini, dapat digunakan kreativitas sebebannya, tidak perlu aturan yang terlalu kaku dan baku

c. Hands on

Proses desain memerlukan percobaan langsung oleh tim desain, bukan hanya pembuatan teori atau sebuah gambaran di kertas

d. Iterative

Proses desain merupakan sebuah proses dengan tahapan-tahapan yang dilakukan berulang-ulang untuk melakukan improvisasi dan menghasilkan sebuah produk atau aplikasi yang baik



Proses dengan metode design thinking akan menghasilkan produk yang tidak hanya dapat dijual atau menggunakan teknologi yang paling canggih. Metode ini menggabungkan kebutuhan konsumen atau klien, dengan kemampuan yang sesuai, dan tetap membuat sesuatu yang dapat berhasil sebagai sebuah bisnis.

Dalam membuat sebuah produk atau desain dengan metode design thinking, maka akan dilakukan beberapa tahapan berikut secara berulang sebanyak yg dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang sesuai:

a. Empathize

Ketika sudah mengetahui tujuan pelanggan yang akan dituju, maka seorang desainer perlu mengetahui pengalaman, emosi, dan situasi dari si pelanggan. Mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan sehingga dapat benar-benar memahami kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi kehidupan pelanggan, dan cara lainnya.

b. Define

Setelah desainer mengerti kebutuhan pelanggan, maka desainer perlu menggambarkan sebuah ide atau pandangan yang akan menjadi dasar dari produk atau desain yang akan dibuat. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat list kebutuhan dan menggunakan pengetahuan mengenai kondisi yang sedang terjadi.

c. Ideate

Dengan kebutuhan yang ada, maka desainer perlu menggambarkan solusi yang dibutuhkan. Hal ini dapat dilakukan melakukan evaluasi bersama tim desain dengan menggabungkan kreativitas dari masing-masing desainer.

d. Prototype

Ide yang sudah ada sebelumnya maka perlu langsung diimplementasikan dalam sebuah desain atau produk uji coba. Perlu dihasilkan sebuah produk nyata dan kemungkinan skenario penggunaan.

e. Test

Dari produk atau prototype yang sudah dibuat, maka akan dilakukan sebuah percobaan

dengan pengguna. Dari pengalaman pelanggan dalam memperhatikan prototype, maka akan didapatkan masukan untuk membuat produk yang lebih baik dan melakukan perbaikan pada produk yang ada.

2. Konsep Perancangan

Konsep perancangan media promosi untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata sesuai dengan citra visual yang ingin ditampilkan desa wisata tersebut yaitu wisata alam artinya media dan bahan pembuatan media promosinya lebih banyak menggunakan bahan dasar dari alam seperti kayu dan bambu, sehingga berefek pada ketertarikan pengunjung dalam menikmati keindahan wisata alam di desa sintung.

Perancangan maskot dibuat simple dan sederhana serta idenya bersumber dari potensi wisata di desa sintung yaitu hewan "sapi" sehingga biasanya akan berimbas pada daya ingat pengunjung, baik dari segi tipografi, warna, ilustrasi ataupun yang lainnya. Semua itu semata-mata bertujuan untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata.

Media promosi yang kami buat untuk memperkenalkan desa sintung sebagai desa wisata terdiri dari beberapa media sebagai berikut :

1. Maskot

Maskot dibuat dengan bentuk sapi sebagai bentuk utamanya, karena salah satu destinasi wisata di desa sintung adalah peternakan sapi. Sapi tersebut digambarkan sedang menggunakan peralatan arum jeram karena destinasi wisata yang ada disini salah satunya adalah arum jeram dibuat dengan warna yang menarik dan menyerupai bentuk asli dari bentuk yang digambarkan pada maskot tersebut. Maskot disini bertujuan untuk memudahkan pengunjung untuk lebih mengingat kembali tentang bagai mana potensi wisata yang terdapat pada desa ini



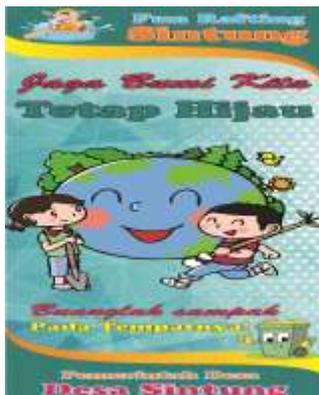
2. Papan petunjuk arah

Pada obyek wisata ini juga kami lengkapi dengan papan penunjuk arah (sign system) sehingga para pengunjung tidak kesasar atau pengunjung tau kemana mereka akan pergi, serta sebagai media juga untuk pengunjung agar tau jenis wisata apa saja yang dapat mereka nikmati pada tempat tersebut



