



## Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Wisata Edukatif di Desa Wisata Wahana Candi

Reza Halita Hamzah <sup>1)</sup>; Agoeng Nugroho <sup>2)</sup>; Nuryanti <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Jenderal Soedirman

Email: [halita.hamzah@mhs.unsoed.ac.id](mailto:halita.hamzah@mhs.unsoed.ac.id) <sup>1)</sup>, [agoeng.nugroho@unsoed.ac.id](mailto:agoeng.nugroho@unsoed.ac.id) <sup>2)</sup>,  
[nuryanti1510@unsoed.ac.id](mailto:nuryanti1510@unsoed.ac.id) <sup>3)</sup>

### ARTICLE HISTORY

Received [07 Juli 2025]

Revised [23 Desember 2025]

Accepted [25 Desember 2025]

### KEYWORDS

Educational Tourism, Digital Communication, Community Participation, Tourist Villages.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konsep wisata edukasi diimplementasikan di Desa Wisata Wahana Candi serta bagaimana strategi komunikasi edukatif dan sinergi antar stakeholder memperkuat daya saing destinasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wahana Candi menerapkan model wisata edukatif berbasis aktivitas fisik dan pengalaman langsung melalui wahana *outbound*, kolam renang, serta pembelajaran *outdoor*. Nilai edukatif tersebut diperkuat melalui strategi komunikasi digital, komunikasi visual, dan keterlibatan masyarakat sebagai komunikator lokal. Selain itu, sinergi komunikasi antara Pemerintah Desa, BUMDes, dan masyarakat lokal berperan penting dalam menjamin pemaknaan edukatif, memperkuat identitas destinasi, serta meningkatkan daya saing wisata berbasis komunitas.

### ABSTRACT

This study aims to analyze how the educational tourism concept is implemented in Wahana Candi Tourism Village and how educational communication strategies and synergy between stakeholders strengthen the destination's competitiveness. This study uses a qualitative approach with data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. The results show that Wahana Candi implements an educational tourism model based on physical activities and direct experiences through *outbound* facilities, swimming pools, and *outdoor learning*. This educational value is reinforced through digital communication strategies, visual communication, and community involvement as local communication is a key element in building educational meaning, strengthening destination identity, and increasing the competitiveness of community base tourism.

## PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki berbagai potensi khas yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik pariwisata (Nugraha et al, 2021). Potensi desa wisata dapat berupa kekayaan kebudayaan, tradisi, adat istiadat, maupun keindahan alam yang mencerminkan karakter serta identitas lokal masyarakat setempat. Keunikan tersebut menjadikan desa wisata memiliki nilai strategi sebagai destinasi alternatif yang menawarkan pengalaman berbeda dibandingkan wisata perkotaan. Melalui pengelolaan yang partisipatif dan berbasis Masyarakat, kegiatan pariwisata di desa tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi namun juga sebagai sumber pendapatan yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan Masyarakat sekitar serta pelestarian nilai-nilai budaya lingkungan.

Desa Wisata Wahana Candi merupakan salah satu destinasi berbasis komunitas yang terletak di Desa Karangkemiri, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Kawasan ini dikembangkan oleh pemerintah desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai bagian dari upaya diversifikasi ekonomi lokal berbasis potensi alam dan sosial budaya Masyarakat setempat.

Sebagai destinasi wisata, Wahana Candi menonjolkan perpaduan antara unsur rekreasi alam dan kegiatan edukatif. Fasilitas yang tersedia di Wahana Candi meliputi area *Outbound*, kolam renang anak dan dewasa, taman bermain, serta ruang terbuka untuk kegiatan kelompok dan pelatihan berbasis pengalaman. Pengelola desa juga mengembangkan berbagai program wisata tematik seperti *outing class*, *edufarm*, serta kegiatan pelatihan lingkungan dan budaya lokal yang ditujukan bagi pelajar maupun komunitas umum.

Wahana Candi tidak hanya berperan sebagai sarana rekreasi namun juga sebagai sarana rekreasi namun juga sebagai wahana pembelajaran yang mengintegrasikan nilai-nilai pendidikan, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bagaimana desa mampu mengoptimalkan sumber daya lokal menjadi produk wisata yang memiliki nilai ekonomi dan sosial sekaligus.

