

GETHUK TULAR SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI LOKAL DALAM MEMPROMOSIKAN DESA WISATA BATIK GIRILAYU

Hawa La'ala Nabilla Fada^{a,1}, Eva Farhah^{a,2}

¹ hawalaala@student.uns.ac.id, ² evafarhah@staff.uns.ac.id

^a Program Studi S2 Kajian Budaya, Fakultas Ilmu dan Budaya, Universitas Sebelas Maret, Jl. Sutami 36 Kentingan, Jebres, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

Abstract

The aim of this research is to explain the application of the Gethuk Tular communication pattern as a media for promoting local communication in the Girilayu batik tourism village. Research opens knowledge about strong relationships between various parties in the form of effective communication. Gethuk Tular as an asset in understanding the concept of communication as a tool to achieve better results in various situations. The method used in this research is a qualitative method with a case study approach. The case study in this research is a problem in the Girilayu Batik Tourism Village, which is a unique study and has certain criteria. The data sources in this research are primary and secondary data sources. The primary data source in this research is the results of interviews with informants, while the secondary data source in this research is references from tourism promotion literature, innovation diffusion literature in communication, journal literature regarding Gethuk Tular communication and other supporting media. The sampling technique uses purposive sampling. The samples selected had criteria including local community managers of the Girilayu Batik Tourism Village, batik craftsmen, and members of the Pokdarwis. The data analysis technique used has several stages, namely data collection, reduction and data presentation. The results of this research show that Gethuk Tular's communication strategy strategy which involves interaction between tourist village managers and other tourist village managers, relationships with consumers, and relationships in education and employment of local communities has an important role in expanding the promotional reach of the Girilayu Batik Tourism Village. Using the theory of diffusion of innovation and communication patterns can increase visibility and attractiveness as a tourist destination.

Keywords: Tourism Promotion, Gethuk Tular Communications, Diffusion of Innovation.

I. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah kegiatan yang didalamnya berkaitan dengan aktivitas wisata dan rekreasi. Pariwisata melibatkan berbagai aspek, termasuk sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Kegiatan ini menjadi nyata melalui dukungan dari tiga elemen utama, yaitu manusia, tempat, dan waktu. Manusia berperan sebagai pengelola dalam menjalankan layanan pariwisata. Tempat merujuk pada lokasi di mana objek wisata dikembangkan, sementara waktu adalah momen luang yang dapat dimanfaatkan untuk menikmati objek wisata.

Pariwisata menjadi industri yang mendukung perkembangan perekonomian masyarakat dan negara. Sektor pariwisata mendukung pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan dengan menyerap lapangan pekerjaan, meningkatkan penghasilan masyarakat, dan mendorong perkembangan pengetahuan masyarakat dalam mengelola sektor produksi lain. Menurut Prastiyanti & Yulianto pariwisata memiliki peran krusial dalam memajukan dan meratakan peluang usaha serta lapangan pekerjaan, mendorong perkembangan wilayah, dan meningkatkan pendapatan nasional untuk tujuan peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat (Sa'aban, Ilwan, and Rosita 2023).

Salah satu sektor pengembangan industri pariwisata ialah desa wisata. Desa wisata merupakan

integrasi dari atraksi, akomodasi, dan fasilitas tambahan yang disuguhkan dalam struktur kehidupan masyarakat, yang berpadu dengan adat istiadat dan tradisi setempat (Aliyah, Yudana, and Sugiarti 2020). Desa wisata menjadikan masyarakat atau komunitas sebagai aktor utama dalam pembangunan pariwisata. Dalam aktivitas sosialnya, kelompok masyarakat berusaha untuk meningkatkan pemahaman tentang pariwisata, memfasilitasi peran dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata di daerah mereka, meningkatkan nilai pariwisata dan menggunakannya untuk kesejahteraan masyarakat. Sebagai aktor utama, masyarakat atau komunitas berusaha untuk meningkatkan potensi atau daya tarik pariwisata di wilayah mereka. Mereka berperan langsung dalam pengelolaan potensi wisata disekitar mereka dengan kemampuan serta keterampilan yang mereka miliki.

Desa wisata dapat dijadikan sebagai objek pariwisata apabila memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, salah satunya berkaitan dengan potensi desa. Potensi desa tersebut dapat berupa keindahan alam, potensi budaya atau sosio-kultur, potensi flora/fauna yang ada disuatu wilayah, tradisi/keunikan/adat istiadat yang berkembang di wilayah tersebut, dan lainnya. Salah satu potensi desa ialah potensi budaya, potensi budaya yang unik dapat dikembangkan menjadi pariwisata budaya. Menurut

Ismayanti (2010) pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang didasarkan atas landasan kajian kebudayaan seperti tradisi, adat istiadat, kesenian, pengalaman yang menjadi ciri khas suatu kelompok, dan produk budaya lainnya. Pariwisata budaya memberikan penawaran kepada wisatawan terkait dengan wawasan objek wisata yang khas dan unik yang ada di daerah wisata tersebut. Menurut Pendi dalam (Soemanto 2011), kegiatan yang dilakukan dalam wisata budaya adalah mempelajari pola perilaku sosial yang ada pada masyarakat setempat baik itu adat istiadat, kebiasaan, maupun warisan budayanya. Salah satu daerah yang mengembangkan potensi budaya menjadi desa wisata ialah Desa Wisata Batik Girilayu, Matesih, Karanganyar.

