
PENGELOLAAN KOMUNIKASI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PANTAI KONENG MEDANG KAMPAI KOTA DUMAI

Aisyah Aldi Saputri¹, Nurjanah²

¹⁻² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email Korespondensi: aisyah.aldi3434@student.unri.ac.id

Diterima: 31 Oktober 2023

Direvisi: 26 Maret 2024

Disetujui: 31 Maret 2024

Abstrak

Pantai Koneng adalah salah satu objek wisata tepi laut di Kecamatan Medang Kampai, Kota Dumai. Daerah yang berhadapan langsung dengan negara Malaysia dengan potensi wisata perairan yang menarik. Tujuan penelitian ini, untuk menganalisis komunikasi pariwisata dan manajemen komunikasi pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik pemeriksaan data menggunakan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan komunikasi pariwisata yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai melibatkan Pengelola, pemerintah dan juga wisatawan sebagai komunikator. Pengelolaan pesan bersifat informatif dan komunikatif, dengan menggunakan media sosial seperti Tiktok dan Facebook, media online seperti website resmi DISKOPAR serta menggunakan media cetak berupa brosur dan spanduk Masyarakat umum dilibatkan sebagai komunikan dengan feedback wisata pantai koneng menjadi dikenal. Pengelolaan dalam pengembangan destinasi wisatanya sangat baik dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi, Komunikasi Pariwisata, Pantai, wisatawan, Pantai Koneng

Abstract

Koneng Beach is one of the seaside tourist attractions in Medang Kampai District, Dumai City.. The aim of this research is to analyze tourism communication and managerial communication management in increasing tourist visits to Koneng Medang Kampai Beach, Dumai City. This research uses a qualitative approach. Data collection techniques through interviews, observation and documentation. The data examination technique uses triangulation. The results of this research show that the tourism communication activities carried out to increase tourist visits to Koneng Medang Kampai Beach, Dumai City involve the management, government and also tourists as communicators. Message management is informative and communicative, using social media such as Tiktok and Facebook, online media such as the official DISKOPAR website and using print media in the form of brochures and banners. The general public is involved as communicants with feedback from Koneng beach tourism becoming known. Management in developing tourist destinations is very good in increasing tourist visits.

Keywords: *Communication Management, Tourism Communication, Beaches, Tourists, Koneng Beach*

PENDAHULUAN

Kota Dumai memiliki kawasan yang strategis dan terletak di tepi pantai laut dan menghadap selat Malaka, sebagai berbatasan dengan Malaysia. Dimana hal ini membuat Kota Dumai memiliki tepian laut yang dapat dimanfaatkan sebagai destinasi pariwisatanya, membuat kota Dumai memiliki berbagai wisata tepi laut salah satunya adalah wisata Pantai Koneng. Pantai Koneng adalah salah satu wisata pantai yang ada di Riau terletak di Kelurahan Teluk Makmur, Kecamatan Medang Kampai, Kota Dumai. Jaraknya sekitar 19 km dari pusat Kota Dumai. Dimulai pada tahun 2017 dimana terlihat adanya peluang pada lahan tepi laut kota Dumai yang pada akhirnya menjadi salah satu pantai indah di Kota Dumai. Potensi Alam Pantai Pasir Koneng dikenal sebagai suatu daya tarik wisata yang kaya akan potensi alamiah dengan pantai yang berpasir putih dan ombak yang tenang. Pantai ini juga memiliki garis pantai yang panjang, pasirnya halus dan merupakan panorama alam yang sangat indah menjadi daya tarik wisata utama bagi wisatawan. Wisatawan atau biasa di sebut sebagai pengunjung akan melakukan kegiatan berkunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara tujuan dan perjalanannya dalam rangka liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olah raga, kepentingan bisnis, keluarga, dan konferensi. (Hantoro, 2015).

Ketika wisatawan yang berkunjung ke Pantai Pasir Koneng pada sore hari, juga bisa melihat panorama alam matahari terbenam (sunset) yang indah dan di tepi pantai rindangnya pohon lontar yang menawarkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Adapun aktivitas - aktivitas yang bisa dilakukan oleh para wisatawan di Pantai Pasir Koneng,

seperti rekreasi di tepi pantai dan duduk santai menikmati pemandangan alam, mandi dan selam, makan dan minum khas daerah, fotografi dan olahraga pantai.

