



**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MADURA DALAM  
PENGEMBANGAN *CYBER EXTENSION* DI DUNIA PARIWISATA**  
*Cyber World of Tourism: Madura Community Empowerment in Cyber  
extension Development*

**Teguh Hidayatul Rachmad<sup>1)\*</sup>, Kho, Gerson Ralph Manuel<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Doktor Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, IPB University

<sup>2)</sup>Ilmu Komuniaksi, Universitas Bunda Mulia

\*Korespondensi Penulis: E-mail: teguhhidayatul@apps.ipb.ac.id

Diajukan: 28 November 2025 / Direvisi: 2 Maret 2026 / Disetujui: 26 Maret 2026

**Abstrak**

Madura memiliki kondisi geografis dan demografis yang terpisah dari Jawa Timur dengan sumber daya alam dan manusia yang beragam serta karakter budaya yang berbeda dengan masyarakat Jawa Timur yang lebih egalitarian. Kondisi tersebut menyebabkan pengembangan sektor pemerintahan, khususnya pariwisata, di Madura relatif tertinggal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan konsep *cyber extension* dalam komunikasi pariwisata melalui aplikasi mobile untuk mendukung pemberdayaan pelaku pariwisata di Pulau Madura. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melibatkan informan yang berasal dari pelaku pariwisata di Pulau Madura. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap aktivitas promosi dan pengelolaan destinasi wisata berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi mobile "ToMadura" dapat menjadi media *cyber extension* dalam komunikasi pariwisata dengan menghubungkan berbagai pelaku industri pariwisata, seperti penyedia rental kendaraan, hotel, jasa wisata, serta pusat oleh-oleh khas Madura dalam satu platform digital. Melalui aplikasi ini, informasi mengenai destinasi wisata dan potensi keindahan alam Madura dapat disebarluaskan kepada masyarakat luas melalui jaringan internet. Dengan demikian, aplikasi mobile yang berfokus pada pariwisata Madura berpotensi memperluas jangkauan promosi pariwisata sekaligus mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal melalui pemanfaatan teknologi digital.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Masyarakat, *Cyber extension*, Pariwisata Madura

**Abstract**

Madura has a geographic and demographic situation separate from East Java, with diverse natural and human resources and a cultural character distinct from East Java's more egalitarian society. These conditions have led to the lagging development of the government sector, particularly tourism, in Madura. This study aims to analyze the use of the *cyber extension* concept in tourism communication through mobile applications to support the empowerment of tourism actors on Madura Island. The research method used is a descriptive qualitative approach, involving informants from the tourism sector on Madura Island. Data collection was conducted through interviews and observations of digital-based tourism destination promotion and management activities. The results show that the use of the "ToMadura" mobile application can be a *cyber extension* medium in tourism communication by connecting various tourism industry actors, such as vehicle rental providers, hotels, tourism services, and Madurese souvenir centers on a single digital platform. Through this application, information about tourist destinations and the potential natural beauty of Madura can be disseminated to the wider community via the internet. Thus, a mobile application focused on Madura tourism has the potential to expand the reach of tourism promotion while supporting the economic empowerment of local communities through digital technology.

**Keywords:** Community Empowerment, *Cyber extension*, Madura's Tourism Industry



## Pendahuluan

Saat ini pariwisata telah menjadi motor penggerak sosial dan ekonomi dunia, dan telah menjadi salah satu motor penggerak utama di dalam perdagangan internasional. Berbagai organisasi internasional antara lain Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Bank Dunia, dan *World Tourism Organization* (WTO) telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial ekonomi (UNWTO, 2023; Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M, 2016; Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R, 2004; Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M, 2002). Yang pada awalnya pariwisata hanya merupakan kegiatan yang hanya dapat dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif berada dalam hal finansial, namun saat ini pariwisata sudah menjadi hak asasi manusia. Dalam perkembangan penelitian pariwisata kontemporer, sektor ini juga semakin banyak dikaji dalam kaitannya dengan transformasi digital, komunikasi pariwisata, serta pemberdayaan masyarakat lokal melalui pemanfaatan teknologi informasi. Globalisasi yang terjadi saat ini telah merubah berbagai persepsi manusia dalam memandang kegiatan pariwisata. Semakin mudarnya hambatan jarak dan waktu akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan pariwisata sebagai suatu penghubung antar satu benua dengan benua lainnya, antar satu negara dengan negara lainnya, bahkan antar satu wilayah dan wilayah lainnya. Globalisasi menyebabkan terjadinya keterkaitan antarnegara yang saling mempengaruhi serta terjadinya saling tukar menukar dan berbagi (*sharing*) berbagai sisi kehidupan manusia terutama dalam bidang ilmu pengetahuan, budaya dan teknologi, termasuk dalam hal industri pariwisata (Hall, C. M, 2011). Dalam konteks ini, perkembangan teknologi digital dan komunikasi berbasis internet juga mulai memainkan peran penting dalam memperluas akses informasi pariwisata, memperkuat promosi destinasi wisata, serta membuka ruang partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas (Buhalis, D., & Law, R, 2008).

Perubahan dalam pariwisata pun mulai dirasakan dan diimplementasikan di pulau-pulau yang ada di Indonesia dengan potensi kekayaan sumber daya alam dan budaya lokal, salah satunya di Pulau Madura. Destinasi wisata yang mengagumkan dengan berbagai tipe wisata masing-masing sesuai dengan ciri khas kabupaten, contoh: Pulau Giliyang Sumenep yang terkenal dengan penghasil oksigen terbaik di dunia, Api Tak Kunjung Padam Pamekasan yang tak lekang oleh waktu, Pulau Mandangin Sampang yang terkenal dengan sebutan pulau kambing dengan produksi ekspor hewan ternak kambing yang terkenal, dan Makam Syaichona Kholil Bangkalan yang merupakan tokoh perjuangan Islam terkenal di Madura pada masa kejayaan Wali Songo. Menurut Teguh H. Rachmad (2018:120) setiap kabupaten mempunyai karakteristik kebudayaan dan keunikan pariwisata yang beragam. Kelebihan pariwisata di masing-masing kabupaten adalah *additional value* setiap kabupaten untuk menarik para wisatawan baik lokal maupun domestik ke Pulau Madura. Penggerak roda pariwisata di Pulau Madura terletak pada kemauan, kegigihan dan inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh para pelaku pariwisata. Masyarakat Pulau Madura akan menjadi paham dan tahu tentang potensi dan pemanfaatan tempat wisata dengan baik. Pelaku pariwisata di Pulau Madura dapat dilihat dari tiga kategori, yaitu pelaku wisata Apratur Sipil Negara (ASN), swasta, dan swadaya. Kategori tersebut dapat dikelompokkan lagi menjadi lebih khusus sesuai yang ada di setiap kabupaten, yaitu pelaku wisata ASN: dinas pemuda olahraga kebudayaan dan pariwisata, kementerian informasi dan komunikasi; swasta: biro perjalanan wisata, Asosiasi Pariwisata Madura (ASPRIM); swadaya: Kelompok Sadar Wisata. Dalam konteks pengembangan pariwisata modern, kolaborasi antara berbagai aktor tersebut juga semakin berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital sebagai media komunikasi, promosi, dan koordinasi pengelolaan destinasi wisata.



Pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) dengan meningkatkan potensi sumber daya alam (SDA) yang difasilitasi dengan penggunaan teknologi yang canggih akan membantu pemerintah kabupaten, terutama di Pulau Madura untuk merealisasikan tujuan-tujuan dari Sustainable Development Goals (SDGs) atau Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB). Adapun 17 tujuan SDGs adalah sebuah panduan untuk menangani tantangan yang paling mendesak di dunia termasuk mengakhiri kemiskinan dan membawa kemakmuran ekonomi, inklusi sosial, keberlanjutan lingkungan dan perdamaian serta pemerintahan yang baik bagi setiap negara dan semua orang pada tahun 2030 (Kestin et al., 2017). Sangat penting sekali untuk mewujudkan SDGs nomor satu tentang tidak adanya kemiskinan, khususnya di Madura karena data Badan Pusat Statistik (BPS) di masing-masing kabupaten di Pulau Madura menunjukkan bahwa angka kemiskinan di Sampang hingga akhir 2020 mencapai 20,78 persen lebih tinggi dibanding Bangkalan yang hanya 20,56 persen. Urutan ketiga Kabupaten Sumenep yaitu 20,18 persen, sedangkan Kabupaten Pamekasan tercatat 14,60 persen ([www.antarane.ws.com](http://www.antarane.ws.com)).

Peningkatan potensi SDA yang dilakukan oleh SDM di Pulau Madura dengan cara mengembangkan destinasi pariwisata melalui aplikasi *mobile* masih sangat jarang dilakukan oleh pemerintah daerah di Pulau Madura. Hal ini akan menjadi sesuatu yang baru di Pulau Madura untuk melakukan proses perombakan citra dan perombakan identitas destinasi pariwisata Madura yang berdampak kepada pengurangan kemiskinan, meningkatkan infrastruktur, industri dan inovasi kota dan komunitas yang berkelanjutan serta kemitraan untuk mencapai tujuan. Aplikasi *mobile* untuk pengembangan pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal akan sangat membantu untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Pemberdayaan masyarakat akan penggunaan aplikasi *mobile* akan membutuhkan proses pembelajaran orang dewasa untuk melatih penduduk lokal Madura agar paham akan inovasi program pariwisata. Namun demikian, kajian akademik yang secara khusus membahas integrasi antara teknologi digital, komunikasi pariwisata, dan pemberdayaan masyarakat lokal di Pulau Madura masih relatif terbatas sehingga diperlukan penelitian yang dapat menjelaskan bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan secara lebih efektif dalam konteks pengembangan pariwisata daerah.

Transformasi digital dalam berbagai sektor pembangunan telah mendorong pemanfaatan teknologi informasi sebagai instrumen strategis dalam proses diseminasi pengetahuan dan penguatan kapasitas masyarakat. Salah satu inovasi yang berkembang dalam konteks tersebut adalah sistem Cyber Extension, yaitu suatu platform berbasis teknologi informasi yang dirancang untuk mempercepat distribusi informasi, inovasi, serta pengetahuan kepada masyarakat melalui jaringan komunikasi digital yang terintegrasi. Sistem ini pada awalnya dikembangkan sebagai sarana penyuluhan pertanian berbasis internet yang bertujuan meningkatkan akses petani terhadap informasi teknologi, pasar, dan kebijakan pembangunan. Namun demikian, dalam perkembangannya cyber extension memiliki potensi yang lebih luas sebagai media komunikasi pembangunan yang mampu menjembatani kesenjangan informasi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat. Dalam kerangka pembangunan berbasis pengetahuan (*knowledge-based development*), pemanfaatan teknologi digital semacam ini dapat mendukung penyebaran informasi secara lebih efektif, transparan, dan inklusif dalam berbagai sektor pembangunan, termasuk pengembangan sektor pariwisata berkelanjutan (Ahuja, 2011; Rivera & Gutierrez, 2019).

Dalam konteks pengembangan destinasi wisata daerah, pemanfaatan teknologi informasi melalui pendekatan *cyber extension* memiliki relevansi yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan promosi destinasi wisata kepada masyarakat luas. Hal ini menjadi penting terutama bagi wilayah yang memiliki potensi wisata yang beragam namun belum sepenuhnya dikenal



secara luas di tingkat nasional maupun internasional, seperti wilayah Madura. Pulau Madura memiliki berbagai potensi pariwisata yang mencakup wisata budaya, religi, kuliner, serta wisata alam yang merepresentasikan kekayaan kearifan lokal masyarakat setempat. Namun demikian, keterbatasan akses informasi, promosi digital, serta keterhubungan dengan jaringan pasar pariwisata seringkali menjadi hambatan dalam pengembangan sektor tersebut. Oleh karena itu, integrasi *cyber extension* dalam strategi pengembangan pariwisata daerah dapat berperan sebagai instrumen komunikasi pembangunan yang efektif dalam memperkuat promosi destinasi, meningkatkan partisipasi masyarakat lokal, serta mendorong pengelolaan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *sustainable tourism* yang menekankan pentingnya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, serta pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengembangan destinasi wisata (Bramwell & Lane, 2011; Hall, 2011; UNWTO, 2023).

Bila melihat definisi yang dapat dipahami, secara etimologi *cyber extension* terdiri dari dua kata yaitu *cyber* dan *extension*. Menurut Oxford Dictionary, *cyber* berarti yang berhubungan dengan teknologi informasi, internet dan *virtual reality*. Sedangkan *extension* secara harfiah merupakan “tindakan atau proses memperluas atau memperpanjang sesuatu”. Dengan kata lain, dapat diartikan sebagai perluasan area, waktu maupun ruang. Sehingga *extension* atau penyuluhan adalah sebuah mekanisme sentral dalam proses pembangunan pertanian, baik dari segi transfer teknologi maupun pengembangan sumber daya manusia. *Cyber extension* dapat dipahami sebagai wadah media komunikasi dinamis dan terus bergerak inovasi baru yang bersifat *hybrid* dan konvergen yang memanfaatkan jaringan internet, komunikasi melalui komputer dan multimedia interaktif digital untuk menjembatani proses transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi baru di bidang pertanian secara cepat. Meskipun konsep ini pada awalnya banyak dikembangkan dalam konteks penyuluhan pertanian, prinsip dasar *cyber extension* sebagai media diseminasi informasi berbasis teknologi digital juga memiliki potensi untuk diterapkan dalam sektor lain, termasuk dalam komunikasi pariwisata dan pengembangan destinasi wisata berbasis teknologi.

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam pembangunan wilayah, khususnya di kawasan pedesaan yang menjadikan aktivitas agraris sebagai basis utama ekonomi masyarakat. Selain berfungsi sebagai penyedia pangan dan sumber mata pencaharian, sektor pertanian juga memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata melalui konsep *Agrotourism*. *Agrowisata* merupakan bentuk diversifikasi ekonomi pedesaan yang mengintegrasikan aktivitas pertanian dengan kegiatan wisata, sehingga wisatawan dapat memperoleh pengalaman langsung mengenai proses produksi pertanian, budaya lokal, serta kehidupan masyarakat pedesaan. Integrasi ini tidak hanya memberikan nilai tambah ekonomi bagi petani melalui diversifikasi pendapatan, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lanskap pertanian, budaya lokal, serta praktik-praktik pertanian tradisional yang memiliki nilai edukatif bagi masyarakat luas (Phillip et al., 2010; Barbieri & Mahoney, 2009).

Dalam perspektif pembangunan pariwisata berkelanjutan, pengembangan *agrowisata* juga dapat mendorong terciptanya keterkaitan ekonomi antara sektor pertanian dan sektor pariwisata secara lebih luas. Produk-produk pertanian lokal, kuliner tradisional, serta aktivitas agraris dapat menjadi bagian integral dari pengalaman wisata yang autentik dan berbasis komunitas. Hal ini sejalan dengan konsep *Sustainable Tourism*, yang menekankan pentingnya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, serta pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata. Dengan demikian, sektor pertanian tidak hanya berfungsi sebagai pendukung aktivitas pariwisata, tetapi juga sebagai elemen utama dalam menciptakan identitas destinasi wisata yang berbasis pada potensi lokal dan keberlanjutan sumber daya alam (Hall & Gössling, 2016; Lane, 2009).



Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital turut memperkuat peluang integrasi antara sektor pertanian dan pariwisata melalui pemanfaatan sistem Cyber Extension. Cyber extension merupakan platform berbasis teknologi informasi yang dirancang untuk mempercepat proses penyebaran informasi, inovasi, serta pengetahuan kepada masyarakat melalui jaringan komunikasi digital yang terintegrasi. Dalam konteks pengembangan wilayah, sistem ini dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi pembangunan yang memungkinkan masyarakat lokal, pemerintah daerah, serta pelaku usaha pariwisata untuk mengakses informasi mengenai potensi daerah, teknologi pertanian, serta strategi pengembangan destinasi wisata. Pemanfaatan teknologi digital dalam proses penyuluhan dan promosi ini juga mampu memperluas jangkauan informasi kepada calon wisatawan secara lebih efektif dan efisien (Ahuja, 2011; Rivera & Gutierrez, 2019).

Implementasi cyber extension dalam pengembangan pariwisata menjadi semakin relevan bagi wilayah yang memiliki potensi wisata berbasis pertanian dan budaya lokal, seperti wilayah Madura. Pulau Madura dikenal memiliki berbagai potensi wisata yang meliputi wisata budaya, wisata religi, kuliner tradisional, serta lanskap pedesaan yang masih mempertahankan karakteristik agraris masyarakatnya. Namun demikian, keterbatasan akses informasi dan promosi digital seringkali menjadi kendala dalam memperkenalkan potensi tersebut kepada pasar wisata yang lebih luas. Oleh karena itu, integrasi antara sektor pertanian, agrowisata, serta pemanfaatan teknologi informasi melalui cyber extension dapat menjadi strategi inovatif dalam mendukung pengembangan pariwisata Madura secara berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat promosi destinasi wisata, tetapi juga meningkatkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berbasis komunitas serta memperkuat keberlanjutan ekonomi dan lingkungan daerah.

Dalam pemahaman yang lebih komprehensif, Sumardjo et al. (2009) menjelaskan bahwa *cyber extension* merupakan salah satu media baru untuk komunikasi inovasi pertanian yang dapat difungsikan untuk mempertemukan lembaga penelitian, pengembangan, dan pengkajian dengan diseminator inovasi (penyuluh), pendidik, petani, dan kelompok stakeholders lainnya yang masing-masing memiliki kebutuhan dengan jenis dan bentuk informasi yang berbeda sehingga dapat berperan secara sinergis dan saling melengkapi. *Cyber extension* merupakan sistem informasi penyuluhan pertanian melalui media internet yang dibangun untuk mendukung penyediaan materi penyuluhan dan informasi pertanian bagi penyuluh dalam memfasilitasi proses pembelajaran agribisnis pelaku utama dan pelaku usaha. Prinsip pertukaran informasi dan penyebaran inovasi melalui media digital tersebut juga relevan untuk dikaji dalam konteks sektor pariwisata yang saat ini semakin bergantung pada komunikasi digital dan platform berbasis internet.

Taufik (2016) mengemukakan bahwa *cyber extension* merupakan mimbar penyuluhan pertanian yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pelayanan data serta penyampaian materi dan informasi pertanian khususnya dalam membantu memperlancar dan mempermudah fasilitasi kepada pelaku penyuluhan terutama para penyuluh pertanian lapangan, baik penyuluh pertanian PNS, swasta, maupun swadaya. Melalui media penyuluhan berbasis internet ini, seorang penyuluh cukup mengupload materi penyuluhan yang akan disampaikan kepada petani dan beberapa detik kemudian materi tersebut sudah dapat diakses oleh para petani sampai ke seluruh pelosok pedesaan. Begitu juga perkembangan teknologi pertanian, informasi harga komoditas, perkembangan pembangunan pertanian di berbagai daerah serta informasi pertanian lainnya juga dapat dengan mudah diakses melalui media penyuluhan online ini. Dalam ranah yang kompleks, *cyber extension* juga diartikan sebagai suatu mekanisme pertukaran informasi pertanian melalui area *cyber*, yaitu suatu ruang imajiner-maya di balik interkoneksi jaringan komputer melalui peralatan komunikasi (Wijekoon et al., 2009). Dalam perkembangan teknologi komunikasi digital saat ini, mekanisme pertukaran informasi



semacam ini juga semakin banyak diterapkan dalam berbagai sektor pembangunan termasuk dalam penyebaran informasi pariwisata.

Pariwisata menjadi objek kajian yang menarik di setiap tempat untuk dianalisis dan dioptimalkan fungsinya. Peran masyarakat, pemerintah dan budayawan sangat membantu dalam meningkatkan potensi destinasi pariwisata di suatu daerah. Destinasi pariwisata sangat relate dengan branding. Salah satu konsep yang ditawarkan oleh Sassen dalam bukunya yang berjudul *Global City* (1991). Menurutnya kota global membuat norma baru. Untuk mewujudkannya, kota haruslah kompleks dan beragam. Norma tersebut berfungsi dalam ukuran, tetapi tidak semua kota besar atau mega adalah kota global. Kemajuan teknologi menyuburkan alihdaya di banyak sektor, tetapi kontrol tetap pada pusat. Fungsi sentral kantor pusat bertambah difasilitasi oleh perkembangan dan pertumbuhan sektor intermediasi. Kota menjadi rumah kantor pusat (dalam Nallari, Griffith dan Yusuf, 2012:73).

Penggunaan terminologi *Global City* akan disesuaikan dan dimodifikasi menjadi *Global Island*. Hal ini dikarenakan strategi komunikasi pembangunan yang akan digunakan bukan hanya melibatkan satu kota atau kabupaten, namun menghadirkan potensi destinasi pariwisata di keempat kabupaten ke dalam branding satu pulau, yaitu Pulau Madura. Pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata power (kekuasaan atau keberdayaan). Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, menjangkau sumber-sumber produktif serta berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan yang mempengaruhi mereka (Khusna, 2019:15).

Pemberdayaan masyarakat dimaknai sebagai sebuah proses dan tujuan. Maksudnya yaitu sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu yang mengalami masalah kemiskinan serta sebagai tujuan, pemberdayaan menunjuk pada keadaan yang ingin dicapai oleh perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi maupun sosial seperti kepercayaan diri, menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya (Suharto, 2005).

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan martabat masyarakat yang dalam keadaan tidak mampu untuk melepaskan diri dari jerat kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain pemberdayaan masyarakat bermaksud untuk mengembangkan kemampuan masyarakat agar mampu berdiri sendiri dan memecahkan masalahnya. Pemberdayaan harus menempatkan kekuatan masyarakat sebagai modal utama serta menghindari “rekayasa” pihak luar yang seringkali mematikan kemandirian masyarakat setempat. Dalam konteks ini, pemberdayaan masyarakat oleh Slamet diartikan sebagai proses penyuluhan pembangunan yang oleh (Mardikanto, 2003) diartikan sebagai proses perubahan sosial, ekonomi dan politik untuk memberdayakan dan memperkuat kemampuan masyarakat melalui proses belajar bersama yang partisipatif agar terjadi perubahan perilaku pada diri semua stakeholders (individu, kelompok, kelembagaan) yang terlibat dalam proses pembangunan demi terwujudnya kehidupan yang semakin berdaya, mandiri dan partisipatif yang semakin sejahtera secara berkelanjutan (Mardikanto & Soebiato, 2015:100). Hulme dan Turner (1990) pemberdayaan dapat dilakukan dengan menggunakan tiga strategi antara lain: Pertama, *the welfare approach*, pendekatan ini mengarah pada pendekatan manusia dan bukan untuk memberdaya masyarakat dalam menghadapi proses politik dan kemiskinan rakyat tetapi justru untuk memperkuat keberdayaan masyarakat dalam pendekatan *sentrum of power*, yang dilatar belakangi oleh kekuatan potensi lokal masyarakat itu sendiri. Kedua, *the development approach*, pendekatan ini



bertujuan untuk mengembangkan proyek pembangunan untuk meningkatkan kemampuan, kemandirian dan keswadayaan masyarakat. Ketiga, *the empowerment approach*, pendekatan yang melihat bahwa kemiskinan sebagai akibat dari proses politik, dan berusaha memberdayakan atau melatih rakyat untuk mengatasi ketidak berdayaan mereka. Sumodiningrat (2007) menjelaskan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat terdiri dari beberapa hal, diantaranya:

1. Mudah diterima dan didayagunakan oleh masyarakat sebagai pelaksana dan pengelola (*acceptable*);
2. Dapat dikelola oleh masyarakat secara terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan (*accountable*);
3. Memberikan pendapatan yang memadai dan mendidik masyarakat untuk mengelola kegiatan secara ekonomis (*profitable*).
4. Hasilnya dapat dilestarikan oleh masyarakat sendiri sehingga menciptakan pemupukan modal dalam wadah lembaga sosial ekonomi setempat (*sustainable*); dan
5. Pengelolaan dana dan pelestarian hasil dapat dengan mudah digulirkan dan dikembangkan oleh masyarakat dalam lingkup yang lebih luas (*replicable*).

Strategi pemberdayaan yang baik juga yaitu dilakukan dengan pengembangan kesadaran, pengembangan keterampilan dan kapasitas, dan aksi politik dalam sebuah kerangka pemberdayaan serta dengan membandingkan ide-ide tentang apa yang mereka inginkan untuk kemungkinan sebuah perubahan (Litzelfelner, Poertner, 1996). Tujuan dari pemberdayaan itu sendiri salah satunya adalah untuk mewujudkan masyarakat yang memiliki kemandirian ekonomi. Kemandirian berasal dari kata dasar diri, pembahasan mengenai kemandirian tidak dapat dilepaskan dari pembahasan diri itu sendiri yang dalam konsep Carl Rogers disebut dengan istilah self karena diri merupakan inti dari kemandirian (Ali & Asrori, 2008). Kemandirian (*self-reliance*) adalah kemampuan untuk mengelola semua yang dimiliki, tahu bagaimana mengelola waktu, berjalan dan berpikir secara mandiri disertai dengan kemampuan mengambil risiko dan memecahkan masalah. Individu yang mandiri tidak membutuhkan petunjuk yang detail dan terus menerus tentang bagaimana mencapai produk akhir, ia bisa bersandar pada diri sendiri (Parker, Prabawa-Sear & Kustiningsih, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut dapat dilihat bahwa pengembangan pariwisata di Pulau Madura memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pendekatan komunikasi pembangunan berbasis teknologi digital. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pemanfaatan konsep *cyber extension* dalam konteks komunikasi pariwisata serta pemberdayaan masyarakat melalui platform digital masih relatif terbatas, khususnya pada wilayah kepulauan seperti Madura. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menganalisis bagaimana konsep *cyber extension* dapat dimanfaatkan sebagai pendekatan komunikasi digital dalam mendukung pemberdayaan masyarakat dan pengembangan destinasi pariwisata di Pulau Madura.

### Metode Penelitian

Dalam penulisan ini, metode yang digunakan memakai metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan untuk penulisan makalah ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan sejumlah petani garam di Sumenep-Madura. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui berbagai pustaka atau studi literatur. Pustaka



yang digunakan meliputi buku dan artikel jurnal ilmiah baik dalam bentuk tercetak maupun elektronik. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori-teori yang relevan dan diinterpretasikan secara deskriptif serta dikaitkan dengan kasus-kasus yang ada di masyarakat.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi sosial ekonomi masyarakat serta potensi pengembangan sektor pariwisata di wilayah Madura. Data yang diperoleh dari proses wawancara kemudian dianalisis dengan pendekatan deskriptif interpretatif untuk mengidentifikasi keterkaitan antara kondisi sosial masyarakat lokal dengan peluang pengembangan kegiatan ekonomi berbasis pariwisata. Analisis ini juga mempertimbangkan peran teknologi komunikasi dalam mendukung penyebaran informasi pariwisata kepada masyarakat luas.

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu. Penggunaan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengembangan sistem sosial dan sistem kemitraan para petani garam di Sumenep Madura. Dalam konteks penelitian ini, sistem sosial tersebut tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi masyarakat, tetapi juga dengan potensi keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata lokal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiono, penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif (Sugiono, 2010 : 9). Menurut Poerwandari (2005), penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara dan observasi. Kirk dan Miller (dalam Moleong) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai cara untuk melakukan pengamatan langsung pada individu dan berhubungan dengan orang-orang tersebut untuk mendapatkan data yang digalinya (Moleong, J.L.2011 : 3).

Dalam penelitian ini, konsep penelitian kualitatif digunakan untuk memahami dinamika sosial masyarakat lokal serta berbagai aktivitas ekonomi yang berpotensi mendukung pengembangan sektor pariwisata di Pulau Madura. Melalui pendekatan ini, data yang diperoleh dari wawancara dan studi literatur dianalisis secara deskriptif untuk melihat keterkaitan antara aktor-aktor yang terlibat dalam kegiatan pariwisata dengan sistem komunikasi yang digunakan dalam penyebaran informasi pariwisata.

### **Objek Penelitian: Penyedia Jasa Pariwisata**

Menurut Bagyono ( 2007 : 25 - 28 ) usaha jasa pariwisata adalah suatu usaha bisnis yang kegiatan utamanya meliputi menjual jasa – jasa pariwisata kepada wisatawan baik itu wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Jenis usaha jasa pariwisata meliputi:

#### **a. Agen Perjalanan, Biro Perjalanan dan Tour Operator (Usaha Jasa Perjalanan)**

Berdasarkan prinsipnya ketiga jenis usaha tersebut sama, yakni sama – sama beroperasi dalam bidang perjalanan, sedangkan perbedaannya terletak pada kegiatan pelaksanaannya itu sendiri. Misalnya kegiatan biro perjalanan ruang lingkungannya lebih luas dibandingkan dengan agen perjalanan. Demikian juga dengan ruang lingkup kegiatan tour operator lebih luas jika dibandingkan dengan biro perjalanan. Dalam konteks penelitian ini, layanan perjalanan wisata memiliki peran penting sebagai penghubung antara wisatawan dengan berbagai destinasi wisata yang ada di Pulau Madura.





Keberadaan layanan perjalanan wisata juga menjadi salah satu elemen penting dalam sistem distribusi informasi pariwisata.

#### b. Pemanduan Wisata

Keberadaan usaha ini sudah termasuk kedalam kegiatan biro perjalanan. Tetapi tidak menutup kemungkinan kalau usaha ini berdiri sendiri. Misalnya dalam suatu obyek wisata terdapat pemandu wisata yang bukan merupakan dari biro perjalanan. Mereka merupakan pemandu resmi yang berada pada dalam organisasi atau perkumpulan tertentu. Peran pemandu wisata dalam konteks pariwisata lokal tidak hanya memberikan informasi kepada wisatawan, tetapi juga berfungsi sebagai mediator budaya yang memperkenalkan nilai-nilai lokal serta potensi destinasi wisata kepada pengunjung.

#### c. Pelayanan Informasi Wisata

Kegiatan usaha ini bisa dilakukan oleh pemerintah maupun pihak swasta. Jika kegiatan usaha ini dilakukan oleh pemerintah maka kegiatan tersebut bukan usaha yang dikomersialkan, tetapi untuk memudahkan pelayanan tersebut kepada wisatawan. Dalam perkembangan industri pariwisata modern, pelayanan informasi wisata juga dapat disediakan melalui media digital yang memungkinkan wisatawan memperoleh informasi secara lebih cepat dan luas.