3. X- banner

X-banner yang dibuat disini adalah X-banner tentang himbauan untuk selalu menjaga kebersihan. Pemerintah desa sintung tentunya menyiapkan banyak tempat sampah sehingga pengunjung tidak perlu capek mencari tempat sampah untuk selalu menampung sampah yang mereka hasilkan. Dengan tempat yang bersih juga akan membuat para pengunjung untuk nyaman dan betah berada ditempat wisata ini.



4. Baju seragam

Pada panitia atau petugas wisata yang terdapat didestinasinya ini menggunakan seragam khusus sehingga para pengunjung akan mendapatkan pelayanan yang maksimal ketika mereka membutuhkan bantuan dari para petugas wisata



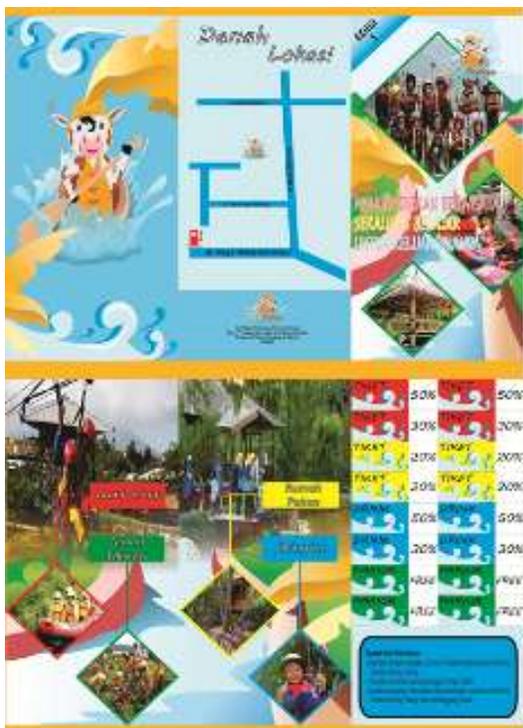
5. Tiket

Untuk menikmati beberapa jenis wisata didesa sintung ini, para pengunjung akan dikenakan biaya tiket untuk pengembangan pemeliharaan wana tersebut.



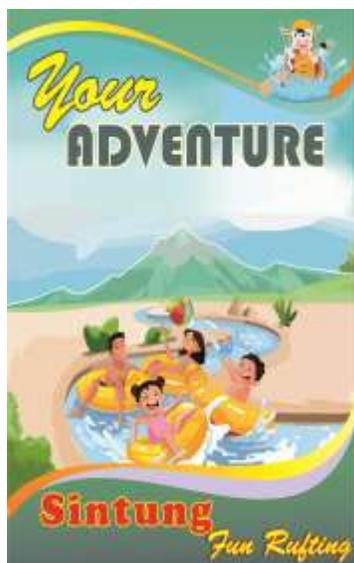
6. Brosur sekaligus kupon tiket

Selain dapat membeli langsung pada wana yang dinikmati di obyek wisata ini, para pengunjung juga dapat membeli tiket berupa brosur yang terdiri dari beberapa tiket yang tentunya banyak promosinya pada petugas khusus yang terdapat di tempat tersebut.



7. Baliho

Pada obyek wisata ini terdapat beberapa jenis obyek wisata sehingga masing-masing jenis obyek wisata itu perlu dibuat baliho/spanduknya sehingga pengunjung yang baru berkunjung ketempat ini akan tau tempat dan dimana saja mereka bisa menikmati pelayanan obyek wisata ditempat tersebut.