Desa Wisata Batik Girilayu mengangkat potensi batik tulis mereka menjadi objek wisata edukasi budaya. Batik tulis Girilayu masih bersifat sederhana, hal tersebut dilihat dari aktivitas para pembatik di daerah tersebut yang masih menggunakan alat-alat seperti canting, malam, kompor minyak kecil, gawangan dari kayu, dan pengelolaan limbah yang sederhana dengan arang. Batik tulis yang berkembang di Desa Girilayu mengangkat motif-motif dari kondisi lingkungan seperti hasil pertanian dan perkebunan, tugu Tri Dharma, dan buah manggis yang menjadi salah satu ikonik di Batik Girilayu (Nurchayanti and Sachari 2019). Di sisi lain, batik tulis Girilayu sangat berkaitan erat dengan kerajaan Mangkunegaran. Keahlian membatik tulis masyarakat sekitar merupakan ajaran dari abdi dalem kraton yang menetap di pemakaman raja-raja Mangkunegaran yang terletak di dekat Desa Girilayu. Masyarakat sekitar Desa Girilayu ditanamkan sikap tanggung jawab oleh elit kerajaan, hal tersebut tertuang dalam Tri Dharma. Ajaran tersebut menjadi suatu hal yang melekat bagi masyarakat sekitar terutama para pembatik. Para pembatik mendapatkan tujuan dari ajaran tersebut untuk senantiasa melestarikan batik dan memberikan perintah kepada para pembatik untuk tetap membatik sebagai bentuk tanggungjawab moral mereka.

Potensi budaya batik tersebut dimanfaatkan oleh pemerintah desa dan masyarakat Desa Girilayu untuk mengembangkannya menjadi wisata edukasi budaya. Dalam hal ini mereka mengangkat batik sebagai objek wisata edukasi masyarakat luar. Masyarakat luar dapat memperoleh pengalaman membatik tulis bersama pembatik di Desa Girilayu. Selain itu wisatawan atau masyarakat luar juga dapat memperoleh pengetahuan secara singkat tentang Batik Tulis Girilayu dan tentunya wisatawan dapat merasakan kondisi desa yang masih asri. Desa Wisata Batik Girilayu telah ditetapkan menjadi desa wisata berdasarkan Keputusan Bupati Karanganyar Nomor 556/378 Tahun 2020. Keputusan tersebut

dikeluarkan oleh Bupati Karanganyar melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Karanganyar.

Pengenalan dan promosi menjadi faktor penting dalam mengembangkan pariwisata suatu daerah. Desa Wisata Batik Girilayu berlokasi di daerah yang terpencil dan jauh dari pusat Kabupaten dan Kota. Lokasi dan objek wisata kurang dikenal masyarakat luas. Salah satu masalah yang terkait dengan kurangnya promosi wisata di Girilayu adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran tentang potensi wisata yang dimiliki oleh desa tersebut. Girilayu mungkin belum dikenal secara luas karena minimnya upaya promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan destinasi wisata tersebut kepada masyarakat luas. Kurangnya promosi dapat disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun tenaga kerja, yang membuat sulit untuk mengembangkan promosi yang efektif. Ketika destinasi wisata tidak mendapatkan eksposur yang memadai, wisatawan potensial mungkin tidak mengetahui keberadaan Girilayu sebagai tujuan wisata menarik. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih aktif dan terarah dalam mempromosikan wisata di Girilayu. Dengan meningkatkan promosi yang tepat, Girilayu dapat mendapatkan perhatian yang lebih luas dan menjadi tujuan wisata yang populer bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Promosi berkaitan erat dengan aktivitas komunikasi baik penjualan produk berupa barang atau jasa. Komunikasi lokal masih banyak ditemukan sebagai strategi promosi memperkenalkan produk. Salah satu bentuk komunikasi lokal ialah Gethuk Tular, Gethuk Tular menjadi salah satu pola komunikasi lokal yang masih banyak diterapkan masyarakat. Hal tersebut terbukti dari penelitian Metta Padmalia pada tahun 2018, penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk dengan label hijau. Studi ini menemukan bahwa aspek input hijau (green product), output hijau (produk yang dapat dirasakan secara langsung), dan Gethuk Tular (rekomendasi dari orang lain) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk dengan label hijau (Padmalia 2018). Selanjutnya penelitian dari Wijayanti Puspita Ningrum pada tahun 2021. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa informasi positif mengenai destinasi wisata dapat tersebar melalui Gethuk Tular dari wisatawan satu ke wisatawan lain. Pola komunikasi Gethuk Tular akan memberikan rekomendasi dan pandangan tentang destinasi wisata yang tentunya akan mempengaruhi citra, motivasi orang lain untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut (Ningrum 2021). Selain promosi wisata pola komunikasi Gethuk Tular juga diterapkan oleh pedagang makanan dalam menjaga loyalitas pelanggan mereka. Hal tersebut dijelaskan dalam penelitian Melita Andirani Putri, Dwi Wahyono,

