

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi oleh Desa Margajaya, Kecamatan Mangunreja yang terdapat potensi dan harus lebih dikembangkan dalam aspek agrowisata, terutama agrowisata Jambu Kristal. Selain itu, bahwa Desa Margajaya termasuk Desa dengan status IDM tertinggal. Tujuan penelitian ini untuk menemukan dan menjelaskan memahami khalayak, menyusun pesan persuasif dan menetapkan metode dalam strategi komunikasi Desa dan penggerak lokal dalam pengembangan agrowisata jambu kristal di Desa Margajaya Kecamatan Mangunreja.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivistik. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, studi pustaka dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah dua orang yang menjadi patriot desa serta satu orang kepala desa dan dua orang narasumber yang telah peneliti pilih. Pengambilan informan yang dilakukan melalui purposive sampling. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memahami khalayak Patriot Desa dalam mengenal khalayak di sini Patriot Desa melakukan melakukan persiapan secara matang, menjalin komunikasi dengan para pemerintah desa dan para ketua kelompok masyarakat untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat serta berdiskusi dengan cara yang tidak menyinggung tentang pemberdayaan pengelolaan jambu kristal. Dalam dimensi menyusun pesan ada beberapa Patriot Desa dan Penggerak lokal lebih menekankan pada isi materi pesan yang edukatif untuk bisa disampaikan kepada masyarakat dengan melakukan dialog. Pesan disusun sedemikian rupa serta ditunjang dengan contoh nyata yang sudah terbukti terkait program yang sudah dijalankan kepada masyarakat. Dalam memilih metode komunikasi patriot desa dan penggerak lokal menggunakan metode pengulangan pesan agar pesan atau materi bisa dapat diingat terus oleh masyarakat, patriot desa juga memanfaatkan media salah satunya media sosial dan mengadakan seminar serta menggandeng tokoh-tokoh masyarakat yang memiliki kredibilitas di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Agrowisata, Strategi Komunikasi, Patriot Desa.

ABSTRACT

This research is motivated by Margajaya Village, Mangunreja District which has potential and must be further developed in the aspect of agrotourism, especially Crystal Guava agrotourism. In addition, Margajaya Village is a village with IDM status left behind. Purpose This research is to find and explain understanding audiences, compiling persuasive messages and establishing methods in village communication strategies and local drivers in the development of crystal guava agrotourism in Margajaya Village, Mangunreja District.

This research uses qualitative methods and uses a constructivistic paradigm. The data collection techniques used were in-depth interviews, participant observation, literature studies and documentation. The informants in this study amounted to two people who became village patriots as well as one village head and two resource persons who had been selected by researchers. The retrieval of informants is done through purposive sampling. Data analysis techniques used in this study are data reduction, data presentation, conclusions.

Result This research shows that in understanding the audience of Village Patriots in getting to know the audience here, Village Patriots make careful preparations, establish communication with village governments and community group leaders to socialize to the community and discuss in a way that does not mention the empowerment of crystal guava management. In the dimension of compiling messages, there are several Village Patriots and local mobilizers who emphasize more on the content of educational message materials to be conveyed to the community by conducting dialogue. The message is structured in such a way and supported by real examples that have been proven related to programs that have been carried out to the community. In choosing a method of communication between village patriots and local mobilizers using the method of repeating messages so that messages or materials can be remembered continuously by the community, village patriots also use media, one of which is social media and hold seminars and collaborate with community leaders who have credibility in the region.

Keywords: *Agrotourism, Ccommunication Strategy, Village Patriot.*