



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi salah satu industri terbesar di Indonesia, dan merupakan sektor paling bertumbuh dinamis dalam pembangunan Indonesia, serta berperan dalam proses pembangunan wilayah yaitu memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan suatu daerah maupun masyarakat. Sektor pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia, dibandingkan dengan sumber daya alam tak terbarukan karena sektor pariwisata bersifat tidak terbatas dan tidak akan habis. Pengembangan pariwisata merupakan peran yang sangat penting bagi pembangunan suatu wilayah. Adanya berbagai kegiatan pariwisata maka daerah-daerah yang memiliki potensi dasar pariwisata akan dapat lebih berkembang dan maju. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa wisata merupakan aktivitas perpindahan dalam jangka waktu sementara dari satu tempat ke tempat lainnya yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat-tempat tertentu, semua kegiatan perjalanannya didasari dengan tujuan kebutuhan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari suatu keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi. Jadi, pengertian wisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Suatu aktivitas perjalanan tentu memiliki motif dan tujuan tertentu yang selalu mengalami perubahan. Perubahan tersebut dapat terjadi karena permintaan wisatawan ataupun disesuaikan dengan berkembangnya jaman. Wisata tentunya terbagi menjadi beberapa jenis yang dikategorikan dalam beberapa klasifikasi menurut teori dari ahli, diantaranya yaitu ahli Pendit dalam Utama (2015) diklasifikasikan menjadi 7 jenis menurut daya tariknya, yaitu wisata budaya, wisata bahari, wisata cagar alam, wisata olahraga, wisata komersial, wisata industri, dan wisata kesehatan. Pada zaman milenial saat ini, Indonesia tengah berpromosi secara gencar terkait dengan dunia pariwisata, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa klasifikasi wisata secara umum sangatlah beragam, ada wisata bahari, wisata alam, wisata sejarah, dan lain sebagainya. Hal tersebut membuktikan bahwa negara Indonesia memang kaya dengan sumber daya yang bisa dijadikan sebagai destinasi wisata. Melalui gema pesona Indonesia dan promosi lainnya beberapa spot wisata Indonesia makin banyak dikenal dan diunggulkan, lalu kunjungan pun semakin bertambah. Terlebih lagi selama kurang lebih dua tahun lamanya virus corona sudah melanda negara Indonesia bahkan belahan dunia lainnya dan pada tahun 2022 virus tersebut sudah mulai mereda, bahkan penggunaan masker di ruangan terbuka pun sudah resmi diperbolehkan untuk dilepas oleh presiden Indonesia. Oleh karena itu, saat ini banyak masyarakat yang ingin kembali melakukan aktivitas di luar rumah dan tentu dunia pariwisata pun sudah mulai banyak dikunjungi oleh para wisatawan.

Sejak meredanya pandemi COVID-19, cukup ramai dalam perbincangan pariwisata mengenai konsep wisata desa. Wisata jenis ini mulai muncul di beberapa daerah di Indonesia dan mulai mengambil hati para



wisatawan. Nuryanti (dalam Yuliati & Suwandono, 2016) menjelaskan bahwa desa wisata merupakan wujud kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dikemas dalam suatu pola kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata. Perkembangan wisata desa di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dikarenakan banyaknya wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata yang masih alami dan jauh dari hiruk pikuk perkotaan.

Kota Bogor merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat. Kota Bogor terletak 60 km dari Jakarta sebagai ibu kota negara Republik Indonesia dan 120 km dari Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat. Hal ini menjadi salah satu potensi untuk pertumbuhan dan perkembangan ekonomi dan jasa, pusat kegiatan nasional bagi industri, transportasi, perdagangan, komunikasi, hingga pariwisata yang menawarkan beberapa pilihan destinasi pariwisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan karena lokasinya yang strategis. Kota Bogor yang memiliki ragam daya tarik tersebut juga menjadi magnet bagi wisatawan untuk datang, terutama warga Ibukota Jakarta. Alasan lainnya juga yaitu karena Kota Bogor memiliki lokasi pasar yang strategis, mudah dijangkau oleh para wisatawan baik dalam negeri maupun wisatawan luar negeri karena lokasinya yang berdekatan dengan kota-kota yang memiliki tingkat kepadudukan yang cukup padat seperti Jakarta, Tangerang, Bekasi dan Depok, maka dari itu Kota Bogor menjadi salah satu daerah tujuan wisatawan untuk berwisata, berlibur dan menghabiskan waktu akhir pekan di kota ini.