dan Hariyanto R Djatola pada tahun 2022. Penelitian tersebut membuktikan bahwa Gethuk Tular memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Warung Sari Laut Sambal Ijo Mas Bro (Putri, Wahyono, and Djatola 2022). Penelitian tersebut didasarkan atas hasil analisis penelitian kuantitatif dengan sampel pelanggan Warung Sari Laut Sambal Ijo Mas Bro.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa, Gethuk Tular merupakan strategi komunikasi lokal yang digunakan dalam berbagai bidang, seperti penjualan produk berlabel hijau, promosi destinasi wisata, dan pemasaran makanan. Hal tersebut seperti penelitian Metta Padmalia (2018), Gethuk Tular memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk berlabel hijau. Sementara itu, studi Wijayanti Puspita Ningrum (2021) menunjukkan bahwa Gethuk Tular dapat membantu menyebarkan informasi positif tentang destinasi wisata. Terakhir, penelitian Melta Andirani Putri, Dwi Wahyono, dan Hariyanto R Djatola (2022) menunjukkan bahwa Gethuk Tular dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam bisnis makanan. Namun, penelitian berbeda dengan penelitian yang ini, penelitian ini berfokus pada bagaimana Gethuk Tular dapat digunakan sebagai strategi promosi untuk desa wisata Batik Girilayu. Ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena penelitian ini lebih menekankan pada bagaimana komunikasi lokal ini dapat membantu dalam mempromosikan sebuah desa wisata secara keseluruhan, bukan hanya produk atau layanan tertentu. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana Gethuk Tular dapat mempengaruhi persepsi dan minat wisatawan terhadap desa wisata Batik Girilayu.

Gethuk Tular adalah salah satu bentuk komunikasi tradisional yang digunakan oleh masyarakat di Desa Wisata Batik Girilayu. Metode ini melibatkan penyebaran informasi melalui komunikasi secara langsung antar masyarakat sekitar dan diluar masyarakat sekitar Girilayu. Gethuk Tular telah digunakan masyarakat Girilayu untuk memperkenalkan Batik Girilayu kepada masyarakat luas. Dalam konteks pariwisata, Gethuk Tular dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan Desa Wisata Batik Girilayu kepada wisatawan, dengan menggambarkan keindahan budaya dan seni batik yang dapat menambah pengalaman bagi wisatawan untuk merasakan membuat tulis di Desa Girilayu.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi potensi Gethuk Tular sebagai strategi komunikasi dalam mempromosikan Desa Wisata Batik Girilayu kepada wisatawan. Dengan memahami lebih dalam tentang Gethuk Tular dan bagaimana ia dapat digunakan secara efektif dalam konteks pariwisata, diharapkan dapat meningkatkan popularitas dan

kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Batik Girilayu. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan manfaat bagi masyarakat lokal Desa Wisata Batik Girilayu. Dengan memperkuat penggunaan Gethuk Tular sebagai alat komunikasi lokal, masyarakat akan dapat mempertahankan dan mengembangkan warisan budaya mereka. Hal ini juga dapat memberikan peluang ekonomi baru bagi masyarakat melalui peningkatan kunjungan wisatawan dan penjualan produk batik lokal.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kualitatif dengan judul "Gethuk Tular sebagai Strategi Komunikasi Lokal dalam Mempromosikan Desa Wisata Batik Girilayu". Analisis dalam penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi. Teori difusi mengacu pada proses penyebaran dan adopsi elemen informasi dan budaya dari satu kelompok ke kelompok lain melalui interaksi sosial. Dalam konteks ini, Gethuk Tular sebagai strategi komunikasi lokal dapat dipandang sebagai bentuk difusi budaya dimana objek wisata berupa tradisi dan kegiatan lokal diperkenalkan dan dipromosikan kepada masyarakat luas. Dengan menggunakan Gethuk Tular sebagai strategi komunikasi lokal, masyarakat dan pengelola Desa Wisata Batik Girilayu dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran masyarakat sekitar tentang budaya lokal mereka.

Penelitian ini cukup menyita perhatian peneliti karena permasalahan yang muncul di Desa Wisata Girilayu ialah terkait dengan upaya masyarakat lokal yang kurang terhadap pengenalan objek wisata mereka. Akan tetapi masyarakat sekitar yang merupakan pengelola desa wisata menggunakan strategi komunikasi lokal yang disebut dengan Gethuk Tular sebagai komunikasi dalam mempromosikan desa wisata. Oleh sebab itu, fokus penelitian ini ditekankan kepada strategi komunikasi lokal Gethuk Tular yang diterapkan masyarakat dan pengelola Desa Wisata Batik Girilayu dalam mempromosikan desa wisata. Peneliti ingin mengkaji lebih dalam persebaran strategi komunikasi tersebut sebagai potensi promosi yang efektif dalam memperkenalkan Desa Wisata Batik Girilayu.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah metode penelitian yang intensif, rinci, dan mendalam dalam menganalisis gejala tertentu (Arikunto 2019). Dalam penelitian ini pendekatan studi kasus digunakan untuk memahami pola komunikasi Gethuk Tular dalam mempromosikan Desa Wisata Batik Girilayu yang dilakukan oleh pengelola desa wisata (masyarakat lokal). Selain itu penelitian ini juga melihat dan memahami dinamika yang terjadi dalam komunikasi Gethuk Tular yang melibatkan komunikasi dengan masyarakat di luar

Desa Girilayu.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer penelitian ini ialah hasil wawancara dengan informan. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari referensi buku promosi wisata, buku difusi inovasi dalam komunikasi, jurnal yang membahas komunikasi Gethuk Tular, dan media cetak lainnya yang mendukung data primer.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling. Sampel atau informan yang dipilih memiliki kriteria antara lain masyarakat lokal pengelola Desa Wisata Batik Girilayu, pengerajin batik, dan anggota Pokdarwis. Teknik analisis data penelitian ini melalui tiga tahapan yaitu tahapan pertama ialah melakukan pengumpulan data dengan wawancara. Tahapan kedua mereduksi data, reduksi data merupakan proses seleksi atau memfokuskan data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tahapan terakhir yaitu dengan penyajian data dalam bentuk naratif dan gambar untuk memperjelas hasil penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Gethuk Tular yang Berkembang dalam Masyarakat Girilayu

