

APAKAH PEMUDA DESA MENGETAHUI OBYEK WISATA DI DESANYA? Gambaran Pengetahuan Pemuda Tentang Potensi Wisata Desa Ciasmara Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor

Yogaprasta Adi Nugraha^{1*)}, David Rizar Nugroho², Mariana R.A Siregar³, Restu Maharani Dewi⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

*) Surel Korespondensi: yogaprasta_adinugraha@unpak.ac.id

Kronologi Naskah: diterima 10 Juni 2021; direvisi 12 Agustus 2021; diputuskan 21 November 2021

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi pemuda desa terhadap potensi wisata di Desa Ciasmara. Selain itu studi ini juga mencoba untuk melihat frekuensi kunjungan ke objek wisata, menganalisis hubungan antara dan frekuensi kunjungan dengan persepsi pemuda. Indikator pada karakteristik individu diantaranya, usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Indikator pada frekuensi kunjungan pemuda diantaranya, frekuensi kunjungan ke air terjun dan frekuensi kunjungan ke kolam pemandian air panas. Penelitian dilaksanakan di Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor pada bulan April 2019 sampai Agustus 2020. Metode ini menggunakan pendekatan Survei untuk melihat sebaran persepsi. Teknik perolehan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dengan metode kuantitatif deskriptif-korelasional, teknik analisis data statistik deskriptif dan statistik non-parametrik (Rank Spearman & Chi-Square). Riset ini menemukan bahwa pemuda di desa Ciasmara masih mengunjungi obyek wisata di desa mereka dan mereka memiliki persepsi yang positif terhadap potensi wisata di desa Ciasmara namun dari hasil wawancara mendalam juga ditemukan bahwa terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan jika memang hendak mengembangkan Desa Ciasmara sebagai desa wisata.

Kata Kunci: desa ciasmara; desa wisata; frekuensi kunjungan; pemuda desa; persepsi.

Abstract

This study was conducted to identify the perception of rural youth on tourism potential in Ciasmara Village. In addition, this study also tries to describe individual characteristics, frequency of visits to tourist objects, analyse the relationship between individual characteristics and frequency of visits with youth perceptions. Indicators on individual characteristics include age, gender, and level of education. Indicators on the frequency of youth visits include the frequency of visits to waterfalls and the frequency of visits to hot springs. The research was carried out in Ciasmara Village, Pamijahan District, Bogor Regency from April 2019 to August 2020. This method uses two approaches, namely a Survey approach to see the distribution of perceptions. The sampling technique used was purposive sampling technique with descriptive-correlational quantitative methods, descriptive statistical data analysis techniques and non-parametric statistics (Rank Spearman & Chi-Square). This research found that youth in Ciasmara village have a positive perception of tourism potential in Ciasmara village but from the results of in-depth interviews it was also found that there are several challenges that need to be considered if they want to develop Ciasmara Village as a tourist village.

Keywords: *ciasmara village; frequency of visits; tourism village; rural-youth.*

Pendahuluan

Sebelum pandemik Covid – 19, Industri pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang memiliki peran penting dalam meningkatkan jumlah devisa dan mampu memberikan sumbangan yang cukup besar dalam perekonomian nasional seperti penyerapan lapangan kerja. Pada tahun 2018, secara kumulatif jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dari bulan Januari 2018 hingga Agustus 2018 mencapai 10,58 juta kunjungan atau naik 12,30 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan pada periode yang sama di tahun sebelumnya yaitu berjumlah 9,42 juta kunjungan. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ini terdiri atas wisman yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 6,77 juta kunjungan, pintu masuk laut sebanyak 2,08 juta kunjungan, dan pintu masuk darat sebanyak 1,73 juta kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2018), namun paska pandemik seluruh data statistik menunjukkan bahwa terjadi penurunan signifikan di sektor pariwisata. Pada data Juli 2021 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia hanya mencapai 155.742, data ini menjadi gambaran nyata mengenai bagaimana pandemik ini menurunkan jumlah wisatawan mancanegara secara signifikan. Kondisi di atas menjadi ilustrasi nyata tentang pentingnya Indonesia untuk mulai kembali membangun kepariwisataan Indonesia tidak hanya di sentra – sentra destinasi utama tetapi juga wilayah – wilayah lain yang memiliki potensi pariwisata, tentunya dengan tetap mempertimbangkan aspek keberlanjutan terutama di pedesaan.