Kota Bogor saat ini sudah mulai banyak merancang destinasi wisata baru yang memiliki konsep seperti wisata desa yaitu berupa kampung wisata. Berdasarkan SK Wali Kota Bogor Provinsi Jawa Barat Nomor 556/Kep.97-Disparbud/2022 tanggal 18 Maret 2022 tentang Penetapan Kampung Wisata di Kota Bogor, Wali Kota Bogor memutuskan penetapan Kampung Wisata di Kota Bogor sebagaimana tercantum dalam Tabel 1.

Tabel 1 Data Kampung Wisata di Kota Bogor

No	Nama Kampung Wisata	Lokasi
1	Kampung Ciharashas Mulyaharja	Kelurahan Mulyaharja Kecamatan Bogor Selatan
2	Kampung Labirin	Kelurahan Babakan Pasar Kecamatan Bogor Tengah
3	Kampung Pulo Geulis	Kelurahan Babakan Pasar Kecamatan Bogor Tengah
4	Kampung Batik Cibuluh	Kelurahan Cibuluh Kecamatan Bogor Utara
	Kampung Perca	Kelurahan Sindangsari Kecamatan Bogor Timur
	Kampung Situ Gede	Kelurahan Situ Gede Kecamatan Bogor Barat
	Kampung Durian Rancamaya	Kelurahan Rancamaya Kecamatan Bogor Selatan

Sumber: SK Wali Kota Bogor, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa Kota Bogor sudah memiliki kampung wisata yang semakin berkembang, terlihat dari data berdasarkan SK Wali Kota Bogor, kampung wisata yang sudah diresmikan per tanggal 18 Maret 2022 berjumlah tujuh kampung. Konsep pengembangan kampung wisata mengacu pada keberadaan unsur 4A dalam pariwisata dan *community involvement* atau keterlibatan masyarakat. aspek utama (4A), diantaranya yaitu:

1. Atraksi (daya tarik) yaitu produk utama sebuah destinasi yang berkaitan dengan apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di desa wisata

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan alam, budaya masyarakat setempat, sarana permainan dan sebagainya.

2. Aksesibilitas (keterjangkauan) adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju ke desa wisata berupa akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu petunjuk jalan.
3. Amenitas (fasilitas pendukung) yaitu segala fasilitas pendukung yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas ini berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum di lokasi destinasi desa wisata.
4. Ansilaris (organisasi/kelembagaan pendukung) yakni berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus desa wisata tersebut.

Perencanaan program wisata di tujuh kampung wisata Kota Bogor merupakan salah satu rancangan yang dilakukan untuk memperkenalkan kampung wisata secara luas, menaikkan pendapatan Kota Bogor, dan menaikkan kunjungan kampung wisata di Kota Bogor. Rancangan program ini pun dilakukan atas dasar permintaan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bogor, dimana pihak Disbudpar juga bekerja sama dengan Dinas Pendidikan terkait program wisata ini, sehingga untuk *output* atau luaran yang dihasilkan pun disesuaikan dengan permintaan dari Disbudpar Kota Bogor. Program wisata yang sudah dirancang akan dilaporkan kepada pihak Disbudpar dan akan dibuat menjadi buku saku yang nantinya akan dibagikan kepada masing-masing Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) di masing-masing kampung wisata. Buku saku tersebut nantinya akan digunakan oleh *tour guide* di masing-masing kampung wisata sebagai bahan materi untuk disampaikan kepada sasaran saat program wisata ini sudah terlaksana.

Perencanaan tersebut dilakukan dengan cara merancang program wisata harian berupa paket wisata edukasi dengan menyusun *storyline* dan *storytelling* di tujuh kampung wisata. Perencanaan adalah suatu proses untuk menentukan rencana agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Pengertian tersebut juga sesuai dengan pendapat dari seorang ahli yaitu Wijayanto (2012) yang mendefinisikan bahwa perencanaan merupakan proses menetapkan tujuan dan memilih cara untuk merealisasikan tujuan tersebut. Perencanaan ini akan menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu pekerjaan yang sedang direncanakan. Definisi perencanaan program wisata adalah suatu rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mendukung perkembangan pariwisata karena program ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan arus pertumbuhan pengunjung maupun wisatawan. Penetapan tujuh kampung wisata di Kota Bogor merupakan bagian dari pengembangan destinasi wisata atas kesadaran pemerintah akan besarnya potensi yang dimiliki.

Program wisata ini akan dirancang berupa paket wisata edukasi, dengan langkah awal menginventarisasi terlebih dahulu potensi wisata yang ada, lalu mengambil data penilaian dari setiap obyek yang diperoleh dari asesor yaitu masing-masing pengelola kampung wisata dan Dinas Pariwisata Kota Bogor untuk menghasilkan *output* berupa *storyline*, *storytelling*, dan pembuatan media promosi visual berupa poster. Program wisata pun dirancang dengan memasukkan tiga konsep kegiatan wisata, yaitu *something to see*, *something to do*, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

something to buy. Yoeti (1985) menjelaskan bahwa konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu:

1. *Something to See* (terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata)

Something to see adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata, dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menarik minat dari wisatawan untuk berkunjung ke obyek tersebut.

