

PENGEMBANGAN POLA KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DEVELOPMENT OF TOURISM COMMUNICATION-BASED ON LOCAL WISDOM PATTERNS

FX. Ari Agung Prastowo, Heru Ryanto Budiana

Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

ABSTRAK: Pentingnya pengembangan potensi pariwisata bagi daerah Kabupaten Pangandaran sesuai dengan visi daerah untuk menjadikan Pangandaran sebagai daerah wisata dunia adalah latar belakang penelitian ini berjudul "Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. Studi Kasus Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan" dilakukan. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1). Memperoleh gambaran tentang pemahaman komunikasi pariwisata menurut staff Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran 2). Mengetahui bagaimana implementasi komunikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran. 3) Memperoleh gambaran tentang bagaimana Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Kualitatif dipilih dikarenakan penelitian akan menggambarkan secara holistic setiap peristiwa yang ada dalam pengembangan pola komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal. Penelitian pengembangan pola komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal menggunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus menurut Creswell adalah suatu eksplorasi dari sebuah sistem yang terikat atau sebuah kasus (berbagai macam kasus) yang detail. Adapun luaran yang diharapkan dari kegiatan ini adalah: 1. Dokumen penting dari laporan pelaksanaan kegiatan studi tentang "Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran 2. Model Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran. 3. Artikel ilmiah di jurnal nasional tentang Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal.

Kata kunci: Pola Komunikasi Pariwisata, Pariwisata, Kearifan Lokal.

ABSTRACT: The importance of the potential tourism development for the Pangandaran Regency in accordance with the region vision to make Pangandaran as world tourist area is the reason of this study entitled "Development of Tourism Communication - Based on Local Wisdom Patterns. Case Study of Pangandaran Tourism District Office as Efforts in Increase Tourist Arrivals", held. The objectives of this study were: 1). Gain an overview of the understanding of tourism communications by the Pangandaran Tourism District Office staff 2). Knowing how the implementation of tourism communications by the Pangandaran District Tourism Office. 3) Acquire an overview of how the Tourism Communication-Based Local Wisdom Patterns by the Pangandaran Tourism District Office. The method used in this research is qualitative method. Qualitative method chosed to holistically describe every existing events in the development of tourism communication based on local wisdom patterns. This research develop the tourism communication based on local wisdom patterns use case study approach. The case study approach according to Creswell is a detailed exploration of a bound system or a case (various cases). The expected outcomes of this activity are: 1. Important report document of the implementation of "Development of Tourism Communication-Based on Local Wisdom Patterns by the Pangandaran District Tourism Office" study 2. Model of Tourism Communication-Based on Local Wisdom Patterns by the Pangandaran District Tourism Office. 3. A scientific article in a national journal on Tourism Communication-Based on Local Wisdom Patterns.

Keywords: Communication Patterns of Tourism, Tourism, Local Wisdom.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang otonomi daerah memberikan kesempatan bagi berkembangnya daerah-daerah baru yang ada di wilayah Indonesia. Otonomi daerah di Indonesia adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan

dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Hal ini akan memberikan kebebasan kepada pemerintah daerah untuk bisa mengelola dan mengembangkan segala potensi yang ada di daerah tersebut. Berkaitan dengan pengelolaan dan pengembangan daerah pemekaran baru tersebut, tentunya diperlukan pola komunikasi pemerintah dalam menginforma-

sikan segala bentuk sumber daya dan potensi yang ada di daerah tersebut.

Desentralisasi memberi legitimasi kepada setiap daerah untuk memproduksi atau menghasilkan berbagai kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan daerah, termasuk di bidang pariwisata.

Dunia pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan beberapa negara di dunia untuk menjadikan sektor yang mampu menambah devisa negara. Hal ini dikarenakan bahwa sektor pariwisata sangatlah berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang nantinya akan mendongkrak pendapatan suatu negara ataupun suatu daerah. Di Indonesia sektor pariwisata merupakan andalan beberapa daerah dan menjadikan sektor pariwisata tersebut menjadi salah satu sektor yang menunjang pendapatan daerah contohnya Bali, Lombok, Sumatera Utara, Toraja, dll, termasuk daerah Propinsi Jawa Barat lebih khususnya Kabupaten Pangandaran.