Desa Girilayu adalah sebuah desa yang berada di daerah perbukitan di kaki gunung, cukup jauh dari pusat kota atau kabupaten. Sebagian besar penduduk Desa Girilayu mengandalkan pertanian dan perkebunan sebagai sumber pendapatan utama mereka. Masyarakat di desa ini dikenal memiliki ikatan kekerabatan yang erat dan mereka sangat menghargai tradisi membatik mereka. Sebagian besar penduduk di sekitar desa adalah pembatik. Di setiap wilayah di Desa Girilayu, terdapat kelompok-kelompok batik dengan jumlah anggota antara 10 hingga 25 orang. Meskipun membatik bukanlah pekerjaan utama bagi sebagian besar penduduk Desa Girilayu, hampir setiap rumah memiliki seseorang yang bisa membatik tulis. Suasana membatik dapat dilihat dari beberapa ibu-ibu yang sedang membatik di teras rumah mereka. Batik tulis, yang melibatkan proses pencantingan dengan lilin panas dan kompor kecil, menjadi pemandangan yang umum di rumah-rumah pembatik. Selain itu, suasana batik juga dapat dilihat dari beberapa rumah yang memiliki nama-nama kelompok batik di Girilayu, seperti petunjuk jalan yang menunjukkan arah ke rumah atau pusat produksi batik tulis dan plakat di depan rumah yang menampilkan nama kelompok batik. Bahkan, di pinggir jalan Desa Girilayu, ada monumen canting yang melambangkan batik tulis Girilayu.

Sebagian besar masyarakat Girilayu memiliki keahlian dan keahlian dalam seni membatik. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sekitar 300 pengrajin batik di Desa Girilayu telah memenuhi Standar

Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Batik pada tahun 2022 (Fada 2022). SKKNI Batik adalah upaya untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pekerja batik di seluruh Indonesia, serta melindungi perkembangan batik Indonesia melalui batasan proses, bahan, alat, dan motif. Keberadaan SKKNI Batik ini membuat produk batik tulis dari Desa Girilayu diakui kualitasnya oleh masyarakat sekitar.

Budaya membatik masyarakat Girilayu yang masih lestari hingga sekarang merupakan bentuk pola komunikasi yang berhasil antar generasi ke generasi. Pola komunikasi Gethuk Tular merupakan komunikasi yang dilakukan masyarakat Girilayu dalam melestarikan budaya dan merangkul masyarakat. Gethuk Tular merupakan komunikasi yang disampaikan secara lisan dari individu ke individu lainnya. Pesan atau informasi yang diberikan biasanya berisi nilai-nilai budaya, tradisi, atau pesan-pesan penting yang disampaikan kepada orang lain. Gethuk Tular diambil dari 2 kata Gethuk dan Tular. Gethuk disini memiliki arti kesederhanaan masyarakat yang diibaratkan seperti makanan Gethuk yang berkembang di Jawa, Gethuk terbuat dari singkong menggambarkan kesederhanaan. Sedangkan tular sendiri memiliki arti memberikan informasi atau berita yang menyebar dari satu orang ke orang lain. Oleh sebab itu Gethuk Tular diartikan sebagai pola komunikasi sederhana yang dilakukan masyarakat dari mulut ke mulut untuk menyampaikan informasi dan pesan secara berantai. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan masyarakat Girilayu yang menyatakan bahwa Gethuk Tular adalah pola komunikasi yang berkembang dalam masyarakat Girilayu dan digunakan sebagai strategi komunikasi yang digunakan untuk merangkul masyarakat (Partinah 2023). Selain itu beliau juga menyampaikan bahwa kearifan lokal masyarakat Jawa, termasuk komunikasi Gethuk Tular memiliki peran penting dalam melestarikan batik Girilayu. Komunikasi Gethuk Tular menjadi sarana untuk mengajarkan dan memperkenalkan nilai-nilai budaya kepada generasi muda serta membangkitkan minat mereka dalam melestarikan budaya tradisional.

Gethok Tular dalam masyarakat Girilayu merupakan representasi unik dari bagaimana komunikasi dapat berakar kuat dalam budaya dan kearifan lokal suatu masyarakat. Setiap anggota saling terhubung, tidak hanya oleh teknologi modern, tetapi juga oleh tradisi lisan yang telah berlangsung selama berabad-abad, itulah esensi dari Gethok Tular. Bentuk komunikasi ini mengandalkan kekuatan kata-kata yang disampaikan dari mulut ke mulut, dari generasi ke generasi. Dalam masyarakat Girilayu, Gethuk Tular bukan sekadar tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang merawat dan memelihara hubungan antar anggota masyarakat. Setiap pesan yang disampaikan melalui Gethuk Tular membawa nilai-nilai budaya dan tradisi yang ingin dipertahankan oleh

