

Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang

Paisal^{1*}, Suwandi Sumartias², Ira Mirawati³

^{1,2,3} Universitas Padjadjaran, Indonesia

Email : paisal20001@mail.unpad.ac.id

Abstrak

Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat secara global dan saat ini menjadi sumber pekerjaan dan mata pencaharian bagi banyak orang. Pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan dari pembangunan masyarakat lokal dan pembangunan fasilitas pendukungnya. Salah satu faktor keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata adalah komunikasi. Melalui komunikasi peluang keterkenalan suatu destinasi wisata akan terbuka semakin lebar dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata dan menjelaskan partisipasi masyarakat dan memahami model perencanaan komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pariwisata pemerintah Kabupaten Bengkayang dalam mengembangkan destinasi wisata adalah dengan membentuk beberapa desa wisata, membina kelompok sadar wisata (Pokdarwis), dan mengembangkan partisipasi masyarakat pada daerah destinasi wisata yang melibatkan stakeholder pemerintah dan akademisi melalui pengabdian masyarakat. Simpulan penelitian menunjukkan bahwa Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Pulau Lemukutan Kecamatan Sungai Raya Kepulauan di Kabupaten Bengkayang dilakukan dengan cara membina dan memberdayakan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), melibatkan partisipasi masyarakat sekitar destinasi wisata, dan kampanye wisata yang mengusung tema Wisata bahari. Adapun saran nya adalah sebaiknya perencanaan komunikasi pariwisata di kawasan destinasi wisata Pulau Lemukutan sebaiknya pemerintah mengembangkan komunikasi yang lebih kreatif, terintegrasi dan berkelanjutan dalam melakukan pembinaan menyesuaikan pada aspirasi masyarakat setempat.

Kata Kunci: *Komunikasi; Pariwisata; Destinasi; Wisata Budaya; Desa Wisata*

Abstract

Tourism is a rapidly growing industry globally and is currently a source of employment and livelihood for many people. Tourism development in the region as one of the development sectors cannot be separated from the development of local communities and the construction of supporting facilities. One of the success factors in the development of a tourist destination is communication. Through communication, opportunities for the fame of a tourist destination will open up to be widely known by the wider community. This study aims to describe tourism communication in the development of tourist destinations and explain community participation and understand the tourism communication planning model in the development of tourist destinations in Sungai Raya Kepulauan District, Bengkayang Regency. This study uses a qualitative method. The results of the study show that the tourism communication of the Bengkayang Regency government in developing tourist destinations is

by forming several tourist villages, fostering tourism awareness groups (Pokdarwis), and developing community participation in tourist destination areas involving government stakeholders and academics through community service. The conclusions of the study show that tourism communication in the development of tourist destinations on Lemukutan Island, Sungai Raya Kepulauan Subdistrict, Bengkayang Regency is carried out by fostering and empowering tourism awareness groups (Pokdarwis), involving community participation around tourist destinations, and tourism campaigns with the theme of marine tourism. The suggestion is that it is better if the tourism communication planning in the tourist destination area of Lemukutan Island should be developed by the government to develop communication that is more creative, integrated and sustainable in carrying out coaching according to the aspirations of the local community.

Keywords: *Communication; Tourism; Destinations; Cultural Tourism; Tourist Village*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata dapat memengaruhi perkembangan ekonomi dan masyarakat sebuah negara (Fan et al., 2018; Strydom et al., 2019). Pariwisata juga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan sumber pendapatan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung (Ali, 2018). Pariwisata saat ini telah menjadi industri besar dan salah satu industri yang berkembang pesat secara global serta menjadi sumber pekerjaan atau mata pencaharian bagi banyak orang. Oleh karena itu, bidang pariwisata memerlukan berbagai jenis inovasi, karena ini adalah salah satu sektor yang paling kompetitif (Genç & Genç, 2017).

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memfokuskan kembali, merencanakan dan menerapkan kebijakan yang mendorong pengembangan sumber daya alam untuk memberi manfaat bagi masyarakat adat dan pemangku kepentingan lainnya yang mencakup pemerintah, industri, masyarakat dan para pengunjung itu sendiri. Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting untuk keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata. Kebijakan komunikasi pengembangan destinasi wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat (Yasir et al., 2019).

Pembangunan pariwisata jelas memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal, karena dukungan penduduk setempat ini sangat penting bagi industri pariwisata. Keberadaan masyarakat yang didukung dengan kepemimpinan, inovasi dan sosial capital menjadi komponen penting dalam membangun destinasi wisata yang cerdas (Boes et al., 2016). Masyarakat menjadi pemangku kepentingan yang paling utama dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata (Lundberg, 2017).

Selain itu, pengembangan komunikasi pariwisata juga harus berbasis budaya dan kearifan lokal dengan didukung dengan pelestarian dan pembangunan lingkungan berkelanjutan (Bakti et al., 2018). Komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal mampu memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata selama ini yang berorientasi pada hal-hal yang “modern” yang berbasiskan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Model komunikasi pemasaran berbasis pada kearifan lokal, dilakukan dalam upaya untuk memberikan alternatif pemilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh para wisatawan (Nugraha et al., 2017).

Oleh karenanya, 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 (Genç & Genç, 2017).

Pembangunan destinasi wisata memiliki peran penting dalam memelihara warisan budaya, kearifan lokal, dan kelestarian alam. Hal ini bisa dilihat penelitian terkait pariwisata budaya dan

industri kreatif yang menjadi tren baru bagi wisatawan (Liu, 2018). Komunikasi pemasaran terpadu sangat dibutuhkan dalam mengembangkan destinasi wisata budaya (Wang et al., 2009). Meskipun kajian pariwisata sebelumnya sudah ada memberikan kontribusi signifikan terhadap penjelasan tentang bagaimana pariwisata meningkatkan pembangunan ekonomi lokal, namun mereka mengabaikan fakta bahwa perlindungan dan perluasan budaya juga memerlukan komunikasi untuk memberikan pemahaman, kesadaran lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Bahkan program komunikasinya pun sering dimaknai berbeda.

Penelitian terkait dengan ini menjelaskan bahwa saluran komunikasi yang terbentuk dalam pengembangan destinasi wisata berbasis kearifan lokal bersifat antarpribadi, kelompok yang kohesif dan media sosial, sehingga melahirkan kerja sama dalam memanfaatkan aktivitas budaya sebagai daya tarik wisata dan pengembangan program-program terkait dengan pengembangan destinasi lainnya (Bakti et al., 2018).