**Tabel 1. Data Pengunjung Wahana Edukasi dan Outbound Candi Tahun 2025**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	3.046 Orang
2	Februari	55 Orang
3	Maret	2.945 Orang
	April	2.945 Orang
	Mei	2.442 Orang
	Juni	2.385 Orang
	Jumlah Total	12. 409 Orang

Sumber: *Pengelola Wahana Candi, 2025*

Perkembangan Desa Wisata Wahana Candi menunjukkan dinamika menarik dalam upaya pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat. Dari data yang didapatkan penulis dari pengelola jumlah pengunjung Wahana Edukasi dan Outbound Candi pada semester pertama tahun 2025 mencapai 12.409 orang pengunjung.

Pola kunjungan yang fluktuatif tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan wisata edukatif tidak hanya ditentukan oleh kualitas fasilitas, namun juga efektivitas komunikasinya. Dalam konteks desa wisata, komunikasi berperan sebagai penghubung antara pesan edukatif yang ingin disampaikan dengan pengalaman yang benar-benar diterima pengunjung. Tanpa pengelolaan komunikasi yang terarah, potensi edukatif sering kali tidak tertangkap secara utuh, sehingga nilai pembelajaran yang menjadi karakter utama edukasi wisata tidak selalu bertransformasi menjadi pengalaman yang bermakna bagi pengunjung wisata.

Seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, baik dari kalangan keluarga, pelajar, maupun komunitas pendidikan menuntut pengelola untuk terus menghadirkan inovasi kegiatan wisata yang tidak hanya bersifat rekreatif namun juga edukatif. Perkembangan tren wisata tersebut menunjukkan bahwa wisatawan tidak lagi sekedar mencari hiburan, melainkan pengalaman yang memberikan nilai pengetahuan pada setiap aktivitas wisata. Wisata edukatif muncul sebagai pendekatan yang menggabungkan fungsi rekreasi, pembelajaran, dan pemberdayaan masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa wisata edukatif merupakan salah satu aktivitas dimana wisatawan melakukan kegiatan wisata pada suatu tempat tertentu dengan tujuan mendapatkan ilmu secara langsung mengenai Lokasi yang dikunjungi (Priyanto et al., 2018). Pada penelitian yang dilakukan Wisnawa (2025) menegaskan bahwa penerapan konsep wisata edukatif mampu memperpanjang lama kunjungan wisatawan sekaligus memperkuat partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata. Hasil penelitian lain juga menyebutkan bahwa wisata edukatif memberikan nilai tambah kepada destinasi wisata karena menggabungkan unsur rekreasi, pembelajaran serta pelestarian budaya lokal, sehingga wisatawan memperoleh manfaat dari kunjungannya.

Sejauh ini, penelitian mengenai desa wisata hanya berfokus kepada pemberdayaan masyarakat, promosi digital, dan penguatan ekonomi lokal. Namun, masih terdapat celah dalam memahami bagaimana strategi komunikasi edukatif dirancang dan dijalankan oleh pengelola wisata terutama wisata yang berbasis komunitas. Belum ada penelitian yang membahas secara eksplisit proses penyampaian nilai edukatif, termasuk pada Wahana Candi.

Bagi Desa Wisata Wahana Candi, penerapan strategi komunikasi pada wisata edukatif memiliki peran penting yang cukup signifikan, tidak hanya sebagai sarana memperkaya pengalaman wisatawan, namun juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing melalui penguatan potensi lokal. Upaya ini menjadi salah satu upaya untuk memberikan kontribusi dalam memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran komunikasi dalam memperkuat fungsi edukasi wisata serta mendukung kelancaran pengelolaan berbasis masyarakat.