masyarakat. Ini adalah cara mereka menjaga keberlanjutan budaya dan tradisi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data penelitian Gethuk Tular memegang peran penting dalam memelihara hubungan antar anggota masyarakat Girilayu. Kontribusi Gethuk Tular dalam memelihara hubungan masyarakat Girilayu dijelaskan sebagai berikut: Membangun Interaksi dan Relasi Gethuk Tular merupakan pola komunikasi yang efektif untuk membangun relasi dan interaksi antar anggota masyarakat. Saat seseorang menyampaikan pesan melalui Gethok Tular, mereka tidak hanya berkomunikasi, tetapi juga berinteraksi dengan orang lain dalam masyarakat. Interaksi ini memungkinkan anggota masyarakat untuk saling mengenal dan memahami satu sama lain, yang pada akhirnya memperkuat hubungan antara mereka. Hal tersebut terbukti dengan dibentuknya komunitas-komunitas lokal seperti paguyuban batik. Paguyuban batik menghimpun kelompok-kelompok batik di Desa Girilayu. Kelompok-kelompok batik tersebut bergabung dan saling berinteraksi dan berhubungan satu sama lain untuk kemajuan Batik Tulis Girilayu. Dengan dibentuknya paguyuban komunikasi Gethuk Tular semakin kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan pertemuan paguyuban yang didalamnya membahas mengenai informasi-informasi dari luar yang ditularkan keseluruh kelompok batik. Informasi tersebut tentunya akan ditularkan kembali, kepada anggota kelompok dan ditindak lanjuti untuk kemajuan Batik Tulis Girilayu; Mempertahankan Nilai-nilai Budaya dan Tradisi Gethok Tular digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan dan mempertahankan nilai-nilai budaya dan tradisi masyarakat Girilayu. Melalui Gethok Tular, pengetahuan dan nilai-nilai ini dapat terus dijaga dan dilestarikan dari generasi ke generasi. Ini membantu memperkuat ikatan antara anggota masyarakat dan menciptakan rasa identitas dan kebanggaan bersama. Hal tersebut terbukti dengan budaya membatik yang terus lestari hingga sekarang ini. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Koordinator Batik Girilayu yaitu Bapak Nyoto:

"Kebanyakan masyarakat sekitar terutama perempuan di Desa Girilayu bisa membatik. Hal tersebut sudah menjadi tradisi turun temurun dari orang tua. Tidak hanya untuk memperoleh keuntungan kegiatan membatik yang mereka lakukan juga untuk melestarikan budaya. Setiap rumah pasti ada salah satu anggota keluarga yang bisa membatik." (Nyoto 2023)

Pola Strategi Komunikasi Gethuk Tular dalam Promosi Desa Wisata

Desa Girilayu memiliki sejarah batik tulis yang kaya dan budaya membatik yang menarik. Hal ini mendorong Pemerintah Desa Girilayu untuk mengembangkan potensi budaya mereka menjadi Desa Wisata Batik Girilayu. Salah satu daya tarik utama yang mereka tawarkan adalah edukasi seputar

histori batik tulis Girilayu dan praktek membatik. Selain itu, mereka juga memanfaatkan keindahan alam sekitar, seperti sungai yang dijadikan area wisata air arum jeram. Upaya Pemerintah Desa Girilayu dalam mengembangkan desa wisata ini terbukti berhasil dengan dikeluarkannya Surat Keputusan (SK) Desa Wisata Kabupaten Karanganyar yang menetapkan Desa Girilayu sebagai Desa Wisata Batik. Keputusan ini didasarkan pada Keputusan Bupati Karanganyar Nomor 556/378 Tahun 2020 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Karanganyar. Penetapan Desa Wisata ini dilakukan bersamaan dengan 22 daerah wisata lainnya di Kabupaten Karanganyar.

Sejak tahun 2020, Desa Wisata Batik Girilayu telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini terlihat dari jumlah wisatawan yang datang ke Desa Girilayu dengan berbagai tujuan, seperti melihat produk-produk batik, belajar membatik, melakukan penelitian tentang batik, dan menikmati keindahan alam yang ada di Desa Girilayu. Perkembangan Desa Wisata Girilayu tidak terlepas dari pengaruh promosi desa wisata yang dilakukan oleh beberapa stakeholder terkait. Salah satu strategi utama promosi desa wisata Batik Girilayu dilakukan dengan cara Gethuk Tular. Strategi Gethuk Tular dapat dilakukan dengan cara-cara yang mengandalkan interaksi sosial dan kearifan lokal. Pengelola desa wisata mengandalkan hubungan kekerabatan dan interaksi yang terjalin antara individu, kelompok, atau desa wisata lain. Pola strategi komunikasi Gethuk Tular dalam promosi desa wisata dijelaskan sebagai berikut: Pengelola desa wisata - masyarakat luar - wisatawan, Pola promosi desa wisata dilakukan dengan melewati beberapa proses, proses tersebut diawali dengan usaha pengelola desa wisata berhubungan dengan masyarakat luar. Pengelola desa wisata memperluas hubungan relasi tanpa adanya batasan jumlah dengan masyarakat di luar. Hubungan relasi tersebut seperti relasi dalam forum pendidikan, hubungan antar teman kerja, dan relasi konsumen batik girilayu dengan pengerajin sekaligus pengelola desa wisata. Strategi komunikasi lokal Gethuk Tular dilakukan pengelola desa wisata dengan berinteraksi langsung dengan individu atau kelompok lain. Dalam promosi tersebut pengelola desa wisata menceritakan dan memberikan rekomendasi mereka kepada keluarga, rekan kerja, dan kenalan mereka yang lain tentang desa wisata batik Girilayu.