Pembangunan pariwisata pada dasarnya berupaya mendorong para pelaku atau pemangku kepentingan di sektor pariwisata untuk saling mendukung. Masyarakat dilibatkan tidak hanya sekedar sebagai objek tapi juga sebagai subjek pembangunan, karena pembangunan kepariwisataan bersifat sistemik dan terpadu. Peran masyarakat secara aktif dalam kegiatan pariwisata dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak, baik secara perseorangan maupun secara bersama-sama (Ridwan et al., 2017). Kesadaran dan partisipasi warga terhadap pembangunan pariwisata ini sangat penting karena berdampak langsung terhadap pembangunannya.

Lingkungan di pedesaan memiliki daya tarik wisata kekhasan akan keindahan alam dan budaya asli masyarakatnya. Wisata pedesaan dapat dikelola menjadi desa wisata karena atraksi, amenitas, dan kelebihannya berasal dari inisiatif dan keinginan warga sendiri. Wisata pedesaan adalah bentuk dari wisata untuk kegiatan mengenang masa lalu (memorial), di samping juga sebagai bentuk mengalihkan kegiatan wisatawan dari rutinitas wisatawan sehari-hari, atau semacam menenangkan diri dari hiruk-pikuk kehidupan perkotaan. Hal ini lah yang menarik bagi desa- desa di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan sebagai destinasi wisata untuk dikembangkan sebagai daya tarik dan solusi untuk wisata para wisatawan lokal dari Kota Pontianak yang jaraknya tidak terlalu jauh.

Salah satu persoalan yang mendasar dalam pembangunan dan peningkatan wisata di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan dan Kabupaten Bengkayang secara umum adalah kurang gencarnya penggunaan media komunikasi dan minimnya pengemasan produk penunjang objek wisata yang dikembangkan. Pengembangan komunikasi pariwisata dan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan destinasi wisata belum dilakukan secara terintegrasi. Padahal komunikasi berperan penting dalam pembangunan pariwisata khususnya desa wisata melalui pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) (Putri & Adinia, 2018). Pengembangan pariwisata dapat dikembangkan secara berkelanjutan melalui membangun kesadaran dan keahlian masyarakat untuk membuat usaha-usaha yang menjadikan produk- produk yang bisa diolah sebagai ciri khas atau oleh-oleh khas daerah tersebut.

Agar partisipasi masyarakat dapat dioptimalkan, maka seyogyanya dilakukan pembinaan dan peningkatan kualitasnya, baik melalui penyuluhan maupun pelatihan terhadap masyarakat yang berada di kawasan yang menjadi destinasi wisata. Masyarakat belum sepenuhnya menyadari manfaat dari pembangunan destinasi wisata secara langsung, diakibatkan oleh faktor kebiasaan dan budaya masyarakat setempat.

Kabupaten Bengkayang merupakan satu di antara kabupaten yang berada di Provinsi Kalimantan Barat. Sebagai daerah yang adat dan kebudayaan yang unik, masyarakat desa Pulau Lemukutan , khususnya di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan , masih menganut adat-istiadat yang

menyerupai sistem adat yang ada di Kabupaten Bengkayang. Akan tetapi, Sebagai salah satu pulau terbesar yang ada di Kabupaten Bengkayang, pulau ini mengundang penduduk untuk bermukim dan mencari nafkah dari berbagai potensi yang ada disana. Selain potensi hasil ikan dan hasil kebun, seperti kelapa dan cengkeh, satu potensi ekonomi lain yang sangat berkembang di Pulau Lemukutan adalah destinasi wisata bahari.

Kekhasan adat di pulau Lemukutan ini didukung oleh berbagai norma, nilai, tradisi dan budaya yang menarik, yaitu, upacara adat, kesenian, dan berbagai aktivitas khusus seperti seprahan, silat dan arak pengantin. Namun demikian, eksistensi kebudayaan ini ternyata kurang populer sehingga wisatawan dan masyarakat umum belum banyak mengenali dan mau berkunjung ke kawasan Desa Pulau Lemukutan. Padahal tidak hanya budaya, namun masih terdapat potensi atraksi wisata lain, yaitu berupa kawasan budidaya rumput laut dan olahan buah pala yang banyak ditemukan di daerah ini. Minimnya pengetahuan dan kunjungan masyarakat, menunjukkan perlunya pengelolaan komunikasi pemasaran pariwisata yang tepat terutama dalam mem-branding destinasi daerah ini sebagai lokasi yang layak dikunjungi. Hal ini akan sangat menantang bagi desa ini dalam mengembangkan potensi wisata yang terdapat di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan agar dapat dikenal luas oleh calon wisatawan baik dalam maupun luar daerah.

Terkait dengan ini, penulis berupaya untuk menguraikan komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata dalam konteks pengembangan desa wisata yang berbasis budaya di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang. Model komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal merupakan bagian dari praktik komunikasi yang secara praktis dapat memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata selama ini yang berorientasi pada model "modern" yang berbasiskan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (Bakti et al., 2018; Nugraha et al., 2017).

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan tulisan ini adalah untuk menjelaskan komunikasi pariwisata pemerintah daerah dalam mengembangkan destinasi wisata, menjelaskan bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata dan memahami model perencanaan komunikasi pariwisata Pulau Lemukutan di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan kabupaten Bengkayang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya, yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2014).

Penelitian ini berlokasi di Kawasan Desa Wisata Pulau Lemukutan Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang Provinsi Kalimantan Barat. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu dari bulan Januari hingga Juni 2022. Subjek penelitian ini adalah perwakilan aparat pemerintah yang berperan mengembangkan destinasi wisata yaitu kepala dinas dr. I Made Putra Negara MM, Camat Sungai Raya Kepulauan yaitu Drs. Ahmadi, kepala desa Sungai Raya Kepulauan yaitu Ahmad Yusuf. Selain itu ada perwakilan kelompok masyarakat sadar wisata (Pokdarwis) yaitu Sumardi, dan masyarakat desa setempat. Informan-informan penelitian ini dipilih secara purposif sesuai kebutuhan data dari penelitian ini. Sementara itu, objek dari penelitian ini adalah komunikasi pariwisata dalam pembangunan destinasi wisata di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang.

Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, menyusun, mengolah dan menginterpretasikan dan menganalisis data yang diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti menyajikan data dalam bentuk pernyataan atau kalimat secara sistematis untuk menjelaskan substansi permasalahan, sehingga diperoleh gambaran yang jelas tentang komunikasi pariwisata dalam pembangunan destinasi wisata di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang Provinsi Kalimantan Barat. Penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi untuk pengumpulan datanya.

