

Rancang Bangun Model Diseminasi Informasi Pada Destinasi Pariwisata Budaya Situs Bojong Galuh Karangkamulyan Kabupaten Ciamis

Yunus Winoto*, Firda Ainadya Nur'Fadilla
Universitas Padjadjaran

*yunuswinoto@unpad.ac.id

Informasi Artikel

Received: 28 Juli 2021

Accepted: 21 Juli 2022

Published: 31 Juli 2022

Keywords:

Information Dissemination,
Tourism Destinations,
Cultural Tourism, Promotion,
Site Tourism

Abstract

The purpose of this study was to design a model for information dissemination in the tourism destination area of the Bojong Galuh Karangkamulyan site in the form of leaflets and booklets. The approach used in this information dissemination model uses a communication approach by applying the elements of communication which include aspects of the communicator, message, context, media, and recipient. The method used in this study uses action research which was carried out in two research cycles, each cycle consisting of several stages, namely planning, action, observation, and reflection stages. Results Based on research by looking at several indicators of success before and before this research was conducted, it was revealed that one of the factors was the lack of recognition of the Situ Bojong Galuh Karangkamulyan tourism area, this was still a lack of promotion. In an effort to overcome this, researchers designed an information dissemination model, as well as complete information and easy access to information. Improvements in the design and content of messages in leaflets and the provision of special booklets for the Bojong Galuh Karangkamulyan Site which can also be accessed online, so that through promotional media the wider community can know and be interested in getting to know the tourist area of the Bojong Galuh Karangkamulyan Site.

Kata Kunci:

Diseminasi Informasi,
Destinasi Pariwisata,
Pariwisata Budaya, Promosi,
Wisata Situs

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan rancang bangun model diseminasi informasi pada kawasan destinasi pariwisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan dalam bentuk leaflet dan booklet. Pendekatan yang digunakan dalam model diseminasi informasi ini menggunakan pendekatan komunikasi dengan menerapkan unsur-unsur komunikasi yang meliputi aspek komunikator, pesan, konteks, media, dan penerima. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan action research yang dilakukan dalam dua siklus penelitian yang masing-masing siklus terdiri dari beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, tindakan, pengamatan, serta tahapan refleksi. Berdasarkan hasil penelitian dengan melihat beberapa indikator keberhasilan sebelum dan sesudah penelitian ini dilakukan terungkap bahwa salah satu faktor kurang dikenalnya kawasan pariwisata Situ Bojong Galuh Karangkamulyan, hal ini karena masih kurangnya promosi. Sebagai upaya untuk mengatasi hal ini peneliti melakukan rancangan model diseminasi informasi, serta melengkapi informasi dan kemudahan akses informasi. Perbaikan terhadap desain dan isi pesan pada leaflet dan menyediakan booklet khusus Situs Bojong Galuh Karangkamulyan yang dapat juga diakses secara *online*, sehingga melalui media promosi ini masyarakat luas bisa menjadi tahu dan tertarik untuk datang ke kawasan wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan.

PENDAHULUAN

Situs Bojong Galuh Karangkamulyan merupakan milik Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis dan termasuk destinasi wisata unggulan, selain Astana Gede Kawali, Situ Lengkong Panjalu, dan Tirta. Situs Bojong Galuh Karangkamulyan berada pada lokasi yang strategis, tepatnya berada di jalur mudik Jawa Tengah yang biasa digunakan sebagai area untuk beristirahat atau transit. Dilengkapi dengan fasilitas sebagai tempat istirahat dan keindahan alam pada sekitar halaman dan bagian dalam dari wisata situs. Letak geografis objek wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan berada pada posisi strategis yaitu dilalui oleh Jalan Nasional Lintas Jawa Barat - Jawa Tengah. Jadi wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan ini lebih dikenal dengan sebagai tempat peristirahatan (*rest area*) jalur utama Provinsi Jawa Barat, bukan dikenal sebagai tempat wisata sejarah dan budaya di Indonesia. Wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan sekarang ini hanya di kunjungi pada bagian halaman tempat wisata, karena pengunjung atau wisatawan tidak mengetahui ada wisata situs sejarah di tempat yang biasanya digunakan transit tersebut. Wisata Situs Karangkamulyan ini juga bukan merupakan tujuan utama wisatawan, melainkan sebagian masyarakat masih bertujuan utama untuk berwisata ke Pantai Pangandaran dan sekedar berhenti serta beristirahat di Karangkamulyan.

Selain tempat yang strategis, jika dilihat dari aspek budaya dan sejarah Situs Bojong Galuh Karangkamulyan dapat menjadi salah satu destinasi wisata yang kaya akan fenomena alam dan cerita sejarah yang menarik untuk diketahui. Sehingga jika dapat lebih diperkenalkan secara luas mengenai Karangkamulyan, masyarakat di Indonesia akan tertarik dan merasa penasaran untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis sudah melakukan upaya promosi wisata diberbagai acara

pameran wisata. Tujuan dari penyelenggaraan tersebut yaitu agar wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan lebih dapat dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan. Menurut Dinas Pariwisata beberapa objek wisata di Kabupaten Ciamis mengalami penurunan daya kunjung wisatawan yang terjadi akibat terpisahnya Kabupaten Pangandaran dari Kabupaten Ciamis. Destinasi-destinasi wisata populer yang dulunya terdapat di Ciamis kini berpindah tangan ke Kabupaten Pangandaran. Selain itu, destinasi-destinasi wisata yang dimiliki Kabupaten Ciamis saat ini belum dikenal masyarakat luas.