Melalui forum pendidikan pengelola Desa Wisata Girilayu memanfaatkan forum tersebut untuk memperkenalkan Desa Wisata Batik Girilayu. Menurut koordinator batik girilayu, beliau mendapatkan kesempatan mengisi seminar, workshop, dan kegiatan yang berkaitan dengan batik di daerah kabupaten. Dalam mengisi acara-acara tersebut beliau menyisipkan ajakan-ajakan dan wawasan kepada masyarakat luas mengenai desa wisata batik girilayu. Penjelasan yang diberikan ialah terkait potensi wisata

yang ada di desa girilayu, seperti keindahan alam, budaya, dan keunikan desa wisata batik girilayu. Selain itu, masyarakat luas juga diberikan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di desa wisata, seperti wisata alam dan kuliner lokal. Kesempatan mengisi acara-acara tersebut didasarkan pada hubungan yang terjalin baik antara koordinator batik dengan pemerintah kabupaten atau pihak luar yang memberikan kesempatan koordinator batik girilayu mengisi forum seminar, workshop, dan kegiatan batik. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Koordinator Batik Girilayu yaitu Bapak Nyoto:

"Dinas pariwisata memberikan ruang bagi tokoh-tokoh pembatik girilayu untuk berpartisipasi dalam kegiatan lomba-lomba dan menunjuk mereka menjadi juri. Dari kegiatan-kegiatan tersebut batik girilayu bisa dikenalkan di masyarakat luas dan pembatik pun dapat relasi baru." (Nyoto 2023)

Selain itu, peran aktif pengelola desa wisata dan pengerajin batik dilakukan dengan memperluas relasi hubungan pertemanan diluar masyarakat Girilayu. Hal tersebut ditunjukkan dengan hubungan relasi pengerajin dengan masyarakat di luar Desa Girilayu. Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan pengerajin batik yaitu Ibu Yuli:

"Selain hubungan dengan kelembaga resmi pengelola batik dan desa wisata batik juga memperluas hubungan personal dengan pihak lain untuk memperkenalkan batik dan desa wisata batik Girilayu." (Yuli 2023)

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Ibu Mar selaku pengerajin dan anggota Pokdarwis Desa Wisata Batik Girilayu, beliau mengungkapkan bahwa pengerajin batik desa girilayu sering mengikuti acara pameran batik. Dalam pameran tersebut tidak hanya produk batik yang mereka tawarkan, akan tetapi mereka juga memberikan penjelasan secara langsung dan membuat brosur terkait dengan Desa Wisata Batik Girilayu kepada pengunjung pameran tersebut. Upaya selanjutnya ditunjukkan dengan hubungan relasi konsumen antara pengerajin batik dengan konsumen batik. Relasi konsumen yang dimaksud ialah hubungan ikatan kuat yang terjalin diantara penjual dan pembeli, dengan hubungan relasi tersebut tidak menutup kemungkinan komunikasi akan berjalan berkelanjutan. Hubungan relasi antara penjual dan pembeli batik sangat penting dalam memperkenalkan Desa Wisata Batik Girilayu melalui Gethuk Tular. Melalui interaksi langsung antara penjual dan pembeli, informasi tentang desa wisata batik Girilayu dapat tersebar dengan lebih efektif dan dapat membangun kepercayaan di antara mereka. Ketika penjual batik memberikan pengalaman yang positif kepada pembeli, seperti pelayanan yang ramah, kualitas produk yang baik, dan informasi yang akurat tentang desa wisata batik Girilayu, pembeli akan merasa puas dan cenderung merekomendasikan tempat tersebut kepada teman, keluarga, atau kenalan mereka. Pernyataan tersebut diperkuat dengan

pernyataan pengerajin batik sekaligus anggota Pokdarwis Ibu Partinah:

"Pengerajin Girilayu mendapatkan kesempatan mengikuti kegiatan kegiatan budaya membuat batik yang diselenggarakan oleh pihak mangkunegaran (Gusti Pangeran Haryo Bhre Cakrahutomo Wira Sudjiwo). Ada pihak ke 3 yang menghubungkan antara pihak mangkunegaran dengan kami. Ada hubungan personal terkait batik antara saya dengan salah satu orang yang bekerja atau dekat dengan pihak Mangkunegaran. Karena itulah orang tersebut menghubungkan pihak mangkunegaran berkaitan dengan informasi batik girilayu." (Partinah 2023)

Kesimpulannya pola promosi "gethuk tular" sangat efektif dalam memperkenalkan Desa Wisata Girilayu melalui forum pendidikan, hubungan pertemanan, dan relasi konsumen pengerajin dengan pembeli. Dengan memanfaatkan forum pendidikan, desa wisata dapat menjangkau peserta yang memiliki minat dalam pendidikan dan kebudayaan. Melalui hubungan pertemanan, penduduk desa dapat mengajak teman-teman mereka untuk mengunjungi desa wisata dan merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, pengerajin batik dan produk lokal juga dapat membangun hubungan yang baik dengan pembeli, sehingga mereka akan merekomendasikan desa wisata Girilayu kepada orang lain. Dengan kombinasi pola promosi ini, informasi tentang Desa Wisata Girilayu dapat tersebar dengan cepat dan luas. Semakin banyak orang yang mengetahui dan tertarik untuk mengunjungi desa wisata tersebut. Hal ini akan berdampak positif pada perkembangan pariwisata dan ekonomi lokal di Girilayu.

Pengelola desa wisata - pengelola desa wisata sekitar - wisatawan Dalam mengelola desa wisata, kelompok sadar wisata membutuhkan bantuan dari pihak lain, seperti pengelola daerah wisata sekitar. Keduanya bekerja sama untuk mengembangkan wisata mereka. Kerjasama dilakukan dengan cara mengenalkan daerah wisata lain kepada wisatawan yang berkunjung. Dengan informasi ini, wisatawan akan mengetahui keberadaan daerah wisata lain yang dapat mereka kunjungi.