Menurut Widiyanto *dalam* Taryana (2013:1) menyatakan bahwa pariwisata di pedesaan tentunya berbeda dengan pariwisata di perkotaan baik dalam hal objek, lokasi, fungsi, skala maupun karakter yang tentunya membawa konsekuensi terhadap perencanaan dan pengembangannya. Pengembangan pariwisata pedesaan di

Indonesia dikembangkan melalui desa wisata. Desa Wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara daya tarik, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Wiendu *dalam* Taryana, 2013:2). Desa Wisata berbeda dengan daya tarik wisata lainnya karena seluruh aktivitas dilaksanakan oleh masyarakat itu sendiri. Seluruh kehidupan dan keseharian penduduk setempat beserta kondisi lokasinya berada di dalam wilayah desa, sehingga memungkinkan wisatawan untuk berinteraksi sebagai partisipan aktif.

Di Indonesia terdapat sepuluh wilayah kota dan kabupaten dengan nilai Indeks Pariwisata tertinggi. Nilai indeks pariwisata adalah nilai yang dikeluarkan oleh Kemenpar untuk mengukur daya saing pariwisata pada sebuah kota atau kabupaten. Terdapat empat aspek penopang pariwisata yang menjadi aspek penilaian seperti, aspek lingkungan pendukung bisnis, tata kelola, potensi wisata, dan infrastruktur. Kabupaten Bogor yang berada di Provinsi Jawa Barat termasuk kedalam urutan tersebut dengan nilai indeks pariwisata sebesar 3,27. Kabupaten Bogor merupakan wilayah di Jawa Barat yang terletak 59 kilometer sebelah selatan dari Kota Jakarta. Berdasarkan data BPS 2016 kunjungan wisata terbanyak di Jawa Barat ditempati oleh Kabupaten Bogor dengan jumlah kunjungan 5.183.992 wisatawan yang terdiri dari 4.955.079 wisatawan nusantara dan 228.913 wisatawan mancanegara, kondisi alam yang masih asri dengan kondisi geografis yang dikelilingi pegunungan menjadikan Kabupaten Bogor sebagai salah satu destinasi ekowisata yang difavoritkan.

Salah satu objek wisata yang menarik untuk dikunjungi terdapat di Kabupaten Bogor yaitu Desa Wisata Ciasmara. Desa Ciasmara terletak di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Berdasarkan laporan dari

Kepala Desa Ciasmara pada tahun 2013 bahwa Desa Ciasmara merupakan salah satu desa yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor sebagai Desa Wisata melalui surat keputusan Kepala Desa Ciasmara. Desa yang berada di kaki Gunung Halimun ini udaranya sangat sejuk, tanahnya subur, dan memiliki panorama alam yang sangat indah. Desa Ciasmara disebut-sebut dengan Ubudnya Bogor, karena hamparan sawah berundaknya yang sangat memesona dan mirip seperti panorama di Ubud Bali. Desa Ciasmara memiliki lebih dari 5 curug atau air terjun. Beberapa daya tarik utama di Desa Ciasmara adalah Curug Saderi, Curug Kembar, Curug Cikawah, Curug Hordeng, dan Curug Pelangi. Selain itu, terdapat sumber atau Objek wisata alam yang dimiliki Desa Ciasmara hingga kini belum banyak terjamah dan belum diketahui keberadaannya oleh masyarakat luas, termasuk masyarakat Desa Ciasmara itu sendiri, terutama pemuda. Mayoritas pemuda di desa Ciasmara hanya mengetahui bahwa desa Ciasmara merupakan desa pertanian (Nugraha dan Nugroho, 2019). Dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata secara komprehensif, maka diperlukan keterlibatan seluruh pihak termasuk pemuda.