Dalam kegiatan pariwisata, kegiatan promosi merupakan hal yang penting agar masyarakat mengenali produk yang ditawarkan. Salah satu upaya yang dilakukan dalam mengenalkan destinasi pariwisata situs Bojong Galuh Karang Kamulyan atau yang lebih dikenal kawasan wisata Ciung Wanara, yaitu dengan membuat rancangan media diseminasi informasi. Berkaitan dengan diseminasi informasi pada destinasi pariwisata ini Yunus Winoto, dkk (2021) mengatakan bahwa diseminasi informasi bertujuan tidak hanya sekedar untuk memberitahu tentang kawasan wisata tetapi juga untuk mengubah perilaku komunikasi agar komunikasi tertarik untuk datang ke kawasan wisata tersebut. Oleh karena demikian berangkat dari permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk membuat rancangan model diseminasi informasi kawasan wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan Kabupaten Ciamis.

Untuk menemukan nilai kebaruan atau *novelty* penelitian yang akan dilakukan penulis melakukan review penelitian terdahulu. Berkaitan dengan hal tersebut ada beberapa penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Penelitian yang dilakukan oleh Setyanto & Winduwati (2017), hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor *ecotourism*

mendominasi destinasi wisata di NTB, model pariwisatanya ramah lingkungan. Secara umum Dinas Pariwisata Nusa Tenggara Barat menjalankan fungsi komunikasi dalam kegiatan diseminasi informasi. Strategi diseminasi informasi pariwisata untuk memperkenalkan *ecotourism* dan budaya adalah dengan kegiatan pemanfaatan media, menyelenggarakan kegiatan rutin dan *direct promotion*; (2) Penelitian yang dilakukan oleh Radiah et al (2018), hasil dari penelitian menunjukkan bahwa komunikator diseminasi informasi kesehatan melibatkan berbagai pihak dengan sistem pemberdayaan berjenjang, hingga subjek terakhirnya adalah warga masyarakat. Strategi manajemen pesan yang digunakan adalah pendidikan dan promosi kesehatan menuju perubahan perilaku yang berwawasan kesehatan; (3) Fatkhah et al (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan diseminasi informasi *zero waste* dilakukan melalui dua program, yaitu *Zero waste Lifestyle* (ZWL) dan *Zero waste Cities* (ZWC).

Berdasarkan paparan penelitian tersebut di atas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan diantaranya persamaannya penelitian ini sama-sama melakukan penelitian tentang diseminasi informasi, sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian penulis dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah dari sisi metode penelitian yang digunakan dimana peneliti menggunakan metode *action research* serta dari topik penelitian yang lebih difokuskan pada aspek pariwisata yakni pariwisata budaya tentang situs peninggalan kerajaan Galuh yakni situs Bojong Galuh Karang Kamulyan, sehingga dari kedua aspek ini penulis menyatakan nilai kebaruan atau novelty dari penelitian ini adalah penerapan metode penelitian serta aspek pariwisata budaya yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Kemudian mengenai tujuan penelitian yaitu membuat rancangan media diseminasi informasi kawasan wisata situs Bojong Galuh

Karangkamulyan dengan melihat unsur-unsur komunikasi seperti penentuan sumber atau komunikator, pesan, penentuan konteks, penentuan media serta penentuan komunikan atau target audience dari pembuatan diseminasi informasi tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Diseminasi Informasi

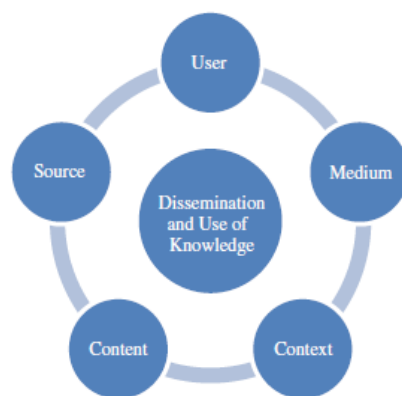
Diseminasi informasi merupakan suatu kegiatan dalam penyebaran informasi, yang terencana, diarahkan, dan dikelola untuk ditunjukkan kepada pengguna atau individu sehingga mereka memperoleh informasi (Alifha & Hapsari, 2021). Diseminasi informasi merupakan suatu kegiatan yang ditunjukkan kepada kelompok target atau individu sehingga mereka memperoleh informasi dan dari hal tersebut dapat menimbulkan kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut (Djaffar, 2017). Dengan adanya diseminasi informasi, informasi dapat menyebar dan diketahui publik atau khalayak yang menjadi target sasaran, kegiatan diseminasi informasi dapat mempermudah lembaga baik pemerintah maupun non pemerintah untuk menyebarkan informasi mengenai suatu topik tertentu untuk mempengaruhi masyarakat dalam segi perilaku maupun pemikiran (Artis, 2011).

