

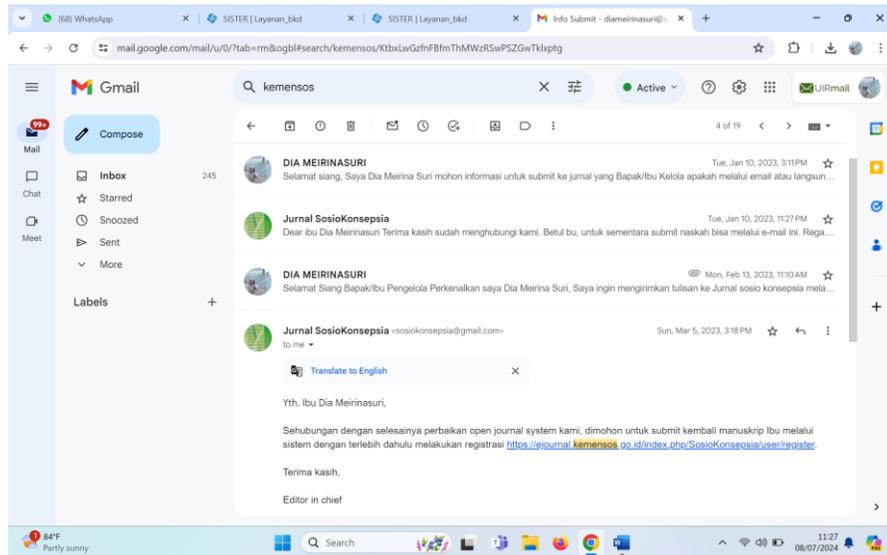
BUKTI KORESPONDENSI
ARTIKEL JURNAL INTERNASIONAL BEREPUTASI

Judul artikel : Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Objek Wisata dengan Memanfaatkan Modal Sosial
Jurnal : Sosio Konsepsia : Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial, 2023, volume12(3), 170 - 180
Penulis : **Dia Meirina Suri**, Moris Adidi Yogia, Cifebrima Susyanti

No.	Perihal	Tanggal
1.	Bukti konfirmasi submit artikel dan artikel yang disubmit	10 januari 2023
2.	Bukti konfirmasi review dan hasil review	13 Februari 2023
3.	Bukti konfirmasi artikel published online	29 November 2023

1
Bukti Konfirmasi Submit
Artikeldan Artikel yang
Disubmit
(10 Januari)

Submission Sosio Konsepsia



Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Objek Wisata dengan Memanfaatkan Modal Sosial

Dia Meirina Suri ^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-6090-009x>

Moris Adidi Yogia² <https://orcid.org/0000-0001-8172-2387>

Cifebrima Suyastri ³ <https://scholar.google.co.id/citations?user=bHDV3qUAAAAJ&hl=id&oi=ao>

¹ Universitas Islam Riau, Program Studi Administrasi Publik, Provinsi Riau, Indonesia

² Universitas Islam Riau, Program Studi Ilmu Administrasi, Provinsi Riau, Indonesia

³ Eotvos Lorand University, Faculty of Social Sciences Doctoral School of Sociology
Departement International Studies, Hungary

* Korespondensi: diameirinasuri@soc.uir.ac.id ; +628126835735

Diterima: tanggal; Disetujui: tanggal; Diterbitkan: tanggal

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat sekitar objek wisata dengan pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan objek wisata. Pandemi Covid 19 yang terjadi memberikan pengaruh terhadap objek wisata, jumlah wisatawan yang berkunjung turun secara drastis, hal ini menyebabkan kondisi perekonomian masyarakat sekitar menjadi menurun. Kondisi tersebut menuntut adanya pemberdayaan masyarakat sehingga masyarakat lebih aktif dan partisipatif dalam mengelola objek wisata. Pengembangan objek wisata berbasis pemberdayaan masyarakat akan memberikan pengaruh bagi peningkatan pendapatan dan perekonomian masyarakat disekitar objek wisata tersebut. Permasalahannya adalah bagaimana masyarakat memanfaatkan modal sosial yang ada untuk pengembangan objek wisata. Metode yang digunakan adalah kualitatif interpretatif, dalam pengumpulan informasi digunakan data primer yang didapatkan melalui observasi, dan wawancara mendalam. Untuk mendapatkan hasil yang valid dan kredibel digunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan modal sosial memiliki kontribusi dalam pengembangan objek wisata, modal sosial dalam bentuk jaringan yang dibangun secara online maupun offline oleh masyarakat sekitar objek wisata, komunikasi dengan stakeholder dan pihak swasta, adanya kepercayaan yang dibangun oleh masyarakat serta keterbukaan untuk pengembangan objek wisata. Direkomendasikan untuk pengembangan objek wisata dapat memanfaatkan modal sosial melalui pemberdayaan masyarakat sekitar objek wisata.

Kata kunci: Pemberdayaan; Modal Sosial; Jaringan; Komunikasi

Abstract: This study aims to analyze community empowerment around tourist objects by utilizing social capital in developing tourist objects. The Covid 19 pandemic that occurred had an impact on tourist attractions, the number of tourists visiting dropped drastically, this caused the economic conditions of the surrounding community to decline. This condition requires community empowerment so that people are more active and participatory in managing tourist objects. The development of tourism objects based on community empowerment will have an impact on increasing the income and economy of the people around these tourist objects. The problem is how the community utilizes existing social capital for the development of tourist attractions. The method used is interpretive qualitative, in gathering information using primary data obtained through observation and in-depth interviews. To obtain valid and credible results, triangulation techniques are used. The results of the study show that community empowerment by utilizing social capital contributes to the development of tourist attractions, social capital in the form of networks built online and offline by the community around the tourist attraction, communication with stakeholders and the private sector, the existence of trust built by the community and openness to tourist attraction development.

Keywords: Empowerment; Social Capital; Network; Communication

1. Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat berbasis modal sosial menjadi alternatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam pembangunan berkelanjutan, modal sosial menjadi hal penting mengingat konsep pembangunan yang bersifat *bottom-up* dengan adanya pemberdayaan masyarakat (Susanti, 2020). Pemanfaatan modal sosial melalui pemberdayaan masyarakat sudah sering dilakukan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat termasuk dalam pengembangan objek wisata. Indonesia memiliki objek wisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, permasalahan utama dalam pengembangan objek wisata adalah dukungan dari pemerintah dalam pengelolaannya, karena banyaknya objek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Alternatif pengembangan objek wisata adalah dengan pemberdayaan masyarakat disekitar objek wisata dengan memanfaatkan modal sosial. Pandemi Covid 19 yang melanda seluruh negara yang ada di dunia termasuk Indonesia memberikan pengaruh terhadap seluruh kegiatan masyarakat. Salah satu sektor yang merasakan dampak dari pandemi ini adalah objek wisata. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata menurun sehingga memberikan pengaruh terhadap pendapatan masyarakat disekitar objek wisata. Situasi ini membuat masyarakat yang mengelola objek wisata harus mampu untuk mendatangkan kembali pengunjung

Commented [WW1]: Didukung dengan data akan lebih kuat

dengan memanfaatkan modal sosial berupa komunikasi serta jaringan yang dimiliki untuk pengembangan objek wisata tersebut.

Pengembangan pariwisata memiliki peranan penting sebagai penggerak perekonomian masyarakat dan apabila dikelola dengan baik akan memberikan pendapatan bagi pemerintah setempat dari retribusi yang dihasilkan. Pengembangan objek wisata dari segi sosial akan memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Dengan potensi yang dimiliki oleh objek wisata, maka partisipasi masyarakat sekitar sangat dibutuhkan dalam pengembangan objek wisata itu sendiri seperti berkontribusi dalam kegiatan pembangunan begitu juga dalam menjaga kelestarian objek wisata tersebut, karena dengan pembangunan dan terjaganya objek wisata akan meningkatkan minat dari wisatawan untuk datang berkunjung. Oleh sebab itu pemanfaatan modal sosial sangat penting dilakukan. Modal sosial memiliki peranan dalam pengembangan objek wisata, objek wisata merupakan sarana yang cukup efektif dalam pengembangan perekonomian, permasalahan yang sering terjadi adalah kekurangan modal dalam proses pengembangannya.

Pembangunan berbasis masyarakat dapat dikatakan berhasil dilakukan dilihat dari modal komunitas, modal sumberdaya alam, modal ekonomi produktif dan modal sosial. Salah satu pembangunan berbasis masyarakat yang dilakukan adalah pengembangan objek wisata, pengembangan berbasis masyarakat ini disebut juga dengan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat menjadi pilihan untuk meningkatkan mata pencaharian masyarakat melalui pengelolaan objek wisata menggunakan modal sosial. Pemanfaatan modal sosial dilakukan karena keterbatasan pemerintah dalam mengembangkan objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Cara yang bisa diterapkan dalam pengembangan objek wisata adalah dengan pemanfaatan modal sosial, (Utami, 2020). Objek wisata yang dikembangkan akan mendatangkan wisatawan yang akan memberikan pengaruh bagi peningkatan pendapatan dan perekonomian masyarakat disekitar objek wisata tersebut, (Upadani, 2017). Pengembangan yang lambat oleh pemerintah menjadikan masyarakat sekitar tidak merasakan manfaat dari objek wisata tersebut. Kondisi tersebut menuntut masyarakat untuk lebih aktif dan partisipatif dalam memanfaatkan potensi objek wisata tersebut. Modal sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan interaksi sosial serta untuk memupuk kepercayaan dan kerjasama dalam pengembangan objek wisata, (Ozgun, Tarim, Delen, & Zaim, 2022). Kekurangan modal sosial menyebabkan pengelola objek wisata kehilangan akses ke sumber daya dan keuntungan dari jaringan yang dimiliki, selain itu kurangnya modal sosial juga memiliki efek negatif dalam menunjukkan potensi objek wisata yang mereka miliki. Selain itu, modal sosial melalui jaringan media sosial online yang kuat dimanfaatkan sebagai tempat untuk melakukan promosi terhadap calon pengunjung serta untuk tempat saling berbagi informasi seputar objek wisata tersebut.

Kabupaten Kampar memiliki beberapa objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan, seperti Pulau Cinta dan Panorama Ulu Kasok. Dua objek wisata ini memiliki daya tarik tersendiri. Pulau cinta menawarkan wisata sungai dengan pasir dipinggiran sungai sedangkan ulu kasok menawarkan panorama dengan pemandangan alam yang sangat indah. Objek wisata ini sangat berpotensi menarik minat masyarakat untuk berkunjung sehingga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar terutama dalam meningkatkan penghasilan mereka. Permasalahan yang terjadi adalah belum maksimalnya pemerintah dalam mengembangkan objek wisata ini sehingga pemanfaatan modal sosial sangat penting dalam pengembangannya. Hal yang paling penting adalah peran aktif masyarakat disekitar objek wisata tersebut yang bisa dijadikan sebagai modal sosial dalam mengembangkan objek wisata tersebut.

Karakteristik kelompok atau komunitas menjadi acuan pemanfaatan modal sosial dalam pemenuhan keinginan secara menyeluruh. Modal sosial mengacu pada sifat-sifat organisasi seperti jejaring sosial, kepercayaan, saling pengertian, nilai-nilai bersama, dan perilaku yang mengikat anggota, sementara koordinasi dan kerja sama akan menjembatani untuk mencapai tujuan tertentu (Cohen & Prusak, 2002; R. Putnam, 1993; Schuller, Baron, 2000). Hawkins dan Maurer (2009) mencatat bahwa pemanfaatan modal sosial terjadi dari hasil hubungan terlemah namun memberikan hasil yang paling

Commented [WW2]: Huruf kapital

Commented [WW3]: Sumber informasi?
Bisa lebih dieksplorasi masalah/kompleksitas pengelolaan wisata di Kab Kampar sebagai pintu masuk penelitian, sehingga menguatkan urgensi pemberdayaan melalui modal sosial.

berharga karena pemanfaatan modal sosial memberikan akses dan koneksi ke struktur kekuasaan dan institusi. Tidak seperti ikatan yang menjembatani dan menghubungkan yang dikarakterisasi oleh paparan dan pengembangan ide, nilai, dan perspektif baru (Hawkins & Maurer, 2009). Kepercayaan adalah elemen mendasar dalam modal sosial (Paraskevopoulos, 2010; Shimada, 2015). Saling percaya bahwa tidak ada pihak dalam pertukaran yang akan mengeksploitasi kerentanan orang lain merupakan komponen terpenting dari modal sosial dan merupakan prasyarat untuk kesuksesan kompetitif (Paraskevopoulos, 2010). Ada dan Bolat (2010), menyatakan bahwa modal sosial memfasilitasi aliran informasi yang memberikan dasar untuk bertindak dan membantu pencapaian tujuan individu dan masyarakat.