Berangkat dari situasi ini maka riset ini akan fokus untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian, antara lain adalah: melihat tentang (1) bagaimana frekuensi pemuda desa Ciasmara dalam mendatangi obyek wisata di desa Ciasmara? (2) bagaimana persepsi pemuda di desa Ciasmara terhadap potensi wisata di desa tersebut? dan (3) faktor – faktor apa saja yang berhubungan dengan persepsi pemuda terhadap potensi alam di desa Ciasmara? Penelitian ini meminjam *Image Theory* milik Beach and Mitchell dalam Effendy (2009), Teori tersebut menjelaskan bahwa keputusan seseorang terkait perilaku atau tindakan yang mereka ambil berdasarkan perhitungan dan pemilihan dari alternatif – alternatif pilihan.

Teori ini menjadi relevan karena keputusan atau tindakan yang diambil oleh pemuda di desa Ciasmara terkait pariwisata di desa itu merupakan pikiran yang penuh kesadaran dan penuh dengan alternatif – alternatif pilihan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor sejak April 2019 – Agustus 2020. Lokasi tersebut dipilih dengan beberapa pertimbangan antara lain adalah (1) terletak di wilayah pengembangan konsep Geopark Pongkor (2) memiliki 5 air terjun yang belum banyak terjamah (3) merupakan salah satu wilayah penghasil padi terbesar di Kabupaten Bogor sehingga memiliki hamparan sawah dan sawah terasering (Nugraha dan Siregar, 2019). Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan deskriptif – korelasional. Deskriptif pada penelitian ini berupaya untuk menjelaskan tentang persepsi pemuda terhadap potensi wisata di desa Ciasmara, frekuensi pemuda desa Ciasmara dalam mengunjungi obyek wisata di desa Ciasmara. Sementara itu korelasional dalam penelitian ini berusaha untuk melihat faktor – faktor apa saja yang berhubungan dengan persepsi pemuda terhadap potensi wisata di desa Ciasmara. Sebanyak 106 pemuda terpilih melalui teknik sampling *purposive sampling* dengan pertimbangan (Sugiyono, 2011), pemuda berusia 13 – 24 tahun, berdomisili di desa Ciasmara dan belum menikah.

Hasil dan Pembahasan

Sebaran Data Frekuensi Kunjungan Pemuda ke Objek Wisata (X₂)

Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata merupakan salah satu variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Peneliti ingin mengidentifikasi seberapa intensitas pemuda mengunjungi objek wisata di Desa

Ciasmara dalam jangka waktu enam bulan terakhir.

Frekuensi Mengunjungi ke Air Terjun

Desa Ciasmara memiliki objek wisata air terjun yang jumlahnya cukup banyak, panoramanya yang indah dan alami. Banyak pemuda asal Desa Ciasmara yang belum mengetahui objek wisata air terjun di Desa Ciasmara. Namun, terdapat beberapa air terjun yang lebih dikenal dan dikunjungi para pemuda diantaranya, Curug Saderi, Curug Kembar, Curug Hordeng, dan Curug Pelangi.

Berikut ini tabel yang menunjukkan hasil data responden mengenai frekuensi pemuda dalam berkunjung ke air terjun selama 6 bulan terakhir:

Tabel 1. Sebaran Data Berdasarkan Frekuensi Kunjungan Air Terjun

Frekuensi Kunjungan (Kali)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
0	50	47.2
1-5	53	50.0
6 – 10	3	2.8
Total	106	100.0

Tabel di atas memaparkan hasil dari pengolahan data mengenai frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata air terjun di Desa Ciasmara selama enam bulan terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda yang tidak mengunjungi objek wisata air terjun dalam kurun waktu enam bulan ke belakang memperoleh persentase sebesar 47,2 persen, pemuda yang mengunjungi air terjun dalam kurun waktu enam bulan ke belakang sebanyak 1-5 kali memperoleh persentase sebesar 50,0 persen, dan pemuda yang mengunjungi air terjun sebanyak 6-10 kali memperoleh persentase sebesar 2,8 persen. Berdasarkan paparan di atas pemuda yang mengunjungi dan tidak mengunjungi objek wisata air terjun di Desa