## LANDASAN TEORI

### Teori Komunikasi Partisipatif

Teori Komunikasi Partisipatif digunakan sebagai landasan utama karena pengembangan wisata edukatif di Desa Wisata Wahana Candi sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat dalam merancang serta mengelola Desa Wisata Wahana Candi. Kincaid dan Rogers (1981) dalam penelitian oleh Pitasari (2019) menjelaskan bahwa komunikasi partisipatif merupakan proses dialogis dua arah,



dimana setiap individu berupaya memahami pesan secara mendalam serta berkontribusi dalam proses komunikasi.

Dengan demikian, komunikasi dipandang sebagai proses horizontal dan inklusif yang menempatkan Masyarakat bukan hanya sebagai penerima informasi, namun juga sebagai subjek yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Dalam Konteks Wahana candi, pendekatan ini ditunjukkan dengan adanya kolaborasi pemerintah desa, BUMDes, dan masyarakat lokal dalam membentuk pengalaman wisata edukatif sekaligus memperkuat daya saing destinasi.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi komunikasi edukatif dijalankan dalam pengembangan wisata Desa Wisata Wahana Candi. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pengelola Desa Wisata, observasi partisipatif terhadap aktivitas wisata, serta dokumentasi berupa arsip kegiatan dan data pengunjung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep dan Implementasi Wisata Edukasi di Desa Wisata Wahana candi

Wisata edukasi merupakan pendekatan pengembangan pariwisata yang mengintegrasikan kegiatan rekreasi dengan proses pembelajaran, sehingga pengalaman yang ditempuh tidak berhenti pada aspek hiburan, namun juga menghasilkan pemahaman, ketrampilan, dan pengetahuan baru bagi pengunjung. Tren ini semakin berkembang seiring dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman berbasis pembelajaran dan keterlibatan aktif, terutama pada destinasi yang mengandalkan potensi komunitas. Desa wisata edukatif di Desa Wisata Wahana Candi menjadi relevan karena karakteristik desa yang kaya akan sumber daya alam, pengetahuan lokal, dan tradisi budaya yang dapat dikonstruksikan sebagai materi pembelajaran yang kontekstual.

Karakteristik kunci dari wisata edukasi wisata terletak pada sifat yang menuntut keterlibatan aktif dari wisatawan melalui aktivitas yang interaktif, penggunaan pendekatan belajar berbasis pengalaman langsung serta penyampaian materi pengetahuan dalam bentuk yang menarik dan mudah dipahami (Nasution et al., 2025). Model wisata seperti ini tidak hanya berfokus pada penyediaan informasi, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut dipraktekkan dan diinterpretasikan oleh pengunjung.

Desa Wisata Wahana Candi berlokasi di Dusun Candi, Desa Karangemiri, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas, merupakan destinasi berbasis pedesaan yang mnegembangkan model wisata edukasi melalui aktivitas outdoor dan pengalaman berbasis praktik. Penamaan "Candi" bukan merujuk pada keberadaan situs cagar budaya, melainkan berasal dari nama lahan bengkok milik pemerintah desa yang sejak dahulu dikenal sebagai "Candi", sehingga identitas tersebut dipertahankan sebagai nama destinasi.

**Gambar 1. Wahana Outbound di Desa Wisata Wahana Candi, 2024**



Wahana Edukasi & Outbound Candi di Desa Karangkemiri menyajikan beragam wahana fisik seperti *outbound* dan *flying fox*, kolam renang, serta area permainan ketangkasan. Wahana yang tersedia di Desa Wisata Wahana Candi tidak hanya dirancang sebagai fasilitas rekreasi, melainkan juga berfungsi sebagai sarana pembelajaran berbasis aktivitas fisik seperti *outbound*, *Flying Fox*, jembatan tali, serta kolam renang yang mana menunjukkan adanya nilai destinasi edukatif yang baik. Pendidikan yang ditransmisikan melalui kegiatan ini menunjukkan bahwa nilai pembelajaran tidak harus hadir melalui narasi sejarah atau budaya, tetapi dapat diwujudkan melalui interaksi fisik dan sosial yang mendorong kedisiplinan, kerja sama, dan kepercayaan diri. Dengan demikian, fasilitas rekreatif di Wahana Candi memiliki dimensi edukatif yang memperkuat daya tarik wisata sekaligus memberikan manfaat perkembangan pribadi bagi wisatawan. Pengembangan daya tarik wisata memerlukan dukungan publikasi serta strategi pemasaran yang efektif pada berbagai tingkat, karena keberhasilan dan peningkatan kualitas destinasi sangat tergantung pada sejauh mana informasi mengenai potensi wisatanya dapat dijangkau oleh masyarakat (Sintia et al, 2022).