Kelompok sadar wisata juga menjalin hubungan langsung dengan daerah wisata sekitar, seperti Hotel Atsiri dan Hotel Nava Tawangmangu. Hubungan ini dimulai dari hubungan baik antara pengelola hotel dengan salah satu kelompok batik atau anggota paguyuban yang juga merupakan pengurus kelompok sadar wisata. Melalui hubungan ini, para pembatik Girilayu memiliki kesempatan untuk memperkenalkan Batik Tulis Girilayu dan mempromosikan Desa Wisata Batik Girilayu. Hotel Nava dan Atsiri memberikan kesempatan kepada pembatik Girilayu untuk melakukan demo edukasi membuat batik di hotel mereka. Kesempatan ini membuat batik Girilayu dapat dikenal oleh wisatawan yang menginap di Hotel Atsiri dan Nava. Bahkan, wisatawan-wisatawan tersebut mulai datang ke Desa Wisata Batik Girilayu untuk belajar mencanting atau membuat batik secara langsung di Girilayu.

Pernyataan ini diperkuat dengan pernyataan pengerajin Batik Girilayu sekaligus anggota Kelompok Sadar Wisata Desa Wisata Batik Girilayu yaitu Ibu Partinah:

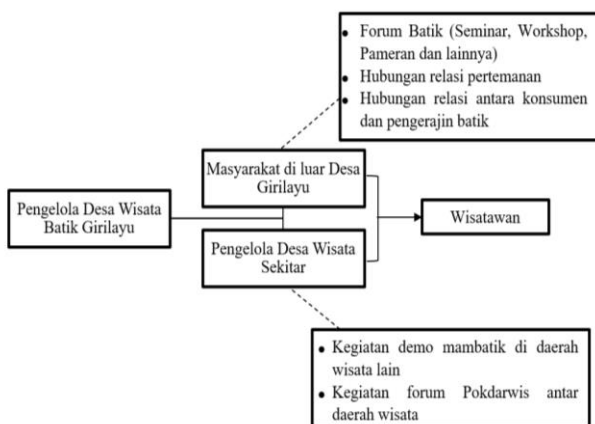
"Alhamdulillah managernya Nava hotel pernah lewat sini mampir dan beli kain. Terus ada itu jalinan terus sama kek gini kalau itu udah ngga ada disitu nanti mereka akan merekomendasikan kepada pengelola baru dan hubungan masih terjalin sampai sekarang hingga pembatik diberikan ruang display dan demo edukasi membatik..." (Partinah 2023)

Hal positif dapat dirasakan para pembatik dan pengelola desa wisata dalam pengembangan Desa Wisata Batik Girilayu. Hal ini terbukti dengan mulai berdatangan para pengunjung atau wisatawan yang ingin belajar membatik atau sekedar melihat-lihat produk batik tulis. Wisatawan tersebut kebanyakan mendapatkan rekomendasi dari daerah wisata sekitar seperti daerah Tawangmangu dan daerah Kemuning. Pernyataan ini diperkuat dengan pernyataan Ketua Kelompok Sadar Wisata Bapak Nyoto:

"Iya kadang-kadang wisatawan yang dari daerah kemuning ingin beli oleh-oleh atau pengen belajar membatik. Nanti dari pengelola sana telepon dan kemudian dari sini akan siap-siap, kadang juga sebaliknya mereka yang datang sini kemudian mereka pengen ditunjukkan wisata lain dan bergantian kami memberikan rekomendasi kesana dan mengantarnya." (Nyoto 2023)

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa hubungan baik antara anggota paguyuban atau kelompok sadar wisata dengan pengelola daerah wisata sekitar memiliki dampak positif dalam promosi Batik Girilayu dan Desa Wisata Batik Girilayu. Upaya untuk menjaga hubungan ini dilakukan melalui komunikasi yang terjalin secara langsung maupun tidak langsung dengan Gethuk Tular. Komunikasi ini memungkinkan mereka saling memberikan informasi dan mempermudah kerjasama dalam pola jaringan yang ada.

Gambaran pola komunikasi Gethok Tular dalam strategi komunikasi Gethok tular dalam promosi desa wisata dijelaskan dalam pola sebagai berikut:



Gambar 1. Pola Strategi Komunikasi Gethok Tular dalam Promosi Desa Wisata Batik Girilayu
Sumber: Data Primer Diolah

Difusi Inovasi dalam Promosi Desa Wisata Girilayu dengan Pola Komunikasi Gethuk Tular

Dalam penelitian ini teori difusi budaya menjelaskan bagaimana informasi dan pengalaman tentang Desa Wisata Batik Girilayu menyebar melalui interaksi sosial dan mempengaruhi minat wisatawan. Desa Wisata Batik Girilayu dapat memanfaatkan inovator sebagai pengelola desa wisata yang pertama kali mengadopsi ide promosi Gethuk tular. Mereka dapat berperan sebagai duta wisata yang membagikan pengalaman mereka tentang keindahan batik Girilayu dan daya tarik desa wisata kepada orang lain. Dengan kreativitas dan keberanian mereka, inovator dapat menjadi sumber inspirasi bagi orang lain untuk mengikuti jejak mereka. Disisi lain, early adopter dalam teori difusi budaya adalah pengerajin atau pembatik Girilayu yang terinspirasi oleh kesuksesan dan ide inovatif dari inovator Desa Wisata Batik Girilayu. Mereka melihat potensi dan manfaat dari promosi Gethuk tular dalam membantu memperkuat pengenalan dan promosi Desa Wisata Batik Girilayu.