Pengembangan dan pengelolaan dari Pantai Koneng merupakan upaya memperluas atau mewujudkan potensi-potensi baik dari sumberdaya alam maupun sumber daya manusia, membawa suatu keadaan secara bertingkat kepada suatu keadaan yang lebih lengkap, lebih besar atau lebih baik, memajukan sesuatu dari yang lebih awal kepada yang lebih akhir dan dari yang sederhana kepada yang lebih kompleks. Berdasarkan data awal dari Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Kota Dumai bahwa kunjungan wisatawan ke Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai mengalami kenaikan dalam beberapa tahun terakhir. Berikut tabel data kunjungan wisatawan ke Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1.	2019	24.300 Kunjungan
2.	2020	Tutup Selama Covid-19
3.	2021	167.745 Kunjungan
4.	2022	313.200 Kunjungan

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan
(Sumber: DISKOPAR Kota Dumai, 2023)

Kunjungan wisatawan yang ada di kawasan wisata Pantai Koneng Medang Kampai dari beberapa tahun terakhir mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Dalam pengembangan serta pengelolannya Pantai Koneng dikeola dan dikembangkan oleh Kelompok masyarakat sekitar pantai Koneng sebagai wisata bahari Kota Dumai. Diketahui oleh Pak Koneng sekaligus sebagai pemilik dari Pantai Koneng memfokuskan pada pengembangan Pantai Koneng menjadi

salah satu destinasi wisata besar di Kota Dumai.

Upaya-upaya yang telah dilakukan dalam rangka pengembangan Pantai Koneng diantaranya selalu menggali potensi baik dari sumber daya alam dan juga sumber daya manusia nya. Selalu memperbarahui sarana dan prasarana dan juga tentunya mengembangkan kegiatan komunikasi pariwisatanya. Komunikasi menjadi aspek yang penting yang menjadi faktor keberhasilan dalam pengembangan suatu destinasi wisata.

Lasswell mengemukakan bahwa komunikasi pada prinsipnya adalah sebuah proses yang menjelaskan siapa, apa yang dikatakannya, melalui saluran apa, kepada siapa ia menyampaikannya, lalu apa akibat dari pesan yang ia sampaikan dan apa hasilnya? (who? Says what? In which chanel? To whom? With what effect?)” . (Wijayani, 2020)

Dibutuhkan pasrtisipasi aktif bukan hanya dari pemerintah, tetapi juga dari pengelola hingga masyarakat lokal dalam keberhasilan pengembangan destinasi wisata. Kebijakan komunikasi pengembangan destinasi wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat . Lunberg juga menyatakan bahwa hal ini juga didukung dengan ketetapan bahwa masyarakat menjadi pemangku kepentingan yang paling utama dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata. (Yasir, 2021)

Menurut Genc & Genc pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan dari pembangunan masyarakat lokal dan pembangunan fasilitas pendukungnya. Karena persaingan pasar pariwisata yang ketat, maka sebuah destinasi wisata harus dapat dikembangkan melalui komunikasi

yang lebih inovatif agar disukai oleh wisatawan, karena permintaan wisatawan bahkan lebih bervariasi bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. (Yasir, 2021)

Menurut Darsoprajitno (2005) Pengelolaan dan manajemen memang berbeda, tetapi perbedaan tersebut tidak mudah diuraikan, sehingga seolah-olah mengelola dan manajemen tidak berbeda. Mengelola pengertiannya lebih dekat kepada mengendalikan atau menyelenggarakan, sedangkan manajemen yaitu runtunan pemanfaatan berbagai sumber daya secara berhasilguna untuk mencapai sasaran. (Wijaya & Sudarmawan, 2019)

Menurut Leiper dalam Pitana (2009) pengelolaan (manajemen) merujuk kepada seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang, atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut.

Dalam pengelolaan destinasi pariwisata sudah selayaknya dilakukan secara berkelanjutan, baik secara ekologis, layak secara ekonomi, maupun adil secara etis dan sosial. Dalam hal ini diperlukan suatu pendekatan yang tepat agar pengembangan desa wisata dapat terlaksana dengan baik. Konsep Community Based Tourism (CBT) dinilai sangat tepat untuk diterapkan, karena CBT mengedepankan peran serta masyarakat dalam pengembangan desa wisata karena masyarakat lokal yang lebih tahu potensi dari daerah mereka sendiri. Lebih lanjut Sunaryo (2013) menerangkan bahwa masyarakat lokal yang akan membangun, memiliki dan mengelola langsung fasilitas wisata serta pelayanannya. Masyarakat diharapkan mampu meningkatkan perekonomian serta mampu melestarikan lingkungan sekitarnya. (Febrian & Suresti, 2020)