**Gambar 2. Wahana Outbound di Desa Wisata Wahana Candi, 2024**



Fasilitas pendukung seperti area *outbound* berkelompok juga memungkinkan pembelajaran sosial seperti kerjasama tim dan tanggung jawab. Lokasi *outdoor* yang berada di tengah lanskap pedesaan dengan udara terbuka dan lingkungan alam, memungkinkan kegiatan edukasi lingkungan seperti observasi alam ataupun simulasi petualangan, dapat memperkuat ekologis pengunjung.

Prestasi Desa Karangkemiri yang menempati peringkat ke-13 Lomba Desa Wisata Nusantara 2023 menambah legitimasi strategi, menunjukan bahwa desa wisata ini memiliki kapabilitas manajerial dan potensi edukatif yang diakui secara nasional. Hal tersebut Wahana Candi bukan hanya sekedar objek wisata rekreasi, tetapi juga destinasi edukatif berdaya saing tinggi yang menggabungkan pengalaman fisik, nilai karakter, dan pembelajaran konteks lokal. Desa dapat dikatakan menjadi desa mandiri dan kuat dengan adanya peran pemerintah desa sebagai penguatan kapasitas, termasuk kemampuan mengelola serta mengoptimalkan aset-aset yang dimiliki oleh desanya (Mardhika, 2023).

Selain potensi budaya, desa ini juga mengembangkan berbagai bentuk wisata buatan dan edukatif yang dirancang untuk memperluas segmen kunjungan. Tersedia fasilitas wisata kawasan agrowisata, embung perikanan, spot foto, ruang pertemuan, kawasan kuliner dan cinderamata, hingga sarana pendukung seperti mushola, homestay, dan kawasan parkir (Jadesta, 2025) . Beragam paket wisata yang ditawarkan oleh Wahana Candi ini mulai dari kegiatan *Outbound* dan *camping*, edukasi lingkungan yang mencerminkan kedekatan pariwisata berbasis komunitas.

Secara keseluruhan, implementasi wisata edukatif di Wahana candi menunjukkan bahwa konsep edukasi tidak harus selalu berbasis sejarah atau budaya, tetapi dapat diwujudkan melalui aktivitas fisik, ketangkasan, dan pembelajaran sosial yang berlangsung dalam ruang wisata berbasis alam. Kegiatan tersebut memberi nilai tambah yang membedakan destinasi ini dengan wisata rekreatif biasa. Pendekatan edukatif semacam ini bukan hanya meningkatkan pengalaman pengunjung, tetapi juga memperkuat citra desa sebagai ruang pembelajaran terbuka yang menghubungkan pembentukan karakter dan interaksi dengan lingkungan.



### Strategi Komunikasi Edukatif dalam Penguatan Nilai Wisata

Di Desa Wisata Wahana Candi, nilai edukatif baru memiliki makna ketika dikomunikasikan secara jelas kepada pengunjung melalui penjelasan, instruksi, maupun interaksi langsung dengan pemandu. Hal ini sejalan dengan temuan Setiawan dkk (2021) yang menunjukkan bahwa pemaknaan wisata edukasi sangat bergantung pada proses komunikasi interpretif antara penyelenggara dan wisatawan, bukan hanya pada penyedia fasilitasnya saja.

Komunikasi yang diterapkan pengelola membantu wisatawan memahami bahwa setiap wahana yang mereka coba mengandung unsur pembelajaran, bukan sekedar aktivitas hiburan. Dengan demikian, keberhasilan wisata edukasi bertujuan sejauh mana komunikasi mampu membangun kesadaran pengunjung mengenai nilai-nilai yang ingin ditanamkan melalui aktivitas fisik, interaksi sosial, maupun pengalaman lapangan.