2. *Something to Do* (terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata)

Something to do yakni kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan di tempat wisata untuk memberikan perasaan senang dan bahagia, baik menggunakan fasilitas rekreasi seperti arena bermain, tempat makan, dan lain sebagainya.

3. *Something to Buy* (terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan)

Something to buy merupakan fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Perencanaan program wisata tentu harus mempertimbangkan segalanya agar membawa dampak baik, terutama bagi para pengunjung agar dapat memperoleh hal-hal yang ingin dilihat dan diketahui mengenai destinasi yang akan dikunjungi, sehingga akan timbul kepuasan jasa pelayanan yang telah diberikan. Rasa puas tersebut akan membuat para pengunjung mempunyai kenangan yang manis akan destinasi yang telah dikunjungi. Oleh sebab itu, bukan tidak mungkin bagi pengunjung akan menimbulkan keinginan untuk berkunjung kembali, sehingga secara tidak langsung hal ini berpengaruh dalam membantu perkembangan pariwisata di Kota Bogor.

1.2 Tujuan

Tujuan dari kegiatan Tugas Akhir (TA), yaitu:

1. Menginventarisasi dan mengidentifikasi potensi sumber daya yang menjadi daya tarik di tujuh kampung wisata Kota Bogor.
2. Merancang program wisata, *storyline*, dan *storytelling* di tujuh kampung wisata Kota Bogor.
3. Merancang media promosi terkait program wisata di tujuh kampung wisata Kota Bogor.

1.3 Manfaat

Manfaat dari kegiatan Tugas Akhir (TA), yaitu:

Memperoleh informasi mengenai potensi sumber daya yang menjadi daya tarik wisata yang telah dikaji sebagai bahan pertimbangan dalam mengaplikasikan program wisata di tujuh kampung wisata Kota Bogor.

Memberikan informasi kepada para pengunjung mengenai sumber daya yang menjadi daya tarik di tujuh kampung wisata Kota Bogor melalui program wisata yang telah dirancang.

Menjadi referensi bacaan bagi kelembagaan (Kompepar) di tujuh kampung wisata Kota Bogor untuk melakukan program wisata edukasi.

Memperkenalkan program wisata yang ada di tujuh kampung wisata Kota Bogor kepada khalayak luas.



1.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir mengenai “Perencanaan Program Wisata di Tujuh Kampung Wisata Kota Bogor Provinsi Jawa Barat”, didasarkan atas potensi-potensi sumber daya yang menjadi daya tarik di tujuh kampung wisata Kota Bogor. Perencanaan ini diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk mengembangkan pariwisata di Kota Bogor terlebih lagi untuk kegiatan wisata melalui program yang dirancang melalui paket wisata harian, selain itu juga dapat membuka lapangan pekerjaan dengan adanya perencanaan kegiatan wisata tersebut. Perencanaan program wisata ini juga diharapkan mampu menjadi salah satu sumber potensi yang dimiliki oleh Kota Bogor berupa daya tarik yang diperkenalkan kepada para pengunjung melalui kegiatan wisata harian di tujuh kampung wisata.

