

Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN**

**MODEL PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA BAHARI
MELALUI PENDEKATAN BERKELANJUTAN DAN
PARTISIPASI MASYARAKAT DI KABUPATEN KONAWE**



**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
KABUPATEN KONAWE
KERJASA LPPM UNIVERSITAS HALU OLEO
TAHUN 2022**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR

1. Judul	: Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe
2. Penanggung Jawab	: Dr. H. La Aba, S.Si, M.Si
3. Ketua Tim Pelaksana	
a. Nama	: Dr. Harnina Ridwan, S.IP, M.Si
b. NIP	: 19790913 200801 2 010
c. Pangkat/Golongan	: Penata, III/c
d. Bidang Keahlian	: Ilmu Komunikasi
e. Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
f. Universitas	: Halu Oleo
4. Anggota Tim Peneliti	: 2 (dua) orang
Pembantu Peneliti	: 3 (tiga) orang
5. Alamat/Telepon Kantor/Telp/Fax	: Kampus FISIP Anduonohu Kendari Sultra (0401) 392511
6. Jangka Waktu	: 3 (tiga) bulan
7. Total Biaya Diusulkan	: Rp. 120.000.000,- (Seratus Dua Puluh Juta Rupiah)
8. Sumber Dana	: APBD Kabupaten Konawe 2022

Penanggung Jawab
Ketua LPPM UHO,



(Dr. H. La Aba, S.Si, M.Si)
NIP. 19691231 199703 1 011

Kendari, Oktober 2022
Ketua Tim Peneliti,

(Dr. Harnina Ridwan, S.IP, M.Si)
NIP. 19790913 200801 2 010

DAFTAR ISI

COVER.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I.....	6
PENDAHULUAN.....	6
1.1. Latar Belakang.....	6
1.2. Rumusan Masalah Peneliitan.....	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Sasaran Penelitian.....	11
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Konsep Pembangunan Berkelanjutan.....	13
2.2. Konsep Pariwisata.....	16
2.2.1. Pengertian Pariwisata.....	16
2.2.2. Pengertian Wisatawan dan Objek Wisata.....	21
2.2.3. Jenis Pariwisata.....	24
2.2.4. Komponen Pariwisata.....	28
2.3. Konsep Wisata Bahari.....	36
2.4. Konsep Pariwisata Berkelanjutan.....	39
2.5. Konsep Partisipasi.....	47
2.6. Dampak Pengembangan Pariwisata.....	50
BAB III.....	57
METODE PENELITIAN.....	57
3.1. Waktu dan Lokasi Peneliitan.....	57
3.2. Jenis Penelitian.....	57
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	58
3.4. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	59
3.5. Jenis Data Penelitian.....	59
3.6. Tehnik Penarikan Sampel Penelitian.....	60
3.7. Organisasi dan Personil.....	60
BAB IV.....	62
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	62
4.1. Kabupaten Konawe.....	62

4.2. Karakteristik responden.....	67
1. Pekerjaan Responden.....	67
2. Jenis Kelamin Responden.....	68
3. Karakteristik Tempat Tinggal Responden.....	69
BAB V	70
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	70
5.1. Wisata Bahari Di Kabupaten Konawe	70
5.1.1. Potensi Wisata Bahari Di Kabupaten Koanwe.....	70
5.1.2. Partisipasi Masyarakat Pada Wisata Bahari di Kabupaten Konawe.....	74
5.2. Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan Dan Partisipasi Masyarakat Di Kabupaten Konawe.....	76
5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Kawasan Wisata Melalui Pendekatan Berkelanjutan Dan Partisipasi Masyarakat Di Kabupaten Konawe.....	95
5.3.1. Pemahaman Kelompok Awam Pada Komunikasi Pariwisata	95
5.3.2. Pemahaman Kelompok Cerdas Pada Komunikasi Pariwisata.....	96
5.3.3. Pemahaman Kelompok Pegiat Pada Komunikasi Pariwisata.....	105
BAB VI	123
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	123
6.1. Kesimpulan Penelitian.....	123
6.2. Rekomendasi	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN PENELITIAN.....	130