Melalui proses Gethuk tular, pengelola Desa Wisata Batik Girilayu mengadakan forum seminar atau pertemuan dengan komunitas batik, pelaku pariwisata, dan masyarakat di luar desa. Melalui forum ini, mereka dapat membagikan informasi tentang keunikan batik Girilayu, proses pembuatan batik, dan pengalaman wisata di desa. Dengan memberikan pengalaman yang menarik dan berbeda, mereka dapat mempengaruhi orang lain untuk mengunjungi dan mendukung Desa Wisata Batik Girilayu. Selain itu, pengelola Desa Wisata Batik Girilayu dapat menjalin kerjasama dengan pengelola desa wisata sekitar. Mereka dapat saling berbagi pengalaman, ide promosi, dan mengadakan demo promosi desa wisata di daerah lain. Melalui kerjasama ini, mereka dapat memperluas jangkauan promosi dan memperkenalkan desa wisata mereka kepada wisatawan potensial.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa peran inovator dan early adopter sangat penting dalam mempercepat penyebaran informasi dan pengalaman tentang Desa Wisata Batik Girilayu. Dengan menjadi contoh yang baik dan berbagi cerita positif, mereka dapat mempengaruhi orang lain untuk mengunjungi dan mendukung desa wisata tersebut. Metode Gethuk tular dapat memperkuat citra positif Desa Wisata Batik Girilayu. Melalui interaksi sosial, cerita, dan pengalaman yang menarik, mereka dapat membangun kesadaran, minat, dan adopsi dari masyarakat yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan pertumbuhan pariwisata di desa tersebut. Oleh sebab itu, peran Gethuk tular dapat dimaksimalkan pengelola Desa Wisata Batik Girilayu dalam mempromosikan desa wisata. Potensi komunikasi

lokal ini menjadi modal masyarakat untuk kemajuan desa wisata.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya penggunaan strategi komunikasi lokal seperti Gethuk tular memiliki peran penting dalam mempromosikan Desa Wisata Batik Girilayu. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori difusi inovasi untuk memahami bagaimana inovasi atau produk wisata Desa Wisata Batik Girilayu disebarkan kepada masyarakat lokal dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Gethuk tular, yang melibatkan interaksi antara pengelola desa wisata dengan pengelola desa wisata lain, relasi konsumen, dan relasi dalam pendidikan dan pekerjaan masyarakat lokal, berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi Desa Wisata Batik Girilayu. Melalui Gethuk tular, informasi tentang desa wisata dan produk wisata yang ditawarkan dapat menyebar secara efektif kepada wisatawan potensial. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun hubungan yang kuat antara pengelola desa wisata dan masyarakat lokal serta memanfaatkan relasi konsumen dan pendidikan sebagai sarana komunikasi yang efektif. Dengan mengadopsi pendekatan teori difusi inovasi dan pola komunikasi yang melibatkan masyarakat lokal, Desa Wisata Batik Girilayu dapat meningkatkan visibilitas dan daya tariknya sebagai destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Wisnu Martha. 2022. "Komunikasi Gethok Tular Sebagai Upaya Revitalisasi Komunikasi Dalam Penanganan Pandemi Covid-19: Sebuah Tinjauan Pustaka." *Jurnal Media Dan Komunikasi Indonesia* 3(2):144-54. doi: 10.22146/jmki.70033.
- Aliyah, Istijabatul, Galing Yudana, and Rara Sugiarti. 2020. *Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya: Kawasan Wisata Industri Lurik*.
- Arikunto, Suharsini. 2019. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fada, Hawa La'ala Nabilla. 2022. "KEBIJAKAN PEMERINTAH DAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI DESA GIRILAYU." *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintah* 7(1):1-19.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Martaleni. 2017. *Pemasaran Pariwisata Di Indonesia*. Malang: CV. IRDH (Research & Publishing).
- Nasutuion, Zulkarimen. 2012. *Komunikasi Pembangunan, Pengenalan Teori Dan Penerapannya*, 2nd Edition. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ningrum, W. P. 2021. "Niat Berkunjung Kembali Dan Kesiadaan Getok Tular Wisatawan Pada Wisatawan Pantai Jetis Kabupaten Cilacap." *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 23(4):47-59.
- Nurchayanti, Desy, and Agus Sachari. 2019. "Motif Batik Mbok Semok Sebagai Interpretasi Simbolik Kearifan Lokal." 2:151-59.
- Padmalia, Metta. 2018. "Determinan Keputusan Pembelian Produk Green Label Berdasarkan Green Product Dan Getok Tular." *Jurnal Manajemen Maranatha* 17(2):91. doi: 10.28932/jmm.v17i2.795.
- Purwantoro, Tono. 2020. "KREDIBILITAS KOMUNIKATOR PADA DESTINASI WISATA MELALUI MEDIA SOSIAL (VIDEO VIRAL NEGERI DI ATAS AWAN CITOREK BANTEN)." *Jurnal Ilmu Komunikasi Ekspresi Dan Persepso* 3(2):82-95.
- Putri, Melta Andriani, Dwi Wahyono, and H. R. Djatola. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Getok Tular Pada Warung Sari Laut Sambal Ijo Mas Bro." *Jurnal Actual Organization Of Economy* 3(2):277-88.
- Rogers, Everett M. 2003. *Diffusion of Innovations*, 5th Edition. New York: Free Press.
- Sa'aban, L. Azhar, Ilwan, and Rosita. 2023. "PROMOTION TOURISM WAWOANGI VILLAGE." *Jurnal Inovasi Penelitian* 15(2):26-32.
- Soemanto, RB. 2011. *Sosiologi Pariwisata*. Surakarta: Sosiologi Fisip UNS.