Kabupaten Pangandaran memiliki segudang potensi wisata alam nan indah. Dari ratusan potensi wisata yang ada, hanya sebagian kecil yang menjadi ikon pariwisata kabupaten yang baru mekar ini, seperti Pantai Pangandaran, Karangnini, Batu Hiu, Batu Karas, dan Green Canyon.

Masih terdapat banyak potensi wisata yang belum dikembangkan seperti pantai yang berada di desa Masawah memiliki keindahan yang tak terkira. Selain pantainya yang masih sepi, keeksotisan pantai, batu-batu karang dan pasirnya membuat pantai tersebut seperti surga yang tersembunyi di Kabupaten Pangandaran. Pengunjung yang datang ke sana bisa melihat hamparan laut dari bebukitan, dan terlihat beberapa bebatuan karang di tengah laut dengan terlihat hamparan rumput dan pepohonan yang tumbuh di atasnya.

Pemerintah Kabupaten Pangandaran telah menetapkan dalam visinya menjadikan Kabupaten Pangandaran sebagai daerah pariwisata yang mendunia. Hal ini memberikan konsekuensi bagi dinas terkait untuk mengarahkan program pembangunan dan membuat kebijakan dalam mengembangkan berbagai potensi pariwisata termasuk pariwisata berbasis kearifan lokal.

Turis asing dari berbagai negara, seperti Asia, Eropa, dan Amerika, lebih tertarik

menikmati objek wisata yang kondisinya masih alami, misalnya pantai, pegunungan, taman nasional, atau desa wisata.

Pengembangan pariwisata berbasis alam dengan menonjolkan budaya dan kearifan lokal atau "ecotourism", kini mulai banyak dilirik berbagai daerah untuk menggaet kunjungan wisatawan, khususnya dari mancanegara, termasuk di Kabupaten Pangandaran.

Kenapa harus pariwisata berbasis kearifan lokal? Karena kearifan lokal mengajarkan etika dan nilai moral seperti gotong royong, toleransi, menjaga dan melestarikan alam, serta menghargai kebudayaan sendiri dengan menjaga, mentransmisi dan mentransformasikan kebudayaan tersebut. Mentransmisikan kebudayaan berarti meneruskan kebudayaan dari generasi nenek moyang ke generasi berikutnya tanpa sedikitpun merubah nilai dari kebudayaan itu. Sementara mentransformasikan berarti mewariskan kebudayaan dengan menata kembali kebudayaan tersebut sesuai perkembangan zaman-mempertahankan yang baiknya, dan mengubah hal yang tidak sesuai dengan keadaan zaman sekarang dengan tetap memperhatikan nilai-nilai kebudayaan tersebut. Di mana hal itu dimaknai sebagai wujud nasionalisme yang sejatinya harus dijiwai setiap rakyat Indonesia.

Etika dan nilai moral dalam kearifan lokal tidak berarti berlaku secara lokal pada budaya atau etnik tertentu saja, tapi bersifat lintas budaya atau lintas etnik sehingga membentuk budaya nasional. Seperti yang kita lihat, hampir seluruh wilayah di Indonesia dikenal budaya gotong royong, begitu juga dengan seluruh rakyat Indonesia yang dikenal ramah tamah.

Melihat begitu banyak potensi pariwisata yang bisa dikembangkan melalui pendekatan kearifan lokal ini, maka diperlukan peran yang optimal dari dinas terkait dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran mengembangkan pola komunikasi pemerintahnya dalam menginformasikan segala bentuk sumber daya dan potensi wisata yang ada di daerah tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Pola Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses penyampaian pesan ataupun informasi dari seseorang kepada orang lain. Pada perkembangannya pihak penyampai pesan, atau dalam

istilah komunikasi di sebut komunikator, dapat berupa sebuah kelompok, atau pun perorangan. Begitu pula dengan penerima, yang dalam istilah komunikasi di sebut sebagai komunikan, dapat berupa perorangan atau pun kelompok. Secara harfiahnya komunikasi merupakan jalinan yang terjadi dalam sistem sosial dengan berbagai pendukungnya seperti adanya media-media komunikasi yang berkembang saat ini.