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	57
Tabel 4.1	Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Kecamatan di Kabupaten Konawe, 2021	66
Tabel 5.1	Objek Wisata Berdasarkan Lokasi dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Konawe Tahun 2015 – 2021	71
Tabel 5.2	Objek Wisata Bahari di Kabupaten Konawe Tahun 2022	73
Tabel 5.3	Informasi Aksesibilitas Yang Dibutuhkan Wisatawan	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Peta Wilayah Kabupaten Konawe	63
Gambar 4.2	Peta Wilayah Pembagian Kecamatan Kabupaten Konawe ..	65
Gambar 4.3	Persentase Jenis Pekerjaan Responden	67
Gambar 4.4	Persentase Jenis Kelamin Responden	68
Gambar 4.5	Diagram Karakteristik Tempat Tinggal Responden	69
Gambar 5.1	Persentase Objek Wisata Menurut Daya Tarik Di Kabupaten Konawe	70
Gambar 5.2	Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Objek Wisata di Kabupaten Konawe	75
Gambar 5.3	Model Pengembangan Pariwisata Bahari di Kabupaten Konawe.....	85
Gambar 5.4	Proses Komunikasi Interpersonal Dalam Membantu Wisatawan Dan Calon Wisatawan Mengetahui Aksesibilitas Wisata Diwilayah Kabupaten Konawe	103
Gambar 5.5	Informasi Aksesibilitas Yang Dibutuhkan Wisatawan	119
Gambar 5.6	Alur Pembentukan Pemahaman Masyarakat Pada Komunikasi Pariwisata	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 mulai memasuki Indonesia pada awal bulan Maret dan masih berlangsung hingga 24 Agustus 2020 mencapai 155 ribu kasus dengan jumlah pasien meninggal sebesar 6.759 jiwa. Peningkatan kasus yang masih terjadi menyebabkan fokus utama pemerintah ialah pemulihan pada kesehatan dengan kebijakan memutus rantai penyebaran Covid-19 melalui jaga jarak (*social distancing*) dan bekerja dari rumah (*work from home*). Kebijakan tersebut berdampak pada menurunnya aktivitas transportasi baik nasional maupun internasional, dan secara langsung berdampak pada berkurangnya aktivitas pariwisata di Indonesia. Memasuki era *new normal* pandemi Covid-19, sektor pariwisata Indonesia mulai berbenah setelah dihantam gelombang Pandemi Virus Covid-19 awal tahun 2020 lalu.

Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa pada bulan Januari-Februari, okupansi masih di angka 49,17% dan 49,22%. Namun di bulan Maret menjadi 32,24%, dan memburuk saat memasuki bulan April, yaitu sebesar 12,67% tahun 2021. Penurunan aktivitas ekonomi masyarakat akibat Pandemi Covid-19 menyebabkan krisis sosial yang ditandai dengan meningkatnya kemiskinan dan pengangguran. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh BPS, beberapa provinsi yang memiliki destinasi pariwisata prioritas mengalami fenomena yang berbeda terhadap tingkat pengangguran terbuka (TPT) dan tingkat kemiskinan pada

periode sebelum dan saat pandemi Covid-19 berlangsung. Mayoritas provinsi mengalami penurunan tingkat pengangguran terbuka, namun mengalami kenaikan pada tingkat kemiskinan. Hal ini menunjukkan bahwa pandemi tidak signifikan dalam pengurangan tenaga kerja, namun pendapatan masyarakat di provinsi tersebut menurun hingga cenderung rentan miskin. Provinsi-provinsi tersebut adalah Sulawesi Utara, Nusa Tenggara Timur (NTT), Nusa Tenggara Barat (NTB), Jawa Timur, Kepulauan Bangka Belitung, Sumatera Utara, dan Sulawesi Tenggara.