Setelah data terkumpul, data-data penelitian ini dianalisis dengan komponen analisis data yang terdiri atas tiga sub-proses yang saling terkait, yaitu: data reduction, data display (penyajian data) dan verifikasi (penarikan kesimpulan) (Moleong,2010). Proses ini dilakukan dengan melibatkan kegiatan verifikasi terus-menerus selama penelitian berlangsung yaitu sejak awal datang ke lokasi penelitian, selama pengumpulan data, dan selama proses penyusunan hasil penelitian. Untuk mendapatkan keabsahan data maka peneliti menggunakan teknik pemeriksaan yaitu triangulasi. Pengecekan ini dimaksudkan untuk menghindari kekeliruan dalam menginterpretasikan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembangunan pariwisata memerlukan dukungan kebijakan komunikasi, dalam hal ini formulasinya harus mempertimbangkan keserasian program nasional (Cangara, 2013). Namun demikian, desentralisasi telah memberi legitimasi kepada setiap daerah untuk memproduksi atau menghasilkan berbagai kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan daerah, termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016).

Secara umum di Indonesia pengembangan pariwisata, diberikan wewenangnya kepada Dinas Pariwisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkayang sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bengkayang Nomor 44 tahun 2016 dan Peraturan Bupati Bengkayang Nomor 11 tahun 2016 berkedudukan, bertugas dan berfungsi yaitu “memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan dalam menyelenggarakan sebagian urusan Pemerintah Kabupaten di Bidang Pariwisata dan Kebudayaan”. Untuk menjalankan tugas pokok tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyelenggarakan beberapa fungsi: merumuskan kebijakan teknis; menyelenggarakan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan kebudayaan; membina dan melaksanakan tugas bidang wisata dan budaya; dan melaksanakan pengembangan pariwisata dan kebudayaan.

Pemerintah Kabupaten Bengkayang telah membuat kebijakan dan mempromosikan beberapa destinasi wisata unggulan daerah. Pemerintah daerah menjadikan Pulau Lemukutan sebagai destinasi desa wisata karena pertimbangan kawasan ini memiliki ciri khas budaya dan adat istiadat yang terpelihara. Kecamatan Sungai Raya Kepulauan memiliki potensi mengembangkan destinasi wisata karena sudah didukung oleh pengelolaan tujuan wisata secara mandiri atau swadaya oleh masyarakat seperti: desa wisata bahari di pulau lemukutan cocok untuk Wisata Keluarga, wisata Bahari.

Sebagai andalan pemerintah daerah, Desa Wisata Pula Lemukutan dikembangkan dengan basis komunikasinya melalui membina Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Nusa Impian. Daya tarik destinasi wisata ini adalah diving . Objek Wisata diving (wisata selam bawah laut) adalah salah satu tujuan wisata yang terdapat di Pulau Lemukutan Desa Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang. Secara kewilayahan Desa Pulau Lemukutan terdiri atas Pulau Lemukutan dan Pulau Randayan, saat ini Desa Pulau Lemukutan telah berkembang menjadi Desa wisata. Dengan karakter pulau berkarang dan berpasir landai Pulau Lemukutan dan Pulau Randayan merupakan destinasi Diving (Wisata Selam Bawah Laut) dan Snorkley (Wisata Selam Kawasan Dangkal) yang menarik di wilayah Kalimantan Barat

bagian Utara, disamping atraksi tersebut, wisata pemancingan dengan ikan-ikan monster karang serta kehidupan sosial masyarakat nelayan di Pulau Lemukutan juga bagian dari atraksi wisata di Desa Pulau Lemukutan.

Desa Pulau Lemukutan merupakan bagian dari kawasan konservasi laut di Kalimantan Barat, perlindungan kawasan ini menjaga lestari ekosistem dan lingkungan. Kawasan konservasi laut menjaga fauna dan flora yang ada seperti, Perlintasan ikan paus bungkuk; Ikan Lumba-Lumba; Kerang Purba KIMA; berbagai Karang laut yang indah; Penyu Hijau; dan lain-lain, pada gambar 1.



Gambar 1. Snorkling pulau lemukutan

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Diving ini sudah lama dijadikan sebagai branding wisata di pulau lemukutan , namun belum dikembangkan secara maksimal sehingga belum dikenal dan terkelola dengan baik. Keberadaannya belum ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai, seperti tidak adanya tempat istirahat bagi pengunjung, toilet/wc umum, tidak adanya homestay. Selain itu, tidak tersedianya tempat memperoleh cinderamata khas daerah untuk dibawa pulang oleh wisatawan. Pada dasarnya pariwisata merupakan produk bisnis modern. Jadi semua produk pariwisata ditujukan sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, tempat rekreasi, dan atraksi seni yang dikemas menjadi paket wisata yang menarik, mengagumkan, menantang dan mengesankan bagi wisatawan (Bungin, 2015). Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting dalam menciptakan destinasi Pulau Lemukutan sebagai wisata utama andalan wisata daerah pontianak .

Padahal dengan strategi komunikasi yang tepat melalui memberdayakan masyarakat pedesaan dapat mengembangkan pariwisata lokal untuk menghasilkan perubahan sosial dan berkontribusi untuk meningkatkan partisipasi dan kesejahteraan masyarakat (Putri & Adinia, 2018). Jadi komunikasi tidak saja berperan pada promosi pariwisata, namun semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan komunikasi. Pariwisata memerlukan komunikasi untuk pengembangan aksesibilitas, destinasi, dan sumber daya lainnya kepada wisatawan danseluruh stakeholder pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015).

Ada tiga hal mendasar yang menjadi tujuan dan perhatian masyarakat agar pariwisata dapat berkesinambungan yakni aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Apabila ketiga aspek ini dapat terintegrasi dengan baik, maka pariwisata berkelanjutan akan terbentuk dengan sendirinya (Karta & Suarthana, 2014). Destinasi wisata bahari di Pulau lemukutan Kecamatan sungai Raya Kepulauan, dalam pengembangannya terkendala pada beberapa hal. Hal itu diungkapkan Ketua Pokdarwis Nusa Impian bapak Sumardi.

“Lahan di sini kan atas nama milik masyarakat , sudah dari turun temurun. Kalau hibah lahannya tidak ada, Pemda tak mau membangunnnya. Lahan ini diperlukan karena berguna untuk pembangunan sarana dan homestay, karena saat ini tamu yang ingin menginap di kampung ini cuma bisa

menumpang menginap di rumah-rumah warga saja. Kendala kita kan tempat tidur, kasur. Hal ini sudah disampaikan kedinas. Kami disuruh buat proposal, sudah dibuat tapi belum ada realisasinya. Kalau penginapan dan tempat tidur banyak, tentu ada yang mau menginap, Cuma kita belum bisa menampung mereka. Seperti dari Malaysia dan Singapura. Padahal banyak dari mereka yang mau menginap di sini.”

Wisatawan selain melihat wisata bahari juga bisa melihat objek wisata lain yang ada di Kecamatan sungai Raya Kepulan . Mereka bisa keliling kampung dengan menikmati indahnya alam Dusun Pulau Lemukutan yang terletak di pinggir pantai. Gambar 2.