Ada tiga bentuk modal sosial yang terdiri dari **bonding, bridging, dan linking**. Ikatan modal sosial mengacu pada hubungan di antara anggota jaringan yang sama dalam beberapa karakteristik seperti status demografis, sosial, atau etnis atau di antara individu komunitas yang sudah saling mengenal (Putnam, 2000). Modal sosial mengacu pada hubungan di antara orang-orang yang berbeda dengan cara yang dapat dibuktikan seperti usia, kondisi sosial-ekonomi, ras atau etnis, dan pendidikan (Szreter & Woolcock, 2004), pemanfaatan modal sosial yang terjadi adalah sejauh mana individu membangun hubungan dengan institusi dan individu yang memiliki kekuatan relasi atas mereka untuk menyediakan akses ke layanan, pekerjaan, atau sumber daya (Woolcock, 2001). Sementara itu, Portes (1998) dan Arrow (2011) menyebutkan bahwa dengan modal sosial, anggota atau kelompok dalam komunitas yang memiliki akses ke manfaat dan sumber daya memiliki kecenderungan untuk mengecualikan non anggota dari akses. Oleh karena itu, modal sosial memiliki peringatan tersendiri. Membangun modal sosial berdasarkan interaksi sosial melalui jejaring sosial dapat memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pengembangan sebuah organisasi termasuk objek wisata. Bantuan berupa promosi yang didapatkan dari jaringan yang terdapat pada jejaring sosial sangat memberikan dampak dalam objek wisata, (Cheung & Chan, 2010).

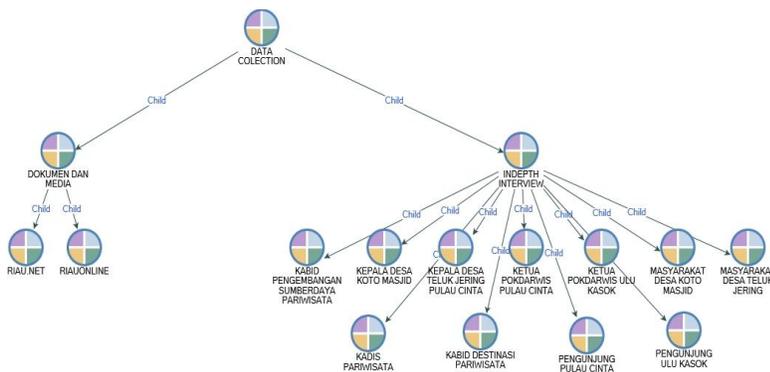
Konsep modal sosial didefinisikan oleh berbagai faktor yang saling terkait, seperti kepercayaan, solidaritas, keadilan, jaringan, inklusi dan kohesi sosial, komunikasi dan pemberdayaan, (Rustinsyah, Prasetyo, & Adib, 2021). (Zhou, Chan, & Song, 2017) mendefinisikan modal sosial sebagai pemanfaatan dari sumber daya potensial yang terkait dengan jaringan yang terbentuk dari hubungan yang terjalin lama dan adanya hubungan timbal balik yang terjadi. (Zhou et al., 2017) juga menunjukkan bahwa modal sosial terdiri dari kewajiban sosial (koneksi), yang dapat dikonversi dalam konteks tertentu menjadi kapital ekonomi, (García-Villaverde, Ruiz-Ortega, Hurtado-Palomino, De La Gala-Velásquez, & Zirena-Bejarano, 2021). Modal sosial berperan penting dalam mengembangkan perekonomian masyarakat, karena modal sosial dapat membangun komunitas yang kuat termasuk dalam pengembangan objek wisata, (Knollenberg, Arroyo, Barbieri, & Boys, 2021). (Musavengane & Kloppers, 2020), mencatat bahwa masyarakat dengan modal sosial, ekonomi dan lingkungan yang kuat cenderung lebih tangguh daripada tempat-tempat yang tidak memiliki modal sosial. Modal sosial menekankan pada pembangunan jaringan sosial yang mengarah pada kelompok produktif dengan norma, nilai, dan pemahaman bersama, (Musavengane & Simatele, 2016). Modal sosial dapat menjadi kendaraan di mana akumulasi berbagai bentuk modal dapat dicapai dan berkontribusi pada pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan (Musavengane & Kloppers, 2020). Modal sosial juga didefinisikan sebagai jaringan hubungan yang mempromosikan pengembangan dan penyebaran sumber daya dan keuntungan yang dapat bermanfaat bagi individu maupun kolektif (Nunkoo, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Zhou et al., 2017) mengenai pemanfaatan modal sosial dan kewirausahaan dalam mengembangkan pariwisata salah satu desa di Cina menemukan bahwa pada saat melakukan pengembangan pariwisata masyarakat memiliki harapan yang tinggi untuk objek wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi modal sosial yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata dan menganalisis pemberdayaan masyarakat disekitar objek wisata dengan memanfaatkan modal sosial.

Commented [WW4]: Bahasa asing cetak miring

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif interpretatif yang bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dengan pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan objek wisata. Adapun lokasi penelitian dilakukan di objek wisata Pulau Cinta dan Objek Wisata Panorama Ulu Kasok di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Untuk mencapai tujuan tersebut maka yang pertama dilakukan adalah mengumpulkan data melalui observasi dengan melihat permasalahan yang terjadi dalam pemanfaatan modal social dalam pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan objek wisata. Untuk mendapatkan data primer atau informasi dilakukan wawancara mendalam kepada informan yang terdiri dari Ketua Pokdarwis, Kepala Dinas Pariwisata, Kabid Pengembangan Sumberdaya Pariwisata, Kepala Desa, Masyarakat yang turut berperan dalam pengelolaan objek wisata, kemudian melakukan studi dokumentasi dengan mengumpulkan informasi yang ada di media online yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata tersebut. Proses pengumpulan data dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:

Commented [WW5]: Kapan penelitian ini dilakukan?



Gambar 1.1 Pengumpulan Data Melalui Wawancara Mendalam dan Analisis Dokumen dan Media

Hasil wawancara dengan informan penelitian dan pemberitaan di media online akan dimasukkan kedalam data set aplikasi pengolah data Nvivo12 Plus dan dilakukan pengcodingan data sesuai dengan masing-masing indikator penelitian dalam bentuk node yang sesuai dengan ruang lingkup penelitian, Analisa data menggunakan fitur **Crosstab, chart dan hierarchy chart** yang ada di aplikasi Nvivo 12 Plus, berdasarkan hasil coding didapatkan data yang kemudian dianalisis secara triangulasi dan menghasilkan gambaran mengenai sejauh mana pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam pemanfaatan modal sosial pada pengembangan objek wisata, hasil analisis disajikan secara deskriptif.

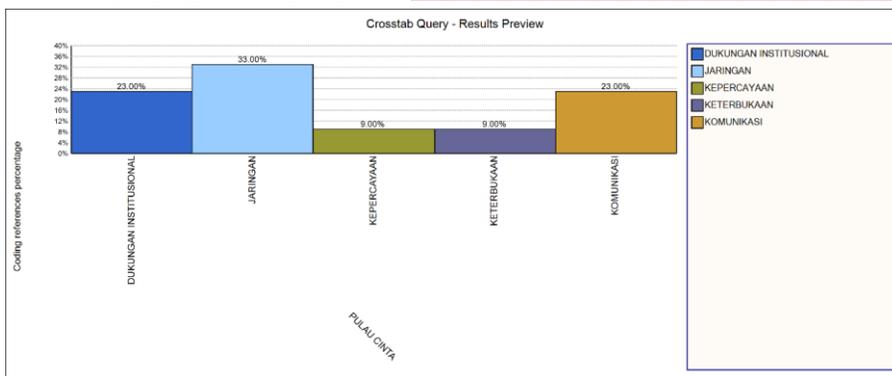
3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Identifikasi Pemanfaatan Modal Sosial

Modal sosial memiliki cakupan dimensi yang sangat beragam, keberagaman tersebut terjadi dikarenakan perbedaan sudut pandang yang dijadikan sebagai rujukan dalam menjelaskan arti dari modal sosial. Modal sosial berbeda dengan modal manusia, modal manusia lebih menekankan kepada keahlian atau daya yang dimiliki individu, sedangkan pada modal sosial lebih melihat bagaimana potensi yang dimiliki individu atau kelompok dan bagaimana hubungan satu kelompok dengan kelompok lainnya dalam jaringan sosial, norma, nilai, kepercayaan yang dibangun (Arta, 2012).

Kemampuan yang muncul dari adanya kepercayaan (*trust*) dalam sebuah komunitas bisa dijadikan sebagai modal sosial, (Jovita, Nashir, Mutiarin, Moner, & Nurmandi, 2019). Untuk mencapai keuntungan dan kemajuan bersama dibutuhkan modal sosial yang mampu memberikan motivasi, ide, kepercayaan dalam pergerakan masyarakat. Kompleksitas persoalan akan lebih mudah diselesaikan jika masyarakatnya memiliki modal sosial yang tinggi, (Rustinsyah et al., 2021). Dengan adanya toleransi, kepercayaan, kerjasama yang merupakan indikator dari modal sosial, maka akan lebih mudah membangun jaringan dalam kelompok masyarakat atau antar kelompok masyarakat. Kabupaten Kampar memiliki beberapa objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan, dalam penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah objek wisata pulau cinta dan objek wisata ulu kasok, penelitian ini melihat sejauh mana modal sosial dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata ini. Selanjutnya berdasarkan data hasil penelitian yang dilakukan di objek wisata Pulau cinta diketahui bahwa modal sosial yang dimanfaatkan terdiri dari dukungan institusional, jaringan, kepercayaan, keterbukaan dan komunikasi yang dapat dilihat pada gambar 2:

Commented [WW6]: Bagaimana proses menemukan konsep modal sosial yang digunakan ini?



Gambar 2. Modal Sosial yang dimanfaatkan pada Objek Wisata Pulau Cinta

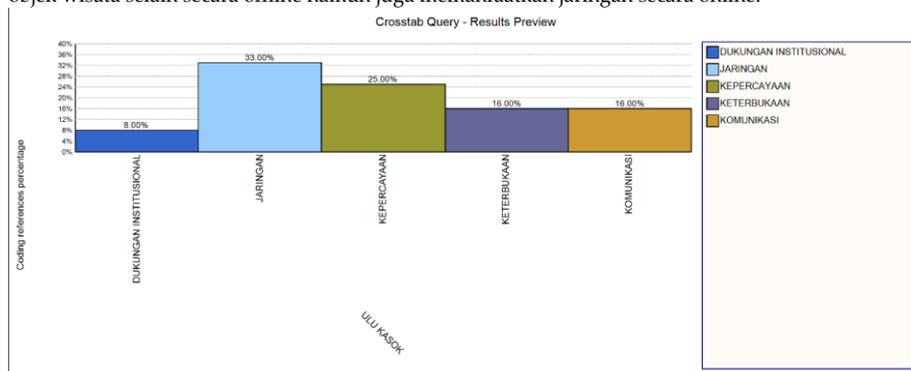
Gambar dua merupakan hasil identifikasi mengenai modal sosial yang dimanfaatkan pada Objek Wisata Pulau Cinta. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap Informan yang terdiri dari Kepala Dinas Pariwisata, Ketua Pokdarwis, Kepala Desa dan Masyarakat dapat diketahui bahwa modal sosial yang paling banyak dimanfaatkan dalam pengembangan Objek Wisata adalah Jaringan, dengan persentase sebesar 33, jaringan merupakan hubungan yang tercipta antara masyarakat yang ada disekitar Objek Wisata dengan kelompok sadar wisata yang dibentuk untuk mengelola objek wisata, (Haridison, 2013). Dukungan dari masyarakat sekitar untuk kemajuan objek wisata menjadi dasar untuk mengembangkan objek wisata pulau cinta. Dengan demikian jaringan menjadi penting untuk dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata, (Lee & Hallak, 2020) karena akan mengurangi biaya dalam pengelolaan dan pengembangan Obyek Wisata di Kabupaten Kampar. Jaringan sebagai modal yang memiliki manfaat dalam interaksi antar masyarakat yang dapat memainkan perannya untuk mengurangi biaya yang muncul dalam kegiatan pengembangan tersebut, (Nunkoo, 2017).