Diseminasi merupakan proses interksi dalam mengkomunikasikan pengetahuan untuk target khalayak sehingga dapat digunakan untuk mengarah pada perubahan. Diseminasi dipengaruhi oleh lima hal yang saling berhubungan, yaitu *source* (komunikator), *content* (pesan), *context* (konteks), *medium* (media), dan *user* (penerima) (Ordenez & Serrat, 2017).

Berdasarkan gambar 1 dapat dijelaskan bahwa diseminasi informasi terdiri dari komponen atau unsur sebagai berikut (Cangara, 2018; Mulyana, 2019): (1) Komunikator (*source*) merupakan sumber ada diseminasi informasi karena merupakan pihak yang menjadi penyedia informasi yang harus jelas dan dapat

dipercaya serta memiliki kredibilitas dan tervalidasi kebenarannya, maka dari itu informasi harus keluar dari sumber yang kompeten; (2) Pesan (*content*) merupakan unsur kedua dalam proses diseminasi informasi tentang segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna; (3) Konteks (*context*) diartikan sebagai faktor diluar orang yang berkomunikasi, seperti aspek fisik, aspek psikologi, aspek sosial, dan aspek waktu, indikator paling umum

untuk mengklasifikasikan berdasarkan konteksnya atau tingkatannya yaitu jumlah peserta yang terlibat pada komunikasi tersebut; (4) Media (*medium*) merupakan segala sesuatu yang berupa saluran dan sarana yang mendukung dalam menyampaikan pesan; (5) Penerima (*user*) disebut juga *audience* atau *user* terdiri dari individu maupun kelompok yang dalam hal ini menjadi target atau sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan pada proses komunikasi.



Gambar 1. *Diseminasi and Use of Knowledge*
Sumber:Ordenez & Serrat (2017)

Booklet

Booklet merupakan buku yang memiliki ukuran kecil dan tipis serta tidak lebih dari 30 lembar bolak balik yang memuat isi mengenai tulisan dan gambar, struktur isi *booklet* seperti buku terdiri dari pendahuluan, isi dan penutup namun cara penyajiannya lebih singkat. Terdapat dua kelebihan dari *booklet* dibandingkan dengan media lain, yaitu dapat digunakan dan dipelajari setiap waktu karena di desain mirip dengan buku dan dapat memuat informasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan poster (Gustaning 2014).

Ada beberapa prinsip desain pada *booklet* terdiri dari 6 elemen, yaitu (Gustaning 2014): (1) Konsistensi artinya format dan spasi yang digunakan harus seluruhnya sama sehingga pembaca merasa nyaman saat membacanya dan akan membuat *booklet*

terlihat lebih rapi; (2) Format artinya tampilan pada *booklet* menggunakan satu kolom sebab paragraf yang dipakai panjang. Isi materi diberi label sehingga lebih mudah untuk dibaca dan dipahami oleh pembaca; (3) Organisasi artinya disusun secara sistematis agar pembaca lebih mudah untuk membaca dan memahami pesan pada *booklet*; (4) Daya tarik artinya gunakan perpaduan warna yang kontras dan simbol yang menarik sehingga dapat memotivasi pembaca untuk terus membaca; (5) Ukuran huruf artinya penggunaan huruf harus pas dan tidak menumpuk agar pembaca dapat membaca dengan jelas; (6) Spasi artinya spasi dapat dalam bentuk ruang sekitar judul, awal paragraf, margin, dan lainnya perlu diperhatikan agar meningkatkan tampilan dan keterbacaan pesan.

Leaflet

Leaflet merupakan kertas berukuran kecil yang memuat pesan tercetak untuk disebarikan kepada masyarakat umum sebagai informasi tentang sebuah peristiwa.. Adapun ciri-ciri *leaflet* , yaitu terdiri dari 200-400 huruf dengan tulisan catak dan diselingi gambar, isi *leaflet* dapat dibaca sekilas, dan ukurannya dalam sentimeter (Maulana, 2017). Kelebihan dari *leaflet* , yaitu mudah untuk dipaham, menarik untuk dilihat, dan merangsang imajinasi untuk memahami isinya, dan lebih ringkas penyampaian informasinya. Sedangkan , kekurangan dari *leaflet*, yaitu desain yang salah akan membuat pembaca tidak tertarik, *leaflet* hanya dibagikan tidak dapat ditempel, tidak bertahan lama, dan mudah hilang (Zakiah & Winoto, 2021)

Prinsip umum pembuatan *leaflet*, yaitu (Zakiah & Winoto, 2021): (1) Kesatuan artinya seluruh unsur saling berkaitan dalam membentuk sebuah ide tunggal; (2) Penekanan artinya dalam bagian penting perlu ada penekanan yang lebih agar menarik minat dan perhatian; (3) Tata letak gambar dan tulisan harus menggunakan warna yang kontras agar nyaman ketika dibaca; (4) Kesederhanaan artinya memiliki konsep serta tulisan harus jelas, singkat, dan mudah di mengerti.