8. Umbul-umbul

Untuk lebih menarik perhatian pengunjung atau wisatawan pemerintah desa sintung juga membuat umbul-umbul agar tempat wisata tersebut terlihat lebih meriah dan lebih menarik



9. Denah lokasi

Terdapat juga denah lokasi agar para pengunjung tau bagai mana lokasi wisata yang mereka kunjungi



Selain dari beberapa media promosi diatas terdapat banyak juga media promosi lain yang dibuat seperti media promosi yang berbasis internet atau media sosial sehingga desa wisata Sintung ini akan lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas

b. Merancang desa sintung sebagai desa wisata dengan menggunakan konsep Community Based Tourism (CBT), serta potensi yang dikembangkan sebagai objek wisata unggulan didesa sintung

Kemajuan pariwisata saat ini tidak memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar. Manfaat terbesar dari kemajuan pariwisata di Indonesia sangat dirasakan oleh investor-investor yang memiliki modal besar untuk membangun segala fasilitas yang menunjang di area wisata. Oleh karena itu, saat ini mulai bermunculan desa-desa wisata yang menerapkan konsep

Community based tourism (CBT), dimana masyarakat secara bersama-sama membangun dan mengelola pariwisata dengan menggali potensi yang mereka miliki dan juga potensi yang dimiliki desa atau wilayahnya.

Keberadaan desa wisata di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang pesat.

Pengembangan desa wisata dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat desa itu sendiri, diantaranya adalah adanya lahan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga dapat menurunkan angka pengangguran di desa tersebut, selain itu desa wisata yang mengusung konsep ekowisata akan membuat suatu desa dapat mempertahankan kelestarian alam dan budaya desanya. Hal lainnya adalah, desa wisata dapat membuat suatu desa menjadi desa yang mandiri karena dapat menyediakan alternatif pekerjaan yang dapat dimasuki oleh masyarakat setempat.

Desa wisata saat ini memiliki kecenderungan menggunakan konsep ekowisata, dimana pariwisata yang ditawarkan adalah segala potensi yang dimiliki oleh masyarakat pedesaan. Pariwisata pedesaan menjadikan masyarakat lebih menjaga keaslian budaya dan alam di desanya untuk dapat mempertahankan minat wisatawan dalam berwisata di desa wisata

Community Based Tourism dan Desa Wisata

Masyarakat saat ini seharusnya mampu mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pariwisata di wilayahnya. Pariwisata berbasis komunitas (community based tourism) adalah sebuah konsep yang menekankan masyarakat untuk mampu mengelola dan mengembangkan objek wisata oleh mereka sendiri.

Definisi CBT yaitu :

1. Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata,
2. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan,
3. Menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan. (Garrod 2001:4)

Selain yang dikemukakan oleh Garrod, dalam pandangan Hausler CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal.

Hausler menyampaikan gagasan tersebut sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan, atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Ciri-ciri khusus dari Community Based Tourism menurut Hudson (Timothy, 1999:373) adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta lain kelompok memiliki ketertarikan/minat, yang memberi kontrol lebih

besar dalam proses sosial untuk mewujudkan kesejahteraan. Sedangkan Murphy (1985:153) menekankan strategi yang terfokus pada identifikasi tujuan masyarakat tuan rumah dan keinginan serta kemampuan mereka menyerap manfaat pariwisata. Menurut Murphy setiap masyarakat harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan mengarahkan pariwisata untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat lokal. Untuk itu dibutuhkan perencanaan sedemikian rupa sehingga aspek sosial dan lingkungan masuk dalam perencanaan dan industri pariwisata memperhatikan wisatawan dan juga masyarakat setempat.

Wujud dari konsep *community based tourism* adalah dikembangkannya desa-desa wisata, dimana dalam desa wisata, masyarakat desa yang berada di wilayah pariwisata mengembangkan potensinya baik potensi sumber daya alam, budaya, dan juga potensi sumber daya manusianya (masyarakat setempat). Keberadaan desa wisata di Indonesia saat ini sudah semakin berkembang pesat. Hanya dalam kurun waktu tiga tahun, jumlah kunjungan ke desa wisata bertambah lima kali lipat. Mengacu data Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, saat ini di Indonesia terdapat 987 desa wisata. Jumlahnya semakin meningkat sejak pertama diselenggarakannya desa wisata pada tahun 2009.

Pengembangan desa wisata dapat memberikan dampak positif bagi desa itu sendiri, diantaranya adalah akan adanya lahan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga dapat menurunkan angka pengangguran di desa tersebut, selain itu desa wisata yang mengusung konsep ekowisata akan membuat suatu desa dapat mempertahankan kelestarian alam dan budaya desanya. Hal lainnya adalah, desa wisata dapat membuat suatu desa menjadi desa yang mandiri karena dapat menyediakan alternatif pekerjaan yang dapat dimasuki oleh masyarakat setempat.