Dengan modal sosial berbentuk jaringan, pengembangan objek wisata dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan dengan melibatkan pemangku kepentingan (Isni Reniati & Agung Fauzi, 2022). Dukungan institusional juga berperan cukup banyak dalam pengembangan objek wisata Pulau Cinta, dari hasil penelitian menunjukkan sebesar 23% dukungan institusional dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata di Pulau Cinta. Dukungan Institusional terlihat dari adanya Pokdarwis yaitu sebuah organisasi yang dibentuk dibawah Dinas Pariwisata. Dukungan Institusional dari

pemerintah dengan adanya pembinaan dan pendampingan yang diberikan terhadap Pokdarwis mampu menciptakan dan menggali potensi objek wisata yang ada di Pulau Cinta. Selain dari adanya Pokdarwis, Pemerintah Desa juga melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap setiap usaha dalam pengembangan Objek wisata ini.

Pengembangan objek wisata akan memberikan pengaruh terhadap norma dan budaya disekitar objek wisata, oleh sebab itu dukungan institusi berperan dalam menjaga norma-norma dan budaya disekitar objek wisata tersebut. Adanya dukungan institusi akan menjaga norma tetap terjaga dengan adanya aturan-aturan baik tertulis maupun tidak tertulis yang akan mengontrol sikap dan perilaku wisatawan selain itu dengan adanya institusi juga akan memudahkan dalam menyelesaikan setiap permasalahan dalam pengembangan objek wisata. Modal sosial lainnya yang dimanfaatkan adalah komunikasi, dengan persentase sebesar 23% menunjukkan bahwa komunikasi menjadi hal yang penting dalam pengembangan objek wisata. Dalam modal sosial komunikasi yang terjalin dapat meningkatkan keterbukaan dan kepercayaan dalam pengembangan objek wisata, (Simbolon, 2018). Salah satu komunikasi yang dilakukan masyarakat disekitar objek wisata adalah antara pengelola dengan masyarakat sekitar yang ikut terlibat seperti pedagang makanan, pemilik wahana pendukung dan pengelola parkir yang saling memberikan informasi terkait pengunjung yang datang. Modal sosial yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata di Pulau Cinta merupakan rangkaian dari proses hubungan yang terjadi pada masyarakat yang dimulai dari adanya jaringan, sikap saling percaya serta komunikasi yang terjaga akan memberikan dampak yang positif bagi pembangunan yang dilakukan.

Pada objek wisata kedua yaitu objek wisata Ulu Kasok yang merupakan Objek Wisata dengan pemandangan alam yang dilihat dari perbukitan, pemanfaatan modal sosial yang teridentifikasi dimanfaatkan paling dominan adalah jaringan, jaringan adalah modal sosial yang paling menguntungkan untuk mengembangkan objek wisata Ulu Kasok, dengan adanya jaringan yang terbentuk dalam masyarakat, menjadikan mereka mampu bekerjasama untuk menjadikan kawasan Ulu Kasok menjadi sebuah objek wisata yang menarik. Jaringan yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata selain secara offline namun juga memanfaatkan jaringan secara online.



Gambar 3. Modal Sosial pada Objek Wisata Ulu Kasok

Gambar tiga menunjukkan bahwa modal sosial yang banyak dimanfaatkan adalah jaringan, hal ini terlihat dari hasil wawancara yang dikoding dan diolah dengan menggunakan Nvivo12 plus menunjukkan persentase jaringan yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata ulu kasok adalah sebesar 33%, artinya jaringan menjadi modal sosial yang paling banyak dimanfaatkan. Jaringan yang terbentuk dalam membangun objek wisata ini adalah antara masyarakat pengelola objek wisata dengan para pelaku usaha, dengan menambah sarana prasarana serta fasilitas rumah makan yang menjadikan minat pengunjung menjadi meningkat.

Dengan meningkatnya teknologi informasi, maka pemanfaatan jaringan secara online juga dilakukan untuk pengembangan objek wisata, promosi yang dilakukan melalui media sosial terlihat memberikan kontribusi dalam menaikkan jumlah pengunjung ke objek wisata. Promosi yang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, Status Whatsapp memberikan kontribusi yang cukup tinggi dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke objek wisata. Teknologi digital memberikan manfaat yang besar dalam pada perluasan jaringan dalam mengembangkan sebuah usaha termasuk objek wisata, (Isn Reniati & Agung Fauzi, 2022). Selain dari jaringan yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata, adanya kepercayaan sesama masyarakat dalam mengembangkan objek wisata juga menjadi modal sosial yang bermanfaat, hal ini dapat dilihat dari persentase sebesar 25% yang didapatkan dari hasil penelitian.

Kepercayaan yang dibangun menjadikan mereka saling mendukung untuk kemajuan objek wisata ini. Membangun kepercayaan merupakan kunci utama dari modal sosial dalam pengembangan objek wisata, adanya saling percaya dari masyarakat bahwasanya pembangunan yang dilakukan pada objek wisata akan memberikan dampak positif terutama bagi perekonomian masyarakat. Membangun kepercayaan masyarakat dilakukan dengan partisipasi yang sungguh-sungguh dari masyarakat dalam mengembangkan objek wisata ini sehingga masyarakat lainnya akan turut berpartisipasi dalam pembangunan. Jika dilihat dari hasil penelitian di objek wisata ulu kasok, dukungan institusional sangat kurang dalam pengembangan objek wisata tersebut, hanya sebesar delapan persen. Dukungan intitusional menciptakan manfaat yang cukup besar bagi pengembangan objek wisata (Knollenberg et al., 2021). Dukungan tersebut memberikan kemudahan terutama untuk mengikat dan menjembatani dalam pengembangan objek wisata, (Tingginehe., 2020).

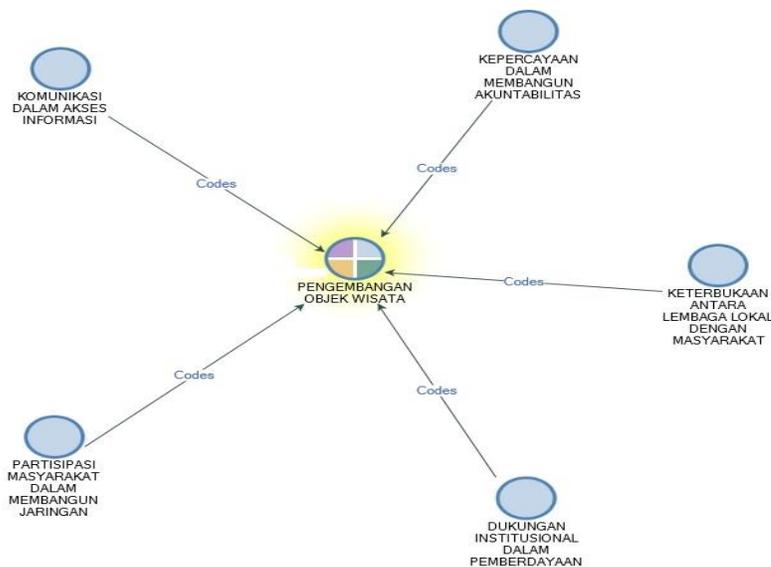
Secara khusus, temuan menunjukkan bahwa modal sosial yang mengikat dan memfasilitasi di antara pemangku kepentingan dalam kelompok yang sama melalui dukungan institusional belum terlihat. Kolaborasi yang dihasilkan antara pemangku kepentingan yang sama merupakan kontributor utama dalam pengembangan objek wisata. Pentingnya dukungan institusi adalah untuk membangun pendekatan secara terpadu untuk pengembangan pariwisata. Dukungan institusional yang mampu menjembatani modal sosial dan mendorong kolaborasi di antara para pemangku kepentingan yang memiliki tujuan yang sama akan memudahkan dalam pengembangan objek wisata. Elemen lainnya yang dimanfaatkan dalam modal sosial untuk pengembangan objek wisata adalah adanya keterbukaan dan komunikasi, keterbukaan dan komunikasi yang dimanfaatkan adalah masing-masing sebesar 16%. Masyarakat yang mampu memanfaatkan modal sosial dengan baik akan lebih mudah untuk menyelesaikan setiap persoalan yang dihadapi. Panorama Ulu Kasok yang memiliki potensi yang cukup bagus untuk dikembangkan, dengan adanya partisipasi masyarakat serta adanya rasa saling memiliki dan saling menghormati sehingga perkembangan objek wisata ini berjalan dengan baik. Meskipun disekitaran objek wisata Panorama Ulu Kasok juga bermunculan objek wisata serupa, namun masyarakat disekitar mampu untuk bekerjasama dalam memajukan objek wisata yang ada didaerah mereka, artinya persaingan yang terjadi tidak melewati batas norma-norma yang berlaku.

3.2 Pemberdayaan dan Modal Sosial dalam Pengembangan Objek Wisata

Pengembangan objek wisata termasuk dalam kegiatan pembangunan, ketika masyarakat disekitar objek wisata bersama-sama melaksanakan pembangunan dengan memanfaatkan modal sosial, maka kegiatan pemberdayaan masyarakat akan terjadi secara langsung. Adanya partisipasi masyarakat sekitar yang secara bersama-sama membangun objek wisata dengan tujuan mendatangkan banyak wisatawan merupakan salah satu pemanfaatan modal sosial yang dilakukan (Susanti, 2022.). pemberdayaan masyarakat yang terjadi dalam pengembangan objek wisata adalah pada saat munculnya jaringan yang terbentuk dari adanya komunikasi yang dilakukan pada kelompok masyarakat, komunikasi yang terjalin tidak terlepas dari peran kelembagaan yang ada sehingga mampu menggali modal sosial yang ada pada

masyarakat, menurut Fukuyama (2001), lembaga-lembaga lokal mampu mempercepat kegiatan pembangunan dikarenakan memiliki modal sosial yang dimanfaatkan. Kelompok masyarakat yang berada di sekitar objek wisata memiliki modal sosial berupa jaringan yang dimanfaatkan secara online maupun offline. Jaringan terbentuk karena adanya komunikasi diantara kelompok masyarakat yang sama-sama berusaha dalam meningkatkan perekonomiannya. Komunikasi yang terjalin memberikan semangat dan kekuatan untuk berusaha mempromosikan objek wisata kepada masyarakat secara luas, dengan memanfaatkan media sosial dan interaksi dengan masyarakat lainnya dengan memanfaatkan fasilitas internet.

Dalam pengembangan objek wisata, pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan modal sosial dilakukan dengan komunikasi dalam mengakses informasi, kepercayaan dalam membangun akuntabilitas, keterbukaan antara lembaga lokal dan masyarakat, partisipasi masyarakat dalam membangun jaringan serta dukungan institusional dalam pemberdayaan masyarakat.



Gambar 3. Pemberdayaan dan Modal Sosial dalam Pengembangan Objek Wisata

Gambar 3 menunjukkan bahwa dalam pengembangan objek wisata, modal sosial yang dimanfaatkan dalam pemberdayaan masyarakat yang **pertama** adalah komunikasi dalam mengakses informasi, komunikasi yang dilakukan antara masyarakat sekitar objek wisata dengan lembaga lokal, dan masyarakat dengan pemerintah secara online ataupun offline. Komunikasi bertujuan untuk memberikan ataupun mendapatkan informasi sejauh mana perkembangan objek wisata. Komunikasi juga dimanfaatkan untuk mendapatkan dukungan baik dari lembaga lokal ataupun dari pemerintah. Komunikasi yang telah dilakukan memberikan manfaat yang baik untuk perkembangan objek wisata. Komunikasi yang dibangun masyarakat sekitar objek wisata adalah antara masyarakat pengelola objek wisata dengan pengunjung, komunikasi yang ramah menjadikan pengunjung merasa nyaman pada saat berwisata. Komunikasi selanjutnya adalah antara masyarakat dengan lembaga lokal dan lembaga pemerintah, komunikasi yang terjalin menjadikan lembaga lokal dan pemerintah setempat ikut

mendukung pengembangan objek wisata dengan mempromosikan objek wisata di media. Pemerintah juga melakukan komunikasi untuk meningkatkan motivasi masyarakat sekitar objek wisata dalam mengembangkan objek wisata serta mampu menggali potensi yang dimiliki, sehingga masyarakat memiliki kemampuan untuk meningkatkan perekonomian. Permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam mengelola objek wisata juga dikomunikasikan kepada lembaga lokal dan pemerintah sehingga memudahkan lembaga lokal dan pemerintah membantu dalam menyelesaikan permasalahan.