Munculnya fenomena pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat merupakan kritik atas pengelolaan wisata yang dilaksanakan tanpa melibatkan masyarakat dan dipandang kurang mampu memberdayakan masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism/CBT) merupakan konsep pengelolaan kepariwisataan dengan mengedepankan partisipasi aktif masyarakat dengan tujuan untuk memberikan kesejahteraan bagi mereka dengan tetap menjaga kualitas lingkungan, serta melindungi kehidupan sosial dan budayanya. Konsep pariwisata berbasis masyarakat berkesesuaian dengan pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism) yang memerlukan partisipasi masyarakat. (Purmada et al., 2016)

Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. (Nurhidayati, 2012)

CBT melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan, sehingga dengan demikian CBT akan dapat menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Jadi sesungguhnya CBT adalah konsep ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat

dan hasilnya pun langsung dinikmati oleh mereka. (Wijaya & Sudarmawan, 2019)

Destinasi wisata Pantai Koneng merupakan destinasi yang memiliki ciri khas, serta memiliki berbagai keunikan serta adanya keunikan dalam kehidupan sosial budaya Masyarakat setempat yang menjadikan Pantai Koneng memerlukan pendekatan yang tepat demi mendukung perkembangan destinasi wisata.

Tak hanya menarik dalam wisata tepi lautnya, Kota Dumai juga memiliki beberapa destinasi wisata lainnya, seperti wisata Hutan Mangrove, Kampung Teratai, Taman Bukit Gelanggang, Danau Bunga Tujuh, serta wisata kuliner yaitu Kampung Kuliner Kota Dumai. Dalam wawancara Wali Kota Dumai bersama RiauPos.Co pada tahun 2022 silam menerangkan bahwa berbagai destinasi wisata Kota Dumai ini telah berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Dumai sebanyak 300%. Yang dimana Pantai Koneng merupakan salah satu destinasi wisata tepi yang ramai dikunjungi.

Komunikasi pariwisata menjelaskan bagaimana pihak pengelola wisata dalam menyampaikan informasi wisata melalui lima unsur komunikasi seperti komunikator, pesan, media, komunikan dan efek yang diinginkan. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan wisata yang dikelolanya. Konsep komunikasi pariwisata yaitu adalah untuk menghidupkan berbagai pariwisata dimana kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta bidang usaha sehingga komunikasi pariwisata menjadi bagian penting dalam tercapainya keseimbangan pengakomodasian berbagai kepentingan pariwisata melalui tindakan yang cepat dan tepat sasaran (Ismayanti, 2010). Pada umumnya, daerah tujuan wisata yang baik dikunjungi adalah daerah yang tergantung

atas alam yaitu tempat untuk berlibur, beristirahat dan rekreasi guna kesehatan badan jasmani maupun rohani.

Obyek wisata alam yang tersebar di laut, pantai, hutan, danau dan pegunungan adalah produk-produk potensial yang dapat dikembangkan untuk kegiatan wisata alam. Setiap produk wisata alam memiliki tingkat amenitas atau fasilitas, aksesibilitas, daya tarik, serta nilai daya saing tersendiri. Keanekaragaman hayati berupa flora dan fauna, keunikan, keindahan bentang alam serta gejala alam merupakan salah satu aspek penting yang menjadi obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA). (Rusita et al., 2016)

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Pariwisata adalah sumber daya alam yang memberi banyak manfaat. Salah satunya adalah pada perekonomian. Apabila suatu tempat wisata dikelola dengan baik maka tempat wisata tersebut akan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung, baik wisatawan lokal maupun internasional. Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Herdiansyah, 2020).

Pariwisata modern dapat diklasifikasikan dalam beberapa komponen penting yaitu : (1) destinasi, (2) transportasi, (3) pemasaran pariwisata, (4) sumber daya. Dalam perspektif yang lain, pemerintah

Indonesia mengklasifikasikan komponen pariwisata kedalam beberapa bagian penting seperti : (1) Industri pariwisata, (2) destinasi pariwisata, (3) pemasaran pariwisata, (4) kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Bogdan dan Taylor mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”(Meleong, 2010). Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses daripada hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian. Dengan kata lain, menggambarkan secara rinci apa, siapa, dimana, kapan, bagaimana, mengapa, dan sejenisnya tentang subjek yang diteliti.

Penelitian dilakukan di Pantai Koneng yang berlokasi di Kelurahan Teluk Makmur, Kecamatan Medang Kampai, Kota Dumai. Jaraknya sekitar 19 km dari pusat Kota Dumai. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan yang dimulai pada bulan Februari 2023. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi serta dokumentasi.