Ciasmara dalam kurun waktu enam bulan terakhir jumlahnya tidak jauh berbeda. Beberapa diantaranya beralasan bahwa dirinya senang melakukan perjalanan untuk menghilangkan rasa penat, menikmati pemandangan air terjun yang sangat indah, dan aliran airnya masih alami. Uraian tersebut, tentunya berbeda dengan alasan pemuda yang tidak mengunjungi objek wisata air terjun selama enam bulan terakhir. Alasan pemuda tidak mengunjungi air terjun dikarenakan lokasi air terjun cukup jauh dari tempat tinggalnya, akses menuju ke lokasi terbilang sulit karena jalanan yang rusak, dan terdapat beberapa pemuda tidak mengetahui lokasi air terjun yang ada di Desa Ciasmara.

Frekuensi Mengunjungi Kolam Pemandian Air Panas

Cipanas Karang Endah merupakan kolam pemandian air panas yang berada di Desa Ciasmara. Lokasi kolam pemandian air panas ini cukup tersembunyi, keberadaannya jauh dari kampung terakhir di Desa Ciasmara tepatnya di sisi Barat kaki Gunung Salak. Berikut ini tabel yang menunjukkan hasil data responden mengenai frekuensi pemuda dalam mengunjungi kolam pemandian air panas selama enam bulan terakhir:

Tabel 2. Sebaran Data Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Air Panas

Frekuensi Kunjungan (Kali)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
0	31	29.2
1-5	68	64.2
6 – 10	5	4.7
11 - 15	2	1.9
Total	106	100.0

Tabel di atas memaparkan hasil dari pengolahan data mengenai frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata kolam pemandian air panas selama enam bulan

terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda yang tidak mengunjungi objek wisata kolam pemandian air panas di Desa Ciasmara dalam kurun waktu enam bulan ke belakang memperoleh persentase sebesar 29,2 persen, pemuda yang pernah mengunjungi kolam pemandian air panas selama enam bulan ke belakang sebanyak 1-5 kali memperoleh persentase sebesar 64,2 persen, pemuda yang mengunjungi kolam pemandian air panas sebanyak 6-10 kali memperoleh persentase sebesar 4,7 persen, dan pemuda yang mengunjungi kolam pemandian air panas sebanyak 11-15 kali memperoleh persentase sebesar 1,9 persen.

Beberapa pemuda yang pernah mengunjungi kolam pemandian air panas menyampaikan alasannya bahwa pemuda merasakan sensasi yang berbeda dibandingkan dengan air dingin biasa, di mana air yang hangat mampu merelaksasi tubuh dari cuaca yang cukup dingin. Pemuda yang tidak mengunjungi kolam pemandian air panas memiliki alasan yang hampir sama dengan pemuda yang tidak mengunjungi air terjun di Desa Ciasmara selama enam bulan ke belakang. Berdasarkan jawaban dari para responden bahwa pemuda tidak mengunjungi kolam pemandian air panas dikarenakan tidak mengetahui lokasinya, akses menuju ke lokasi cukup sulit, jalannya kurang bagus, tidak ada teman untuk berkunjung ke objek wisata tersebut dan mereka lebih senang mengunjungi air terjun karena airnya yang segar. Jika dilihat dari hasil pengolahan data mengenai frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata baik air terjun maupun kolam pemandian air panas, terdapat beberapa alasan pemuda tidak mengunjungi objek wisata di Desa Ciasmara dalam kurun waktu enam bulan terakhir dikarenakan tidak mengetahui lokasi wisata yang tersedia. Ketidaktahuan pemuda dapat disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari pihak desa terkait dengan berbagai potensi wisata yang ada di Desa Ciasmara. Penanggung jawab

dan pengelola desa wisata memang sudah melakukan sosialisasi melalui media sosial (Youtube, WhatsApp, Instagram) maupun secara personal, namun, upaya tersebut belum dilaksanakan dengan maksimal. Di samping itu, permasalahan mengenai aksesibilitas seperti jalan dan keamanan masih perlu diperbaiki. Saat ini pemerintah Desa Ciasmara sudah mulai berkomitmen untuk membenahi aksesibilitas menuju tempat pariwisata, hal ini dapat dilihat dari Anggaran Dana Desa (ADD) tahun 2018 yang dialokasikan untuk betonisasi jalan desa sejauh 700 Meter dan pada tahun 2021 ini Pemerintah Desa Ciasmara mendapatkan dana Satu Miliar Satu Desa (Samisade) dari Pemerintah Kabupaten Bogor yang diprioritaskan untuk pembangunan infrastruktur wisata sepanjang 1.2 – 1.4 Km.