Modal sosial dalam pemberdayaan yang **kedua** adalah kepercayaan dalam membangun akuntabilitas, dalam pemberdayaan masyarakat, akuntabilitas sangatlah penting agar rasa saling percaya diantara masyarakat, kelompok masyarakat dan lembaga lokal serta pemerintah dapat menjadi pondasi yang kuat dalam membangun objek wisata. Kepercayaan diantara masyarakat pengelola objek wisata sangatlah penting, karena dengan adanya kepercayaan maka kerjasama dapat dibangun dengan baik sehingga aktivitas di objek wisata akan selalu berjalan dan masyarakat akan menjadi produktif. Kepercayaan bahwasanya objek wisata akan mendatangkan pengunjung jika fasilitas tersedia dengan baik seperti tempat duduk untuk bersantai, makanan dan minuman ringan yang disediakan oleh pedagang maka pengelola akan berusaha untuk memastikan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana di tempat wisata. Pemerintah berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah bahwasanya pemerintah mendukung kegiatan yang dilakukan masyarakat.

Modal sosial dalam pemberdayaan yang **ketiga** adalah keterbukaan antara lembaga lokal dan masyarakat, keterbukaan antara masyarakat dengan lembaga lokal dimulai dari perencanaan dukungan dari lembaga lokal dalam pengembangan objek wisata, lembaga lokal dalam hal ini adalah pokdarwis yang merupakan lembaga yang bertindak dalam mendukung kegiatan masyarakat sekitar objek wisata dalam mengembangkan objek wisata. Adanya keterbukaan dalam perencanaan membuat masyarakat memiliki semangat dan motivasi sehingga bersama-sama mewujudkan tujuan yang direncanakan. Keterbukaan juga dapat dilihat pada saat adanya permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam pengelolaan objek wisata, lembaga lokal akan berkoordinasi dengan pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut. Modal sosial dalam pemberdayaan yang **keempat** adalah dukungan institusional dalam pemberdayaan, dukungan institusional ini penting karena setiap kegiatan pemberdayaan yang dilakukan membutuhkan peran serta institusional dalam memberikan semangat bagaimana masyarakat bisa bersama-sama menggali modal sosial yang dapat dimanfaatkan. Memberikan akses ke institusi lain dalam mempromosikan objek wisata. Dalam pengembangan objek wisata dukungan institusional yang didapatkan oleh masyarakat adalah pembangunan sarana dan prasarana untuk kenyamanan pengunjung maupun bagi masyarakat yang berjualan disekitar objek wisata. Modal sosial yang **kelima** adalah partisipasi masyarakat dalam membangun jaringan, jaringan merupakan unsur terpenting dalam mengembangkan objek wisata. Bentuk partisipasi masyarakat dalam mengembangkan objek wisata adalah bersama-sama membersihkan dan menjaga objek wisata terutama dari kegiatan pengunjung yang menyalahi aturan dan moral. Partisipasi lainnya adalah bersama-sama mempromosikan objek wisata di media masa atau media sosial yang mereka miliki, partisipasi masyarakat yang berada disekitar objek wisata juga dapat dilihat dari adanya keinginan mereka menambah wahana permainan bagi pengunjung sehingga menambah daya tarik objek wisata itu sendiri. Masyarakat memiliki kesempatan untuk memiliki usaha seperti menyewakan permainan untuk pengunjung atau masyarakat yang berjualan disekitar objek wisata, semakin banyak pengunjung yang datang maka kesempatan masyarakat yang memiliki usaha ataupun berjualan untuk mendapatkan uang akan lebih besar, oleh sebab itu partisipasi masyarakat sangat besar dalam membangun jaringan atau komunitas baik melalui media sosial ataupun promosi yang dilakukan secara langsung. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lee & Hallak, 2020) di Selandia Baru yang melihat bagaimana modal sosial mempengaruhi usaha pariwisata secara online dan offline hasilnya menemukan bahwa adanya ikatan sosial untuk menemukan akses ke keuangan, inovasi dan sumberdaya manusia. Penelitian lainnya yang melihat peran modal sosial dalam pertumbuhan ekonomi bagi banyak masyarakat seperti industri pariwisata menemukan hasil

pembangunan ekonomi yang dapat dihasilkan oleh wisata dipengaruhi oleh bentuk modal sosial yang diperlukan untuk membangun dan mempertahankan objek pariwisata tersebut, (García-Villaverde et al., 2021). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam pemberdayaan dibutuhkan modal sosial sehingga masyarakat yang berada disekitar objek wisata dapat bersama-sama membangun dan mengembangkan objek wisata tersebut sehingga dapat meningkatkan keberdayaan masyarakat yang dilihat dari adanya peningkatan perekonomian masyarakat.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial merupakan alternatif yang dapat dimanfaatkan untuk pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan objek wisata. Jaringan merupakan modal sosial yang banyak dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata. Jaringan yang luas dimanfaatkan secara online maupun offline membantu masyarakat disekitar objek wisata dalam mempromosikan pariwisata serta bersama-sama membangun fasilitas serta sarana dan prasarana yang mendukung objek wisata sehingga memberikan kenyamanan pengunjung dalam menikmati objek wisata. Jaringan online dibangun dengan memanfaatkan teknologi digital melalui media sosial. Pengembangan objek wisata terkendala pada saat pandemi karena ditutupnya objek wisata, namun dengan pemanfaatan jaringan secara online, objek wisata mulai berkembang secara signifikan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa memanfaatkan komunikasi dengan masyarakat dan membangun kepercayaan dan keterbukaan serta adanya dukungan institusional juga membuat objek wisata mampu untuk berkembang. Secara teoritis penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemberdayaan, modal sosial yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata adalah jaringan secara online dan offline, komunikasi, kepercayaan dan dukungan institusi. Secara praktis hasil penelitian dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan objek wisata dengan memanfaatkan modal sosial.

5. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah diambil, penulis memberikan saran kepada pemerintah untuk dapat mendukung pengembangan objek wisata dengan melibatkan masyarakat melalui kegiatan pemberdayaan sehingga mampu menggali potensi modal sosial yang dapat dimanfaatkan, sehingga memberikan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitar objek wisata, untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk meneliti pemberdayaan dan modal sosial secara mendalam sehingga dapat menguatkan hasil penelitian dan dapat dimanfaatkan dalam peningkatan perekonomian masyarakat.

Ucapan Terima Kasih: Penulis mengucapkan terima kasih kepada DPPM Universitas Islam Riau yang telah memfasilitasi dalam melaksanakan penelitian serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian

Daftar Pustaka

Arta, K. S. (2012). Kolaborasi Masyarakat Sipil, Politik dan Ekonomi dalam Pemanfaatan Modal Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 117-128.

- García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., Hurtado-Palomino, A., De La Gala-Velásquez, B., & Zirena-Bejarano, P. P. (2021). Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19(May 2020). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100529>
- Haridison, A. (2013). Modal Sosial Dalam Pengelolaan Pembangunan. *JISPAR, FISIP Universitas Palangka Raya*, 4, 10. Retrieved from <https://bit.ly/3krykn1>
- Isni Reniati, & Agung Fauzi. (2022). Peran Modal Sosial Pada Digitalisasi Perdagangan. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(1), 148–158. <https://doi.org/10.37304/jpips.v14i1.4744>
- Jovita, H. D., Nashir, H., Mutiarin, D., Moner, Y., & Nurmandi, A. (2019). Social capital and disasters: How does social capital shape post-disaster conditions in the Philippines? *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 29(4), 519–534. <https://doi.org/10.1080/10911359.2018.1556143>
- Knollenberg, W., Arroyo, C. G., Barbieri, C., & Boys, K. (2021). Craft beverage tourism development: The contributions of social capital. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20(June 2020), 100599. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100599>
- Lee, C., & Hallak, R. (2020). Investigating the effects of offline and online social capital on tourism SME performance: A mixed-methods study of New Zealand entrepreneurs. *Tourism Management*, 80(February), 104128. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104128>
- Musavengane, R., & Kloppers, R. (2020). Social capital: An investment towards community resilience in the collaborative natural resources management of community-based tourism schemes. *Tourism Management Perspectives*, 34(March 2019), 100654. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100654>
- Musavengane, R., & Simatele, D. M. (2016). Community-based natural resource management: The role of social capital in collaborative environmental management of tribal resources in KwaZulu-Natal, South Africa. *Development Southern Africa*, 33(6), 806–821. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2016.1231054>
- Nunkoo, R. (2017). Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4), 277–285. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.003>
- Ozgun, A. H., Tarim, M., Delen, D., & Zaim, S. (2022). Social capital and organizational performance: The mediating role of innovation activities and intellectual capital. *Healthcare Analytics*, 2(March), 100046. <https://doi.org/10.1016/j.health.2022.100046>
- Rustinsyah, R., Prasetyo, R. A., & Adib, M. (2021). Social capital for flood disaster management: Case study of flooding in a village of Bengawan Solo Riverbank, Tuban, East Java Province. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 52(January 2020), 101963. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101963>
- Simbolon, A. K. (2018). Analisis Modal Sosial untuk Kesejahteraan Masyarakat Lokal (Studi pada Wisata Petik Jeruk di Dusun Borogragal, Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang). *Cakrawala*, 12(1). <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.266>
- Susanti, N. (n.d.). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Modal Sosial*.

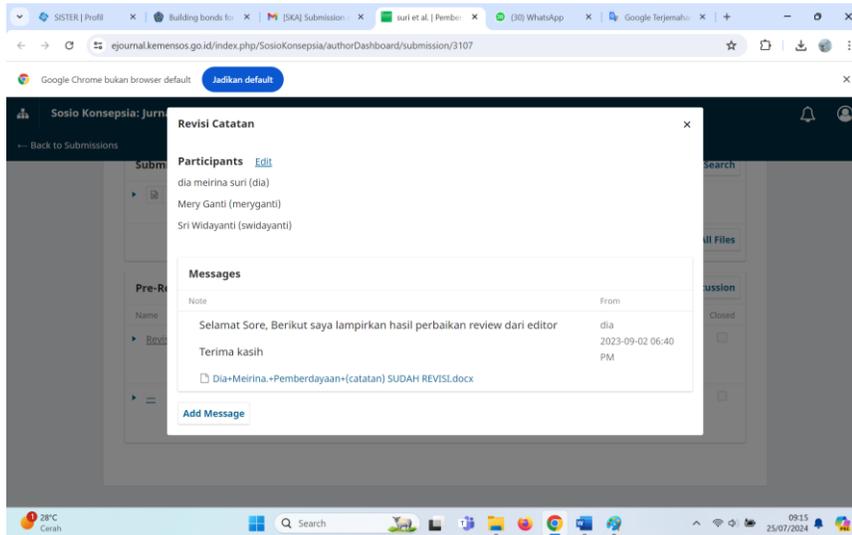
- Tingginehe, A. M., Waani, J. O., Wuisang, C. E. V, & Pariwisata, P. (n.d.). *Amanda M. Tingginehe, Judy O. Waani, Cynthia E.V Wuisang, Perencanaan Pariwisata Hijau di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama Papua Barat, ..*, h. 513. 113 87. 87–99.
- Upadani, I. G. A. W. (2017). Model Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Mengelola Daerah Aliran Sungai (DAS) di Bali. *Wicaksana, Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 1(1), 11–22.
- Utami, V. Y. (2020). Dinamika Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial Dan Norma. *Reformasi*, 10(1), 34–44.
<https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1604>
- Yumantoko. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan: Proses Penguatan Masyarakat Melalui Perhutanan Sosial di Kawasan Hutan Sesaot, Nusa Tenggara Barat. *Sosio Konsepsia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial*, 11(2). <https://doi.org/10.33007/ska.v11i2.3076>
- Zhou, L., Chan, E., & Song, H. (2017). Social capital and entrepreneurial mobility in early-stage tourism development: A case from rural China. *Tourism Management*, 63, 338–350.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.027>



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>).