Menurut Devito (1997: 24) komunikasi mengacu pada pengertian akan suatu tindakan oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan. yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam konteks tertentu dan ada kesepakatan untuk melaksanakan umpan balik.

Rogers dalam Mulyana (2007: 69) mengatakan bahwa proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Dalam komunikasi tradisional yang sering terjadi adalah komunikasi sebagai sebuah tindakan satu arah dan komunikasi sebagai interaksi.

Menurut Pace & Paul dalam Ambayoen (2006: 35) analisis pola –pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai "siapa berbicara kepada siapa" dan mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya organisasi.

Ada beberapa macam pola komunikasi, antara lain pola roda, pola lingkaran. Dimana pola roda mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Sedangkan pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis system pengulangan pesan. Selain itu juga terdapat pola lain, yaitu rantai dan bintang (semua saluran).

Menurut Devito (2011: 24) bahwa pola (struktur) rantai merupakan sebuah lingkungan (konteks) komunikasi setidaknya-tidaknya memiliki tiga dimensi: fisik, sosio-psikologis, dan temporal. Ruang atau bangsal atau taman di mana komunikasi berlangsung di sebut konteks atau lingkungan fisik. Keadaan terpusat juga terdapat di sini. Orang yang berada di posisi tengah lebih berperan sebagai pemimpin dari pada mereka yang berada di posisi lain. Sedangkan pola bintang hampir sama dengan struktur lingkaran dalam arti semua anggota adalah sama dan semuanya juga memiliki kekuatan yang

sama untuk mempengaruhi anggota lain. Setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.

Menurut Djamarah (2004:1-2) komunikasi berpola stimulus-respons adalah model komunikasi yang masih terlihat dalam kehidupan keluarga. Komunikasi berpola stimulus-respons berbeda dengan komunikasi berpola interaksional. Dalam komunikasi berpola interaksional, kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi sama-sama aktif dan kreatif dalam menciptakan arti terhadap idea tau gagasan yang disampaikan via pesan, sehingga jalannya komunikasi terkesan lebih dinamis dan komunikatif.

Pola komunikasi dapat diartikan sebagai struktur yang sistematis tentang tingkah laku penerimaan dan pengiriman pesan diantara anggota kelompok, siapa berbicara kepada siapa dan tingkat keseringan tertentu yang membentuk suatu kebiasaan (Larson, 1985 dalam Ambayoen, 2006: 36).

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto, 2001). Pola Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Pariwisata

Menurut E. Guyer Freuler merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut: "pariwisata dalam artian modern merupakan fenomena dari zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan, pergantian suasana, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan" (A. Yoeti Oka, 2008 : 84).

Kearifan Lokal

Secara garis besar, kearifan lokal dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan, atau nilai-nilai, pandangan-pandangan setempat (lokal)

yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya.

“Local genius adalah juga cultural identity, identitas/kepribadian budaya bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai watak dan kemampuan sendiri.”

Ciri-ciri kearifan lokal menurut YP Saragih (2014) adalah mampu bertahan terhadap budaya luar, memiliki kemampuan mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli, mempunyai kemampuan mengendalikan, dan mampu memberi arah pada perkembangan budaya.

Dalam bidang pariwisata, kearifan lokal diharapkan mampu mengembangkan pariwisata yang mengangkat budaya lokal untuk diperkenalkan ke seluruh dunia sebagai identitas negara.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian pengembangan pola komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal menggunakan jenis kualitatif. Kualitatif dipilih dikarenakan peneliti akan menggambarkan secara holistik setiap peristiwa yang ada dalam pengembangan pola komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal. Creswell (1998: 14) menyatakan penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar, tempat dan waktunya alamiah, peneliti merupakan instrument pengumpul data dan kemudian data dianalisisnya secara induktif kemudian menjelaskan proses yang diteliti secara ekspresif.

Sementara itu Bogdan dan Taylor (1975: 4) menyatakan metodologi penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan sejumlah data deskriptif, baik yang tertulis maupun lisan, dari orang-orang serta tingkah laku yang diamati. Dalam hal ini individu atau organisasi harus dipandang sebagai bagian dari suatu keseluruhan, Selain itu metodologi kualitatif merujuk kepada prosedur-prosedur penelitian yang dimiliki seseorang atau percakapan yang menggunakan kata-kata atau observasi perilaku.