Gambar 2 Pulau Rendayan

Sumber: Pemerintah Kabupaten Bengkayang (Rendayan, 2022)

Tidak jauh dari desa wisata ini, mereka bisa juga menikmati beberapa objek wisata lain seperti pulau Rendayan. Tak hanya itu, pengunjung sebenarnya juga bisa diajak melihat proses “pembuatan manisan pala dan rumput laut” UMKM masyarakat desa Pulau Lemukutan lihat gambar 3.



Gambar 3 Manisan Pala hasil olahan masyarakat

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

Pengunjung juga proses pengolahan manisan buah pala. Namun banyaknya objek wisata ini belum dipasarkan secara terintegrasi oleh pemerintah setempat. Padahal komunikasi pemasaran terintegrasi sangat penting dilakukan, diiringi dengan pengelolaan destinasi yang tepat terhadap potensi objek-objek wisata budaya tersebut (Wang et al., 2009).

Oleh karena itu, pemahaman dan pengetahuan tentang sikap kelompok masyarakat lokal sangat penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan sehingga dapat membantu proses perencanaan destinasi wisata (Lundberg, 2017). Pembinaan masyarakat, peningkatan fasilitas

pendukung destinasi wisata, dan komunikasi pariwisata yang dilakukan pemerintah Kabupaten Kampar masih kurang gencar dan hanya bersifat seremonial. Padahal pembangunan komunikasi pariwisata dalam membangun kesadaran wisata masyarakat banyak mengandalkan pada pemerintah termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016).

Sebagai subordinat dari Negara Kesatuan Republik Indonesia, Pemerintah Daerah Kabupaten Manggarai Barat juga memiliki legitimasi yang sama untuk membuat berbagai kebijakan termasuk di bidang pariwisata. Pemerintah Kabupaten Manggarai Barat telah menetapkan pariwisata sebagai leading sector pembangunan dan membuat kebijakan pariwisata berbasis kearifan lokal untuk mendukung pengembangan pariwisata.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menggambarkan, menganalisis dan menginterpretasikan sisi- sisi implementasi seperti partisipasi, jejaring, struktur keorganisasian, aktor, finansial, fasilitas, kondisi sosial, budaya, ekonomi dan politik serta kepentingan stakeholder. Teori yang digunakan untuk melakukan kajian ini adalah teori implementasi kebijakan Edward III. Berdasarkan teori ini, kesuksesan implementasi Kebijakan ditentukan oleh empat faktor, yaitu komunikasi, sumber daya, disposisi dan struktur birokrasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan sumber daya pendukung implementasi belum dialokasikan dengan jelas, komunikasi dan koordinasi belum berjalan optimal, kondisi eksternal (sosial, ekonomi, dan politik).

Masyarakat sudah memiliki kesadaran dalam pengembangan destinasi wisata seperti pengelolaan Pulau Lemukutan Wisata Keluarga dan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Nusa Impian sebagai pengelola Desa Wisata Pulau Lemukutan. Sebagai desa wisata, Dusun Pulau Lemukutan tidak hanya menawarkan wisata Bahari dan alam, namun bahkan lebih banyak mengandalkan pada wisata budaya. Bagi warga di Desa Wisata Pulau Lemukutan ini, menyambut tamu dan wisatawan adalah bentuk penghormatan kepada pengunjung karena memuliakan tamu adalah sebuah keharusan.

Sehingga banyak acara-acara adat dan seni tradisional masyarakat ditampilkan khusus untuk menyambut wisatawan yang datang. Di Desa Wisata Pulau Lemukutan ini, banyak terdapat kearifan lokal yaitu seprahan, bellale, dan tradisi-tradisi budaya lainnya. bellale misalnya, Tradisi Bellale' masih dipercaya dan dijaga keberlangsungannya termasuk dalam menata kawasan pesisir. Misalnya membangun rumah penduduk, jalan, fasilitas umum dilakukan secara bersama sama.

Selain itu, ada proses pengolahan makanan dari buah pala yaitu manisan pala dan rumput laut. yang masih berada di desa pulau lemukutan kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang.

Berkaitan dengan ini, partisipasi masyarakat terlihat dari keaktifan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang dibina pemerintah. Ketua Pokdarwis, Sumardi mengatakan bahwa penobatan Dusun Pulau Lemukutan sebagai desa wisata karena desa ini masih memiliki banyak kearifan lokal yang terdapat di kampung itu yang berpotensi menarik wisatawan. Warga penduduk asli setempat berusaha mempertahankan tradisi. Pokdarwis Pulau Lemukutan ini, mengemas atraksi budaya di daerahnya untuk dijadikan daya tarik wisata, karena masyarakat di sini menawarkan kepada calon pengunjung berbagai paket wisata bahari dan budaya. Namun demikian di sisi lain, beberapa masyarakat masih menginginkan tradisi ini tetap terjaga, sehingga mereka tidak menginginkan untuk dijadikan objek wisata yang dapat mengganggu budaya dan pemahaman masyarakat akibat intrusi budaya lain dari luar dengan datangnya wisatawan dari luar.

Kreativitas masyarakat melalui Pokdarwis membuat Pulau Lemukutan ramai dikunjungi dan diminati orang banyak wisatawan. Komunikasi partisipatif masyarakat yang proaktif ini membantu

komunikasi pariwisata dalam mengembangkan destinasi desa Pulau Lemukutan. Di berbagai kesempatan, banyak media komunikasi dengan media sosial para pengunjung, warga dan Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Kalimantan Barat memperluas penetrasi pesan pemasaran tentang Pulau Lemukutan dan objek wisata lainnya di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan. Tersedianya berbagai media komunikasi destinasi wisata, aksesibilitas, maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata seperti Pokdarwis ikut mempopulerkan destinasi wisata ini. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi berperan penting dalam menyiapkan konten pesan yang tepat untuk disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, bahkan komunikasi internal kelompok Pokdarwis sendiri.

Partisipasi masyarakat lokal jelas sangat berpotensi untuk kegiatan dan pengembangan sebuah objek wisata (Kurniasari et al., 2013). Pertama, partisipasi dalam mengelola daya tarik wisata bahari. Salah satu daya tarik desa Pulau Lemukutan adalah wisata bahari. Kegiatan wisata bahari yang cocok di Pulau Lemukutan antara lain rekreasi pantai, menyelam, snorkeling dan memancing. Sehingga ia cocok digunakan untuk rekreasi dan menjadi tantangan tersendiri bagi wisatawan yang ingin mencobanya.