**BUKTI REVISI ARTIKEL DI GMAIL DAN
FILE REVISI ARTIKEL**

Revisi Artikel



Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Objek Wisata dengan Memanfaatkan Modal Sosial

Dia Meirina Suri ^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-6090-009x>

Moris Adidi Yogya² <https://orcid.org/0000-0001-8172-2387>

Cifebrima Suyatri ³ <https://scholar.google.co.id/citations?user=bHDV3qUAAAAJ&hl=id&oi=ao>

¹ Universitas Islam Riau, Program Studi Administrasi Publik, Provinsi Riau, Indonesia

² Universitas Islam Riau, Program Studi Ilmu Administrasi, Provinsi Riau, Indonesia

³ Eotvos Lorand University, Faculty of Social Sciences Doctoral School of Sociology Department International Studies, Hungary

* Korespondensi: diameirinasuri@soc.uir.ac.id; +628126835735

Diterima: tanggal; Disetujui: tanggal; Diterbitkan: tanggal

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat sekitar objek wisata dengan pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan objek wisata. Pandemi Covid 19 yang terjadi memberikan pengaruh terhadap objek wisata, jumlah wisatawan yang berkunjung turun secara drastis, hal ini menyebabkan kondisi perekonomian masyarakat sekitar menjadi menurun. Kondisi tersebut menuntut adanya pemberdayaan masyarakat sehingga masyarakat lebih aktif dan partisipatif dalam mengelola objek wisata. Pengembangan objek wisata berbasis pemberdayaan masyarakat akan memberikan pengaruh bagi peningkatan pendapatan dan

perekonomian masyarakat disekitar objek wisata tersebut. Permasalahannya adalah bagaimana masyarakat memanfaatkan modal sosial yang ada untuk pengembangan objek wisata Metode yang digunakan adalah kualitatif interpretatif, dalam pengumpulan informasi digunakan data primer yang didapatkan melalui observasi, dan wawancara mendalam. Untuk mendapatkan hasil yang valid dan kredibel digunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan modal sosial memiliki kontribusi dalam pengembangan objek wisata, modal sosial dalam bentuk jaringan yang dibangun secara online maupun offline oleh masyarakat sekitar objek wisata, komunikasi dengan stakeholder dan pihak swasta, adanya kepercayaan yang dibangun oleh masyarakat serta keterbukaan untuk pengembangan objek wisata. Direkomendasikan untuk pengembangan objek wisata dapat memanfaatkan modal sosial melalui pemberdayaan masyarakat sekitar objek wisata.

Kata kunci: Pemberdayaan; Modal Sosial; Jaringan; Komunikasi

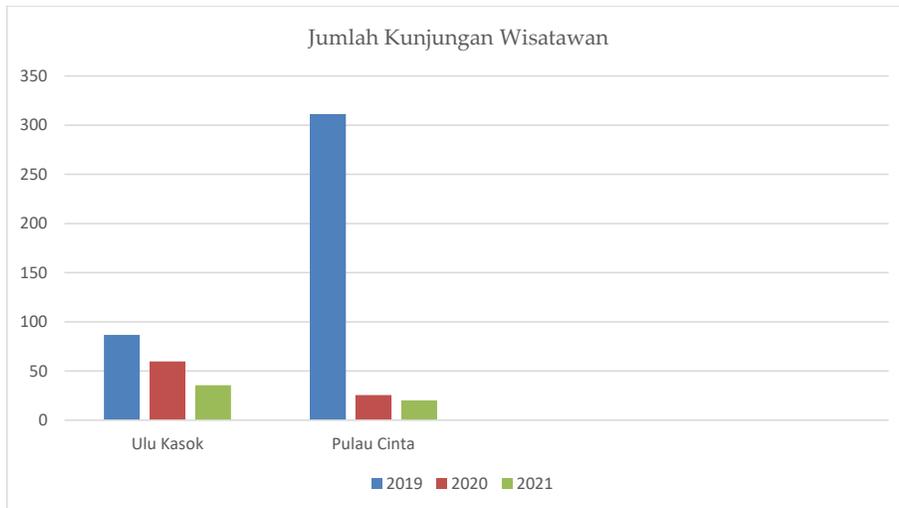
***Abstract:** This study aims to analyze community empowerment around tourist objects by utilizing social capital in developing tourist objects. The Covid 19 pandemic that occurred had an impact on tourist attractions, the number of tourists visiting dropped drastically, this caused the economic conditions of the surrounding community to decline. This condition requires community empowerment so that people are more active and participatory in managing tourist objects. The development of tourism objects based on community empowerment will have an impact on increasing the income and economy of the people around these tourist objects. The problem is how the community utilizes existing social capital for the development of tourist attractions. The method used is interpretive qualitative, in gathering information using primary data obtained through observation and in-depth interviews. To obtain valid and credible results, triangulation techniques are used. The results of the study show that community empowerment by utilizing social capital contributes to the development of tourist attractions, social capital in the form of networks built online and offline by the community around the tourist attraction, communication with stakeholders and the private sector, the existence of trust built by the community and openness to tourist attraction development.*

***Keywords:** Empowerment; Social Capital; Network; Communication*

6. Pendahuluan

Pemberdayaan masyarakat berbasis modal sosial menjadi alternatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam pembangunan berkelanjutan, modal sosial menjadi hal penting mengingat konsep pembangunan yang bersifat *bottom-up* dengan adanya pemberdayaan masyarakat (Susanti, 2020). Pemanfaatan modal sosial melalui pemberdayaan masyarakat sudah sering dilakukan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat termasuk dalam pengembangan objek wisata. Indonesia memiliki objek wisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, permasalahan utama dalam pengembangan objek wisata adalah dukungan dari pemerintah dalam pengelolaannya, karena banyaknya objek wisata yang berpotensi untuk dikembangkan. Alternatif pengembangan objek wisata adalah dengan pemberdayaan masyarakat disekitar objek wisata dengan memanfaatkan modal sosial. Pandemi Covid 19 yang melanda seluruh negara yang ada di dunia termasuk Indonesia memberikan pengaruh terhadap seluruh kegiatan masyarakat. Salah satu sektor yang merasakan dampak dari pandemi ini adalah objek wisata.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar kunjungan wisatawan ke objek wisata Ulu Kasok dan Pulau Cinta terlihat mengalami penurunan yang cukup banyak. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:



Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2022

Jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata mengalami penurunan, dari tabel 1.1 terlihat bahwa di terjadi penurunan dari Tahun 2019 sampai dengan Tahun 2021. Penurunan jumlah wisatawan memberikan pengaruh terhadap pendapatan masyarakat disekitar objek wisata. Situasi ini membuat masyarakat yang mengelola objek wisata harus mampu untuk mendatangkan kembali pengunjung dengan memanfaatkan modal sosial berupa komunikasi serta jaringan yang dimiliki untuk pengembangan objek wisata tersebut.

Pengembangan pariwisata memiliki peranan penting sebagai penggerak perekonomian masyarakat dan apabila dikelola dengan baik akan memberikan pendapatan bagi pemerintah setempat dari retribusi yang dihasilkan. Pengembangan objek wisata dari segi sosial akan memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap perekonomian masyarakat sekitar. Dengan potensi yang dimiliki oleh objek wisata, maka partisipasi masyarakat sekitar sangat dibutuhkan dalam pengembangan objek wisata itu sendiri seperti berkontribusi dalam kegiatan pembangunan begitu juga dalam menjaga kelestarian objek wisata tersebut, karena dengan pembangunan dan terjaganya objek wisata akan meningkatkan minat dari wisatawan untuk datang berkunjung. Oleh sebab itu pemanfaatan modal sosial sangat penting dilakukan. Modal sosial memiliki peranan dalam pengembangan objek wisata, objek wisata merupakan sarana yang cukup efektif dalam pengembangan perekonomian, permasalahan yang sering terjadi adalah kekurangan modal dalam proses pengembangannya.

Pembangunan berbasis masyarakat dapat dikatakan berhasil dilakukan dilihat dari modal komunitas, modal sumberdaya alam, modal ekonomi produktif dan modal sosial. Salah satu pembangunan berbasis masyarakat yang dilakukan adalah pengembangan objek wisata, pengembangan berbasis masyarakat ini disebut juga dengan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat menjadi pilihan untuk meningkatkan mata pencaharian masyarakat melalui pengelolaan objek wisata menggunakan modal sosial. Pemanfaatan modal sosial dilakukan karena keterbatasan pemerintah dalam mengembangkan objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Cara yang bisa diterapkan dalam pengembangan objek wisata adalah dengan pemanfaatan modal sosial, (Utami, 2020). Objek wisata yang dikembangkan akan mendatangkan wisatawan yang akan memberikan pengaruh bagi peningkatan pendapatan dan perekonomian masyarakat disekitar objek wisata tersebut, (Upadani, 2017).

Pengembangan yang lambat oleh pemerintah menjadikan masyarakat sekitar tidak merasakan manfaat dari objek wisata tersebut. Kondisi tersebut menuntut masyarakat untuk lebih aktif dan partisipatif dalam memanfaatkan potensi objek wisata tersebut. Modal sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan interaksi sosial serta untuk memupuk kepercayaan dan kerjasama dalam pengembangan objek wisata, (Ozgun, Tarim, Delen, & Zaim, 2022). Kekurangan modal sosial menyebabkan pengelola objek wisata kehilangan akses ke sumber daya dan keuntungan dari jaringan yang dimiliki, selain itu kurangnya modal sosial juga memiliki efek negatif dalam menunjukkan potensi objek wisata yang mereka miliki. Selain itu, modal sosial melalui jaringan media sosial online yang kuat dimanfaatkan sebagai tempat untuk melakukan promosi terhadap calon pengunjung serta untuk tempat saling berbagi informasi seputar objek wisata tersebut.

Kabupaten Kampar memiliki beberapa objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan, seperti Pulau Cinta dan Panorama Ulu Kasok. Dua objek wisata ini memiliki daya tarik tersendiri. Pulau cinta menawarkan wisata sungai dengan pasir dipinggiran sungai sedangkan ulu kasok menawarkan panorama dengan pemandangan alam yang sangat indah. Objek wisata ini sangat berpotensi menarik minat masyarakat untuk berkunjung sehingga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar terutama dalam meningkatkan penghasilan mereka. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengenai pengembangan objek wisata Pulau Cinta (Sastri, 2021) diketahui bahwasanya objek wisata Pulau Cinta belum dikembangkan dengan baik, kemudian penelitian Purwaningsih, 2021 mengenai dukungan atraksi di Ulu Kasok juga menemukan bahwasanya atraksi di objek wisata tersebut juga sangat kurang. Dukungan pemerintah terutama dalam pembangunan fasilitas, sarana dan prasarana pendukung belum terlihat, begitu juga dengan atraksi yang ditawarkan pada objek wisata tersebut masih sangat minim sekali sehingga dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi adalah belum maksimalnya pemerintah dalam mengembangkan objek wisata ini sehingga pemanfaatan modal sosial sangat penting dalam pengembangannya. Objek wisata tersebut dapat dikembangkan dengan adanya pemanfaatan modal sosial dengan peran aktif masyarakat disekitar objek wisata tersebut yang bisa dijadikan sebagai modal sosial dalam mengembangkan objek wisata Ulu Kasok dan Pulau Cinta.

Karakteristik kelompok atau komunitas menjadi acuan pemanfaatan modal sosial dalam pemenuhan keinginan secara menyeluruh. Modal sosial mengacu pada sifat-sifat organisasi seperti jejaring sosial, kepercayaan, saling pengertian, nilai-nilai bersama, dan perilaku yang mengikat anggota, sementara koordinasi dan kerja sama akan menjembatani untuk mencapai tujuan tertentu (Cohen & Prusak, 2002; R. Putnam, 1993; Schuller, Baron, 2000). Hawkins dan Maurer (2009) mencatat bahwa pemanfaatan modal sosial terjadi dari hasil hubungan terlemah namun memberikan hasil yang paling berharga karena pemanfaatan modal sosial memberikan akses dan koneksi ke struktur kekuasaan dan institusi. Tidak seperti ikatan yang menjembatani dan menghubungkan yang dikarakterisasi oleh paparan dan pengembangan ide, nilai, dan perspektif baru (Hawkins & Maurer, 2009). Kepercayaan adalah elemen mendasar dalam modal sosial (Paraskevopoulos, 2010; Shimada, 2015). Saling percaya bahwa tidak ada pihak dalam pertukaran yang akan mengeksploitasi kerentanan orang lain merupakan komponen terpenting dari modal sosial dan merupakan prasyarat untuk kesuksesan kompetitif (Paraskevopoulos, 2010). Ada dan Bolat (2010), menyatakan bahwa modal sosial memfasilitasi aliran informasi yang memberikan dasar untuk bertindak dan membantu pencapaian tujuan individu dan masyarakat.