Informan penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi. Informan penelitian adalah sesuatu baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya diteliti (Sukandarrumidi, 2012).

Teknik penentuan informan menggunakan Teknik purposive, dimana dalam teknik ini informan yang ditunjuk adalah informan yang sudah memenuhi kriteria tertentu misalnya memiliki pemahaman atau dianggap paling tau tentang apa yang diharapkan (Sugiono, 2010).

Informan dalam penelitian ini terdiri dari 7 orang yang merupakan pengelola, pekerja, Kepala Bidang Pariwisata DISKOPAR Kota Dumai, serta wisatawan.

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan metode triangulasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Komunikator dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai tentunya membutuhkan peran komunikator atau sumber sebagai penyampai pesan atau informasi terkait Pantai Koneng dan menciptakan keyakinan bagi khalayak untuk datang mengunjungi.

Prinsip komunikasi adalah mengubah perilaku, strategi merupakan cara, metode, rencana atau pola yang dipergunakan dalam upaya menyampaikan pesan agar diikuti dengan perubahan perilakunya. Untuk mewujudkan hal ini, diperlukan pemrakarsa perencanaan, pengawas penyelenggaraan dan pembina program. (Nurjanah, 2019)

Berdasarkan hasil wawancara komunikator dari kegiatan komunikasi pariwisata Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai merupakan peran seluruh pihak

di Kota Dumai, mulai dari instansi pemerintah, pihak pengelola, dan bahkan seluruh lapisan masyarakat. Salah satu contoh yang telah dilakukan Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata (DISKOPAR) Kota Dumai yaitu dengan mencantumkan Pantai Koneng sebagai salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi di kota Dumai dalam website resmi <https://diskopar.dumaikota.go.id/>.

Sang komunikator tentunya harus memiliki keterampilan penyampaian informasi yang baik jika keterampilan penyampaian yang dimiliki komunikator baik maka pesan akan dikomunikasikan dengan baik, begitupun sebaliknya. Komunikator dalam kegiatan komunikasi ini juga dapat memberikan perubahan tindakan kepada komunikan, hal ini dijelaskan pada adanya keputusan untuk mengunjungi oleh para calon pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah wisatawan yang datang mengunjungi Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai, mulai dari wisatawan dalam kota, luar kota hingga mancanegara.

Bentuk Pesan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

Untuk dapat dimengerti dengan baik oleh masyarakat, pesan yang disampaikan harus diperhatikan dengan seksama agar dapat dicerna dengan mudah oleh penerima pesan atau masyarakat sebagai sasarannya agar proses komunikasi yang terjadi dapat berjalan dengan lancar.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapatkan bahwa penyampaian pesan yang dilakukan komunikator bersifat informatif dan persuasif. Para komunikator memfokuskan pada inti pokok pesan yang akan disampaikan seperti informasi

Dengan memanfaatkan sosial media, dapat menjadikan salah satu tempat pemberian informasi dan jasa yang kreatif sehingga membuat pesan yang akan kirim ke pihak lain akan segera sampai dalam hitungan detik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi selama penelitian peneliti menemukan bahwa para komunikator yaitu instansi pemerintah, pengelola Pantai Koneng dan juga masyarakat telah melakukan berbagai kegiatan-kegiatan komunikasi pariwisata melalui media sosial.

1. Facebook

Berdasarkan hasil observasi dan pengumpulan data yang peneliti lakukan, bahwa salah satu wadah penyebaran pesan menggunakan social media adalah dengan penggunaan Facebook. Penggunaan akun pribadi facebook dengan nama pengguna @koneng kerap membagikan aktivitas wisatanya yang dimana hal ini juga merupakan salah satu bentuk komunikasi pariwisata yang diterapkan pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisatawannya. Dalam akun pribadinya Pak Koneng cenderung membagikan aktivitasnya sebagai pengelola, seperti membagikan kabar terkait kondisi terkini pantai, Pak Koneng juga kerap membagikan momennya baik bersama keluarga maupun bersama wisatawan di Pantai.

2. Tiktok

Penggunaan akun tiktok dengan nama pengguna @pantaikonengdumai juga salah satu bentuk pemanfaatan social media sebagai saluran dalam melakukan kegiatan komunikasi pariwisata. Dalam akun tiktok tersebut juga berfungsi tak jauh seperti akun facebook pribadi pengelola, disini pengelola juga membagikan gambar-gambar dan video

pendek terkait kondisi terkini Pantai, selain itu juga terdapat video perkenalan Pantai Koneng yang memberikan informasi terkait lokasi, harga tiket masuk, pengenalan fasilitas dan lain lain. Selain itu pengelola juga cenderung melakukan interaksi dengan para pengikutnya dalam kolom komentar setiap video nya.