Pendekatan Penelitian

Penelitian pengembangan pola komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal meng-

gunakan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus menurut Creswell adalah suatu eksplorasi dari sebuah sistem yang terikat atau sebuah kasus (berbagai macam kasus) yang detail. Pengumpulan data-data yang akurat melibatkan berbagai macam sumber dari informasi. Sistem yang terikat diatur oleh waktu dan tempat dan kasus itu dipelajari – sebuah program, sebuah kegiatan individu. Contohnya beberapa program (multi-side study) atau program single (within-side study) dapat dipilih sebagai studi kasus. Sumber informasi meliputi: observasi, wawancara, data-data audio visual dan dokumen-dokumen serta laporan. Konteks Dari sebuah kasus melibatkan situasi kasus dengan lokasi yang mungkin sebuah lokasi fisik atau lingkungan sosial, sejarah dan mungkin ekonomi sebagai suatu kasus. Fokus pada kasus tersebut, karena keunikannya membutuhkan studi (intrinsic Case Study) atau menjadi sebuah isu. Ketika lebih dari satu kasus yang dipelajari maka kasus itu mengacu pada sebuah studi kasus kolektif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Kondisi Pariwisata Di Kabupaten Pangandaran

Dunia pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan utama Kabupaten Pangandaran untuk menjadikan sektor yang berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang nantinya akan mendongkrak pendapatan Kabupaten Pangandaran.

Namun sebagai daerah baru sebagai hasil pemekaran dari Kabupaten Ciamis, peran pemerintah sangat penting dalam mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Pangandaran. Berkaitan dengan mempromosikan potensi daerah tentunya akan sangat berhubungan dengan tugas dan fungsi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran dan juga bagian Humas pemerintah Kabupaten Pangandaran.

Dinas Pariwisata di Kabupaten Pangandaran saat ini bernama Dinas Pariwisata Perindustrian Perdagangan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Pangandaran. Artinya bahwa dalam lingkup Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran terdapat lima bidang yang menjadi tanggung jawab nya, yaitu bidang pariwisata, bidang perindustrian, bidang perdagangan, bidang koperasi dan bidang UMKM.

Hal ini tidak terlepas dari masa peralihan status Pangandaran menjadi Kabupaten tersendiri sehingga masih terdapat dinas-dinas yang disatukan dalam lingkup kerjanya.

Pangandaran bukan hanya hutan dan pantai saja, menurut data dari dinas pariwisata Kabupaten Pangandaran memiliki 15 destinasi pariwisata, berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, destinasi pariwisata di Pangandaran terbagi dalam 3 kategori, yaitu sebagai berikut :

1. Destinasi Wisata Alam:
33 Lokasi (seperti Grand Canyon, Cukang Taneuh, Pantai Pangandaran, Cagar Alam, Batu Karas, Madasari, Karapyak, Putra Reregan, Sindang Lawang dll)
2. Destinasi Wisata Budaya:
20 Lokasi (Seperti Hajat Laut, Ronggeng Gunung, Festival Layang-layang, dll).
3. Destinasi Wisata Buatan:
15 Lokasi (Seperti Goa Donan, Terowongan Wilhelmina, Goa Jepang, Waterpark, dll).

Industri pariwisata adalah kumpulan dari bermacam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya. Industri pariwisata memiliki tiga produk utama, yaitu atraksi wisata, jasa wisata, dan angkutan wisata. Ketiga produk ini saling terkait satu sama lain dan ketiganya harus ada agar suatu aktivitasnya bisa dikatakan sebagai pariwisata.

Implementasi komunikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran

Potensi pariwisata yang ada di Pangandaran, belum diketahui oleh banyak calon wisatawan, padahal Humas Pemerintah Kabupaten Pangandaran telah melakukan upaya untuk mempromosikan pariwisata di Kabupaten Pangandaran, seperti yang diungkapkan oleh Kepala Humas Kab. Pangandaran bapak Soni yang menyatakan,

Kami telah melakukan kegiatan promosi, diantaranya melalui media relations, penguatan informasi di web, iklan di media massa dan menguatkan kelompok-kelompok masyarakat pangandaran.