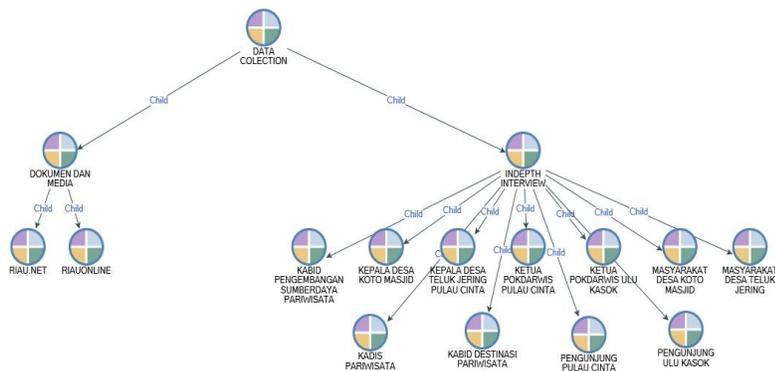
Ada tiga bentuk modal sosial yang terdiri dari *bonding*, *bridging*, dan *linking*. Ikatan modal sosial mengacu pada hubungan di antara anggota jaringan yang sama dalam beberapa karakteristik seperti status demografis, sosial, atau etnis atau di antara individu komunitas yang sudah saling mengenal (Putnam, 2000). Modal sosial mengacu pada hubungan di antara orang-orang yang berbeda dengan cara yang dapat dibuktikan seperti usia, kondisi sosial-ekonomi, ras atau etnis, dan pendidikan (Szreter & Woolcock, 2004), pemanfaatan modal sosial yang terjadi adalah sejauh mana individu membangun hubungan dengan institusi dan individu yang memiliki kekuatan relasi atas mereka untuk menyediakan

akses ke layanan, pekerjaan, atau sumber daya (Woolcock, 2001). Sementara itu, Portes (1998) dan Arrow (2011) menyebutkan bahwa dengan modal sosial, anggota atau kelompok dalam komunitas yang memiliki akses ke manfaat dan sumber daya memiliki kecenderungan untuk mengecualikan non anggota dari akses. Oleh karena itu, modal sosial memiliki peringatan tersendiri. Membangun modal sosial berdasarkan interaksi sosial melalui jejaring sosial dapat memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pengembangan sebuah organisasi termasuk objek wisata. Bantuan berupa promosi yang didapatkan dari jaringan yang terdapat pada jejaring sosial sangat memberikan dampak dalam objek wisata, (Cheung & Chan, 2010).

Konsep modal sosial didefinisikan oleh berbagai faktor yang saling terkait, seperti kepercayaan, solidaritas, keadilan, jaringan, inklusi dan kohesi sosial, komunikasi dan pemberdayaan, (Rustinsyah, Prasetyo, & Adib, 2021). (Zhou, Chan, & Song, 2017) mendefinisikan modal sosial sebagai pemanfaatan dari sumber daya potensial yang terkait dengan jaringan yang terbentuk dari hubungan yang terjalin lama dan adanya hubungan timbal balik yang terjadi. (Zhou et al., 2017) juga menunjukkan bahwa modal sosial terdiri dari kewajiban sosial (koneksi), yang dapat dikonversi dalam konteks tertentu menjadi kapital ekonomi, (García-Villaverde, Ruiz-Ortega, Hurtado-Palomino, De La Gala-Velásquez, & Zirena-Bejarano, 2021). Modal sosial berperan penting dalam mengembangkan perekonomian masyarakat, karena modal sosial dapat membangun komunitas yang kuat termasuk dalam pengembangan objek wisata, (Knollenberg, Arroyo, Barbieri, & Boys, 2021). (Musavengane & Kloppers, 2020), mencatat bahwa masyarakat dengan modal sosial, ekonomi dan lingkungan yang kuat cenderung lebih tangguh daripada tempat-tempat yang tidak memiliki modal sosial. Modal sosial menekankan pada pembangunan jaringan sosial yang mengarah pada kelompok produktif dengan norma, nilai, dan pemahaman bersama, (Musavengane & Simatele, 2016). Modal sosial dapat menjadi kendaraan di mana akumulasi berbagai bentuk modal dapat dicapai dan berkontribusi pada pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan (Musavengane & Kloppers, 2020). Modal sosial juga didefinisikan sebagai jaringan hubungan yang mempromosikan pengembangan dan penyebaran sumber daya dan keuntungan yang dapat bermanfaat bagi individu maupun kolektif (Nunkoo, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh (Zhou et al., 2017) mengenai pemanfaatan modal sosial dan kewirausahaan dalam mengembangkan pariwisata salah satu desa di Cina menemukan bahwa pada saat melakukan pengembangan pariwisata masyarakat memiliki harapan yang tinggi untuk objek wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi modal sosial yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata dan menganalisis pemberdayaan masyarakat disekitar objek wisata dengan memanfaatkan modal sosial.

7. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif interpretatif yang bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dengan pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan objek wisata. Adapun lokasi penelitian dilakukan di objek wisata Pulau Cinta dan Objek Wisata Panorama Ulu Kasok di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Untuk mencapai tujuan tersebut maka yang pertama dilakukan adalah mengumpulkan data melalui observasi dibulan Juli 2022 dengan melihat permasalahan yang terjadi dalam pemanfaatan modal sosial dalam pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan objek wisata. Untuk mendapatkan data primer atau informasi dilakukan wawancara mendalam kepada informan yang terdiri dari Ketua Pokdarwis, Kepala Dinas Pariwisata, Kabid Pengembangan Sumberdaya Pariwisata, Kepala Desa, Masyarakat yang turut berperan dalam pengelolaan objek wisata. Proses wawancara dilakukan pada Bulan Oktober 2022, kemudian melakukan studi dokumentasi dengan mengumpulkan informasi yang ada di media online selama Agustus-November 2022 yang berhubungan dengan pengembangan objek wisata tersebut. Secara keseluruhan, pengumpulan data ini berlangsung dari Juli 2022 sampai dengan November 2022. Proses pengumpulan data dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:



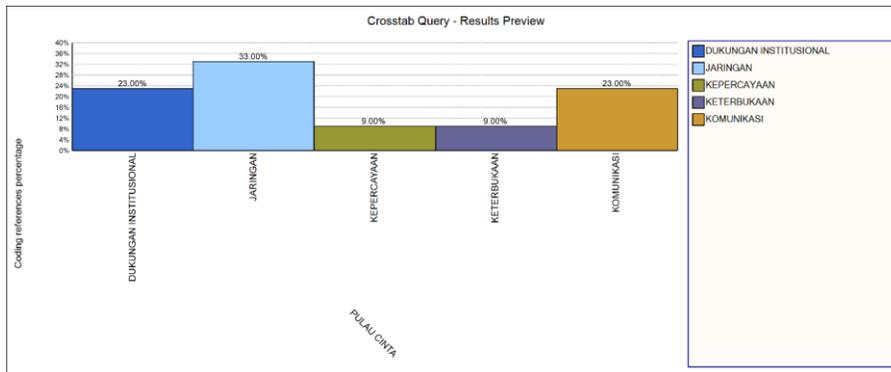
Gambar 1.1 Pengumpulan Data Melalui Wawancara Mendalam dan Analisis Dokumen dan Media

Hasil wawancara dengan informan penelitian dan pemberitaan di media online akan dimasukkan kedalam data set aplikasi pengolah data Nvivo12 Plus dan dilakukan pengcodingan data sesuai dengan masing-masing indikator penelitian dalam bentuk node yang sesuai dengan ruang lingkup penelitian, Analisa data menggunakan fitur *Crosstab*, *chart* dan *hierarchy chart* yang ada di aplikasi Nvivo 12 Plus, berdasarkan hasil *coding* didapatkan data yang kemudian dianalisis secara triangulasi dan menghasilkan gambaran mengenai sejauh mana pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam pemanfaatan modal sosial pada pengembangan objek wisata, hasil analisis disajikan secara deskriptif.

8. Hasil dan Pembahasan

3.1 Identifikasi Pemanfaatan Modal Sosial

Modal sosial memiliki cakupan dimensi yang sangat beragam, keberagaman tersebut terjadi dikarenakan perbedaan sudut pandang yang dijadikan sebagai rujukan dalam menjelaskan arti dari modal sosial. Modal sosial berbeda dengan modal manusia, modal manusia lebih menekankan kepada keahlian atau daya yang dimiliki individu, sedangkan pada modal sosial lebih melihat bagaimana potensi yang dimiliki individu atau kelompok dan bagaimana hubungan satu kelompok dengan kelompok lainnya dalam jaringan sosial, norma, nilai, kepercayaan yang dibangun (Arta, 2012). Kemampuan yang muncul dari adanya kepercayaan (*trust*) dalam sebuah komunitas bisa dijadikan sebagai modal sosial, (Jovita, Nashir, Mutiarin, Moner, & Nurmandi, 2019). Untuk mencapai keuntungan dan kemajuan bersama dibutuhkan modal sosial yang mampu memberikan motivasi, ide, kepercayaan dalam penggerakan masyarakat. Kompleksitas persoalan akan lebih mudah diselesaikan jika masyarakatnya memiliki modal sosial yang tinggi, (Rustinsyah et al., 2021). Dengan adanya toleransi, kepercayaan, kerjasama yang merupakan indikator dari modal sosial, maka akan lebih mudah membangun jaringan dalam kelompok masyarakat atau antar kelompok masyarakat. Kabupaten Kampar memiliki beberapa objek wisata yang memiliki potensi untuk dikembangkan, dalam penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah objek wisata pulau cinta dan objek wisata ulu kasok, penelitian ini melihat sejauh mana modal sosial dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata ini. Selanjutnya berdasarkan data hasil penelitian yang dilakukan di objek wisata Pulau cinta dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara kepada informan diketahui bahwa modal sosial yang dimanfaatkan terdiri dari dukungan institusional, jaringan, kepercayaan, keterbukaan dan komunikasi yang dapat dilihat pada gambar 2:



Gambar 2. Modal Sosial yang dimanfaatkan pada Objek Wisata Pulau Cinta

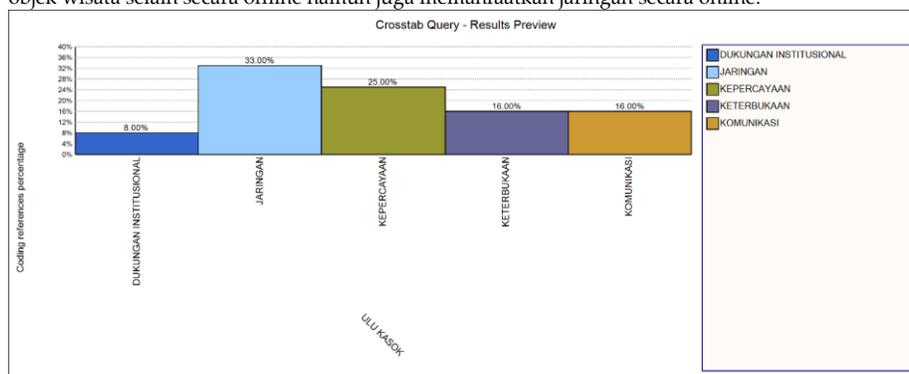
Gambar dua merupakan hasil identifikasi mengenai modal sosial yang dimanfaatkan pada Objek Wisata Pulau Cinta. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap Informan yang terdiri dari Kepala Dinas Pariwisata, Ketua Pokdarwis, Kepala Desa dan Masyarakat dapat diketahui bahwa modal sosial yang paling banyak dimanfaatkan dalam pengembangan Objek Wisata adalah Jaringan, dengan persentase sebesar 33, jaringan merupakan hubungan yang tercipta antara masyarakat yang ada disekitar Objek Wisata dengan kelompok sadar wisata yang dibentuk untuk mengelola objek wisata, (Haridison, 2013). Dukungan dari masyarakat sekitar untuk kemajuan objek wisata menjadi dasar untuk mengembangkan objek wisata pulau cinta. Dengan demikian jaringan menjadi penting untuk dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata, (Lee & Hallak, 2020) karena akan mengurangi biaya dalam pengelolaan dan pengembangan Obyek Wisata di Kabupaten Kampar. Jaringan sebagai modal yang memiliki manfaat dalam interaksi antar masyarakat yang dapat memainkan perannya untuk mengurangi biaya yang muncul dalam kegiatan pengembangan tersebut, (Nunkoo, 2017).

Dengan modal sosial berbentuk jaringan, pengembangan objek wisata dilakukan secara terpadu dan berkesinambungan dengan melibatkan pemangku kepentingan (Isni Reniati & Agung Fauzi, 2022). Dukungan institusional juga berperan cukup banyak dalam pengembangan objek wisata Pulau Cinta, dari hasil penelitian menunjukkan sebesar 23% dukungan institusional dimanfaatkan untuk pengembangan objek wisata di Pulau Cinta. Dukungan Institusional terlihat dari adanya Pokdarwis yaitu sebuah organisasi yang dibentuk dibawah Dinas Pariwisata. Dukungan Institusional dari pemerintah dengan adanya pembinaan dan pendampingan yang diberikan terhadap Pokdarwis mampu menciptakan dan menggali potensi objek wisata yang ada di Pulau Cinta. Selain dari adanya Pokdarwis, Pemerintah Desa juga melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap setiap usaha dalam pengembangan Objek wisata ini.