Tak hanya pihak pengelola, tanpa sadar para wisatawan juga ikut andil dalam melakukan kegiatan komunikasi pariwisata. Wisatawan kerap menjadikan media social sebagai media untuk menceritakan aktivitas perjalanannya (Rukmiyati & Suastini, 2016) Wisatawan dikenal aktif dalam mengunggah foto atau video tentang bagaimana mereka berkunjung ke suatu daerah atau tempat wisata yang mereka kunjungi. Inilah yang kemudian menjadikan media sosial menjadi media komunikasi pariwisata meskipun tanpa disadari oleh pengguna media sosial itu sendiri.

b. Media Online

Selain media social, media online juga salah satu jenis saluran yang dapat digunakan oleh para komunikator dalam penyampaian pesan. Pemanfaatan media online juga dianggap sebagai bentuk pemanfaatan kemajuan teknologi. Instansi pemerintah sebagai salah satu komunikator juga memanfaatkan media online sebagai salah satu saluran dalam penyampaian pesan atau informasi kepada masyarakat. Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Dumai memiliki situs resmi <https://diskopar.dumaikota.go.id/>. yang dimana situs ini memuat seluruh informasi mengenai pariwisata Kota Dumai, salah satunya yaitu Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

Website resmi dari DISKOPAR Kota Dumai dapat diakses seluruh masyarakat yang ingin berkunjung ke berbagai destinasi wisata di Kota Dumai, website ini terus dikembangkan dan diperbaharui sesuai dengan pembaharuan informasi pariwisata di Kota Dumai.

Berbagai media berita Online juga ikut melakukan kegiatan komunikasi pariwisata Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai, seperti indozone.id, tribunnews.com, riaonline.co.id, halloriau.com dan masih banyak media online lainnya.

Maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan media online dalam menyebarkan informasi juga tak kalah dari media social. Kedekatan manusia dengan teknologi membuat media online maupun media social sangat berpengaruh besar dalam penyaluran informasi karena sifatnya yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

c. Media cetak

Media cetak tentunya tak luput menjadi salah satu saluran dalam kegiatan komunikasi pariwisata. Media cetak merupakan sarana atau perantara komunikasi yang di cetak pada bahan dasar kertas maupun kain yang berguna untuk menyampaikan pesan atau informasi. Unsur utama dari media cetak adalah teks dan gambar visualisasi.

Berdasarkan hasil wawancara dikalangan para pengunjung juga akrab dengan brosur dan baliho atau spanduk yang menyebarkan informasi mengenai Pantai Koneng ini. Media cetak yang pernah di gunakan oleh pihak pengelola sebagai komunikator meliputi brosur dan baliho. Penggunaan media konvensional ini juga masih akrab di masyarakat, hal ini dibuktikan

bahwa masyarakat masih melihat dan familiar dengan brosur serta baliho yang tersebar.

Penentuan Target atau Komunikasikan dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

Dari penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa penerima dalam kegiatan komunikasi pariwisata Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai dalam meningkatkan kunjungan wisatanya, para sumber atau komunikator menetapkan masyarakat lokal dan mancanegara sebagai penerima. Masyarakat ini yang nantinya akan menentukan Langkah-langkah berikutnya dalam pencapaian tujuan kegiatan komunikasi.

Target atau komunikasikan secara umum adalah wisatawan yang datang mengunjungi Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai. Wisatawan disini dapat berupa wisatawan lokal yang dimana sangat kenal dengan keberadaan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai, wisatawan luar kota maupun mancanegara dimana wisatawan ini cenderung menerima pesan atau informasi dari komunikator yang bersifat persuasive yang akhirnya memiliki keputusan untuk datang sebagai wisatawan.

Bentuk Feedback atau Umpan balik dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa pada kegiatan komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh pengelola memiliki umpan balik atau feedback.

Hasil wawancara bersama salah satu pengunjung, membuktikan bahwa

penyampaian informasi yang bersifat informatif menciptakan umpan balik atau feedback yang baik. Sang pengunjung dapat memperoleh serta mencerna informasi atau dapat kita sebutkan sang pengunjung mengerti dan paham atas informasi yang diberikan. bahwa pengaruh atau efek tercipta pada kegiatan komunikasi pariwisata ini, dengan adanya keputusan untuk datang oleh pengunjung untuk mengunjungi Pantai Koneng setelah mendapatkan pesan informatif melalui social media.