Strategi komunikasi edukatif di Desa Wisata Wahana Candi terlihat melalui beberapa komunikasi yaitu komunikasi digital, komunikasi berbasis simbol, serta keterlibatan masyarakat sebagai komunikator lokal. Strategi komunikasi digital melalui media sosial menjadi salah satu elemen yang penting dalam membangun nilai edukatif Wahana Candi. Melalui platform digital seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook, pengelola menyampaikan informasi mengenai paket *Outbound*, aktivitas edukatif, serta dokumentasi kegiatan-kegiatan secara naratif. Andini dan Santoso (2025) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa komunikasi digital dapat memperkuat pemahaman wisatawan terhadap nilai destinasi edukatif dan meningkatkan keterlibatan mereka sebelum dan sesudah kunjungan. Dengan adanya pesan yang konsisten di media sosial dapat membingkai identitas destinasi Wahana Candi menjadi lebih terstruktur. Komunikasi digital yang memungkinkan wisatawan memahami aktivitas fisik yang ada di Wahana Candi yang menyediakan permainan yang bukan hanya sekedar hiburan, tetapi mengandung nilai pembelajaran. Dengan menggunakan komunikasi digital tersebut media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi namun juga sebagai perangkat edukatif yang memperluas proses belajar wisatawan sebelum dan sesudah kunjungan.

Strategi komunikasi yang selanjutnya yaitu komunikasi berbasis simbol dan visual pada area wisata yang memperkuat komunikasi edukatif secara nonverbal. Papan instruksi, tanda arah, serta ilustrasi fungsi wahana menjadi media pembelajaran yang membantu wisatawan memahami tujuan kegiatan dengan cepat dan efektif.

**Gambar 3. Wahana Outbound di Desa Wisata Wahana Candi, 2024**



Komunikasi visual dalam Desa Wisata Wahana Candi berperan penting karena memudahkan internalisasi pesan tanpa ketergantungan pada komunikasi verbal langsung, terutama pada situasi yang membutuhkan kejelasan. Komunikasi visual juga memungkinkan penyampaian pesan secara cepat, jelas, dan mudah dipahami sehingga mendukung keselamatan dan pengalaman belajar pengunjung (Prajarni et al., 2022). Struktur penandaan yang baik menciptakan pengalaman belajar yang lebih aman, terarah dan konsisten, sekaligus memperkuat citra profesionalisme Wahana Candi sebagai destinasi yang mengedepankan edukasi berbasis aktivitas.

Strategi ketiga yaitu keterlibatan masyarakat sebagai komunikator lokal menjadi salah satu kekuatan utama dalam konstruksi pengalaman edukatif di Wahana Candi. Peran masyarakat sebagai pemandu *outbound* maupun penyedia layanan wisata membuat pesan edukatif lebih autentik karena disampaikan langsung oleh individu yang memahami konteks budaya dan lingkungan setempat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang Partisipasi masyarakat sebagai penyampai nilai budaya berkontribusi penting dalam membentuk pengalaman wisata yang bermakna dan memperkuat identitas destinasi wisata (Haitsumakunti et al., 2021).

Strategi komunikasi yang konsisten juga memperkuat Wahana Candi sebagai destinasi yang tidak hanya menyediakan hiburan namun juga pembelajaran berbasis pengalaman. Narasi yang disampaikan melalui pemandu, media sosial, dan interaksi dengan wisatawan membantu membangun citra destinasi yang berbeda dari desa wisata lain yang hanya berfokus pada rekreasi. Dengan demikian, strategi komunikasi di Wahana Candi tidak hanya menjadi alat penyampaian informasi, tetapi juga instrumen pembentuk nilai, identitas, serta daya saing jangka panjang.