Pengembangan objek wisata akan memberikan pengaruh terhadap norma dan budaya disekitar objek wisata, oleh sebab itu dukungan institusi berperan dalam menjaga norma-norma dan budaya disekitar objek wisata tersebut. Adanya dukungan institusi akan menjaga norma tetap terjaga dengan adanya aturan-aturan baik tertulis maupun tidak tertulis yang akan mengontrol sikap dan perilaku wisatawan selain itu dengan adanya institusi juga akan memudahkan dalam menyelesaikan setiap permasalahan dalam pengembangan objek wisata. Modal sosial lainnya yang dimanfaatkan adalah komunikasi, dengan persentase sebesar 23% menunjukkan bahwa komunikasi menjadi hal yang penting dalam pengembangan objek wisata. Dalam modal sosial komunikasi yang terjalin dapat meningkatkan keterbukaan dan kepercayaan dalam pengembangan objek wisata, (Simbolon, 2018). Salah satu

komunikasi yang dilakukan masyarakat disekitar objek wisata adalah antara pengelola dengan masyarakat yang ikut terlibat seperti pedagang makanan, pemilik wahana pendukung dan pengelola parkir yang saling memberikan informasi terkait pengunjung yang datang. Modal sosial yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata di Pulau Cinta merupakan rangkaian dari proses hubungan yang terjadi pada masyarakat yang dimulai dari adanya jaringan, sikap saling percaya serta komunikasi yang terjaga akan memberikan dampak yang positif bagi pembangunan yang dilakukan.

Pada objek wisata kedua yaitu objek wisata Ulu Kasok yang merupakan Objek Wisata dengan pemandangan alam yang dilihat dari perbukitan, pemanfaatan modal sosial yang teridentifikasi dimanfaatkan paling dominan adalah jaringan, jaringan adalah modal sosial yang paling menguntungkan untuk mengembangkan objek wisata Ulu Kasok, dengan adanya jaringan yang terbentuk dalam masyarakat, menjadikan mereka mampu bekerjasama untuk menjadikan kawasan Ulu Kasok menjadi sebuah objek wisata yang menarik. Jaringan yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata selain secara offline namun juga memanfaatkan jaringan secara online.



Gambar 3. Modal Sosial pada Objek Wisata Ulu Kasok

Gambar tiga menunjukkan bahwa modal sosial yang banyak dimanfaatkan adalah jaringan, hal ini terlihat dari hasil wawancara yang dikoding dan diolah dengan menggunakan Nvivo12 plus menunjukkan persentase jaringan yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata ulu kasok adalah sebesar 33%, artinya jaringan menjadi modal sosial yang paling banyak dimanfaatkan. Jaringan yang terbentuk dalam membangun objek wisata ini adalah antara masyarakat pengelola objek wisata dengan para pelaku usaha, dengan menambah sarana prasarana serta fasilitas rumah makan yang menjadikan minat pengunjung menjadi meningkat.

Dengan meningkatnya teknologi informasi, maka pemanfaatan jaringan secara online juga dilakukan untuk pengembangan objek wisata, promosi yang dilakukan melalui media sosial terlihat memberikan kontribusi dalam menaikkan jumlah pengunjung ke objek wisata. Promosi yang dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, Status Whatsapp memberikan kontribusi yang cukup tinggi dalam meningkatkan jumlah pengunjung ke objek wisata. Teknologi digital memberikan manfaat yang besar dalam pada perluasan jaringan dalam mengembangkan sebuah usaha termasuk objek wisata, (Isni Reniati & Agung Fauzi, 2022). Selain dari jaringan yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata, adanya kepercayaan sesama masyarakat dalam mengembangkan objek wisata juga menjadi modal sosial yang bermanfaat, hal ini dapat dilihat dari persentase sebesar 25% yang didapatkan dari hasil penelitian.

Kepercayaan yang dibangun menjadikan mereka saling mendukung untuk kemajuan objek wisata ini. Membangun kepercayaan merupakan kunci utama dari modal sosial dalam pengembangan objek wisata, adanya saling percaya dari masyarakat bahwasanya pembangunan yang dilakukan pada objek

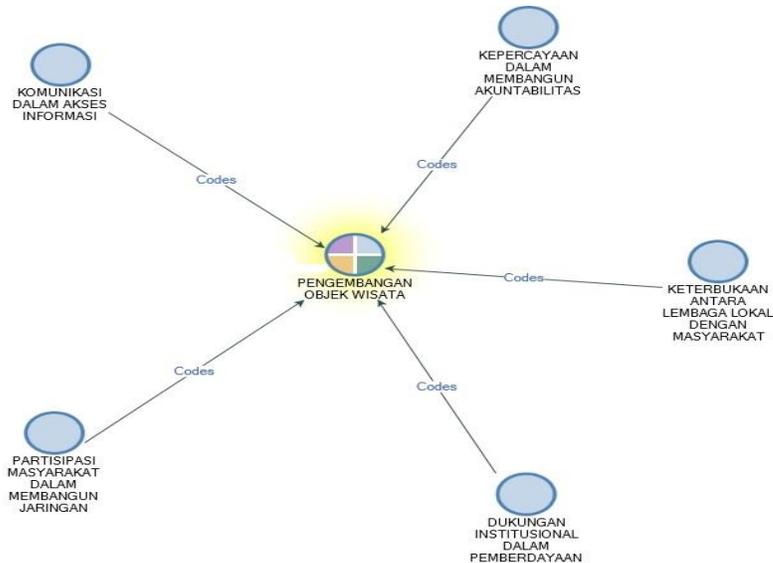
wisata akan memberikan dampak positif terutama bagi perekonomian masyarakat. Membangun kepercayaan masyarakat dilakukan dengan partisipasi yang sungguh-sungguh dari masyarakat dalam mengembangkan objek wisata ini sehingga masyarakat lainnya akan turut berpartisipasi dalam pembangunan. Jika dilihat dari hasil penelitian di objek wisata ulu kasok, dukungan institusional sangat kurang dalam pengembangan objek wisata tersebut, hanya sebesar delapan persen. Dukungan intitusional menciptakan manfaat yang cukup besar bagi pengembangan objek wisata (Knollenberg et al., 2021). Dukungan tersebut memberikan kemudahan terutama untuk mengikat dan menjembatani dalam pengembangan objek wisata, (Tingginehe., 2020).

Secara khusus, temuan menunjukkan bahwa modal sosial yang mengikat dan memfasilitasi di antara pemangku kepentingan dalam kelompok yang sama melalui dukungan institusional belum terlihat. Kolaborasi yang dihasilkan antara pemangku kepentingan yang sama merupakan kontributor utama dalam pengembangan objek wisata. Pentingnya dukungan institusi adalah untuk membangun pendekatan secara terpadu untuk pengembangan pariwisata. Dukungan institusional yang mampu menjembatani modal sosial dan mendorong kolaborasi di antara para pemangku kepentingan yang memiliki tujuan yang sama akan memudahkan dalam pengembangan objek wisata. Elemen lainnya yang dimanfaatkan dalam modal sosial untuk pengembangan objek wisata adalah adanya keterbukaan dan komunikasi, keterbukaan dan komunikasi yang dimanfaatkan adalah masing-masing sebesar 16%. Masyarakat yang mampu memanfaatkan modal sosial dengan baik akan lebih mudah untuk menyelesaikan setiap persoalan yang dihadapi. Panorama Ulu Kasok yang memiliki potensi yang cukup bagus untuk dikembangkan, dengan adanya partisipasi masyarakat serta adanya rasa saling memiliki dan saling menghormati sehingga perkembangan objek wisata ini berjalan dengan baik. Meskipun disekitaran objek wisata Panorama Ulu Kasok juga bermunculan objek wisata serupa, namun masyarakat disekitar mampu untuk bekerjasama dalam memajukan objek wisata yang ada didaerah mereka, artinya persaingan yang terjadi tidak melewati batas norma-norma yang berlaku.

3.2 Pemberdayaan dan Modal Sosial dalam Pengembangan Objek Wisata

Pengembangan objek wisata termasuk dalam kegiatan pembangunan, ketika masyarakat disekitar objek wisata bersama-sama melaksanakan pembangunan dengan memanfaatkan modal sosial, maka kegiatan pemberdayaan masyarakat akan terjadi secara langsung. Adanya partisipasi masyarakat sekitar yang secara bersama-sama membangun objek wisata dengan tujuan mendatangkan banyak wisatawan merupakan salah satu pemanfaatan modal sosial yang dilakukan (Susanti, 2022.). pemberdayaan masyarakat yang terjadi dalam pengembangan objek wisata adalah pada saat munculnya jaringan yang terbentuk dari adanya komunikasi yang dilakukan pada kelompok masyarakat, komunikasi yang terjalin tidak terlepas dari peran kelembagaan yang ada sehingga mampu menggali modal sosial yang ada pada masyarakat, menurut Fukuyama (2001), lembaga-lembaga lokal mampu mempercepat kegiatan pembangunan dikarenakan memiliki modal sosial yang dimanfaatkan. Kelompok masyarakat yang berada di sekitar objek wisata memiliki modal sosial berupa jaringan yang dimanfaatkan secara online maupun offline. Jaringan terbentuk karena adanya komunikasi diantara kelompok masyarakat yang sama-sama berusaha dalam meningkatkan perekonomiannya. Komunikasi yang terjalin memberikan semangat dan kekuatan untuk berusaha mempromosikan objek wisata kepada masyarakat secara luas, dengan memanfaatkan media sosial dan interaksi dengan masyarakat lainnya dengan memanfaatkan fasilitas internet.

Dalam pengembangan objek wisata, pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan modal sosial dilakukan dengan komunikasi dalam mengakses informasi, kepercayaan dalam membangun akuntabilitas, keterbukaan antara lembaga lokal dan masyarakat, partisipasi masyarakat dalam membangun jaringan serta dukungan institusional dalam pemberdayaan masyarakat.



Gambar 3. Pemberdayaan dan Modal Sosial dalam Pengembangan Objek Wisata

Gambar 3 menunjukkan bahwa dalam pengembangan objek wisata, modal sosial yang dimanfaatkan dalam pemberdayaan masyarakat yang **pertama** adalah komunikasi dalam mengakses informasi, komunikasi yang dilakukan antara masyarakat sekitar objek wisata dengan lembaga lokal, dan masyarakat dengan pemerintah secara online ataupun offline. Komunikasi bertujuan untuk memberikan ataupun mendapatkan informasi sejauh mana perkembangan objek wisata. Komunikasi juga dimanfaatkan untuk mendapatkan dukungan baik dari lembaga lokal ataupun dari pemerintah. Komunikasi yang telah dilakukan memberikan manfaat yang baik untuk perkembangan objek wisata. Komunikasi yang dibangun masyarakat sekitar objek wisata adalah antara masyarakat pengelola objek wisata dengan pengunjung, komunikasi yang ramah menjadikan pengunjung merasa nyaman pada saat berwisata. Komunikasi selanjutnya adalah antara masyarakat dengan lembaga lokal dan lembaga pemerintah, komunikasi yang terjalin menjadikan lembaga lokal dan pemerintah setempat ikut mendukung pengembangan objek wisata dengan mempromosikan objek wisata di media. Pemerintah juga melakukan komunikasi untuk meningkatkan motivasi masyarakat sekitar objek wisata dalam mengembangkan objek wisata serta mampu menggali potensi yang dimiliki, sehingga masyarakat memiliki kemampuan untuk meningkatkan perekonomian. Permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam mengelola objek wisata juga dikomunikasikan kepada lembaga lokal dan pemerintah sehingga memudahkan lembaga lokal dan pemerintah membantu dalam menyelesaikan permasalahan.

Modal sosial dalam pemberdayaan yang **kedua** adalah kepercayaan dalam membangun akuntabilitas, dalam pemberdayaan masyarakat, akuntabilitas sangatlah penting agar rasa saling percaya diantara masyarakat, kelompok masyarakat dan lembaga lokal serta pemerintah dapat menjadi pondasi yang kuat dalam membangun objek wisata. Kepercayaan diantara masyarakat pengelola objek wisata sangatlah penting, karena dengan adanya kepercayaan maka kerjasama dapat dibangun dengan baik sehingga aktivitas di objek wisata akan selalu berjalan dan masyarakat akan menjadi produktif. Kepercayaan bahwasanya objek wisata akan mendatangkan pengunjung jika fasilitas tersedia dengan

baik seperti tempat duduk untuk bersantai, makanan dan makanan ringan yang disediakan oleh pedagang maka pengelola akan berusaha untuk memastikan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana di tempat wisata. Pemerintah berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah bahwasanya pemerintah mendukung kegiatan yang dilakukan masyarakat.