Selain itu, Kawasan Pulau Lemukutan memiliki potensi perkebunan yang baik terutama pohon pala dan budidaya rumput laut yang menjadi salah satu sumber kehidupan masyarakat. Wisatawan atau pengunjung dapat mempelajari berbagai macam cara mengelola buah pala untuk dijadikan manisan pala. Selain itu, budidaya rumput laut juga banyak dijumpai di daerah ini. Wisatawan akan diberi pengetahuan dan wawasan mengenai proses budidaya rumput laut, dari menyemai bibit, pemindahan bibit, penanaman hingga pemeliharaan rumput laut.

Kedua, partisipasi dalam mengelola daya tarik wisata budaya. Ada banyak atraksi wisata budaya yang dikelola masyarakat sebagai bentuk partisipasi dalam mengembangkan destinasi Pulau Lemukutan sebagai destinasi wisata. Salah satu atraksi yang menarik adalah seprahan. Acara seprahan atau makan bersama adalah bentuk tradisi masyarakat dalam menyelesaikan masalah secara bersama. Saat ini acara ini ditambah dengan kegiatannya pemberian santunan kepada anak yatim. Acara santunan anak yatim merupakan kegiatan dimana para tokoh masyarakat, ninik mamak, dan masyarakat dusun wisata Pulau Lemukutan memberikan bantuan kepada semua anak-anak yatim yang ada di dusun desa wisata Pulau Lemukutan berupa, perlengkapan sekolah, sarung (untuk mengaji), dan uang. Semua bantuan tersebut didapatkan dari kas daerah dan bantuan masyarakat sekitar.

Bentuk partisipasi masyarakat lain adalah pagelaran budaya atau seni pertunjukan. Seni pertunjukan pencak silat ini merupakan suatu kegiatan musiman yang dilakukan oleh warga Desa Sungai Raya Kepulauan khususnya Pulau Lemukutan. Pencak silat berisi cerita kerakyatan, para pemain atau para aktor pencak silat tidak memakai konsep dalam berperan. Pemainnya sendiri berasal dari warga Pulau Lemukutan, yang sudah sering diundang dalam kegiatan-kegiatan pemerintah Kabupaten Bengkayang. Pertunjukan Pencak silat ini tidak diperbolehkan pemainnya dari kaum wanita, jika ada peran wanita, perannya akan dimainkan oleh laki-laki. Awal mula sejarah acara pentas pencak silat ini dibuat bertujuan untuk amal, tujuannya untuk mengumpulkan warga di suatu tempat supaya warga tidak pergi berkeluyuran pada saat lebaran.

Acara pencak silat ini setiap tahunnya diadakan, tujuannya adalah untuk pemasukan kas kampung. Sampai sekarang pun para pemain pencak silat tidak dibayar, istilahnya peribahasa warga "awak kojo untuk masyarakat, makan nasi amak" dengan kata lain, dari warga untuk warga. Atraksi budaya lain yang melibatkan masyarakat adalah robo-robo. Acara robo-robo ini dilakukan selama tiga hari menjelang bulan suci Ramadhan., tujuan lainnya adalah untuk mengikat tali silaturahmi atau persaudaraan antar sesama masyarakat.

Upacara budaya dalam bentuk ritual lainnya yang melibatkan masyarakat di dusun desa wisata Pulau Lemukutan ini yaitu Bellale.' Tradisi Bellale' masih dipercaya dan dijaga keberlangsungannya termasuk dalam menata kawasan pesisir. Misalnya membangun rumah penduduk, jalan, fasilitas umum dilakukan secara bersama sama belale ini adalah sebuah kegiatan masyarakat saling ber gotong royong tradisional yang istimewa bagi masyarakat Pulau Lemukutan untuk menyambung silaturahmi antar masyarakat.

Terkait dengan partisipasi masyarakat ini, perumusan dan implementasi kebijakan pembangunan desa wisata perlu melibatkan banyak stakeholder, seperti masyarakat, pemerintah, perusahaan atau CSR, Pokdarwis (kelompok sadar wisata) dan akademisi (Suyanto et al., 2019). Partisipasi stakeholder penting dalam mengemas, mengkampanyekan dan menularkan program pengembangan destinasi wisata karena tidak semua masyarakat dapat menerima program pemerintah. Dalam hal ini, komunikasi pariwisata belum melibatkan seluruh stakeholder. Meski demikian perguruan tinggi sudah memiliki peran dalam membantu mengembangkan destinasi wisata melalui pengabdian masyarakat oleh dosen atau Kuliah Kerja Nyata oleh mahasiswa.

Padahal semua stakeholder termasuk wisatawan diharapkan mampu menerapkan sapa pesona yaitu menjaga kebersihan lingkungan, menjamu dengan sapa, senyum, ramah tamah, dan tertib dalam berinteraksi dengan wisatawan. Masyarakat perlu diberikan pembinaan lanjutan bahwa pariwisata membutuhkan kerja sama yang solid dari seluruh komponen masyarakat. Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan atraksi budaya dapat memelihara nilai- nilai budaya Kabupaten Bengkayang, sehingga masyarakat khususnya generasi muda lebih mengenal budaya Kabupaten Bengkayang. Pemerintah Kabupaten Bengkayang memiliki kebijakan untuk mendukung kegiatan ini

Komunikasi dengan memberdayakan masyarakat dan Pokdarwis dalam setiap atraksi wisata berperan penting dalam mengembangkan destinasi wisata berkelanjutan (Putri & Adinia, 2018). Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berhubungan dengan upaya meningkatkan kemampuan dan memandirikan masyarakat untuk dapat mengaktualisasikan potensi wisata yang sudah dimiliki dalam rangka memegang kendali atas diri masyarakat dan lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat dengan membina Pokdarwis Nusa Impian jelas bentuk komunikasi pariwisata yang efektif dalam membangun destinasi. Sejalan dengan ini, komunikasi pembangunan kepariwisataan harus melibatkan masyarakat sebagai unsur utama sebagai pencerminan hak- hak demokratis individu untuk melibatkan diri dalam pembangunan (Istiyanto, 2011).

Terkait dengan ini, program komunikasi memang tidak dapat menerpa semua masyarakat, akibatnya akan ada penerimaan dan ada penolakan di masyarakat (Nugraheni & Widyaningrum, 2019). Tidak heran bila, Pokdarwis Nusa Impian masih berbeda pandangan dengan masyarakat kelompok tua, sehingga banyak penolakan dari masyarakat kalangan yang tua. Padahal sebagai pelaku utama pengembangan desa wisata, Pokdarwis seharusnya bisa mengubah pandangan kelompok tua yang menolak Pulau Lemukutan dijadikan sebagai destinasi wisata. Pokdarwis berperan penting dalam mengkampanyekan dan menularkan pada Pokdarwis yang lain di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan untuk mengembangkan destinasi sebagai pendukung objek wisata utamanya.