Persepsi Pemuda Terhadap Potensi Wisata di Desa Ciasmara

Indikator Kognisi

Aspek kognisi merupakan indikator pertama pada variabel persepsi terhadap potensi wisata desa Ciasmara. Kognisi menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan sebagai alat pengukur citra. Indikator kognisi dalam pengukuran citra terdiri dari pernyataan tentang pengetahuan pemuda terkait hal-hal mengenai Desa Wisata Ciasmara, antara lain pernyataan mengenai lokasi desa wisata, jumlah curug yang tersedia, pemandangan, kunjungan ke curug, dan merek desa

Tabel 3. Rataan Skor Indikator Kognisi Pemuda Desa Ciasmara

Pengetahuan Tentang	Rataan Skor
Lokasi Wisata	2.65
Jumlah Curug	2.89
Pemandangan	3.00
Kunjungan Curug	2.66
Merek Desa	3.01

Berdasarkan data pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada indikator kognisi responden cenderung setuju dengan pernyataan yang diberikan dengan nilai rata-rata jawaban keseluruhan sebesar 2,84. Sebaran data pada instrumen kuesioner yang pertama adalah pernyataan mengenai lokasi wisata, diperoleh nilai rata-rata jawaban sebesar 2,65 yang termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 37,7 persen menjawab setuju, 20,8 persen menjawab sangat setuju, 27,4 persen menjawab kurang setuju dan 14,2 persen menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 58,5 persen responden memiliki pengetahuan baik mengenai lokasi Desa Wisata Ciasmara. Sebaran data kedua pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai jumlah objek wisata air terjun atau curug yang tersedia yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 2,89 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 39,6 persen menjawab setuju, 27,4 persen menjawab sangat setuju, 28,3 persen menjawab kurang setuju dan 4,7 persen menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 67 persen responden memiliki pengetahuan yang baik mengenai jumlah objek wisata air terjun Desa Wisata Ciasmara. Pemandangan sawah berundak yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,00 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 47,2 persen menjawab setuju, 28,3 persen menjawab sangat setuju, 21,7 persen menjawab kurang setuju, dan 2,8 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 75,7 persen responden mengetahui bahwa Desa Ciasmara memiliki lahan pertanian yang sangat indah yang disebut dengan sawah berundak dan menjadi salah satu pemandangan favorit masyarakat (Nugraha dan Martha, 2020).

Intensitas kunjungan pada Curug Saderi yang ada di Desa Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 2,66 dan

termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 43,4 persen menjawab setuju, 15,1 persen menjawab sangat setuju, 34,0 persen menjawab kurang setuju, dan 7,5 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 58,5 persen responden memiliki pengetahuan yang cukup baik terkait Curug tersebut. S Kelima adalah pernyataan mengenai merek desa wisata yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,01 dan termasuk pada kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 33,0 persen menjawab setuju, 37,7 persen menjawab sangat setuju, dan 22,6 persen yang menjawab kurang setuju, dan 6,6 persen menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 70,7 persen responden setuju bahwa selain menjadi Desa Wisata, Ciasmara juga termasuk desa penghasil padi terbesar di Bogor.

Afektif Pemuda Desa Ciasmara

Afektif merupakan indikator dari variable persepsi. Indikator konatif dalam riset ini akan terkait dengan penilaian pemuda terhadap kondisi atau potensi wisata alam di desa Ciasmara.