Konsep Pariwisata, Wisata dan Wisatawan

Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan/ keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Wahyuni, 2019). Pariwisata sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya, dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan

maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Langi et al, 2019). Pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap (Nurdiantoro & Sanjaya, 2014).

Jika dilihat dari jenisnya pariwisata yaitu sebagai berikut (Hermanto, 2021): (1) *Pleasure tourism*, jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk mengetahui, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, atau bahkan untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota; (2) *Recreation tourism*, jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya; (3) *Cultural tourism*, jenis pariwisata ini dilakukan karena adanya keinginan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat daerah lain, selain itu untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat, dan lain-lain; (4) *Sports tourism*, jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori yaitu *big sports event* (*olympiade games, world cup*, dan lain-lain) dan *sporting tourism of the practitioner* (pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda,

dan lain-lain); (5) *Business tourism*, perjalanan usaha ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan; (6) *Convention tourism*, konvensi sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara.

Dalam pariwisata juga ada beberapa komponen dalam pariwisata meliputi (Suwena & Widyatmaja, 2017): (1) Sarana pokok pariwisata yang meliputi Biro perjalanan dan agen, transportasi, restoran, objek wisata, atraksi wisata; (2) Sarana pelengkap pariwisata yang meliputi fasilitas rekreasi dan olahraga serta Prasarana umum; (3) Sarana penunjang kepariwisataan yang meliputi *night club* dan *steambath*, *casino* dan *entertainment*, *souvenir shop* dan *mailing service*.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan tindakan atau *action research* yang merupakan langkah-langkah untuk memperbaiki keadaan lingkungan, dan meningkatkan pemahan melalui keadaan lingkungan tersebut yang digunakan untuk pengembangan dan pemecahan permasalahan melalui penerapan secara langsung pada sistem yang diterapkan (Suryana, 2010). Subjek merupakan informan yang dijadikan sebagai kunci yang mengetahui kondisi lapangan dalam melakukan penentuan informan, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*.

Kriteria informan pada penelitian ini, yaitu individu yang mengelola Wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan terutama individu yang biasa melakukan pengolahan dan penyebaran informasi kepada wisatawan atau publik. Serta masyarakat sebagai pengunjung atau wisatawan. Berdasarkan

kriteria informan tersebut yaitu pengelola dan pengunjung ke tempat Wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan. Sedangkan mengenai objek dalam penelitian ini adalah proses penentuan komunikasi, proses pengolahan pesan, proses penentuan media, dan proses penentuan komunikasi dalam diseminasi informasi pariwisata di Situs Karangkamulyan Ciung Wanara oleh Pengelola dan Dinas Pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti akan menyajikan hasil pengumpulan data dan analisis penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai kegiatan diseminasi informasi pada wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan pada lima aspek tersebut saling berhubungan, diantaranya *source* (komunikator), *content* (pesan), *context* (konteks), *medium* (media), dan *user* (penerima). Rancangan model diseminasi informasi yang dibuat peneliti menggunakan metode *action research* menurut Kurt Lewin dengan melalui dua siklus, yaitu siklus I dan II meliputi perencanaan (*planning*), tindakan (*acting*), pengamatan (*observation*), dan refleksi (*reflektion*). Peneliti mengamati kegiatan khususnya pada pelaksanaan diseminasi informasi pada wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan dan umumnya pada kegiatan lain yang terlibat dalam diseminasi tersebut. Selanjutnya, data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber penelitian. Melalui dokumentasi dan bahan bacaan yang relevan dengan penelitian ini yaitu untuk melengkapi data lapangan.

Lokasi penelitian yang peneliti lakukan yaitu di wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan yang terletak antara Ciamis dan Banjar, jaraknya sekitar 17 km ke arah Timur dari kota Ciamis (booklet disbudpora). Tepatnya Jl. Nasional III, Desa Karangkamulyan Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Dengan luas 25 Hektar terdapat sembilan (9) situs

peninggalan yang tersebar, yaitu : (1) Batu Pangcalikan, (2) Penyambung Ayam, (3) Sanghyang Bedil, (4) Lambang Peribadatan, (5) Cikahuripan,

(6) Panyandaan, (7) Pamangkongan, (8) Makam adipati panaekan, (9) dan tumpukan batu Sri Begawat Pohaci.