Hal ini memperlihatkan bahwa adanya pengaruh atau efek berupa perubahan pengetahuan juga perubahan keputusan pada diri pengunjung. Tentunya sesuai dengan tujuan sumber atau para komunikator untuk terus meningkatkan jumlah pengunjung pantai.

Feedback yang diperoleh cenderung positif yang dimana para pengunjung memperoleh informasi dengan mudah dan dapat dicerna dengan baik. Tetapi tak dapat disimpulkan bahwa umpan balik atau feedback yang terjadi akan selalu bersifat positif. Umpan balik atau feedback negatif akan terjadi apabila penerima pesan atau komunikator tidak memahami isi pesan yang disampaikan, tak hanya itu umpan balik negatif juga dapat terjadi apabila komunikator tidak menyukai isi pesan yang disampaikan. Penerima pesan atau komunikator yang mula nya tidak memiliki pengetahuan mengenai destinasi wisata Pantai Koneng, kini telah mendapatkan informasi yang dimana juga akan menimbulkan keputusan untuk ikut mengunjungi Pantai Koneng sebagai bentuk perubahan keputusan atas efek kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sumber pesan atau komunikator.

Manajemen Komunikasi Pariwisata oleh Pengelola dalam meningkatkan Wisatawan Pantai Koneng Kecamatan Medang Kampai Kota Dumai.

Pengelolaan destinasi pariwisata merupakan inti dari keberlanjutan industri pariwisata. Keberlanjutan destinasi pariwisata akan sangat bergantung pada bagaimana stakeholder mengelola destinasi pariwisata agar destinasi kompetitif dan mampu menjangkau kebutuhan wisatawan baik dari aspek atraksi, aksesibilitas, dan amenitis. (Pitana & Diarta, 2009) memaparkan pengelolaan (manajemen) adalah seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut. Fungsi manajemen tersebut meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan dan evaluasi. Pengelolaan wisata merupakan kegiatan untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan baik secara ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan maka pengelola wajib melakukan manajemen sumber daya efektif.

a. Tahap Perencanaan

Perencanaan merupakan hal yang menunjang dalam mengelola suatu objek wisata karena dengan adanya perencanaan maka terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan agar tercapainya suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Mengutip pernyataan Conyers dkk dalam Munir (2002:23) mendefinisikan perencanaan sebagai proses yang berkesinambungan yang mencakup keputusan-keputusan (kebijakan) atau pilihan-pilihan berbagai alternatif penggunaan sumberdaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu pada masa yang akan datang. (Syafi', 2015)

Dari hasil wawancara didapatkan bahwa perencanaan Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai merupakan hal yang penting dan juga penjunjang dalam pengelolaannya. Dimana perencanaan dibentuk dengan mempertimbangkan peluang dan hal-hal yang sekiranya dibutuhkan oleh masyarakat atau pengunjung. Kemudian dalam proses perencanaan Pak Koneng (sebagai pengelola utama) juga melibatkan masyarakat sekitar untuk bersama-sama Menyusun perencanaan dan ikut andil dalam pembangunannya.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan bahwa perencanaan merupakan salah satu hal yang penting dalam pengelolaan destinasi wisata, pengelola menjadikan tahap perencanaan ini menjadi acuan dari kegiatan pengelolaannya. Sesuai dengan konsep dari Community Based Tourism Theory, peneliti memperoleh hal-hal yang dilakukan oleh pengelola dalam tahap perencanaan, diantaranya; (1) Pengelola mengidentifikasi potensi serta daya tarik yang dimiliki oleh wilayahnya. (2) Pengelola menetapkan tujuan dari pengembangan destinasi wisata. (3) Pengelola merencanakan sarana dan prasarana destinasi wisata yang dibutuhkan. (4) Pengelola merencanakan kebijakan kebijakannya sebagai pengelola kepada masyarakat yang terlibat.

Tahap perencanaan tidak hanya dilakukan oleh pengelola di awal proses pembangunan dilakukan. Tahap perencanaan tetap dilakukan hingga sekarang, hal ini terus dilakukan demi kepuasan para wisatawan yang datang, karena bagi pengelola, kebutuhan serta kepuasan pengunjung merupakan landasan pengembangan destinasi wisata.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan suatu aksi atau tindakan yang dilakukan dari sebuah rencana yang telah disusun sebelumnya secara matang dan terperinci, kegiatan pelaksanaan dilakukan cenderung setelah seluruh perencanaan dianggap matang. Pada tahap pelaksanaan Pak Koneng selaku pengelola utama melibatkan masyarakat sekitar. Hal ini dilakukan Pak Koneng salah satunya bertujuan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap potensi daerah yang mereka miliki. Pelaksanaan yang dilakukan dalam pengelolaan destinasi wisata, pengelola merangkul masyarakat sekitar untuk ikut dalam pengembangan potensi wilayah mereka. Tujuannya agar terciptanya kesadaran dan menumbuhkan rasa cinta terhadap daerahnya.