Tabel 4. Rataan Skor Indikator Afektif Pemuda Desa Ciasmara

Afektif Tentang	Rataan Skor
Curug Saderi	3.01
Mengembangkan Desa Wisata	3.05
Kualitas Curug	3.43
Kualitas Air Panas	3.22
Akses ke Lokasi Wisata	2.36

Dari tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa pemuda cenderung positif dalam menilai potensi wisata di desa Ciasmara.

Berdasarkan data pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa pada indikator sikap responden cenderung setuju dengan pernyataan yang diberikan dengan nilai rata-rata jawaban keseluruhan sebesar 3,02.

Sebaran data pada instrumen kuesioner yang pertama adalah pernyataan mengenai kunjungan responden ke Curug Saderi, diperoleh nilai rata-rata jawaban sebesar 3,01 yang termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden 45,3 persen menjawab setuju, 32,1 persen menjawab sangat setuju, 15,1 persen menjawab kurang setuju dan 7,5 persen menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 77,4 persen responden sudah melakukan tindakan yang positif terkait potensi wisata yang ada di Desa Ciasmara. Sebaran data kedua pada instrumen kuesioner adalah kesenangan responden dalam mengabadikan momen di lokasi wisata Desa Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,05 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden 50,0 persen menjawab setuju, 30,2 persen menjawab sangat setuju, 15,1 persen menjawab kurang setuju dan 4,7 persen menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 80,2 persen responden senang mengabadikan momen saat berkunjung ke objek wisata di Desa Ciasmara.

Sebaran data ketiga pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai ketertarikan responden untuk mengunjungi semua curug di Desa Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,06 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden 41,5 persen menjawab setuju, 34,9 persen menjawab sangat setuju, 18,9 persen menjawab kurang setuju, dan 4,7 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 76,4 persen responden tertarik untuk berkunjung ke semua curug di Desa Ciasmara. Sebaran data keempat pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai ketertarikan responden untuk mengembangkan Desa Wisata Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 2,94 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 60,4 persen menjawab setuju, 18,9 persen menjawab sangat setuju,

17,0 persen menjawab kurang setuju, dan 3,8 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 79,3 persen responden tertarik untuk mengembangkan Desa Wisata Ciasmara.

Sebaran data kelima pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai ketertarikan responden untuk mengunjungi sumber air panas yang ada di Desa Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,16 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 51,9 persen menjawab setuju, 34,0 persen menjawab sangat setuju, 10,4 persen menjawab kurang setuju, dan 3,8 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 85,9 persen responden tertarik untuk berkunjung ke sumber air panas yang ada di Desa Ciasmara. Sebaran data keenam pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai kualitas air terjun di Desa Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,43 dan termasuk dalam kategori sangat setuju. Dari 106 responden 38,7 persen menjawab setuju, 53,8 persen menjawab sangat setuju, 7,5 persen menjawab kurang setuju, dan 0,9 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 92,5 persen responden telah mencoba air terjun yang ada di Desa Ciasmara.

Sebaran data ketujuh pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai kualitas sumber air panas di Desa Ciasmara yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,22 dan termasuk dalam kategori setuju. Dari 106 responden terdapat 50,9 persen menjawab setuju, 36,8 persen menjawab sangat setuju, 10,4 persen menjawab kurang setuju, dan 1,9 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan, maka 87,7 persen responden telah mencoba sumber air panas. Sebaran data kedelapan pada instrumen kuesioner adalah pernyataan mengenai akses menuju curug atau air terjun yaitu memiliki rata-rata jawaban sebesar 2,36

dan termasuk dalam kategori kurang setuju. Dari 106 responden terdapat 27,4 persen menjawab setuju, 9,4 persen menjawab sangat setuju, 53,8 persen menjawab kurang setuju, dan 9,4 persen yang menjawab tidak setuju. Jika dihitung secara keseluruhan berdasarkan jawaban kurang setuju dan tidak setuju, maka 63,2 persen responden telah melakukan perjalanan menuju air terjun yang ada di Desa Ciasmara, sehingga meerasakan bahwa akses menuju lokasi memang kurang baik.