Desa wisata saat ini memiliki kecenderungan menggunakan konsep ekowisata, dimana pariwisata yang ditawarkan adalah segala potensi yang dimiliki oleh

masyarakat pedesaan. Pariwisata pedesaan menjadikan masyarakat lebih menjaga keaslian budaya dan alam di desanya untuk dapat mempertahankan minat wisatawan dalam berwisata di desa wisata. Konsep yang digunakan dalam CBT sangat erat kaitannya dengan pemberdayaan, dimana masyarakat diberdayakan terlebih dahulu agar mampu mengembangkan potensinya sendiri, dengan pemberdayaan masyarakat dilatih untuk bisa menolong dirinya sendiri (*self help*), sehingga, pada pembangunan desa wisata, masyarakat dikembangkan dan diberdayakan untuk mampu mengelola desa wisatanya sendiri.

Potensi yang ditawarkan oleh desa sintung adalah keindahan alam dan peninggalan sejarah yang terdapat pada tempat tersebut serta hasil pertanian dan kekayaan alam berupa potensi untuk mengembangkan hasil madu yaitu madu trigona.

Beberapa potensi yang ditawarkan di pokdarwis desa sintung adalah:

1. Potensi keindahan alam dengan bentuk sungai yang indah serta airnya yang selalu mengalir walaupun dimusim kemarau dan memiliki kualitas air yang jernih.
2. Flaying fox yang akan dibangun di lokasi wisata alam.
3. Wisata arum jeram yang ditujukan untuk anak-anak dengan tingkat keamanan dan petugas yang baik sehingga orang tua tidak perlu ragu untuk keselamatan putraputrinya.
4. Arum jeram dewasa dengan rintangan yang memacu adrenalin bagi para pecinta arum jeram.
5. Peternakan sapi yang disulap menjadi tempat wisata dengan penataan yang menarik.
6. Madu trigona yang menarik perhatian wisatawan karena tidak banyak yang mengembangkan madu jenis ini.
7. Situs budaya/cagar budaya berupa batu peninggalan kerajaan sekitar abad ke 2 masehi.
8. Serta akan dikembangkannya potensi lain yang akan memajukan

peronomian masyarakat Lombok tengah pada umumnya dan masyarakat desa sintung khususnya.

Hasil Temuan analisis SWOT Desa Sintung

Data-data yang diperoleh merupakan hasil dari pengamatan serta informasi langsung dari pokdarwis dan dari perangkat desa Sintung. Data-data tersebut kemudian dirangkum menjadi berbagai informasi terkait analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities dan Threat) kegiatan pengembangan Desa Wisata Sintung. Berikut merupakan hasil pemetaan analisis SWOT:

Kekuatan atau Potensi (Strength)

1. Desa Sintung mempunyai lahan seluas 392 hektar yang terbagi atas 339 lahan persawahan dan 52 hektar lahan kering.
2. Lahan Desa Sintung tersebut dimanfaatkan untuk lahan pertanian dan secara tidak langsung menjadi daya tarik/keindahan untuk desa tersebut.
3. Dengan struktur tanah yang tidak merata serta melintang sebuah sungai besar dengan bebatuan yang menarik sehingga potensi tersebut menjadi beberapa hal yang dapat dijual sebagai potensi pariwisata.
4. Pada lokasi tersebut juga terdapat sungai kecil yang dijadikan sebagai potensi wisata arum jeram anak.
5. Dengan bentuk tanah yang tidak merata tersebut memungkinkan untuk dibuatnya flaying fox yang akan menjadi daya tarik tersendiri pada lokasi wisata tersebut.
6. Pada sisi lain juga terdapat peternakan sapi yang ditatadengan baik sehingga potensi wisata tidak hanya berpudat pada satu tempat saja melainkan akan tersebar di beberapa titik lokasi.
7. Di Desa Sintung juga akan dibuat arum jeram dewasa sehingga membuat desa sintung menjadi desa wisata yang komplit dalam hal potensi wisata.
8. Madu Trigona juga dikembangkan di Desa Sintung sehingga para wisatawan local maupun asing dapat membeli madu jenis tersebut untuk oleh-oleh yang khas bagi Desa Sintung.