Model pengelolaan dan perencanaan komunikasi pariwisata pemerintah Kabupaten Bengkayang dalam mengembangkan destinasi wisata adalah dengan membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di desa wisata yang ditentukan. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bengkayang sebagai pihak yang berwenang dalam pengembangan destinasi wisata memiliki strategi yaitu: pengembangan objek pariwisata; peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata; pengembangan jenis dan paket wisata; pelaksanaan koordinasi pembangunan objek pariwisata dengan lembaga/dunia usaha; pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program

destinasi promosi pariwisata; pengembangan destinasi wisata; pengembangan sosialisasi dan penerapan serta pengawasan standarisasi; dan pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata. Dari sini terlihat bahwa komunikasi pengembangan destinasi wisata belum terintegrasi menjadi satu kesatuan dengan komponen lain. Padahal pengembangan destinasi wisata yang berbasis seni, tradisi dan warisan budaya memerlukan komunikasi yang terintegrasi (Wang et al., 2009).

Ketergantungan dana bantuan dari pemerintah daerah faktanya malah menghambat. Masyarakat dan kelompok pengelola desa wisata menjadi terbelah karena bantuan dana pemerintah ini, akibat adanya penerimaan dan penggunaan yang tidak tepat sasaran. Pembinaan masyarakat memerlukan kebijakan dan kreativitas. Kebijakan dan komunikasi baik dari sisi pesan maupun bentuk media komunikasinya harus sejalan. Komunikasi pariwisata dan penggunaan media sosial menarik dikembangkan, tidak hanya dalam mengembangkan objek wisata namun penting dalam memelihara destinasi wisatanya dalam membangun citra brand destination. Penyebaran informasi melalui media sosial dapat menumbuhkan minat wisata dan menjalin kedekatan emosional untuk menumbuhkan kesadaran wisata masyarakat (Hamzah, 2013)

Pengembangan destinasi wisata Pulau Lemukutan membutuhkan sinergitas (kerjasama), perhatian, dan dukungan dari semua pihak baik dari masyarakat dan pemerintah. wisata bahari sebagai destinasi tujuan utama di pulau Lemukutan dan dikembangkan membutuhkan dukungan atraksi wisata lain yang bisa menjadi alternatif dan kombinasi selera wisatawan. Sebagai unggulan destinasi wisata Kabupaten Bengkayang, Pulau Lemukutan dengan ikon-nya Desa Wisata Bahari, harus disinergikan dengan agrowisata dan wisata bahari untuk memperkuat komunikasi pemasarannya. Brand Pulau Lemukutan akan terbentuk di benak masyarakat jika bentuk pesan dan salurannya yang dipilih tepat dan bervariasi.

Pengembangan destinasi ini sudah ditunjang dengan keunggulan potensi yang lain seperti wisata atraksi budaya dan alam seperti kebun pala dan rumput laut sebagai wisata edukasi anak-anak kota yang tidak memiliki pengalaman dalam pertanian dan perkebunan. Pokdarwis dan masyarakat di desa Sungai Raya Kepulauan sudah mengembangkan beberapa kegiatan pariwisata, namun saat ini kegiatannya vakum. Hal ini terjadi karena terbelahnya sikap masyarakat, sebagian masyarakat terutama masyarakat tua berpikir bahwa jika kegiatan pariwisata ini terus dilanjutkan maka desanya akan menjadi seperti di Bali, terpapar budaya asing.

Pemerintah melalui dinas pariwisata dan Pokdarwis sudah melakukan komunikasi dengan mengkampanyekan dan membuat event-event atau atraksi pendukung. Ten alexsander, sebagai sekretaris Pokdarwis Nusa Impian yang juga pengelola tim kesenian telah bekerja sama dengan beberapa agen travel. Banyak kegiatan dan atraksi tradisi budaya dilakukan untuk penyambutan tamu dengan kesenian khas daerah. Wisatawan Mahasiswa Politeknik Negeri Pontianak dari Pontianak misalnya, ingin melihat desa wisata bahari dan kebiasaan masyarakat desa yang masih asli, serta rumah-rumah mereka yang masih unik dan tidak pernah mereka lihat di kota. Namun belakangan kegiatan-kegiatan seperti ini tidak dilanjutkan lagi karena ketakutan sebagian masyarakat akan pengaruh budaya wisatawan yang berbeda.

Terkait dengan ini, Pokdarwis sebagai agen perubahan sosial memiliki peranan sangat penting dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan. Pemerintah melalui dinas pariwisata bersama dengan Pokdarwis diharapkan mampu memecahkan masalah dan mencari solusi terkait pengembangan destinasi wisata ini. Selain itu keduanya tetap bertanggung jawab mempromosikan destinasi wisata Pulau Lemukutan dan memberikan pemahaman kepada tokoh masyarakat tua agar bisa melanjutkan pengembangan destinasi wisata yang sudah berkembang baik. Komunikasi pengembangan destinasi wisata harus tetap dilanjutkan agar masyarakat tua mau menerima

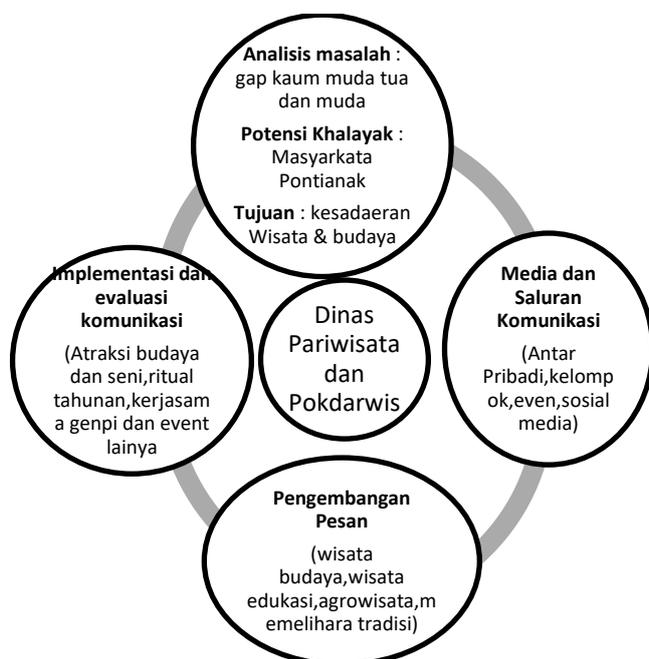
perubahan. Komunikasi pariwisata harus tetap berkelanjutan dengan tetap memelihara tradisi dan adat istiadat masyarakat setempat. Oleh karena itu, dukungan sosial kaum tua ini menentukan keberhasilan pembangunan pariwisata, baik secara total (gabungan) maupun secara parsial (Rahmat et al., 2019).