Gambar 2. Gerbang Wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan (Ciung Wanara)

Mengenai tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan salah satu situs yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Ciamis yang mempunyai hubungan dengan sejarah Kerajaan Galuh. Kabupaten Ciamis mempunyai peninggalan arkeologis Kerajaan Galuh selain situs Bojong Galuh Karangkamulyan antara lain Situs Ronggeng di Pamarican, Situs Astana Gede di Kawali, Situs Gunung Padang di Cikoneng, Situs Gunung Susuru di Kertabumi, Situs Patilasan Sanghyang Cipta Permana Prabu Digaluh di Cimaragas dan Situs Nagara Pageuh di Panawangan. Dimana situs-situs tersebut tidak lepas dari sejarah yang saling bersinggungan. Situs ini di kelola oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Banten dan Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis.

Sejarah Situs Bojong Galuh Karangkamulyan

Situs Bojong Galuh Karangkamulyan merupakan situs yang dipercaya sebagai peninggalan kerajaan Galuh. Sekitar abad ke-7 M, berdiri kerajaan bernama Bojong Galuh Karangkamulyan. Pendiri pertamanya

yaitu Wretikandayun. Terdapat 9 (sembilan) raja, yang pertama Wretikandayun, yang kedua Mandiminyak, yang ketiga Bratasenawa, yang keempat Purbasora, yang kelima Sanjaya, keenam Prabu Adi Mulya Sanghiyang Cipta Permana Dikusuma, yang ketujuh Tamperan Barmawijaya, yang kedelapan Sang Manarah atau lebih terkenal dengan Ciung Wanara, yang kesembilan Dharma Sakti atau yang lebih populernya Guruminda Lutung Kasarung. Kesembilan raja tersebut pernah menjabat di kerajaan Bojong Galuh Karangkamulyan. Akan tetapi yang lebih terkenal, yaitu Ciung Wanara, karena merupakan sosok raja yang terkenal dengan cerita kepahlawanannya dalam merebut kembali tahta kerajaan. Kisah Ciung Wanara ini dikenal dengan sosok pemuda yang merebut tahta kerajaan dengan cara sayembara sambung ayam. Maka dari itu wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan lebih dikenal dengan wisata Ciung Wanara.

Situs Bojong Galuh Karangkamulyan merupakan situs berkarakter tempat suci, yang berlatarkan perpaduan antara agama

Hindu dan kepercayaan asli. Karangkamulyan berasal dari dua kata, yaitu karang dan mulyan. Karang berarti pekarangan atau buruan (dalam bahasa sunda), yaitu halaman rumah, bisa dikatakan juga tempat (lokasi). Sementara Mulyan berarti mulia atau kemuliaan. Dari keterangan tersebut Karangkamulyan adalah suatu tempat yang dianggap suci oleh masyarakat Karangkamulyan atau suatu tempat yang dimuliakan (kemuliaan) (Haris, wawancara. 2020). Pada awalnya situs ini dikelola oleh masyarakat sekitar yaitu warga Desa Karangkamulyan. Lalu, pada tahun 1973 dikelola oleh pemerintah Kabupaten Ciamis. Dan pada tahun 1998 lebih diperkuat oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya atau BPCB Banten.

Tahapan Pertama Perencanaan (Planning)

Wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan merupakan wisata yang potensial ditunjang dengan letaknya yang strategis. Serta wisata sejarah dan budaya mengenai Kerajaan Galuh sangat melekat pada situs patilasan yang ada di wisata ini. Keunggulan ini yang seharusnya menjadi potensi yang terus dikembangkan pada kegiatan promosinya sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara. Diseminasi informasi pada wisata ini masih minim dilakukan menjadi permasalahan yang menyebabkan masih kurang dikenalnya wisata ini di kalangan wisatawan. Oleh sebab itu, peneliti melakukan pembuatan model diseminasi informasi wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan, serta melengkapi informasi dan kemudahan akses informasi tersebut. Dengan tujuan meningkatkan informasi bagi wisatawan sehingga dapat tertarik berkunjung ke wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan.

Tahapan *action research* pertama yaitu perencanaan (*planning*), pada tahap pertama yang dilakukan peneliti pada penelitian ini, yaitu membuat dan

menyusun daftar pertanyaan yang akan diajukan pada saat pengumpulan data melalui wawancara. Tujuan wawancara ini untuk menentukan lima aspek yang saling berhubungan dalam diseminasi informasi seperti yang akan dirancang, diantaranya *source* (komunikator), *content* (pesan), *context* (konteks), *medium* (media), dan *user* (penerima). Narasumber penelitian ini yaitu pengelola dan pengunjung Wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan. Pak Agus Abdul haris selaku pengelola dari pihak Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Banten dan Pak Ginanjar Rahayu, S.IP selaku Kepala Seksi Promosi dan Pemasaran Produk Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis. Wawancara juga dilakukan kepada pengunjung yang dipilih oleh peneliti. Dipilih dua pengunjung yang berdomisili di Kabupaten Ciamis dan luar Kabupaten Ciamis.