#### d. Pelayanan Pertemuan dan Konferensi

Usaha ini kegiatannya lebih kepada menyediakan fasilitas pertemuan, seminar – seminar, konferensi dan lain – lain baik kegiatan penyelenggaraannya maupun dalam menyediakan tempat beserta perlengkapannya. Pada usaha ini juga kadang menyediakan jasa Master of Ceremony (MC). Sudah banyak hotel – hotel yang memasukan kegiatan ini didalam pemasarannya.

#### e. Usaha Jasa Boga: Restoran, Bar dan Katering

Usaha jasa boga merupakan salah satu komponen penting dalam industri pariwisata yang menyediakan layanan penyediaan makanan dan minuman bagi wisatawan maupun masyarakat umum. Bentuk usaha ini dapat berupa restoran, bar, maupun jasa katering yang menawarkan berbagai jenis hidangan sesuai dengan karakteristik pasar dan kebutuhan konsumen. Restoran umumnya menyediakan layanan makan di tempat (dine-in) dengan menu yang bervariasi, sedangkan bar lebih menitikberatkan pada penyediaan minuman serta suasana rekreasi yang mendukung aktivitas sosial. Sementara itu, usaha katering berfokus pada penyediaan makanan dan minuman dalam jumlah besar untuk berbagai kegiatan seperti acara pertemuan, pernikahan, konferensi, maupun kegiatan pariwisata lainnya. Keberadaan usaha jasa boga tidak hanya berfungsi sebagai penyedia kebutuhan konsumsi wisatawan, tetapi juga berperan dalam memperkenalkan kekayaan kuliner lokal yang dapat menjadi daya tarik tersendiri dalam pengembangan destinasi wisata.

Ketiga jenis usaha tersebut dapat beroperasi secara mandiri maupun terintegrasi dengan usaha pariwisata lainnya, seperti hotel, resort, atau kawasan wisata terpadu. Dalam banyak kasus, restoran, bar, dan layanan katering menjadi bagian dari fasilitas pendukung yang disediakan oleh hotel untuk meningkatkan kenyamanan serta kualitas pelayanan bagi para tamu. Integrasi tersebut memberikan nilai tambah bagi industri pariwisata karena mampu menciptakan pengalaman wisata yang lebih komprehensif, mulai dari akomodasi hingga layanan konsumsi. Selain itu, pengelolaan usaha jasa boga yang profesional juga dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, serta penguatan identitas kuliner lokal sebagai bagian dari daya tarik wisata suatu wilayah.



#### f. Usaha Transportasi

Usaha transportasi merupakan salah satu elemen fundamental dalam sistem industri pariwisata karena berfungsi sebagai sarana mobilitas yang memungkinkan wisatawan untuk mencapai destinasi wisata dengan mudah, aman, dan efisien. Dalam konteks pariwisata, transportasi tidak hanya berperan sebagai alat perpindahan dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga menjadi bagian penting dari keseluruhan pengalaman perjalanan wisata. Ketersediaan sistem transportasi yang memadai dapat meningkatkan aksesibilitas suatu destinasi sehingga mampu mendorong pertumbuhan kunjungan wisatawan serta memperkuat keterhubungan antar wilayah dalam suatu kawasan pariwisata.

Secara umum, usaha transportasi dalam sektor pariwisata mencakup transportasi darat, laut, dan udara yang masing-masing memiliki karakteristik layanan yang berbeda. Transportasi darat meliputi berbagai layanan seperti bus pariwisata, kereta api, serta perusahaan taksi yang menyediakan mobilitas wisatawan baik dalam perjalanan antar kota maupun dalam kawasan destinasi wisata. Sementara itu, transportasi udara disediakan oleh maskapai penerbangan yang berperan penting dalam menghubungkan destinasi wisata antar daerah maupun antar negara secara lebih cepat dan efisien. Di sisi lain, transportasi laut mencakup layanan pelayaran umum maupun pelayaran wisata yang memungkinkan wisatawan untuk menjangkau destinasi kepulauan atau menikmati pengalaman perjalanan wisata berbasis bahari.

Keberadaan usaha transportasi yang terintegrasi dan dikelola secara profesional menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Infrastruktur transportasi yang baik tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan keamanan perjalanan wisatawan, tetapi juga memperkuat konektivitas ekonomi, memperluas peluang investasi pariwisata, serta meningkatkan daya saing destinasi wisata di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, pengembangan sektor transportasi dalam pariwisata perlu memperhatikan aspek efisiensi, keberlanjutan lingkungan, serta keterpaduan dengan sistem pelayanan pariwisata lainnya.

#### g. Usaha Jasa Akomodasi

Usaha jasa akomodasi merupakan bagian penting dalam industri pariwisata yang menyediakan fasilitas tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama melakukan perjalanan. Layanan ini ditujukan bagi tamu yang membutuhkan tempat menginap baik dalam jangka waktu singkat maupun dalam periode yang lebih lama. Selain menyediakan tempat beristirahat, usaha akomodasi juga umumnya dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung seperti pelayanan kamar, kebersihan, keamanan, serta layanan tambahan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berada di suatu destinasi.

Jenis usaha jasa akomodasi sangat beragam, di antaranya hotel, motel, apartemen, wisma, cottage, bungalow, serta berbagai bentuk penginapan lainnya yang berkembang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Keberadaan akomodasi yang memadai menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan pariwisata karena dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan serta memperpanjang lama tinggal mereka di suatu daerah tujuan wisata. Oleh karena itu, pengelolaan usaha jasa akomodasi yang baik dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan industri pariwisata serta peningkatan perekonomian daerah.

#### h. Usaha Jasa Pencucian (*Laundry and Dry Cleaning*)

Usaha jasa pencucian merupakan salah satu layanan pendukung dalam industri pariwisata yang menyediakan fasilitas pencucian pakaian bagi wisatawan selama melakukan perjalanan. Layanan ini



ditujukan bagi wisatawan yang membutuhkan kemudahan dalam merawat pakaian mereka, terutama ketika melakukan perjalanan dalam jangka waktu tertentu. Melalui layanan ini, wisatawan dapat mencuci pakaian dengan metode pencucian biasa menggunakan air maupun metode pencucian kering (dry cleaning) yang menggunakan bahan khusus untuk membersihkan pakaian tertentu.

Keberadaan usaha jasa pencucian umumnya tersedia sebagai usaha mandiri maupun sebagai bagian dari fasilitas yang disediakan oleh hotel, penginapan, atau kawasan wisata. Layanan ini berperan dalam meningkatkan kenyamanan wisatawan karena memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari selama berada di destinasi wisata. Oleh karena itu, usaha laundry dan dry cleaning menjadi salah satu bentuk layanan penunjang yang turut mendukung kualitas pelayanan dalam industri pariwisata.

i. Usaha Layanan Pemijatan (*Massage*)

Usaha layanan pemijatan merupakan salah satu bentuk layanan kesehatan dan relaksasi yang banyak dijumpai dalam industri pariwisata. Layanan ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan serta membantu wisatawan mengurangi kelelahan setelah melakukan berbagai aktivitas perjalanan. Jenis usaha ini dapat berdiri secara mandiri maupun menjadi bagian dari fasilitas pelayanan yang disediakan oleh hotel, resort, atau pusat kebugaran yang terdapat di kawasan wisata.