Kelompok penggiat wisata budaya dapat bekerja sama, bersepakat, dan berkomitmen untuk mengembangkan destinasi wisata berbasis budaya dan kearifan lokal telah membentuk identitas kelompok yang kuat dan solid, atau dengan kata lain kelompok ini memiliki tingkat kohesivitas yang tinggi (Bakti et al., 2018). Oleh karena itu, dengan adanya pengembangan destinasi wisata Pulau Lemukutan sebagai objek wisata tersebut, diharapkan mereka sadar bahwa daerahnya memiliki potensi untuk menjadi tempat destinasi wisata dan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian dan mereka semakin kompak.

Komunikasi yang intensif Pokdarwis mampu meyakinkan bahwa dengan adanya kegiatan pariwisata di daerahnya tidak mesti berubah menjadi seperti di Bali. Masyarakat didorong untuk bangga dengan adat istiadatnya dan memunculkan kearifan lokalnya. Misalnya tidak dibenarkan wisatawan datang yang mau masuk ke Pulau Lemukutan dan Randayan dengan berpakaian yang minim (tidak menutup aurat yang pantas). Kalau ada wisatawan yang datang seperti itu diberi pakaian atau kain untuk menutup auratnya. Kain itu mungkin bisa hasil dari kerajinan masyarakat yang khas tradisi budaya masyarakat Pulau Lemukutan yang bisa dijual juga. Selain itu, pengembangan destinasi juga harus didukung oleh adanya kuliner atau oleh-oleh yang dihasilkan masyarakat setempat. Produknya dikemas dan diberi merek agar lebih menarik, karena merek adalah identitas atau pengenalan suatu produk. Apalagi produk-produk yang dihasilkan oleh masyarakat tempatan menjadi buah tangan yang penting bagi wisatawan untuk dibawa pulang.

Penciptaan destinasi wisata sebagai langkah maju dalam pengembangan kegiatan pariwisata yang potensial untuk dilaksanakan di kawasan agrowisata dan permukiman penduduk Pulau Lemukutan ini. Pokdarwis dan masyarakat Pulau Lemukutan sebagai sasaran utama dan masyarakat di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan kurang dilakukan pembinaan secara berkelanjutan oleh pemerintah daerah setempat. Sebagai opinion leader, Pokdarwis berperan sebagai pelestari budaya dan agen utama perubahan untuk mengembangkan potensi wisata sekaligus memperoleh hasil ekonomi dari kedatangan wisatawan. Hal ini dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan tentang pentingnya inovasi produk-produk hasil perkebunan dan tata kelola kawasan agrowisata pala dan rumput laut secara sederhana untuk keasrian lingkungan hidup dan kelangsungan bisnis agrowisata. Oleh karena itu, masyarakat diharapkan dapat mengembangkan budidaya Rumput laut, . Tagline rumput laut Lemukutan sebagai akronim dari kata Lemukutan yang biasa digunakan oleh anak muda untuk menyebut kawasan desa Sungai Raya Kepulauan.

Jika brand identity yang dikembangkan Pokdarwis Nusa Impian, pemerintah dan masyarakat setempat berhasil, baik dengan brand destinasi wisata, tagline atau slogan, dan logo dilakukan dengan baik, maka bukan tidak mungkin ia menjadi ikon besar bagi Kabupaten Bengkayang bahkan Pontianak. Pokdarwis Pulau Lemukutan sudah mempromosikan pariwisata daerah melalui media sosial Instagram dan Facebook. Namun seiring perkembangan zaman, komunitas ini dapat mengikuti trend yang ada di dunia maya yang dimana netizen hobi melakukan foto-foto di lokasi objek wisata lalu meng-upload nya ke media sosial. Berdasarkan diskusi dengan anggota dan stakeholder-stakeholder terkait, maka diputuskan untuk membangun nama Pulau Lemukutan sebagai brand destinasi wisata di Pontianak.



Gambar 4 Model Perencanaan komunikasi Pemasaran destinasi Wisata bahari Pulau Lemukutan

Sumber: Data Penelitian, 2022

GenPI Pontianak juga melakukan upaya untuk mempromosikan nama brand Pulau Lemukutan. Upaya yang dilakukan akan lebih tepat dengan menentukan tema besar yang akan diangkat dan menentukan segmentasi khalayak dalam komunikasi pariwisata.

Destinasi wisata Pulau Lemukutan masih kurang Instagramable untuk menarik anak-anak muda berkunjung dan ber-swafoto. Padahal anak muda mudah mempunyai konten baru berupa foto-foto yang akan di-upload ke media sosial yang mereka miliki. Kegiatan komunikasi destinasi wisata seperti ini akan cepat tersebar di kalangan anak-anak muda yang saat ini lebih banyak menggunakannya sebagai saluran komunikasi utama. Pemanfaatan media sosial ini, selain lebih sederhana dan fleksibel, ia juga mudah dibawa ke mana saja, baik dalam penyimpanan, penerimaan, dan pengiriman pesan sangat efektif dalam pengembangan destinasi wisata (Bakti et al., 2018). Brand destinasi yang terbentuk di media sosial ini memiliki kekuatan, yaitu melalui keunikan identitas dan menciptakan destinasi wisata yang kuat dan populer.

Komunikasi pariwisata merupakan proses yang berkelanjutan yang memerlukan pemantauan tren baru secara fleksibel terhadap perubahan (Karta & Suarhana, 2014). Beberapa strategi dibutuhkan untuk meningkatkan brand image dan awareness untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Strategi utamanya adalah pemilihan saluran komunikasi yang tepat, untuk mengembangkan hubungan jangka panjang dengan kelompok sasaran (Štefko et al., 2015). Oleh karena itu, komunikasi pariwisata melalui berbagai saluran komunikasi perlu terus dilakukan untuk melakukan penyadaran dan pembinaan kepada warga masyarakat untuk menghargai budaya aslinya sendiri dan kemampuan menangkal budaya luar, yaitu dengan penyuluhan kelestarian seni tari, adat istiadat, makanan dan minuman tradisional, termasuk di dalamnya penggunaan baju adat dan seprahan sebagai atraksi pencak-silat budaya khas masyarakat Pulau Lemukutan. Pemerintah melakukan pembinaan masyarakat seperti kepada anggota Pokdarwis Nusa Impian bertujuan agar mampu menjadi agen perubahan dan menularkan pada Pokdarwis yang lain di Kecamatan Sungai Raya Kepulauan. Pembinaan juga harusnya mengajarkan bagaimana cara memanfaatkan media jejaring

sosialnya sebagai ajang promosi desa wisata dan wisata bahari. Banyaknya ritual dan tradisi budaya serta pertunjukan kesenian yang dimiliki, lewat sajian budaya harusnya dipasarkan dan dikampanyekan di media sosial. Begitu juga dengan kampanye seperti Desa Wisata Bhari Pulau Lemukutan bisa menjadi tema utama dalam kampanye di berbagai kesempatan yang dilakukan. Kampanye diperlukan komunikasinya menggunakan kerangka pikir sistematis dan asas-asas strategis fundamental (Berger et al., 2014).