Masalahnya adalah, ketika pemerintah kabupaten pangandaran telah melakukan upaya komunikasi eksternal maksudnya adalah kepada para calon wisatawan, ternyata di dalam masyarakat pangandaran sendiri belum menyadari bahwa mereka adalah masyarakat wisata, dimana sumber penghasilan utama mereka adalah dari sektor pariwisata. Langkah-langkah yang dilakukan di dinas pariwisata untuk mengkomunikasikan Pariwisata di Kabupaten Pangandaran lebih komprehensif, dimana dinas pariwisata sebelum melakukan promosi ke pihak eksternal dalam hal ini adalah calon wisatawan, mereka terlebih dahulu melakukan konsolidasi internal di dinas pariwisata, seperti melalui forum apel pagi, apel senin dan briefing. Hal ini ditegaskan oleh kepala sub bidang pariwisata bapak Man yang menyatakan,

Kami dinas pariwisata, menyadari betul tantangan yang dihadapi untuk mempromosikan Pangandaran, dimana masalah kami ada di masyarakat pangandaran sendiri. Oleh karena itu kami perlu melakukan konsolidasi internal.

Kabupaten Pangandaran sebagai kabupaten baru di Jawa Barat memiliki tantangan tersendiri, disamping belum adanya kantor administrasi yang memadai perlu adanya komunikasi lintas sektoral agar bersama-sama mengkomunikasikan potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Pangandaran. Hal ini menjadi titik lemah tersendiri, dimana menurut hasil observasi peneliti, masing masing sektor masih berjalan sendiri-sendiri. Fenomena ini juga terjadi di sektor pariwisata, dimana belum adanya sinergi yang memadai antara humas, dinas pariwisata maupun dinas kehutanan.

Potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Pangandaran tidak hanya di kelola oleh dinas pariwisata, namun dikelola juga oleh dinas kehutanan dan perdagangan. Akan tetapi ketiganya tidak bersinergi dengan humas Pemerintah Kabupaten Pangandaran untuk mempromosikan pangandaran kepada wisatawan. Tantangan yang dihadapi semakin berat ketika dinas-dinas terkait juga harus membangun kesadaran masyarakat pangandaran menjadi masyarakat sadar wisata.

Oleh karena itu, langkah yang diambil oleh dinas pariwisata dan humas pemerintah

kabupaten pangandaran adalah dengan menggendong kelompok-kelompok yang terdapat di masyarakat. Bapak Ded Haryanto Kasubag Sandi dan Telekomunikasi menyatakan,

Masyarakat pangandaran belum menyadari potensi wisata yang dimiliki, oleh karena itu kami melakukan sosialisasi melalui safari ramadan dan memanfaatkan kelompok-kelompok masyarakat, seperti "SAHATE" komunitas yang memperhatikan sektor wisata tidak terjadi kebocoran.

Apa yang diungkapkan oleh Kepala Sub bidang Sandi dan Telekomunikasi merupakan upaya yang dibangun oleh humas untuk menyadarkan masyarakat Kabupaten Pangandaran. Selain adanya komunitas 'sahate' juga terdapat kelompok masyarakat yang lainnya yakni yang disebut Kompepar.

Kompepar adalah salah satu unsur "masyarakat pariwisata" yang berkomitmen membantu pemerintah dalam membangun dunia kepariwisataan. Dalam mekanisme kerjanya, masyarakat dan pemerintah memiliki kesamaan tujuan dan cita-cita. Yakni pembangunan, terutama sektor pariwisata, berbasis pada nilai-nilai kearifan lokal dengan melibatkan dan mendayagunakan peran serta masyarakat daerah sekitar.

Kompepar dibentuk berdasarkan ketentuan dan kebijakan pemerintah, yang dalam pengelolaannya dilaksanakan melalui pemanfaatan potensi sumber daya manusia yakni masyarakat yang ada di kawasan pariwisata bersangkutan. Oleh karena diyakini, bahwa masyarakat sekitar kawasan tersebut akan lebih mengerti dan mengetahui permasalahan yang ada di daerahnya sendiri. Masyarakat di sekitar objek wisata akan mengetahui benar tentang potensi dan aspek – aspek lain yang menunjang kepariwisataan; misalnya aspek sosial, potensi alam lingkungan hidup, sejarah, dan adat istiadat budaya daerahnya.