Dalam praktiknya, wisatawan dapat memilih berbagai jenis layanan pemijatan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Pelayanan pemijatan dapat dilakukan di berbagai lokasi, seperti di ruang khusus pemijatan, di dalam kamar hotel, maupun di area terbuka seperti tepi pantai yang memberikan suasana relaksasi yang lebih alami. Keberadaan layanan ini menjadi salah satu fasilitas pendukung yang penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata serta memberikan pengalaman yang lebih nyaman dan menyenangkan bagi wisatawan selama berada di destinasi wisata.

j. Usaha Jasa Penitipan Anak (*Baby Sitting*)

Usaha jasa penitipan anak merupakan salah satu layanan pendukung dalam industri pariwisata yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan yang melakukan perjalanan bersama keluarga, khususnya yang memiliki anak kecil. Layanan ini memungkinkan orang tua untuk menitipkan anak mereka kepada tenaga pengasuh yang profesional dan terpercaya, sehingga wisatawan dapat menjalankan berbagai aktivitas wisata dengan lebih nyaman dan tenang.

Usaha jasa penitipan anak dapat beroperasi secara mandiri maupun menjadi bagian dari fasilitas yang disediakan oleh hotel, resort, atau kawasan wisata tertentu. Dengan adanya layanan ini, wisatawan yang memiliki keterbatasan waktu dalam mengawasi anak secara langsung tetap dapat menikmati berbagai kegiatan wisata, sementara anak-anak tetap berada dalam pengawasan yang aman. Oleh karena itu, keberadaan layanan baby sitting menjadi salah satu fasilitas pendukung yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan wisatawan dalam industri pariwisata.

Dari kesepuluh usaha jasa pariwisata tersebut terbagi menjadi tiga kelompok yang mengorganisasikan dan mengatur regulasi. Pembagian wilayah administrasi dan kerja oleh ketiga kelompok yang ada di Pulau Madura bertujuan untuk mengoptimalkan sumber daya alam dan manusia agar menjadi lebih efektif dan efisien dalam mengembangkan program-program pariwisata. Diantara ketiga organisasi besar penyedia jasa wisata di pulau Madura yaitu :



1. Penyedia jasa wisata pemerintah yang terdiri dari departemen pendidikan dan kebudayaan dan departemen komunikasi dan informasi sebagai media komunikasi dan informasi akan pariwisata di pulau Madura
2. Penyedia jasa wisata swasta yang banyak terdiri dari biro perjalanan tour dan travel, Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Rumah Makan atau Resto dan jenis-jenis usaha yang dikelola oleh pihak swasta. Usaha yang dikelola oleh swasta dibawah naungan Asosiasi Pariwisata Madura (ASPRIM) sebagai media organisasi untuk menyampaikan komunikasi dan informasi.
3. Penyedia jasa wisata masyarakat yang didalamnya terdapat pemilik destinasi wisata dan kelompok sadar wisata di empat kabupaten di pulau Madura yang sudah terverifikasi sebagai desa wisata sesuai standart dari kemeparekraf.

### Hasil Dan Pembahasan

Penyedia jasa pariwisata merupakan satu-satunya motor penggerak pariwisata yang ada di pulau Madura. Dari keempat kabupaten yang ada di pulau madura, mempunyai berbagai jenis pariwisata yang tersebar. Seperti yang ada di tabel di bawah ini, menunjukkan bahwa setiap destinasi pariwisata dengan penyedia jasa nya akan membuat kelebihan dan keunggulan destinasi pariwisata daripada yang lainnya.

**Tabel 1.** Ragam destinasi pariwisata pulau madura

No	Destinasi Pariwisata/ wisata	Penyedia Jasa	Kecamatan	Kabupaten
1	Wisata Bukit Jaddih		Kec. Socah	Bangkalan
2	Wisata Bukit Palalangan		Kec. Arosbaya	Bangkalan
3	Wisata Mangrove Bancaran		Kec. Kota Bangkalan	Bangkalan
4	Wisata Religi Syaikhona Kholil		Kec. Kota Bangkalan	Bangkalan
5	Wisata Mangrove Labuhan		Kec. Sepulu	Bangkalan
6	Wisata Pantai Talango		Kec. Tanjung Bumi	Bangkalan
7	Wisata Pantai Biru		Kec. Tanjung Bumi	Bangkalan
8	Wisata Bukit Gegger		Kec. Gegger	Bangkalan
9	Wisata Religi Air Mata Ebu		Kec. Arosbaya	Bangkalan
10	Wisata Air Terjun Toroan		Kec. Ketapang	Sampang
11	Wisata Hutan Kera Nepa		Kec. Banyuates	Sampang
12	Wisata Pantai Lon Malang		Kec. Sokobanah	Sampang
13	Wisata Kampong Milon Napote		Kec. Sokobanah	Sampang
14	Wisata Pantai Camplong		Kec. Camplong	Sampang
15	Wisata Religi Makam Rato Ibu		Kec. Kota Sampang	Sampang
16	Wisata Religi Bujuk Napo		Kec. Omben	Sampang
17	Wisata Kampoeng Toron Samalem		Kec. Larangan	Pamekasan
18	Wisata Puncak Ratu		Kec. Pegantenan	Pamekasan
19	Wisata Kampoeng Durian		Kec. Pegantenan	Pamekasan
20	Wisata Bukit Kehi		Kec. Kadur	Pamekasan
21	Wisata Pantai Talang Siring		Kec. Larangan	Pamekasan

22	Ekowisata Mangrove Lembung	Kec. Galis	Pamekasan
23	Eduwisata Garam Madura	Kec. Pademawu	Pamekasan
24	Wisata Pantai Jhumeang	Kec. Pademawu	Pamekasan
25	Wisata Pantai The Legend	Kec. Pademawu	Pamekasan
26	Wisata Religi Asta Batu Ampar Barat	Kec. Proppo	Pamekasan
27	Wisata Religi Joko Tarub	Kec. Larangan	Pamekasan
28	Vihara Avalokitesvara	Kec. Larangan	Pamekasan
29	Pantai Sembilan Pulau Gili Genting	Kec. Gili Genting	Sumenep
30	Wisata Pulau Gili Labak	Kec. Talango	Sumenep
31	Wisata Pulau Giliyang	Kec. Dungkek	Sumenep
32	Pantai Ekasoghi	Kec. Sarongghi	Sumenep
33	Taman Tectona	Kec. Lenteng	Sumenep
34	Wisata Boekit Tinggi	Kec. Lenteng	Sumenep
35	Water Park Sumenep	Kec. Kota Sumenep	Sumenep
36	Wisata Goa Soekarno	Kec. Pasongsongan	Sumenep
37	Wisata Pantai Slopeng	Kec. Dasuk	Sumenep
38	Wisata Pantai Lombang	Kec. Batang-batang	Sumenep
39	Wisata Religi Asta Tinggi	Kec. Kota Sumenep	Sumenep
40	Wisata Religi Asta Yusuf	Kec. Talango	Sumenep

Tempat destinasi wisata di Pulau Madura yang tersebar di antara keempat kabupaten telah memiliki kewenangan dan regulasi yang bersifat independen. Beberapa destinasi wisata berada di bawah pengelolaan pemerintah daerah, sementara yang lain dikelola oleh pihak swasta maupun masyarakat. Ketiga elemen penyedia jasa tersebut memiliki kepentingan serta tujuan yang berbeda sesuai dengan visi dan misi organisasi atau perusahaan masing-masing. Perbedaan lokasi wilayah kabupaten juga menjadi faktor yang memengaruhi hubungan komunikasi antar maupun di luar lembaga. Kondisi ini seringkali menimbulkan kendala koordinasi karena otoritas dan kewenangan pada masing-masing kabupaten berbeda. Situasi tersebut menjadi salah satu faktor fundamental yang mengakibatkan pemberdayaan sumber daya manusia dalam sektor pariwisata di Pulau Madura mengalami keterhambatan.