### **Sinergi Komunikasi Antar Stakeholder dalam Pengembangan Wisata Edukatif**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, sinergi komunikasi dalam pengembangan wisata edukatif di Desa Wisata Wahana Candi bergantung pada keterhubungan tiga aktor utama yaitu Pemerintah Desa, BUMDes, dan masyarakat lokal yang mengelola wisata Wahana Candi. Pemerintah Desa berfungsi sebagai pemegang arah kebijakan dan penentu dan menjadi sumber komunikasi formal yang menetapkan standar pengembangan destinasi. BUMDes berperan sebagai penggerak operasional sekaligus penghubung komunikasi antara kebijakan desa dan kebutuhan lapangan. BUMdes berperan dalam memulai tahap perencanaan dengan merancang strategi pengembangan destinasi seperti fasilitas-fasilitas yang ada di destinasi wisata (Arifin et al., 2025). Masyarakat lokal sebagai aktor yang berinteraksi langsung dengan wisatawan, menjadi penghasil informasi empiris mengenai kebutuhan pengunjung, efektivitas pertunjukan, dan dinamika pelayanan.

Kolaborasi antara Pemerintah Desa, BUMDes, dan masyarakat lokal menciptakan komunikasi yang mendukung pengambilan keputusan secara cepat dan berbasis pengalaman langsung. Pemerintah Desa biasanya menginisiasi program ataupun kebijakan yang kemudian akan diolah kebijakannya oleh BUMDes menjadi langkah operasional di lapangan, sementara masyarakat lokal memberikan masukan dan laporan mengenai kegiatan-kegiatan yang berjalan, kesiapan yang diperlukan, serta tanggapan pengunjung. Proses komunikasi tersebut menunjukkan adanya pola komunikasi yang *bottom-up* dan *top-down* yang saling melengkapi. Sinergi antara Pemerintah desa, BUMDes, dan masyarakat lokal.

Secara keseluruhan, pola komunikasi yang terbangun antara Pemerintah Desa, BUMDes, dan Masyarakat Lokal membentuk kolaborasi yang memungkinkan pengembangan wisata edukatif berjalan lebih terarah. Arus Informasi yang bersifat dua arah naik dari kebijakan ke lapangan maupun dari pengalaman pengelola hingga pengambilan keputusan untuk mendukung terciptanya koordinasi yang adaptif terhadap kebutuhan pengunjung dan destinasi wisata Wahana Candi. Sinergi tersebut yang pada akhirnya memperkuat identitas Wahana Candi sebagai Desa Wisata yang mengusung nilai edukatif, sekaligus menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangannya sangat bergantung pada kualitas interaksi serta pertukaran yang terjadi di antara para pemangku kepentingan lokal. Dengan adanya komunikasi yang efektif antara stakeholder akan mendukung pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran wisata juga semakin meningkat (Sintia et al., 2022).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengembangan wisata edukatif di Desa Wisata Wahana Candi tidak hanya ditopang oleh keberadaan wahana rekreatif, tetapi oleh keberhasilan integrasi antara aktivitas fisik, pembelajaran berbasis pengalaman serta kegiatan ketangkasan terbukti memberikan nilai pembelajaran yang meliputi keberanian, kerjasama, manajemen resiko, dan penguatan karakter. Nilai-nilai tersebut semakin dipahami oleh pengunjung berkat strategi komunikasi digital yang konsisten, penggunaan simbol dan visual yang informatif, serta keterlibatan masyarakat lokal sebagai komunikator yang memahami konteks budaya. Selain itu, efektivitas pengembangan wisata edukatif sangat dipengaruhi oleh pola komunikasi antar stakeholder.

Sinergi antar stakeholder dilakukan melalui arus komunikasi dua arah memungkinkan pengambilan keputusan yang responsif terhadap kebutuhan pengunjung dan dinamika operasional. Sinergi tersebut memperkuat Wahana Candi sebagai destinasi yang mampu menggabungkan rekreasi, edukasi, dan pemberdayaan lokal. Secara keseluruhan, keberhasilan Wahana Candi menunjukkan bahwa komunikasi merupakan fondasi strategi dalam membangun desa wisata yang memiliki daya saing berkelanjutan.