Pola Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya (Soejanto, 2001). Pola Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau leb-

ih dalam proses pengiriman, dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Dari pengertian diatas maka suatu pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan yang mengaitkan dua komponen, yaitu gambaran atau rencana yang meliputi langkah-langkah pada suatu aktifitas, dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan komunikasi antar manusia atau kelompok dan organisasi.

Berdasarkan data hasil lapangan menunjukkan bahwa pola komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran dilakukan kepada tiga stakeholder, yaitu masyarakat pangandaran, wisatawan dan dinas internal terkait. Masyarakat Pangandaran belum sepenuhnya menyadari visi kabupaten Pangandaran yang akan menjadi kabupaten pariwisata yang mendunia, sehingga perlu terus dilakukan komunikasi dengan masyarakat untuk memberikan kesadaran dan pemahaman wisata.

Informasi terkait ragam destinasi wisata perlu terus di sosialisasikan dan di promosikan kepada para wisatawan baik dalam maupun luar negeri. Koordinasi antar dinas terkait dalam mengembangkan pariwisata perlu dibangun oleh dinas pariwisata agar segala kebijakan dan pembangunan mengarah pada visi Kabupaten Pangandaran.

Pembahasan

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan di lapangan, diketahui bahwa Dinas Pariwisata, khususnya bidang destinasi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan kepariwisataan di Kabupaten Pangandaran menyadari bahwa potensi kearifan lokal yang ada di Kabupaten Pangandaran adalah potensi yang dapat dikembangkan untuk dunia pariwisata. Berbagai aktifitas budaya yang telah ada di Pangandaran seperti hajat laut, Ronggeng Gunung, Wayang landung atau wayang golok, festival layang-layang termasuk juga aneka kuliner dan lain sebagainya mulai dijadikan sebagai bagian dari destinasi wisata di Kabupaten Pangandaran. Dalam berbagai kesempatan baik ketika acara budaya itu berlangsung atau dalam pertemuan-pertemuan rutin yang bersi-

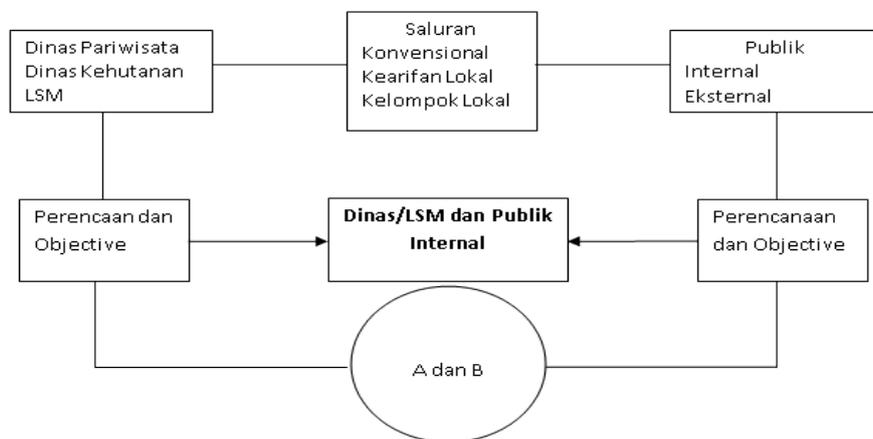
fat formal maupun nonformal Dinas Pariwisata mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa aktifitas budaya berbasis kearifan lokal tersebut merupakan potensi wisata yang harus terus dipelihara dan dikembangkan yang merupakan bagian dari perwujudan visi Kabupaten Pangandaran yaitu pariwisata yang mendunia.

Pangandaran sebagai daerah yang memiliki potensi wisata yang cukup besar, dengan berbagai macam destinasi wisata yang indah. Sebagai daerah yang memiliki potensi besar tersebut, maka konsep Sapta Pesona sangat tepat diterapkan untuk pengembangan pariwisata Pangandaran. Sapta Pesona merupakan sebutan bagi 7 unsur pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata di Indonesia. Ketujuh unsur tersebut diantaranya: Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah dan Kenangan.