Selain persoalan kelembagaan, terdapat pula kecenderungan ego sektoral di antara wilayah yang lebih menonjolkan kelebihan destinasi wisata di kabupatennya masing-masing. Kondisi ini menyebabkan pengembangan pariwisata di Pulau Madura tidak terintegrasi secara holistik sebagai satu kesatuan kawasan wisata. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini melihat perlunya suatu media komunikasi yang dapat menjembatani berbagai kepentingan aktor pariwisata. Salah satu upaya yang dirancang adalah pengembangan aplikasi mobile yang bertujuan memudahkan pelayanan konsumen, yaitu wisatawan, sekaligus menjadi media yang dapat menghubungkan berbagai pelaku pariwisata di Pulau Madura. Aplikasi mobile yang masih berada dalam tahap prototipe ini dipahami sebagai bentuk integrasi teknologi digital dalam sektor pariwisata untuk menjangkau wisatawan pada era masyarakat digital.

Pengembangan aplikasi ini juga berkaitan dengan konsep masyarakat 5.0, yaitu suatu konsep masyarakat yang berpusat pada manusia (*human-centered*) dan berbasis teknologi



(*technology based*) yang dikembangkan di Jepang. Konsep ini lahir sebagai pengembangan dari revolusi industri 4.0 yang dinilai berpotensi mendegradasi peran manusia. Melalui konsep masyarakat 5.0, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) memanfaatkan big data yang dikumpulkan melalui internet dalam berbagai bidang kehidupan (*Internet of Things*) untuk menghasilkan pengetahuan baru yang dapat meningkatkan kemampuan manusia serta membuka berbagai peluang dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Dalam konteks penelitian ini, pemanfaatan teknologi digital melalui aplikasi mobile dipandang sebagai salah satu strategi untuk memperluas akses informasi pariwisata sekaligus memperkuat pemberdayaan masyarakat lokal di sektor tersebut.



**Gambar 1:** Apliaski mobile to MAdura  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti)



Pembelajaran aplikasi mobile kepada penyedia jasa wisata sangat dibutuhkan agar aplikasi dapat dioperasikan secara tepat guna dalam aktivitas pelayanan pariwisata. Berdasarkan hasil pengamatan penelitian terhadap pelaku pariwisata di Pulau Madura, sebagian besar penyedia jasa wisata masih memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi dan koordinasi layanan wisata. Oleh karena itu, efektivitas penggunaan aplikasi mobile tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga pada proses pembelajaran yang memungkinkan para pelaku pariwisata memahami serta mengoperasikan aplikasi tersebut secara mandiri. Efektivitas penggunaan aplikasi mobile tersebut diharapkan dapat mendatangkan kemandirian serta pemberdayaan sumber daya manusia yang optimal dengan disertai munculnya berbagai peluang kerja di bidang pariwisata.

Proses pembelajaran penggunaan aplikasi mobile dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan teori pembelajaran yang dikemukakan oleh Bandura. Teori pembelajaran Bandura disebut sebagai teori pembelajaran sosial-kognitif dan sering pula disebut sebagai teori pembelajaran melalui peniruan. Penggunaan teori ini dalam penelitian bertujuan untuk menjelaskan bagaimana penyedia jasa pariwisata mempelajari penggunaan aplikasi ToMadura melalui proses observasi, peniruan, dan praktik penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha pariwisata. Teori Bandura berdasarkan pada tiga asumsi, yaitu:

- a. Individu melakukan pembelajaran dengan meniru apa yang ada di lingkungannya, terutama perilaku-perilaku orang lain. Perilaku orang lain yang ditiru disebut sebagai perilaku model atau perilaku contoh. Apabila peniruan itu memperoleh penguatan, maka perilaku yang ditiru itu akan menjadi perilaku dirinya. Proses pembelajaran menurut proses kognitif individu dan kecakapan dalam membuat keputusan. Dalam konteks penelitian ini, perilaku model tersebut berupa praktik penggunaan aplikasi mobile oleh fasilitator maupun pelaku pariwisata lain yang telah lebih dahulu memahami penggunaan aplikasi.
- b. Terdapat hubungan yang erat antara pelajar dengan lingkungannya. Pembelajaran terjadi dalam keterkaitan antara tiga pihak yaitu lingkungan, perilaku dan faktor-faktor pribadi. Lingkungan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ekosistem pariwisata di Pulau Madura yang melibatkan pemerintah daerah, penyedia jasa wisata, serta masyarakat lokal yang berinteraksi melalui media digital.
- c. Hasil pembelajaran adalah berupa kode perilaku visual dan verbal yang diwujudkan dalam perilaku sehari-hari. Dalam penelitian ini, hasil pembelajaran tersebut tercermin dari kemampuan penyedia jasa pariwisata dalam memanfaatkan aplikasi ToMadura sebagai sarana promosi destinasi, penyediaan informasi layanan wisata, serta koordinasi antar penyedia jasa wisata.

Atas dasar asumsi tersebut, maka teori pembelajaran Bandura disebut sosial kognitif karena proses kognitif dalam diri individu memegang peranan dalam pembelajaran, sedangkan pembelajaran terjadi karena adanya pengaruh lingkungan sosial. Individu akan mengamati perilaku di lingkungannya sebagai model, kemudian ditirunya sehingga menjadi perilaku miliknya. Dengan demikian, maka teori Bandura ini disebut teori pembelajaran melalui peniruan.

Perilaku individu terbentuk melalui peniruan terhadap perilaku di lingkungan, pembelajaran merupakan suatu proses bagaimana membuat peniruan yang sebaik-baiknya sehingga bersesuaian dengan keadaan dirinya dan tujuannya. Dalam penelitian ini, proses pembelajaran tersebut terjadi ketika penyedia jasa pariwisata mengamati penggunaan aplikasi mobile, memahami fungsi setiap fitur yang tersedia, serta mencoba menerapkannya dalam kegiatan promosi dan pelayanan wisata. Proses



pembelajaran menurut teori Bandura terjadi dalam tiga komponen (unsur) yaitu perilaku model (contoh), pengaruh perilaku model, dan proses internal pelajar. Jadi individu melakukan pembelajaran dengan proses mengenal perilaku model (perilaku yang akan ditiru), kemudian mempertimbangkan dan memutuskan untuk meniru sehingga menjadi perilakunya sendiri. Perilaku model ialah berbagai perilaku yang dikenal di lingkungannya. Apabila bersesuaian dengan keadaan dirinya (minat, pengalaman, cita-cita, tujuan dan sebagainya) maka perilaku itu akan ditiru (Surya: 2004:44).

Setiap proses belajar dalam hal ini belajar sosial terjadi dalam urutan tahapan peristiwa. Tahap-tahap ini berawal dari adanya peristiwa stimulus atau sajian perilaku model dan berakhir dengan penampilan atau kinerja (performance) tertentu sebagai hasil atau perolehan belajar. Dalam penelitian ini, tahapan tersebut digunakan untuk memahami proses adaptasi teknologi oleh penyedia jasa pariwisata dalam menggunakan aplikasi mobile ToMadura. Tahap-tahap dalam proses belajar tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap perhatian (attentional phase)

Pada tahap pertama ini para penyedia jasa pariwisata pada umumnya memusatkan perhatian (sebab para penyedia jasa pariwisata tidak bisa mengimitasi sebuah model tanpa memberikan perhatian yang cukup kepada model tersebut) pada obyek materi atau perilaku model yang lebih menarik terutama karena keunikannya dibanding dengan materi atau perilaku lain yang sebelumnya telah mereka ketahui. Dalam konteks penelitian ini, perhatian tersebut muncul ketika penyedia jasa pariwisata diperkenalkan pada aplikasi ToMadura yang menawarkan fitur promosi digital destinasi wisata serta integrasi berbagai layanan pariwisata di Pulau Madura.