Tahap pelaksanaan dilakukan sesuai perencanaan sebelumnya. Kegiatan lainnya yang dilakukan oleh pengelola dan masyarakat dalam pelaksanaan diantaranya, (1) Pemberdayaan masyarakat lokal seperti melibatkan masyarakat lokal dalam pelaksanaan. (2) Membangun infrastruktur yang mendukung kegiatan wisata seperti jalan dan lain-lain. (3) Melindungi serta mengembangkan keanekaragaman hayati, ekosistem, keindahan alam yang ada pada destinasi wisata. (4) Penyediaan fasilitas yang memadai seperti gazebo, warung makanan, mushalla, pos keamanan, toilet serta lahan parkir yang luas.

Tahap pelaksanaan yang dilakukan dipimpin penuh oleh Pak Koneng sebagai pengelola, tahap pelaksanaan dalam pengelolaan destinasi wisata merupakan lanjutan dari tahap perencanaan yang telah disusun sebelumnya dan dilaksanakan dengan efektif dan efisien. Dalam tahap pelaksanaan dari pengelolaan Pantai Koneng melibatkan seluruh pihak, mulai dari pihak

pengelola, para instansi pemerintah dan juga para masyarakat atau pengunjung Pantai Koneng.

c. Tahap Pengelolaan

Pengelolaan atau manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu “management”. Manajemen adalah konsep perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pengelolaan Pantai Koneng dikelola secara individu oleh Pak Koneng sekaligus pemilik dari Pantai tersebut. Pak Koneng merangkul masyarakat sekitar untuk bersama mengembangkan potensi daerah. Para pekerja yang terlibat tentunya sudah mendapatkan izin dari Pak Koneng dengan kemampuan yang mempunyai. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengelolaan Pantai Koneng dalam pembiayaan pengelolaan, semua murni diambil dari aset pribadi yang dimiliki. Hingga saat ini pengelolaan sudah sangat mencukupi kebutuhan masyarakat selama berkunjung ke Pantai Koneng hal ini dibuktikan dengan tidak adanya rasa keberatan para pengunjung untuk datang dan mengeluarkan biaya di Pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai.

d. Tahap Pengawasan dan Evaluasi

Sujak (1990) menjelaskan fungsi manajerial dasar seperti pengawasan dimaksud untuk mengontrol sehingga dapat mengetahui efektivitas sumber – sumber informasi dalam organisasi, kelompok dan setiap individu anggota organisasi (Hendra, 2019)

Evaluasi merupakan suatu tahap akhir dalam proses kebijakan. Evaluasi ditujukan untuk

dapat melihat penyebab kendala yang dihadapiserta kegagalan program begitu juga dampak yang dihasilkan dari program tersebut dengan kata lain bahwa evaluasi bertujuan untuk menilai suatu kebijakan atau program.

Pada Tahap evaluasi Pengelolaan Pantai Koneng diawasi langsung oleh Pak Koneng sebagai pemilik dan pengelola utama. Pak Koneng melibatkan masyarakat atau pekerja yang terlibat. Dan berdasarkan hasil penelitian, untuk saat ini tahap evaluasi belum dapat dilakukan rutin sebagaimana seharusnya. Tahap evaluasi dilakukan cenderung membahas permasalahan hambatan yang dianggap genting oleh pengelola.

Seluruh unsur-unsur dalam manajemen destinasi wisata Pantai Koneng sudah dilakukan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari ada nya kepuasan dari wisatawan yang datang mengunjungi, tidak ada nya rasa penyesalan terhadap biaya yang mereka keluarkan dengan fasilitas yang mereka dapatkan dan juga dengan jumlah wisatawan yang datang mengunjungi destinasi wisata Pantai Koneng terus mengalami kenaikan. Penerapan Community Based Tourism Theory dalam menjalankan seluruh unsur pengelolaan sudah berjalan dengan baik, dengan melibatkan masyarakat sekitar mulai dari tahap perencanaan hingga tahap pengawasan dan evaluasi serta adanya manfaat yang diterima oleh masyarakat sekitar dengan keterlibatannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil serta pembahasan terkait Komunikasi Pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pantai Koneng Medang Kampai Kota Dumai dimana Komunikasi pariwisata yang telah

diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisatawanannya sudah sesuai dengan konsep komunikasi yang ada. Mulai dari penetapan komunikator, pesan, media, penerima, umpan balik serta efek yang ditimbulkan. Komunikasi pariwisata merupakan aspek penting dalam pengembangan destinasi wisata dengan baiknya komunikasi wisata yang diterapkan tentunya akan menimbulkan efek yang baik serta membangun citra positif bagi destinasi wisata. Potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia menjadi factor pendukung dalam pengelolaan Komunikasi pariwisata.