Konatif Pemuda terhadap Potensi Wisata di Desa Ciasmara

Aspek konatif merupakan indikator ketiga pada variabel citra desa wisata. Indikator motivasi terdiri dari pernyataan mengenai keinginan dan kesediaan pemuda untuk mempromosikan potensi dari objek-objek wisata yang tersedia guna mengembangkan Desa Ciasmara.

Tabel 5. Rataan Skor Indikator Konatif Pemuda Desa Ciasmara

Konatif Tentang	Rataan Skor
Pengembangan Potensi Wisata	3.03
Promosi Desa Wisata Ke Teman	2.88
Promosi Curug	3.02
Promosi Air Panas	3.05

Keinginan responden untuk mengembangkan potensi wisata alam di Desa Ciasmara yaitu memiliki rataan jawaban sebesar 3,03 dan termasuk dalam kategori setuju artinya pemuda mau terlibat dalam pengembangan pariwisata di desa Ciasmara. Kesediaan responden untuk mempromosikan Desa Ciasmara kepada kawannya yaitu memiliki rataan jawaban sebesar 2,88 dan termasuk dalam kategori setuju artinya pemuda mau mempromosikan desa Ciasmara kepada teman - temannya. Kesediaan responden untuk mempromosikan curug atau

air terjun di Desa Ciasmara yaitu memiliki rataan jawaban sebesar 3,02 artinya mereka bersedia untuk mempromosikan curug atau air terjun di Desa Ciasmara. Kesediaan responden untuk mempromosikan sumber air panas di Desa Ciasmara yaitu memiliki rataan jawaban sebesar 3,05 dan termasuk dalam kategori setuju artinya responden bersedia untuk mempromosikan sumber air panas di Desa Ciasmara. Pemuda di desa Ciasmara memiliki kecenderungan positif untuk ikut mengembangkan dan mempromosikan desa wisata. Dari keempat pernyataan hanya promosi kepada temannya yang skor-nya relatif lebih kecil dibandingkan yang lainnya hal tersebut karena, pemuda di desa Ciasmara cenderung lingkaran pertemanannya masih dalam satu desa atau kecamatan, sehingga teman – teman mereka yang tidak berasal dari desa Ciasmara pada umumnya sudah mengetahui potensi desa Ciasmara juga.

Hubungan antara Frekuensi dan Persepsi terhadap Potensi Wisata di Desa Ciasmara

Variabel (X₂) yaitu frekuensi kunjungan pemuda dalam mengunjungi objek wisata di Desa Wisata Ciasmara dengan 2 indikator yaitu: frekuensi kunjungan ke air terjun dan frekuensi kunjungan ke kolam pemandian air panas. Variabel (Y) yaitu citra Desa Wisata Ciasmara yang memiliki indikator kognisi, persepsi, motivasi, dan sikap. Citra sebuah desa wisata merupakan hal penting yang harus dibentuk dan dipertahankan.

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi antara Frekuensi Kunjungan dengan Persepsi

Frekuensi Kunjungan	Persepsi Pemuda Terhadap Potensi Wisata Desa Ciasmara		
	Kognitif	Afektif	Konatif
Air Terjun	0.258**	0.321**	0.411**
Air Panas	0.131	0.244**	0.280**

Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata air terjun dihubungkan dengan aspek kognisi pemuda tentang potensi wisata Desa Ciasmara memperoleh nilai hubungan

(0,258^{**}) hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan atau sangat kuat antara frekuensi pemuda dalam berkunjung dengan pengetahuan pemuda tentang Desa Wisata Ciasmara. Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata air terjun dihubungkan dengan afeksi pemuda terhadap citra Desa Wisata Ciasmara memperoleh nilai (0,321^{**}) hasil tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang sangat signifikan atau sangat kuat diantara keduanya. Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata air terjun dihubungkan dengan aspek konatif pemuda akan potensi wisata desa Ciasmara memperoleh nilai (0,410^{**}) dan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan atau sangat kuat diantara keduanya.

Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata kolam pemandian air panas dihubungkan dengan aspek kognisi pemuda tentang potensi wisata Desa Ciasmara memperoleh nilai hubungan (0,131) hasil tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara frekuensi pemuda dalam berkunjung dengan pengetahuan pemuda tentang desa Wisata Ciasmara. Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata kolam pemandian air panas dihubungkan dengan afektif pemuda terhadap potensi wisata desa Ciasmara memperoleh nilai (0,224^{*}) dan menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan diantara keduanya. Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata kolam pemandian air panas dihubungkan dengan aspek konatif pemuda akan potensi wisata Desa Ciasmara memperoleh nilai (0,280^{**}) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat signifikan dan sangat kuat diantara keduanya.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Frekuensi kunjungan pemuda ke objek wisata yang mendominasi adalah kunjungan sebanyak 1-5 kali dalam waktu enam bulan terakhir, 50,0 persen untuk kunjungan pemuda ke air terjun dan 64,2 persen untuk kunjungan pemuda ke kolam pemandian air panas.
2. Aspek kognisi, afektif, dan konatif, dan sikap pemuda menunjukkan hasil yang positif terkait persepsi pemuda terhadap potensi wisata Desa Ciasmara.
3. Terdapat hubungan antara frekuensi kunjungan pemuda ke air terjun dengan keempat indikator persepsi pemuda terhadap potensi wisata Desa Ciasmara. Frekuensi kunjungan pemuda ke kolam pemandian air panas juga memiliki hubungan dengan aspek konatif dan afektif pemuda terhadap potensi wisata Desa Ciasmara.

Saran

1. Peneliti merekomendasikan sebuah cara yang dapat dijadikan sebagai solusi bagi pihak desa yaitu, melaksanakan program sosialisasi terkait potensi desa wisata yang dimiliki Desa Ciasmara dengan mengenalkan objek wisata yang tersedia dan melibatkan masyarakat untuk meninjau keindahan alam yang dimiliki agar masyarakat dapat turut berkontribusi dalam mengembangkan, melestarikan, dan mempublikasikan objek wisata yang tersedia, sehingga Desa Wisata Ciasmara dapat dikenal oleh publik.
2. Pemerintah diharapkan dapat memperbaiki fasilitas yang kurang baik terutama aksesibilitas menuju

destinasi wisata di Desa Ciasmara karena jalanannya rusak.

3. Pemerintah dapat menggunakan pendekatan Participatory Learning yang digagas oleh Baiquni dalam Arida (2015:8). Participatory Learning merupakan pendekatan dalam mengembangkan desa wisata secara partisipatif. Pendekatan ini menjadikan masyarakat dan pemerintah terkait sebagai partisipan aktif, karena pelaku lokal lah yang paling mengetahui sebuah permasalahan. Mengajak masyarakat dan pihak terkait untuk sama- sama mempelajari solusi yang dibentuk dengan mengadakan kegiatan sarsehan atau lokakarya. Kegiatan tersebut merupakan pertemuan antara masyarakat, pemerintah yang terkait, dan ahli di bidang pariwisata untuk membahas dan memecahkan permasalahan yang ada.

Pamijahan Subdisctric, Bogor Regency). Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo. Vol 22 No 2. 50 – 58.

- Nugraha YA dan Siregar MRS. 2019. Optimizing the Utilization of Information and Communication Technology to Increase Farmers Bargaining Power in Ciasmara Village. *Journal of Community Engagement (JCI)*. Vol 1 No 1. 5 – 10.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Taryana, Asep T. 2013. Strategi Pengembangan Pariwisata di Desa Wisata Tamansari Kabupaten Bogor. Bogor: Insititut Pertanian Bogor.

Daftar Pustaka

- Arida, Antara. 2015. *Buku Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal*. Bali: Pustaka Larasan
- Effendy. 2009. *Internal Public Relations and Public Relations*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Nugraha YA dan Nugroho DR. 2019. Rural Youth Behavior in Watching Television (Case Study Rural Youth in Ciasmara Village, Pamijahan Sub-district, Bogor Regency). *Journal of Humanities and Social Studies (JHSS)*. Vol 3 No 1. 32 – 36.
- Nugraha YA dan Martha LP. 2020. The Correlation Between Land Ownership Status, Parents Occupation and Future Residency with The Youth Attitude Towards Agricultural Work (Case of