2. Tahap penyimpanan dalam ingatan (retention phase)

Pada tahap kedua ini, informasi berupa materi dan contoh perilaku model itu ditangkap, diproses dan disimpan dalam memori. Para penyedia jasa pariwisata lazimnya akan lebih baik dalam menangkap dan menyimpan segala informasi yang disampaikan atau perilaku yang dicontohkan apabila disertai penyebutan atau penulisan nama, istilah, dan label yang jelas serta contoh perbuatan yang akurat. Dalam penelitian ini, tahap penyimpanan terjadi ketika para penyedia jasa pariwisata mulai memahami fungsi-fungsi dasar aplikasi seperti penyajian informasi destinasi wisata, layanan reservasi, maupun promosi produk lokal.

3. Tahap reproduksi (reproduction phase)

Tahap ketiga ini, segala bayangan atau citra mental (imagery) atau kode-kode simbolis yang berisi informasi pengetahuan dan perilaku yang telah tersimpan dalam memori penyedia jasa pariwisata diproduksi kembali. Dalam penelitian ini, tahap reproduksi terlihat ketika para penyedia jasa pariwisata mulai mencoba mengoperasikan aplikasi secara mandiri, seperti mengunggah informasi layanan wisata atau memperbarui data destinasi yang mereka kelola.

4. Tahap motivasi (motivation phase)

Tahap terakhir dalam proses terjadinya peristiwa atau perilaku belajar adalah tahap penerimaan dorongan yang dapat berfungsi sebagai reinforcement (penguatan) bersemayamnya segala informasi dalam memori para penyedia jasa pariwisata. Pada tahap ini, motivasi penggunaan aplikasi muncul dari manfaat yang dirasakan oleh penyedia jasa pariwisata, seperti kemudahan dalam mempromosikan layanan wisata serta meningkatnya





akses wisatawan terhadap informasi destinasi di Pulau Madura. Sementara itu, kepada penyedia jasa pariwisata yang belum menunjukkan kinerja yang memuaskan perlu diyakinkan akan arti penting penguasaan materi atau perilaku yang disajikan model (tutor) bagi kehidupan penyedia jasa pariwisata. Seiring dengan upaya ini, ada baiknya ditunjukkan pula bukti-bukti kerugian orang yang tidak menguasai materi atau perilaku tersebut (Syah, 1995: 112-113).

### Simpulan

Aplikasi mobile ToMadura menjadi salah satu alternatif media digital untuk menyediakan layanan pariwisata yang dapat mengintegrasikan destinasi wisata dari empat kabupaten di Pulau Madura ke dalam satu rangkaian informasi pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pelaku pariwisata di Pulau Madura, penggunaan aplikasi mobile dipandang sebagai sarana yang dapat mempermudah koordinasi informasi pariwisata serta memperluas jangkauan promosi destinasi wisata melalui media digital.

Aplikasi mobile yang bersifat personalize juga berpotensi memberikan keuntungan ekonomi bagi penyedia jasa pariwisata karena mampu menghadirkan layanan informasi yang lebih mudah diakses oleh wisatawan yang akan datang ke Pulau Madura. Dalam konteks penelitian ini, para penyedia jasa pariwisata menilai bahwa penggunaan aplikasi mobile dapat menjadi alternatif media promosi yang lebih efisien dibandingkan dengan metode promosi konvensional yang membutuhkan biaya relatif lebih besar.

Namun demikian, pemanfaatan aplikasi mobile ToMadura dalam pengembangan pariwisata masih memerlukan proses adaptasi teknologi di kalangan penyedia jasa pariwisata serta dukungan koordinasi antar pemangku kepentingan di masing-masing kabupaten. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi mobile sebagai media komunikasi pariwisata perlu disertai dengan proses pembelajaran dan pendampingan bagi para pelaku pariwisata agar pemanfaatannya dapat berjalan secara optimal dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata di Pulau Madura.

### Daftar Pustaka

- Ahuja, V. 2011. Cyber Extension: A Convergence of Information and Communication Technology. *Journal of Community Mobilization and Sustainable Development*, 6(1), 83–87.
- Bagyono. 2007. *Pariwisata & Perhotelan*. Cetakan kedua. Bandung: Alfabeta
- Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. 2002. Tourism as A Long-Run Economic Growth Factor. *Applied Economics*, 34(7), 877–884.
- Barbieri, C., & Mahoney, E. (2009). Why is Diversification an Attractive Farm Adjustment Strategy ? Insights from Texas Farmers and Ranchers. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 58–66. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.06.001>
- Bramwell, B., & Lane, B. 2011. Critical Research on The Governance Of Tourism and Sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
- Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. 2016. Has The Tourism-Led Growth Hypothesis been Validated. *Annals of Tourism Research*, 56, 1–23.
- Buhalis, D., & Law, R. 2008. Progress in Information Technology and Tourism Management. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.



- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. 2004. Evaluating Tourism's Economic Effects. *Tourism Management*, 25(3), 307–317.
- Hall, C. M. 2011. A Typology of Governance and Its Implications for Tourism Policy Analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 437–457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580545>
- Hall, C. M., & Gössling, S. 2016. *Food Tourism and Regional Development: Networks, Products and Trajectories*. Routledge.
- Kestin, T., Belt, M. van den, Denby, L., Ross, K., Thwaites, J., & Hawkes, M. (2017). *Getting Started with The SDGs in Universities A Guide For Universities, Higher Education Institutions, and The Academic Sector*.
- Lane, B. 2009. Rural Tourism: An Overview. In T. Jamal & M. Robinson (Eds.), *The SAGE Handbook of Tourism Studies*. SAGE Publications.
- Moleong, J. L. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: P.T Remaja Rosdakarya
- Nallari, Raj, Griffith, Breda dan Yusuf, Shahid. (2012). *Geography of Growth Spatial Economi and Competitiveness*. Bank Dunia, WashingtonRachmad,
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. 2010. A Typology for Defining Agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Rivera, M., & Gutierrez, E. 2019. ICTs and Sustainable Tourism Development: The Role of Information Technologies in Tourism Planning and Management. *Sustainability*, 11(22), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su11226275>
- Teguh H. 2018. *Madura 2020 Membumikan Madura Menuju Globalisasi*. Inteligencia Media : Malang
- Parker, L., Prabawa-Sear, K., & Kustiningsih, W. (2018). *How young people in Indonesia see themselves as environmentalists: Identity, behaviour, perceptions and responsibility. Indonesia and the Malay World*, 46(136), 263–282.
- Poerwandari, Kristi, 2005. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta : Fakultas Psikologi UI
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumardjo. 2019. *Sinergi Penyuluhan dan Komunikasi Pembangunan Di Era Komunikasi Digital dalam Mewujudkan Kesejahteraan*. [http://care.ipb.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/Peper\\_SUMARDJO\\_NASKAH-SEMNAS-PADANG-2-MEI-2019\\_REV1.pdf](http://care.ipb.ac.id/wp-content/uploads/2019/07/Peper_SUMARDJO_NASKAH-SEMNAS-PADANG-2-MEI-2019_REV1.pdf)
- Syah, Muhibbin.1995. *Psikologi Pendidikan: Suatu Pendekatan Baru*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- United Nations World Tourism Organization. 2023. International Tourism Highlights*. Madrid: UNWTO.
- Wijekoon, R. Shantha Emitiyagoda, M.F. M. Rizwan, R.M.M.Sakunthalarathanayaka, H.G.Anurajapa. 2009. *CyberExtension: An Information andCommunication TechnologyInitiative for Agriculture and RuralDevelopment in Sri Lanka*. [terhubung berkala].[http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/kce/Doc\\_for\\_Technical\\_Consult/SRI\\_LA\\_NKA\\_CYBER\\_EXTENSION.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/kce/Doc_for_Technical_Consult/SRI_LA_NKA_CYBER_EXTENSION.pdf). [26September 2009].