Proses pengelolaan terdiri dari Perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, serta pengawasan dan evaluasi. Perencanaan murni dilakukan oleh pihak pengelola, pihak pengelola merencanakan berbagai hal untuk mengembangkan Pantai Koneng dengan mempertimbangkan kepentingan wisatawan. Pelaksanaan, dalam tahap pelaksanaan, tak selalu sesuai dengan apa yang telah disusun pada tahap perencanaan sebelumnya, tetapi pengelola selalu mengupayakan yang terbaik dan selalu melibatkan masyarakat sekitar dalam pelaksanaannya.

Pengelolaan dikelola secara individu oleh Pak Koneng sekaligus pemilik dari Pantai tersebut. Tahap evaluasi merupakan tahap yang sangat penting dalam kegiatan pengelolaan, Pada Tahap evaluasi Pengelolaan Pantai Koneng diawasi langsung oleh Pak Koneng sebagai pemilik dan pengelola utama. Pak Koneng melibatkan masyarakat atau pekerja yang terlibat. Kegiatan Pengelolaan yang dilakukan oleh pengelola sudah cukup baik dikarenakan sudah memenuhi aspek pengelolaan, dimulai dari tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap pengelolaan hingga tahap pengawasan dan evaluasi.

REFERENSI

- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Febrian, A. W., & Suresti, Y. (2020). Pengelolaan wisata kampung blekok sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat berbasis community based tourism kabupaten situbondo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(2), 139–148. <https://doi.org/10.14710/jab.v9i2.25308>
- Hantoro, B. T. (2015). *Analisa Jenis Wisatawan Asing Berdasarkan Perilaku Sebelum dan Selama Perjalanan Wisata di Pulau Bali*. Universitas Kristen Petra.
- Hendra, S. (2019). Penerapan Community Based Tourism Di Air Terjun Pati Soni Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. *Jom Fisip*, 6(2), 5–24.
- Herdiansyah. (2020). Identifikasi Pengaruh Pengembangan Pariwisata di Kawasan Banten Lama Terhadap Kehidupan Perekonomian Masyarakat Lokal.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Grasindo.
- Meleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nurhidayati, S. E. (2012). *Community Based Tourism sebagai Pendekatan Pembangunan Pariwisata*

- Berkelanjutan. *Media Masyarakat Kebudayaan Dan Politik*, 10(3), 191–202.
- Nurjanah, Y. (2017). *Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Di Kecamatan Bantan*. 1997, 464–480.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (1st ed.). Andi.
- Purmada, D. K., Wilopo, W., & ... (2016). *Pengelolaan desa wisata dalam perspektif community based tourism (studi kasus pada Desa Wisata Gubugklakah, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten J. Adm. Bisnis ...*, 32(2), 15–22.
- Rukmiyati, N. M. S., & Suastini, N. M. (2016). *Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Wisatawan*. *Conference on Management and Behavioral Studies*, 339–347.
- Rusita, R., Waliambo, R., Sari, Y., & Yanti, M. (2016). *Studi Potensi Objek dan Daya Tarik Wisata Alam Air Terjun Wiyono di Taman Hutan Raya Wan Abdul Rahman, Provinsi Lampung*. *Jurnal Info Teknik*, 17(2), 165–186.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2012). *Metodologi Penelitian*. Gajah Mada University Press.
- Syafi', M. D. S. (2015). *Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak*. *Tourism. Jurnal Undip*, 1(2), 51–60.
- Wijaya, N. S., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). *Community Based Tourism (Cbt) Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Dtw Ceking Desa Pekraman Tegallalang*. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1), 77–98. <https://doi.org/10.22334/jihm.v10i1.162>
- Wijayani, I. (2020). *Komunikasi Pariwisata Pertambangan Kabupaten Bangka Mining Tourism Communications of Bangka District*. *JURNAL INOVASI*, 14(1), 42–50.
- Yasir. (2021). *Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 9(1), 108–120.
-