## Saran

Pengelolaan wisata edukatif di Desa Wisata Wahana Candi perlu diperkuat melalui perancangan konten pembelajaran yang lebih terstruktur pada setiap wahana, optimalisasi komunikasi digital yang tidak hanya bersifat promosi tetapi juga edukatif, serta peningkatan kapasitas masyarakat lokal sebagai komunikator agar mampu menyampaikan nilai pembelajaran secara konsisten dan efektif. Selain itu, mekanisme koordinasi antara Pemerintah Desa, BUMDes, dan masyarakat perlu dipertahankan melalui forum komunikasi rutin untuk memastikan kebijakan interaksi dan operasional tetap adaptif terhadap kebutuhan pengunjung. Pengembangan aktivitas edukatif edukatif baru berbasis potensi lokal seperti edufarm, pelatihan lingkungan, maupun simulasi budaya juga dianjurkan guna memperkaya pengalaman belajar sekaligus memperkuat identitas Wahana Candi sebagai destinasi wisata edukatif yang berdaya saing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andini, A., & Santoso, H. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Meningkatkan Engagement Konten Wisata Pahawang pada Instagram Menggunakan Tools no Limit. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1153-1162.
- Arifin, Z., Octaviani, V., & Sari, S. (2024). Manajemen Komunikasi Pariwisata Di Desa Bukit Kabupaten Bengkulu Tengah . *Professional; Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*.
- Haitsumakunti, I., Pratiwi, E., Putri, H., Nugroho, M., Umami, R., & Kusuma, A. (2025). Strategi Pemulihan Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat: Studi Kasus Kegiatan Jalan Sehatdi Wisata Sumber Kamulyan Desa Sumberbendo. *Al-Khidma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Junaid, I., Ilham, M., & Saharuna, M. (2022). Model pengembangan interpretasi pariwisata edukasi di museum Kota Makassar. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*.
- Kemendikbud RI. (2025). *Desa Wisata Karangkemiri* . Diambil kembali dari Jadesta :Jejaring Desa Wisata: [https://jadesta.kemendikbud.go.id/desa/karangkemiri\\_1](https://jadesta.kemendikbud.go.id/desa/karangkemiri_1)
- Mardhika, J. G. (2023). Kapasitas Pemerintah Desa Dalam Pengelolaan Potensi Lokal. *Jurnal Professional*, 87-94.
- Mardhika, J. G. (2023). Kapasitas Pemerintah Desa Dalam Pengelolaan Potensi Lokal. *Professional :Jurnal Komunikasi Administrasi dan Administrasi Publik*.
- Nasution, N., Fajar, A., Hutabarat, J., & Entas, D. (2025). Analisis Keberhasilan Pengelolaan Kampung Konservasi Rimbun. : *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*.
- Nugraha, R., Dewi, L., & Insani, A. (2024). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Perdesaan Desa Kalikidang Purwokerto. *Jurnal Pengabdian masyarakat*.
- Pitasari, D. N. (2019). Komunikasi Partisipatoris dalam Pembentukan Desa Wisata di Desa Durian Demang Kabupaten Bengkulu Tengah . *Jurnal Lontor*.
- Prajarini, D., Fawaz A, M., Bernada, B., Alamsyah, D., Setiawan, H., Pujiono, T., . . . Fahmi, K. (2025). Strategi Branding Desa Wisata Katongan melalui Media Visual dan Optimalisasi Konten Media Digital UMKM. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 814-826.
- Priyanto, R. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada* , 32-38.
- Setiawan, P., Oktadiana, H., & Suheryadi, H. (2025). Pengembangan Media Interpretasi Non Personal sebagai Upaya Mendukung Wisata Edukasi di Obyek Wisata Taman Balekambang Kota Surakarta. *Jurnal Ampta Media Wisata*.

- Sintia, D., Saputri, R., Alhafidzh, Dalimunthe, M., & Sazali, H. (2022). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Peningkatan Pariwisata Melalui Media Sosial di Kabupaten Langkat. *Professional : Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*.
- Wisnawa, I. M. (2025). Sosialisasi dan Peningkatan Kapasitas Pokdarwis dalam Pengelolaan Wisata Edukasi di Desa Wisata Penarungan, Kabupaten Badung, Bali . *Jurnal Pengabdian Dosen Republik Indonesia*.