Berdasarkan pemaparan yang dikemukakan oleh narasumber, diketahui beberapa berbagai media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi pariwisata seperti penggunaan media massa dan media online. Pihak terkait baik Humas Pemerintah Kabupaten maupun Dinas Pariwisata sangat menyadari pentingnya media massa khususnya media cetak dalam menyebarkan berbagai kebijakan dan informasi pariwisata, sehingga dalam operasionalnya mereka selalu menggandeng wartawan, mengadakan pertemuan rutin, mengundang wartawan dalam berbagai event. Hal ini dimaksudkan agar wartawan sebagai media penyampai informasi dapat memperoleh sumber informasi secara langsung dan benar, untuk meminimalisir terjadinya distorsi informasi kepada masyarakat.

Perkembangan Informasi dan Teknologi khususnya internet yang melahirkan berbagai media online tidak luput dari perhatian Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran untuk menyebarkan informasi pariwisata seperti website, blog, facebook dan lain sebagainya. Mereka menyadari bahwa wisatawan tidak hanya dari Indonesia tetapi berasal dari mancanegara yang menjadikan media online sebagai sumber memperoleh informasi, sehingga mereka berupaya mengoptimalkan penggunaan media-media online dalam menyampaikan informasi pariwisata, seperti event-event budaya.

Oleh karena itu, peneliti membuat model komunikasi pariwisata yang ideal bagi pengembangan pariwisata di Kabupaten Pangandaran. Model ini menggambarkan bahwa dalam menyusun perencanaan dan menentukan tujuan komunikasi pariwisata di Kabupaten pangandaran harus melibatkan ketiga unsur pemerintah yakni Dinas Pariwisata, Dinas Kehutanan dan Humas. Adapun sebagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi pariwisata adalah melalui media massa dalam hal ini lebih menekankan pada aspek media relations, menggunakan sosial media dikarenakan perkembangan komunikasi melalui internet semakin pesat, menggunakan kearifan lokal yang dimiliki oleh Kabupaten Pangandaran serta melibatkan kelompok masyarakat yang ada di Pangandaran. Hal ini menjadi penting agar publik internal dan eksternal menjadi sadar bahwa Pangandaran adalah sebuah daerah wisata baru yang layak dikunjungi selain Bali.



Model Komunikasi Pariwisata

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran masih bersatu dengan dinas-dinas lain yaitu Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM, sehingga membutuhkan koordinasi dan birokrasi yang lebih panjang dalam proses komunikasinya.
2. Implementasi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Pangandaran dilakukan dalam rangka menggali potensi wisata yang dapat menjadi destinasi wisata selain alam, seperti budaya yang berbasis kearifan lokal.
3. Pola komunikasi dilakukan kepada tiga stakeholder yaitu, masyarakat pangandaran, wisatawan dan dinas internal terkait.

Saran

1. Perlu segera dilakukan restrukturisasi dinas agar lebih fokus dalam mengelola pariwisata di Kabupaten Pangandaran.
2. Ragam kearifan lokal yang melimpah di Kabupaten Pangandaran masih harus terus digali dan sosialisasikan kepada masyarakat Pangandaran serta lebih banyak dan variatif menggunakan media-media saluran komunikasi yang digunakannya.
3. Pengemasan pesan perlu diperhatikan dalam membangun pola komunikasi kepada tiga stakeholder.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alwasilah, Chaedar A. 2002. Pokoknya Kualitatif, Jakarta: PT Pustaka Jaya.
- Agustino, Leo. 2006. Politik & Kebijakan Publik. Bandung: AIPI Bandung
- Bungin Burhan, 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif Pemahaman Filosofis dan Metodologis Kearah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, John. 1994. Research Design Qualitative And Quantitative Approaches. London : Sage Publications.
- Edward III, George C. 1978. Understanding Public Policy. New Jersey: Prantice Hall.
- Moleong, Lexy J.2002. Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2003. Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salim, Agus.2001. Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sukidin, Basrowi. 2002. Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro.Surabaya: Insan Cendekia.
- Venus, Antar. 2004. Manajemen Kampanye. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.