Daftar pertanyaan yang diajukan meliputi kegiatan diseminasi maupun media diseminasi yang digunakan untuk promosi Situs Bojong Galuh Karangkamulyan. Pertanyaan yang diajukan tersebut diantaranya, penentuan komunikator. Selain itu, mengenai isi pesan yang akan disampaikan seperti, sejarah Situs Bojong Galuh Karangkamulyan, fasilitas, akses, potensi, daya tarik, tingkat kunjungan wisatawan, media diseminasi informasi. Untuk mengetahui media diseminasi yang sudah ada dan akan dibuat atau perlu diperbaiki, peneliti mengajukan pertanyaan kepuasan pengunjung terhadap media diseminasi informasi yang tersedia, serta harapan untuk peningkatan kegiatan diseminasi informasi terutama penggunaan media yang tepat untuk diseminasi informasi. Sedangkan untuk penentuan konteks dan penerima atau komunikan dibuat pertanyaan juga kepada narasumber dari pihak pengelola mengenai siapa yang akan menjadi target sasaran dari kegiatan diseminasi informasi untuk promosi wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan.

Persiapan lain yang dilakukan yaitu membuat daftar yang perlu didokumentasikan di lokasi penelitian dan pada saat wawancara berlangsung. Daftar tersebut meliputi, lokasi situs, lingkungan diluar lokasi situs, fasilitas, media informasi yang sudah tersedia, potensi lingkungan, harga tiket masuk, aktivitas pengunjung dan kegiatan wawancara dengan narasumber. Serta melakukan persiapan juga untuk alat dokumentasi dan alat perekam yang akan digunakan, yaitu dengan menggunakan kamera digital dan *handphone*. Pada tahap ini juga, peneliti menentukan tema dari penelitian. Tema penelitian ini diperoleh dari hasil observasi di lapangan dan wawancara dengan pengelola. Secara garis besar wawancara peneliti dengan narasumber, yaitu untuk komunikator dalam kegiatan diseminasi informasi untuk promosi yaitu dilakukan oleh bidang Promosi dan Pemasaran Produk Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis.

Tahapan Kedua Tindakan (*Action*)

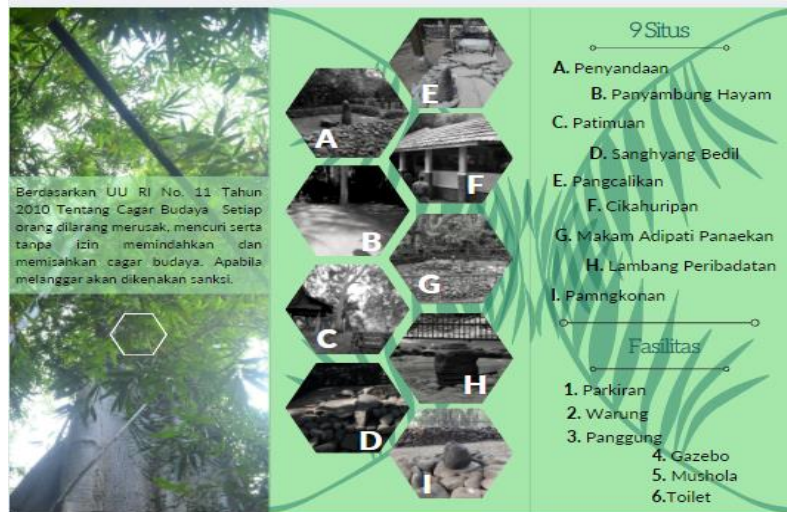
Pada tahap ini peneliti melakukan penelitian di lapangan sesuai dengan yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Dalam tahap ini peneliti mulai menyadari permasalahan yang ada, memahami

permasalahan tersebut, dan mengambil keputusan untuk penyelesaian atau solusi dari permasalahan tersebut. Pada tahap ini peneliti melakukan rancangan untuk diseminasi informasi dalam bentuk *booklet* dan *leaflet*. Pembuatan desain *booklet* dan *leaflet* menggunakan Canva Pro, yaitu aplikasi yang diakses secara *online*. Canva merupakan aplikasi desain grafis yang dapat digunakan oleh penggunanya untuk merancang berbagai material kreatif, seperti poster, infografik, brosur, *booklet* dan lain-lain.

Proses pembuatan *leaflet*, sebagaimana yang telah disebutkan di awal bahwa dalam upaya mempromosikan daerah tujuan wisata situs bojong Galuh Karangkamulyan diperlukan adanya suatu media promosi yang bisa menjangkau masyarakat secara lebih luas. Salah satu media yang dianggap efektif sebagai media penyebaran informasi adalah leaflet dan booklet baik dalam bentuk cetak maupun yang berbasis teknologi informasi. Adapun mengenai proses pembuatan leaflet setelah dirancang siapa sumber informasinya, isi pesan promosi yang akan disampaikan serta menentukan media promosinya yakni leaflet dan booklet, maka untuk selanjutnya disusun rancangan leaflet sebagai berikut:



Gambar 3. Rancangan Halaman 1 Leaflet



Gambar 4. Rancangan Halaman 2 Leaflet



Gambar 5. Bagian-bagian Halaman Rancangan Booklet

Setelah rancangan leaflet dan booklet selesai dibuat, maka tahap selanjutnya melakukan pengatan dan evlasui dengan meminta masukan dan koreksi dari beberapa naras umber. Dalam hal ini yang diminta pendapatnya adalah para pengelola situs bojong karangkamulyan, perwakilan pengunjung serta ahli komunikasi visual. Ada beberapa masukan yang diperoleh dari naras umber yaitu berkaitan dengan gambar, dengan menggunakan huruf, serta tentang tata letak. Langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah melakukan perbaikan. Untuk melakukan perbaikan atau penyempurnaan leaflet dan booklet ini adalah memaulai pada siklus berikut dengan mengikuti tahapan-tahapan pada penelitian *action research* yaitu perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi.