Setelah kurang lebih 2 tahun sektor pariwisata Indonesia mati suri, kini pemerintah Indonesia mulai membuka secara bertahap tempat-tempat wisata di Indonesia. Seperti di ketahui bahwa industri pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor yang menyumbang pemasukan bagi devisa negara. Data statistik menunjukkan bahwa sektor pariwisata pada tahun 2016 telah menjadi sumber pendapatan devisa terbesar dari sektor non-migas dan menduduki peringkat kedua setelah komoditas crude palm oil (CPO). Sumbangan devisa dari sektor pariwisata meningkat sejak tahun 2015 dari US\$12,2 miliar, 2016 menjadi US\$13,6 miliar, dan 2017 naik lagi menjadi US\$15 miliar.

Salah satu sektor pariwisata yang menyumbang devisa adalah sektor wisata bahari. Wisata Bahari adalah kegiatan wisata alam yang berlangsung di wilayah pesisir dan/atau laut yang meliputi wisata pantai, wisata bentang Laut, dan wisata bawah Laut. Wisata bahari merupakan salah satu wisata unggulan yang dimiliki Indonesia. Menurut data Kementerian Kelautan dan Perikanan, Indonesia memiliki 20,87Juta Ha kawasan konservasi perairan, pesisir, dan pulau-pulau kecil. Garis

pantai Indonesia membentang 99.093 km dengan luas laut 3,257Juta km². Wisata bahari merupakan salah satu program unggulan dan prioritas dalam pembangunan kepariwisataan nasional, dengan arah pengembangan yang terdiri dari pengenalan destinasi selam dan selancar, *cruise*, serta mendukung kampanye pelestarian lingkungan bahari, dan peningkatan wisata budaya bahari. Kekayaan sumber daya alam bahari di Indonesia sangat potensial untuk dimanfaatkan sebesar-besarnya demi kesejahteraan rakyat Indonesia. Salah satu bentuk pemanfaatan kekayaan alam bahari adalah melalui sektor pariwisata.

Provinsi Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wisata Bahari dengan banyak wilayah kabupaten yang sebagian besar wilayahnya merupakan wilayah pesisir, termasuk Kabupaten Konawe. Kabupaten Konawe memiliki wilayah-wilayah potensial untuk pengembangan sektor Wisata Bahari, seperti Pulau Bokori, Pantai Toronipa, Pantai Batugong, dan wilayah pesisir lainnya yang masuk dalam wilayah administrasi Kabupaten Konawe. Namun demikian strategi pengembangan wisata bahari memerlukan dukungan dan integrasi segenap stakeholder pariwisata, khususnya terkait konsistensi program pemerintah daerah dalam memajukan pariwisata sebagai *core economy* daerah. Meskipun demikian, pembangunan wisata bahari memerlukan beberapa pemahaman terkait ekosistem pesisir dan laut yang menjadi daya tarik utama wisatawan. Ekosistem ini sangat rapuh terhadap tekanan dan terancam oleh aktivitas manusia.

Wisata bahari dengan konsep mass tourism berpotensi untuk menimbulkan permasalahan, terutama terkait perilaku wisatawan. Tidak semua wisatawan memiliki

perilaku yang bertanggung jawab selama beraktivitas sehingga dapat diartikan sejuta wisatawan akan linier dengan sejuta potensi kerusakan di suatu destinasi. Menyikapi hal tersebut, destinasi wisata bahari berbasis alam dapat menerapkan pengembangan berbasis product driven, terutama di area taman nasional di mana ekosistem di dalamnya dilindungi oleh undang-undang. Pengembangan yang sesuai diarahkan kepada wisata minat khusus di mana wisatawan rela membayar lebih mahal di suatu destinasi sehingga kualitas meningkat. Konsep tersebut akan menyeleksi tipe wisatawan yang datang. Meskipun harga yang ditawarkan cukup mahal, destinasi tidak akan kehilangan pangsa pasar. Ketika kualitas dikedepankan maka keberlanjutan suatu destinasi wisata bahari akan dapat tercapai.