Modal sosial dalam pemberdayaan yang **ketiga** adalah keterbukaan antara lembaga lokal dan masyarakat, keterbukaan antara masyarakat dengan lembaga lokal dimulai dari perencanaan dukungan dari lembaga lokal dalam pengembangan objek wisata, lembaga lokal dalam hal ini adalah pokdarwis yang merupakan lembaga yang bertindak dalam mendukung kegiatan masyarakat sekitar objek wisata dalam mengembangkan objek wisata. Adanya keterbukaan dalam perencanaan membuat masyarakat memiliki semangat dan motivasi sehingga bersama-sama mewujudkan tujuan yang direncanakan. Keterbukaan juga dapat dilihat pada saat adanya permasalahan yang dihadapi masyarakat dalam pengelolaan objek wisata, lembaga lokal akan berkoordinasi dengan pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut. Modal sosial dalam pemberdayaan yang **keempat** adalah dukungan institusional dalam pemberdayaan, dukungan institusional ini penting karena setiap kegiatan pemberdayaan yang dilakukan membutuhkan peran serta institusional dalam memberikan semangat bagaimana masyarakat bisa bersama-sama menggali modal sosial yang dapat dimanfaatkan. Memberikan akses ke institusi lain dalam mempromosikan objek wisata. Dalam pengembangan objek wisata dukungan institusional yang didapatkan oleh masyarakat adalah pembangunan sarana dan prasarana untuk kenyamanan pengunjung maupun bagi masyarakat yang berjualan disekitar objek wisata. Modal sosial yang **kelima** adalah partisipasi masyarakat dalam membangun jaringan, jaringan merupakan unsur terpenting dalam mengembangkan objek wisata. Bentuk partisipasi masyarakat dalam mengembangkan objek wisata adalah bersama-sama membersihkan dan menjaga objek wisata terutama dari kegiatan pengunjung yang menyalahi aturan dan moral. Partisipasi lainnya adalah bersama-sama mempromosikan objek wisata di media masa atau media sosial yang mereka miliki, partisipasi masyarakat yang berada disekitar objek wisata juga dapat dilihat dari adanya keinginan mereka menambah wahana permainan bagi pengunjung sehingga menambah daya tarik objek wisata itu sendiri. Masyarakat memiliki kesempatan untuk memiliki usaha seperti menyewakan permainan untuk pengunjung atau masyarakat yang berjualan disekitar objek wisata, semakin banyak pengunjung yang datang maka kesempatan masyarakat yang memiliki usaha ataupun berjualan untuk mendapatkan uang akan lebih besar, oleh sebab itu partisipasi masyarakat sangat besar dalam membangun jaringan atau komunitas baik melalui media sosial ataupun promosi yang dilakukan secara langsung. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lee & Hallak, 2020) di Selandia Baru yang melihat bagaimana modal sosial mempengaruhi usaha pariwisata secara online dan offline hasilnya menemukan bahwa adanya ikatan sosial untuk menemukan akses ke keuangan, inovasi dan sumberdaya manusia. Penelitian lainnya yang melihat peran modal sosial dalam pertumbuhan ekonomi bagi banyak masyarakat seperti industri pariwisata menemukan hasil pembangunan ekonomi yang dapat dihasilkan oleh wisata dipengaruhi oleh bentuk modal sosial yang diperlukan untuk membangun dan mempertahankan objek pariwisata tersebut, (García-Villaverde et al., 2021). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dalam pemberdayaan dibutuhkan modal sosial sehingga masyarakat yang berada disekitar objek wisata dapat bersama-sama membangun dan mengembangkan objek wisata tersebut sehingga dapat meningkatkan keberdayaan masyarakat yang dilihat dari adanya peningkatan perekonomian masyarakat.

9. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal sosial merupakan alternatif yang dapat dimanfaatkan untuk pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan objek wisata. Jaringan merupakan modal sosial

yang banyak dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata. Jaringan yang luas dimanfaatkan secara online maupun offline membantu masyarakat disekitar objek wisata dalam mempromosikan pariwisata serta bersama-sama membangun fasilitas serta sarana dan prasarana yang mendukung objek wisata sehingga memberikan kenyamanan pengunjung dalam menikmati objek wisata. Jaringan online dibangun dengan memanfaatkan teknologi digital melalui media sosial. Pengembangan objek wisata terkendala pada saat pandemi karena ditutupnya objek wisata, namun dengan pemanfaatan jaringan secara online, objek wisata mulai berkembang secara signifikan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa memanfaatkan komunikasi dengan masyarakat dan membangun kepercayaan dan keterbukaan serta adanya dukungan institusional juga membuat objek wisata mampu untuk berkembang. Secara teoritis penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemberdayaan, modal sosial yang dimanfaatkan dalam pengembangan objek wisata adalah jaringan secara online dan offline, komunikasi, kepercayaan dan dukungan institusi. Secara praktis hasil penelitian dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan objek wisata dengan memanfaatkan modal sosial.

10. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah diambil, penulis memberikan saran kepada pemerintah untuk dapat mendukung pengembangan objek wisata dengan melibatkan masyarakat melalui kegiatan pemberdayaan sehingga mampu menggali potensi modal sosial yang dapat dimanfaatkan, sehingga memberikan manfaat bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat disekitar objek wisata, untuk penelitian selanjutnya penulis menyarankan untuk meneliti pemberdayaan dan modal sosial secara mendalam sehingga dapat menguatkan hasil penelitian dan dapat dimanfaatkan dalam peningkatan perekonomian masyarakat.

Ucapan Terima Kasih: Penulis mengucapkan terima kasih kepada DPPM Universitas Islam Riau yang telah memfasilitasi dalam melaksanakan penelitian serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian

Daftar Pustaka

- Arta, K. S. (2012). Kolaborasi Masyarakat Sipil, Politik dan Ekonomi dalam Pemanfaatan Modal Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 117–128.
- García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., Hurtado-Palomino, A., De La Gala-Velásquez, B., & Zirena-Bejarano, P. P. (2021). Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors. *Journal of Destination Marketing and Management*, 19(May 2020). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100529>
- Haridison, A. (2013). Modal Sosial Dalam Pengelolaan Pembangunan. *JISPAR, FISIP Universitas Palangka Raya*, 4, 10. Retrieved from <https://bit.ly/3krykn1>
- Isni Reniati, & Agung Fauzi. (2022). Peran Modal Sosial Pada Digitalisasi Perdagangan. *Journal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 14(1), 148–158. <https://doi.org/10.37304/jpips.v14i1.4744>
- Jovita, H. D., Nashir, H., Mutiarin, D., Moner, Y., & Nurmandi, A. (2019). Social capital and disasters: How does social capital shape post-disaster conditions in the Philippines? *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 29(4), 519–534. <https://doi.org/10.1080/10911359.2018.1556143>

- Knollenberg, W., Arroyo, C. G., Barbieri, C., & Boys, K. (2021). Craft beverage tourism development: The contributions of social capital. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20(June 2020), 100599. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100599>
- Lee, C., & Hallak, R. (2020). Investigating the effects of offline and online social capital on tourism SME performance: A mixed-methods study of New Zealand entrepreneurs. *Tourism Management*, 80(February), 104128. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104128>
- Musavengane, R., & Kloppers, R. (2020). Social capital: An investment towards community resilience in the collaborative natural resources management of community-based tourism schemes. *Tourism Management Perspectives*, 34(March 2019), 100654. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100654>
- Musavengane, R., & Simatele, D. M. (2016). Community-based natural resource management: The role of social capital in collaborative environmental management of tribal resources in KwaZulu-Natal, South Africa. *Development Southern Africa*, 33(6), 806–821. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2016.1231054>
- Nunkoo, R. (2017). Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4), 277–285. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.003>
- Ozgun, A. H., Tarim, M., Delen, D., & Zaim, S. (2022). Social capital and organizational performance: The mediating role of innovation activities and intellectual capital. *Healthcare Analytics*, 2(March), 100046. <https://doi.org/10.1016/j.health.2022.100046>
- Rustinsyah, R., Prasetyo, R. A., & Adib, M. (2021). Social capital for flood disaster management: Case study of flooding in a village of Bengawan Solo Riverbank, Tuban, East Java Province. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 52(January 2020), 101963. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101963>
- Simbolon, A. K. (2018). Analisis Modal Sosial untuk Kesejahteraan Masyarakat Lokal (Studi pada Wisata Petik Jeruk di Dusun Borogragal, Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang). *Cakrawala*, 12(1). <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.266>
- Susanti, N. (n.d.). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Modal Sosial*.
- Tingginehe, A. M., Waani, J. O., Wuisang, C. E. V., & Pariwisata, P. (n.d.). *Amanda M. Tingginehe, Judy O. Waani, Cynthia E.V Wuisang, Perencanaan Pariwisata Hijau di Distrik Roon Kabupaten Teluk Wondama Papua Barat, .., h. 513. 113 87. 87–99*.
- Upadani, I. G. A. W. (2017). Model Pemanfaatan Modal Sosial dalam Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan Mengelola Daerah Aliran Sungai (DAS) di Bali. *Wicaksana, Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 1(1), 11–22.
- Utami, V. Y. (2020). Dinamika Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Desa Wisata Halal Setanggor: Kepercayaan, Jaringan Sosial Dan Norma. *Reformasi*, 10(1), 34–44. <https://doi.org/10.33366/rfr.v10i1.1604>
- Yumantoko. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Hutan: Proses Penguatan Masyarakat Melalui Perhutanan Sosial di Kawasan Hutan Sesaot, Nusa Tenggara Barat. *Sosio Konsepsia: Jurnal Penelitian*

Dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial, 11(2). <https://doi.org/10.33007/ska.v11i2.3076>

Zhou, L., Chan, E., & Song, H. (2017). Social capital and entrepreneurial mobility in early-stage tourism development: A case from rural China. *Tourism Management*, 63, 338–350. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.06.027>



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>).

3
PUBLISH ONLINE



Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Objek Wisata dengan Memanfaatkan Modal Sosial

Dia Meirina Suri^{1*}, Moris Adidi Yoga², Cifebrima Suyastri³

¹ Universitas Islam Riau, Program Studi Administrasi Publik, Provinsi Riau, Indonesia

² Universitas Islam Riau, Program Studi Ilmu Administrasi, Provinsi Riau, Indonesia

³ Eotvos Lorand University, Faculty of Social Sciences Doctoral School of Sociology Department International Studies, Hungary

* Korespondensi: diamerinasuri@soc.uir.ac.id; +628126835735

Diterima: 13 Februari 2023; Disetujui: 29 Agustus 2023; Diterbitkan: 29 November 2023

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat sekitar objek wisata dengan pemanfaatan modal sosial dalam pengembangan objek wisata. Pandemi Covid 19 yang terjadi memberikan pengaruh terhadap objek wisata, jumlah wisatawan yang berkunjung turun secara drastis, hal ini menyebabkan kondisi perekonomian masyarakat sekitar menjadi menurun. Kondisi tersebut menuntut adanya pemberdayaan masyarakat sehingga masyarakat lebih aktif dan partisipatif dalam mengelola objek wisata. Pengembangan objek wisata berbasis pemberdayaan masyarakat akan memberikan pengaruh bagi peningkatan pendapatan dan perekonomian masyarakat disekitar objek wisata tersebut. Permasalahannya adalah bagaimana masyarakat memanfaatkan modal sosial yang ada untuk pengembangan objek wisata. Metode yang digunakan adalah kualitatif interpretatif, dalam pengumpulan informasi digunakan data primer yang didapatkan melalui observasi, dan wawancara mendalam. Untuk mendapatkan hasil yang valid dan kredibel digunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan modal sosial memiliki kontribusi dalam pengembangan objek wisata, modal sosial dalam bentuk jaringan yang dibangun secara online maupun offline oleh masyarakat sekitar objek wisata, komunikasi dengan stakeholder dan pihak swasta, adanya kepercayaan yang dibangun oleh masyarakat serta keterbukaan untuk pengembangan objek wisata. Direkomendasikan untuk pengembangan objek wisata dapat memanfaatkan modal sosial melalui pemberdayaan masyarakat sekitar objek wisata.

Kata kunci: Pemberdayaan; Modal Sosial; Jaringan; Komunikasi

Abstract: This study aims to analyze community empowerment around tourist objects by utilizing social capital in developing tourist objects. The Covid 19 pandemic that occurred had an impact on tourist attractions, the number of tourists visiting dropped drastically, this caused the economic conditions of the surrounding community to decline. This condition requires community empowerment so that people are more active and participatory in managing tourist objects. The development of tourism objects based on community empowerment will have an impact on increasing the income and economy of the people around these tourist objects. The problem is how the community utilizes existing social capital for the development of tourist attractions. The method used is interpretive qualitative, in gathering information using primary data obtained through observation and in-depth interviews. To obtain valid and credible results, triangulation techniques are