Dalam penelitian ini ada dua siklus yang kami lewati yakni siklus pertama yang merupakan rancangan awal, setelah mendapat masukan dan koreksi maka dilakukan perbaikan atau penyempurnaan pada siklus berikutnya (siklus kedua). Setelah dianggap rancangan ini sempurna, maka model diseminasi informasi daerah tujuan wisata situs bojong karangkamulyan dianggap selesai. Dalam penelitian *action research* dapat ditunjukkan oleh tiga ciri yakni dari takapannya yaitu perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, adanya siklus serta adanya indicator keberhasilan untuk memperlihatkan perbedaan sebelum adanya penelitian dan setelah dilakukannya penelitian *action research*. Berkaitan ada beberapa indicator keberhasilan dalam penelitian yakni sebagai berikut:

Tabel1. Indikator Keberhasilan

Keadaan Sebelum Penelitian	Keadaan Setelah Penelitian
Ada leaflet dalam bentuk <i>fotocopy</i>	<i>Leaflet</i> didesain ulang untuk dilengkapi dan dibuat lebih menarik
Belum ada <i>leaflet</i> dan <i>booklet</i> .	Ada <i>booklet</i> dan <i>leaflet</i> khusus untuk wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan.
Media informasi masih tersedia secara <i>offline</i>	<i>Booklet</i> tersedia secara <i>online</i> .

Sumber: Peneliti (2021)

Diseminasi merupakan proses interksi dalam mengkomunikasikan pengetahuan untuk target khalayak sehingga dapat digunakan untuk mengarah pada perubahan (Ordonez & Serrat, 2017). Maka dari itu, rancang bangun model diseminasi informasi wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan sebagai upaya promosi wisata dilakukan dengan meperhatian lima aspek yang dapat mempengaruhi diseminasi. Lima aspek tersebut saling berhubungan, diantaranya *source* (komunikator), *content* (pesan), *context* (konteks), *medium* (media), dan *user* (penerima). Rancangan model diseminasi informasi yang dibuat peneliti menggunakan metode *action research* menurut Kurt Lewin dengan melalui dua siklus, yaitu siklus I dan II meliputi

perencanaan (*planning*), tindakan (*acting*), pengamatan (*observation*), dan refleksi (*reflektion*).

Dengan adanya rancang bangun model diseminasi informasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan dalam kegiatan promosi wisata Situs Bojong Galuh Karangkamulyan. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola dari Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB) Banten, Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, dan Badan Promosi Daerah (BP2D) Kabupaten Ciamis melalui berbagai media, diharapkan dapat lebih meningkat dengan adanya media *booklet* dan *leaflet* yang dibuat. Sehingga dapat meningkatkan kunjungan dan pengetahuan masyarakat melalui diseminasi ini.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winoto & Nuraini (2021) bahwa dalam perencanaan peneliti melakukan perencanaan berdasarkan perencanaan komunikasi atau strategi komunikasi yaitu mulai dari memilih komunikator, menyusun pesan, menentukan media, dan menentukan komunikasi untuk mempromosikan objek wisata kampung adat dalam bentuk leaflet dan booklet. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Sugiharto (2015) bahwa Dengan adanya aplikasi media promosi pariwisata ini dapat membantu para wisatawan dalam hal mencari informasi tentang ragam wisata dan budaya yang ada di destinasi wisata. Kemudian penelitian yang dilakukan Winoto et al (2021) menunjukkan bahwa dua siklus yang dilakukan menghasilkan media diseminasi dalam bentuk booklet khusus yang tersedia cetak dan online pada link berikut bit.ly/BookletTalagaBodas dan leaflet yang dirancang dalam bentuk pengembangan dari leaflet yang telah tersedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Situs Bojong Galuh Karangkamulyan merupakan salah satu destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Ciamis. Sebagai salah satu kawasan wisata budaya budaya, situs Bojong Galuh Karangkamulyan atau disebut juga situs Ciungwanara belum menjadi daerah tujuan pariwisata unggulan. Hal ini terlihat dengan masih rendahnya kunjungan wisatawan dalam setiap tahunnya. Padahal dilihat dari lokasinya cukup strategis serta di kawasan wisata ini bisa menjadi tempat rekreasi, wisata budaya budaya maupun wisata edukasi bagi anak. Oleh karena demikian perlu adanya upaya untuk mengenalkan pada masyarakat luas melalui kegiatan diseminasi informasi.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian *action research* yang dilakukan melalui tahapan