Kegiatan komunikasi pariwisata pengembangan destinasi menjadi tanggung jawab semua komponen masyarakat atau stakeholder. Pemerintah seharusnya menggalakkan pembinaan dan kampanye untuk menerapkan sapta pesona dengan menjaga kebersihan lingkungan, menjamu dengan sapa, senyum, ramah tamah, tertib dalam berinteraksi dengan wisatawan. Masyarakat perlu diberikan pembinaan berkelanjutan karena pariwisata membutuhkan kerja sama yang solid dari seluruh komponen masyarakat untuk berkembang dan menghasilkan nilai tambah secara ekonomi dan sosial dalam kehidupannya.

SIMPULAN

Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Pulau Lemukutan Kecamatan Sungai Raya Kepulauan di Kabupaten Bengkayang dilakukan dengan cara membina dan memberdayakan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), melibatkan partisipasi masyarakat sekitar destinasi wisata, dan kampanye wisata yang mengusung tema Desa Wisata Dalam melakukan perencanaan komunikasi pariwisata di kawasan destinasi wisata Pulau Lemukutan sebaiknya pemerintah mengembangkan komunikasi yang lebih kreatif, terintegrasi dan berkelanjutan dalam melakukan pembinaan menyesuaikan pada aspirasi masyarakat setempat untuk mendapatkan capaian yang optimal baik dari sisi ekonomi maupun brand identity Pulau Lemukutan sebagai destinasi wisata yang berbasiskan budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. (2018). Travel and tourism: Growth potentials and contribution to the GDP of Saudi Arabia. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 417–427. [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.39](https://doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.39)
- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2018). Pengembangan model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di kawasan Geopark Pangandaran. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 217. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.18459>
- Berger, C. R., Roloff, M. E., & Roskos-Ewoldsen, D. R. (2014). *The handbook of communication science*. USA: Wadsworth. Terjemahan Derta Sri Widowatie. 2014. *Handbook Ilmu Komunikasi*. Nusa Media.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata: pemasaran dan brand destinasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan strategi komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Fan, S., Chen, Y., Su, X., & Cheng, Q. (2018). A study of effects of ecotourism environment image and word of mouth on tourism intention. *Ekoloji*, 27(106), 599–604.
- Genç, R., & Genç, E. A. (2017). Market-oriented innovations in tourism. *Research in Hospitality Management*, 7(1), 51–57. <https://doi.org/10.1080/22243534.2017.1355606>
- Hamzah, Y. I. (2013). Potensi media sosial sebagai sarana promosi interaktif bagi pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 8(3), 1–9. http://www.kemenpar.go.id/userfiles/JKI_Vol_8

- Istiyanto, S. B. (2011). Komunikasi pemerintah daerah dalam program pembangunan daerah wisata pantai pascabencana. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 9(No 1), 16–27.
- Jupir, M. M. (2016). Implementasi kebijakan pariwisata berbasis kearifan lokal (studi di Kabupaten Manggarai Barat). *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2013.001.01.05>
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Kurniasari, E., Rustiadi, E., & Tonny, F. (2013). Strategi pengembangan ekowisata melalui peningkatan partisipasi masyarakat; studi kasus komunitas kelurahan kalimulya Kota Depok. 5(2).
- Liu, C. H. S. (2018). Examining social capital, organizational learning and knowledge transfer in cultural and creative industries of practice. *Tourism Management*, 64, 258–270. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.001>
- Lundberg, E. (2017). The importance of tourism impacts for different local resident groups: A case study of a Swedish seaside destination. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(1), 46–55. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.02.002>
- Manoban, G. V. A., Herdiansyah, D., Insani, F. R. N., Atilah, S., Sholeh, S., Nurjanah, S., ... & Robiurrahmah, A. (2022). Pendampingan bagi Kelompok Sadar Wisata NUSA IMPIAN Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Melalui Digital Marketing di Desa Wisata Pulau Lemukutan. *Jurnal KARINOV*, 5(3), 199-206.
- Moleong, L. J. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model komunikasi pariwisata yang berbasiskan kearifan lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.468>
- Nugraheni, Y., & Widyaningrum, A. Y. (2019). Dinamika sikap warga atas program csr bank sampah Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i1.1419>
- Putri, F. A., & Adinia, N. C. (2018). The role of communication in sustainable development tourism: a case study on community-based tourism (pokdarwis) in Nglanggeran Village. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(2), 153–161. <https://doi.org/10.7454/jki.v7i2.9795>
- Rahmat, A., Komariah, K., & Setiawan, W. (2019). Komunikasi dan dukungan sosial di lingkungan masyarakat terdampak pembangunan Waduk Jatigede Sumedang. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 110. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.21096>
- Ridlwan, M. A., Muchsin, S., & Hayat, H. (2017). Model pengembangan ekowisata dalam upaya pemberdayaan masyarakat lokal. *politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 2(2), 141. <https://doi.org/10.15294/jpi.v2i2.9933>
- Štefko, R., Kiráľová, A., & Mudrík, M. (2015). Strategic marketing communication in pilgrimage tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 423–430. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1219>
- Strydom, A. J., Mangope, D., & Henama, U. S. (2019). Making community-based tourism sustainable: Evidence from the Free State province, South Africa. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 24(1), 7–18. <https://doi.org/10.30892/gtg.24101-338>
- Suyanto, E., Lestari, S., Wardiyono, F., Wuryaningsih, T., & Widyastuti, T. R. (2019). Community participation model in formulating cross-potential mangrove ecotourism policies supporting kampung laut sustainable tourism village. 13(8), 1–9. <https://doi.org/10.9790/2402-1308010109>
- Wang, Y. J., Wu, C., & Yuan, J. (2009). The role of integrated marketing communications (IMC) on heritage destination visitations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 10(3), 218–231. <https://doi.org/10.1080/15280080902988048>
- Yasir, Nurjanah, Salam, N. E., & Yohana, N. (2019). Kebijakan komunikasi dalam membangun destinasi dan masyarakat sadar wisata di kabupaten bengkalis. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 3(November), 424–443. <https://doi.org/10.25139/jsk.3i3.1548>
- web: <https://disporapar.kalbarprov.go.id>
- web: <https://jadesta.kemenparekraf.go.id>