9. Selain itu terdapat juga batu prasasti yang telah diteliti sudah ada sejak abad ke-2 SM.
10. Anggota karang taruna desa dan dusun mempunyai banyak anggota sehingga dapat dimanfaatkan untuk kegiatan kerja bakti membersihkan lingkungan wisata secara bergiliran.

Kelemahan (weakness)

1. Masih mengandalkan bantuan-bantuan dari pihak pemerintah untuk pengelolaan Desa Sintung.
2. Kegiatan pariwisata di Desa Sintung masih berbasis wisata alam, belum bisa mencakup wisata yang lainnya.
3. Para pengelola belum mampu mengajak dan menanamkan kemauan kepada generasi muda desa untuk berkecimpung di kegiatan pariwisata Desa Sintung.
4. Kurangnya SDM untuk mengembangkan Desa Sintung sebagai desa wisata.
5. Dana anggaran sangat kurang untuk pengembangan kegiatan wisata.
6. Jalan masuk ke lokasi wisata Desa Sintung masih kurang bagus terutama untuk dilalui kendaraan.
7. Belum adanya lahan parker yang memadai, terutama Parkir mobil.

Peluang (Opportunitis)

1. Masih ada lahan Desa Sintung yang dapat dimanfaatkan untuk dibangun fasilitas umum.
2. Masih memungkinkan untuk dibuat area outbound
3. Di lahan sekitar Desa Sintung dapat dikembangkan agrowisata seperti kebun sayur dan kebun buah.
4. Kemudian produk makanan dari industri rumahan dapat dikembangkan lebih masif untuk menambah perekonomian masyarakat.
5. Mengembangkan seni kerajinan sebagai barang cinderamata pariwisata.

Ancaman (Treats)

1. Perubahan pemikiran masyarakat yang berorientasi pada ekonomi semata yang dapat mengancam kelestarian lokasi wisata Desa Sintung.

2. Kekhawatiran kepada pengunjung yang masih muda-mudi ketika berwisata ke Desa Sintung melakukan perilaku-perilaku negatif.
3. Di waktu yang akan datang, ketika kegiatan pariwisata Desa Sintung dikhawatirkan nilai-nilai dan norma serta budaya akan luntur.
4. Ancaman perebutan pengelolaan dari kelompok-kelompok pengurus wisata, seperti parkir, pemandu (guide) dan sebagainya.
5. Kondisi alam yang tidak menentu karena gangguan cuaca dapat merusak fasilitas dan infrastruktur penunjang kegiatan wisata, contohnya seperti sign system akan mudah rusak terkena hujan dan terik matahari karena terbuat dari bahan alam (kayu), selain itu kontur tanah yang miring akan mudah longsor ketika datangnya musim penghujan karena belum di talud dengan baik.

PENUTUP

Kesimpulan

Desa sintung merupakan salah satu dari 99 desa yang dikembangkan menjadi desa wisata di wilayah lombok. Desa sintung menyimpan banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk menarik perhatian para wisatawan lokal atau asing.

Dengan mengembang desa wisata yang menggunakan konsep pendekatan comunity base tourism maka diharapkan warna desa akan dapat menikmati hasil dari kegiatan pariwisata yang terdapat didesa tersebut dan tidak hanya sebagai penonton.

Dengan menggunakan konsep CBT, maka pemerintah desa sintung dapat lebih menggali lahi potensi yang yang terdapat pada desa tersebut sehingga masyarakat dapat menikmati hasil dari apa yang mereka miliki.

Saran

Tanpa adanya kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak Sungguh makalah ini akan jauh dari kata sempurna, dan

oleh karna itu kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Brown, Tim. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. United States: HarperCollins
- [2] Demartoto A (2009) *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- [3] Kusmiati, A., dkk, 1999, *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*, Djembatan, Jakarta
- [4] Nugrohojati, A. S. 2013. *Perencanaan Strategi Pemasaran Melalui Metode SWOT Guna Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: PT.CI Kemang No. 112 Jakarta Selatan)*. Skripsi Teknik Industri. Fakultas Teknik Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indraprasta PGRI
- [5] Rangkuti, Freddy. 2002. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [6] Suansri, Potjana, *Community Based Tourism Handbook (Thailand: REST Project, 2003)*
- [7] Widiastini, Ni Made Ary dan Dini A., Nyoman, 2012. *Strategi pemasaran pariwisata di kabupaten Buleleng Bali*.Jurnal ilmu sosial dan humaniora, Vol . 1, No. 1: 2303-2898