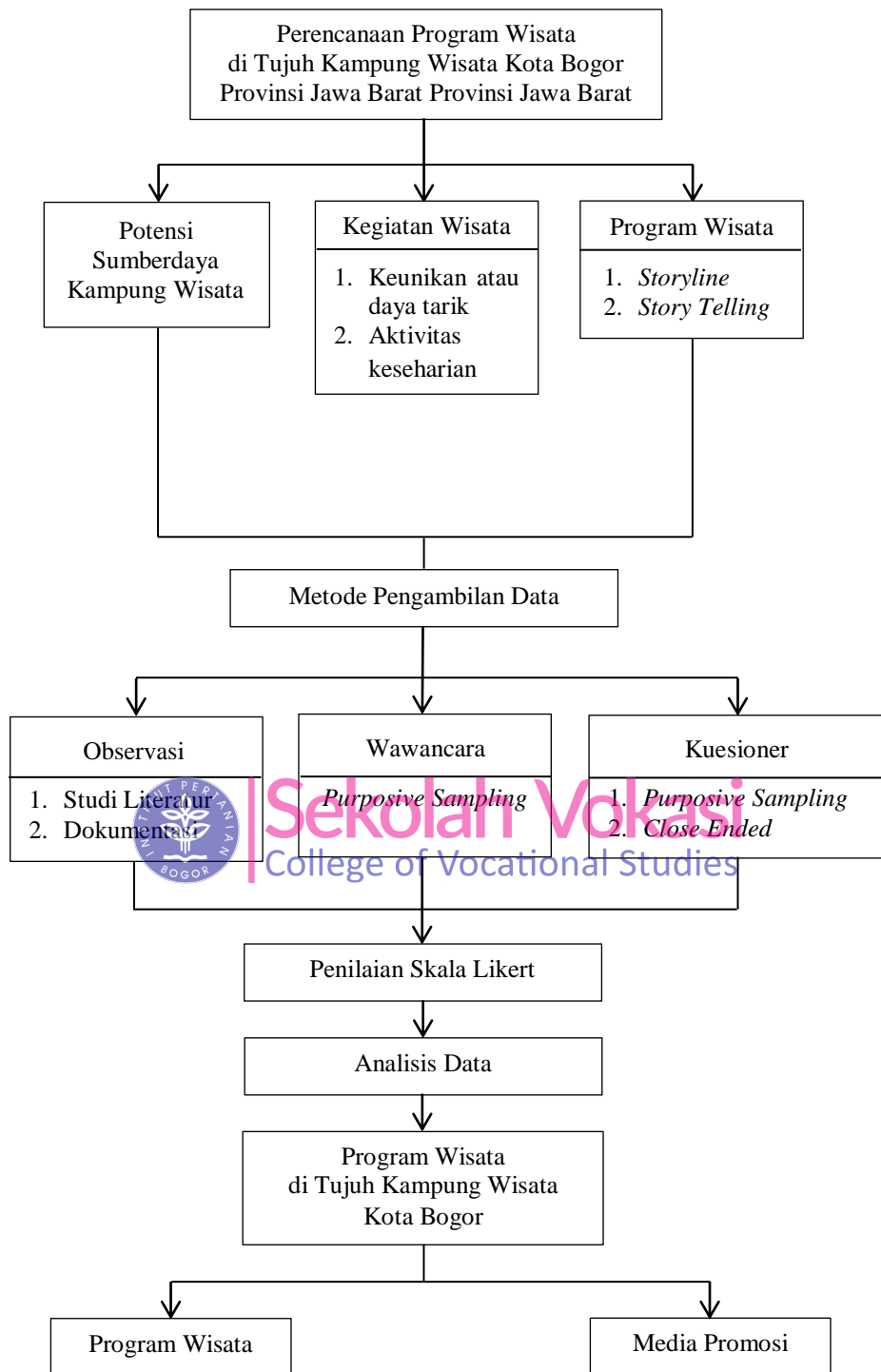
Tahap pertama yang akan dilakukan adalah mencari data kondisi umum terkait dengan kondisi di tujuh kampung wisata Kota Bogor. Tahap selanjutnya yaitu pengumpulan data mengenai potensi sumber daya yang menjadi daya tarik maupun aktivitas keseharian masyarakat di tujuh kampung wisata Kota Bogor untuk dirancang menjadi program wisata harian. Metode pengambilan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, studi literatur, penyebaran kuesioner, dan penilaian potensi sumber daya wisata kepada asesor. Tahap selanjutnya adalah data akan diolah kemudian dianalisis menggunakan penilaian skala Likert. Data yang diperoleh kemudian dibuat *output* berupa *storyline* dan *storytelling* di masing-masing kampung wisata yang dibuat menggunakan dua bahasa (bilingual) yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris serta media promosi visual berupa poster. Berikut merupakan bagan kerangka berpikir dari Perencanaan Program Wisata di Tujuh Kampung Wisata Kota Bogor.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Gambar 1 Kerangka Berfikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1.5 Luaran

Luaran dari kegiatan Tugas Akhir Perencanaan Program Wisata di Tujuh Kampung Wisata Kota Bogor Provinsi Jawa Barat terdiri dari beberapa poin, yakni program wisata edukasi, *storyline*, dan *storytelling* dari masing-masing kampung wisata yang berisi materi mengenai daya tarik maupun aktivitas keseharian yang dilakukan masyarakat di tujuh kampung wisata Kota Bogor. *Story* ini akan dirancang dalam dua bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Poin selanjutnya yaitu pembuatan media promosi berupa poster yang diharapkan dapat membantu dalam hal mempromosikan program wisata di tujuh kampung wisata Kota Bogor sehingga bisa lebih dikenali oleh masyarakat luas. Program wisata ini disusun berdasarkan hasil observasi serta wawancara kepada Dinas Pariwisata dan pengelola masing-masing kampung wisata terkait potensi sumber daya yang menjadi daya tarik di tujuh kampung wisata Kota Bogor.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.