perencanaan, pelaksanaan, pengamatan serta refleksi atau evaluasi. Tahapan penelitian ini dilakukan melalui dua siklus. Dalam penyusunan design diseminasi informasi sejalan dengan kaidah-kaidah komunikasi yakni dengan memperhatikan komponen-komponen komunikasi yang meliputi unsur komunikator (*source*), *Pesan (content)*, media (*medium*) serta khalayak sasarnya (*user's*). Berdasarkan hasil penelitian telah dihasilkan sebuah media diseminasi informasi dalam bentuk cetak maupun elektronik yang berbentuk *leaflet* serta *booklet* yang menjelaskan secara ringkas tentang situs Galuh Karangkamulyan.

Saran

Berdasarkan hasil temuan dilapangan ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan pada pihak-pihak terkait antara lain media informasi dalam bentuk *leaflet* sebaiknya dicetak dalam jumlah yang banyak dan disediakan ditempat pembelian tiket, sehingga dapat diberikan kepada seluruh pengunjung yang datang. *Booklet* yang disediakan dalam bentuk cetak disimpan di tempat pembelian tiket dan museum, serta *link booklet* yang dapat diakses secara online dapat diberitahukan di tempat pembelian tiket, sehingga pengunjung akan lebih mengetahui.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifha, F. & Hapsari, D. R. (2021). Efektivitas Strategi Cyber Government Public Relations dalam Diseminasi Informasi Kesehatan sebagai Bentuk Komunikasi Krisis (Kasus: Informasi Kesehatan Covid-19 Masyarakat Kabupaten Bogor). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 5(6): 837-879.
- Artis, S. AG. (2011). Strategi Komunikasi Public Relations. *Jurnal Sosial Budaya*, 8(2): 184-197.

- Cangara, Hafied. 2018. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Djaffar, R. (2017). Diseminasi Teknologi Informasi Pada Masyarakat Nelayan di Kabupaten Takalar dan Barru. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 21(1): 73-87.
- Fatkah, U., Winoto, Y., & Khadijah, U. L. S. (2020). Diseminasi Informasi Zero Waste Oleh Yayasan Pengembangan Biosains Dan Bioteknologi. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan* 8 (1): 49-68.
- Gustaning, G. (2014). Pengembangan Media Booklet Mengambar Macam-Macam Celana Pada Kompetensi Menggambar Celana Siswa SMK N 1 Jenar. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hermanto, B. (2021). Optimalisasi Pendapatan Asli Daerah Sektor Pariwisata di Kota Semarang. *Arist*, 9(1): 1-10.
- Langi, A. C., Gosal, R., & Undap, G. (2019). Strategi Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Pemuda Sadar Pariwisata Di Kawasan Wisata Danau Mooat (Studi Di Desa Mooat Kecamatan Mooat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur). *Eksekutif: Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 13(2): 42-48.
- Mulyana, Deddy. 2019. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurdiantoro, E., & Sanjaya, I. P. N. B. (2014). Keberadaan Objek Wisata Eks-Pelabuhan Buleleng Kota Singaraja. *Media Komunikasi FPIPS*, 3(3): 1-10.
- Ordoñez, M., & Serrat, O. (2017). *Disseminating knowledge products. In Knowledge Solutions*. Singapore: Springer.
- Radiah, S., Budiono, A., & Rohman, A. S. (2018). Model Diseminasi Informasi Komunikasi Kesehatan Masyarakat Pedesaan Di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Kajian Komunikasi* 6 (2): 175-90.
- Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2017). Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan Dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi Pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Komunikasi* 9 (2): 164-75.
- Sugiharto, T. (2015). Rancang Bangun Aplikasi Media Promosi Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kuningan Berbasis Web. *Jurnal SISFOKOM*, 4(1): 28-33.
- Suryana. (2010). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan
- Wahyuni, S. (2019). Analisis Pariwisata Budaya dalam Pengembangan Aset Lokal Perayaan Upacara Adat Dahau di Kabupaten Kutai Barat Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 3(1): 25-38.
- Winoto, Y., & Nuraini, G. F. (2021). Media Informasi Wisata Kampung Adat Kuta Sebagai Salah Satu Aspek Dalam Perencanaan Pariwisata. *Pusaka. Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 3(2): 104-114.
- Winoto, Y., Zakiah, L. G., & Anwar, R. K. (2021). Rancang Bangun Model Diseminasi Informasi Kawasan Pariwisata Talaga Bodas Kabupaten Garut. *Journal of Indonesian Tourism*,

Hospitality and Recreation, 4(2):
147-160.

Zakiah, L. G. & Winoto, Y. (2021).
*Booklet Dan Leaflet Sebagai
Media Promosi Kawasan Wisata
Alam Talaga Bodas Kabupaten
Garut Rancang Bangun Model
Diseminasi Informasi Kawasan
Wisata Alam Talaga Bodas
Kabupaten Garut*. Kebumen: CV.
Intishar Publishing.