Konteks pembangunan pariwisata bahari harus bisa mewujudkan pembangunan yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan. Untuk menjamin keberlanjutan, semua pembangunan wisata bahari harus dikerjakan secara ramah lingkungan dan menganut prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan sebagai pertimbangan utama. Perlu adanya pencapaian kondisi ekonomi yang optimal, kondisi sosial yang lestari, dan lingkungan yang berkelanjutan di destinasi wisata bahari. Untuk itu dibutuhkan sebuah kajian akademis terkait model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimana gambaran wisata bahari di Kabupaten Konawe?
2. Bagaimana model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe
3. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dilaksanakannya penelitian model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis potensi wisata bahari di Kabupaten Konawe
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor apa yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe

Sedangkan tujuan penelitian ini akan menjadi bahan masukan bagi pemerintah Kabupaten Konawe dalam pembangunan model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe

1.4. Sasaran Penelitian

Adapun sasaran yang akan dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Teridentifikasi dan diketahui gambaran potensi wisata bahari di Kabupaten Konawe
2. Teridentifikasi dan diketahui model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe
3. Teridentifikasi dan diketahui faktor apa yang mempengaruhi pengembangan kawasan wisata melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan persiapan. Kegiatan ini meliputi sarana persiapan administrasi dan teknik, termasuk perekrutan tenaga pelaksana.

2. Survei dan pengumpulan data. Kegiatan ini dilakukan untuk mengidentifikasi, memahami karakteristik lokasi penelitian berikut populasi/ subyek dan atau sampel penelitian
3. Pengolahan data dan analisis data. Kegiatan ini meliputi: inventarisasi, pengujian data, analisis data, dan penyajian hasilnya yang melibatkan tenaga ahli sesuai bidang kajian studi.
4. Analisa dan perumusan hasil penelitian dan kesimpulan. Kegiatan ini menggunakan bantuan tenaga ahli dan profesional.
5. Pelaporan dan Rekomendasi. Kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahap, yakni (1) Penyusunan dan penggandaan laporan interim (awal) berisi tentang progres dan metode report studi; (2) Laporan kemajuan studi berupa hasil pengumpulan data dan pembahasan hasil analisis sementara, dan (3) Laporan akhir dan seminar hasil penelitian, tentang hasil studi secara komprehensif termasuk rekomendasi hasil studi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Pembangunan Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan sebenarnya sudah lama menjadi perhatian para ahli. Namun istilah keberlanjutan (*sustainability*) sendiri baru muncul beberapa dekade yang lalu, walaupun perhatian terhadap keberlanjutan sudah dimulai sejak Malthus pada tahun 1798 yang mengkhawatirkan ketersediaan lahan di Inggris akibat ledakan penduduk yang pesat. Satu setengah abad kemudian, perhatian terhadap keberlanjutan ini semakin mengental setelah Meadow dan kawan-kawan pada tahun 1972 menerbitkan publikasi yang berjudul *The Limit to Growth* (Meadow et al., 1972) dalam kesimpulannya, bahwa pertumbuhan ekonomi akan sangat dibatasi oleh ketersediaan sumber daya alam. Dengan ketersediaan sumber daya alam yang terbatas, arus barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam tidak akan selalu bisa dilakukan secara terus menerus (*on sustainable basis*).

Meskipun mendapat kritikan yang tajam dari para ekonom karena lemahnya Fundamental ekonomi yang digunakan dalam model *The Limit to Growth*, namun buku tersebut cukup menyadarkan manusia akan pentingnya pembangunan yang berkelanjutan. Karena itu perhatian terhadap aspek keberlanjutan ini mencuat kembali ketika pada tahun 1987 *World Commission on Environment and Development* (WCED) atau dikenal sebagai *Brundland Commission* menerbitkan buku berjudul *Our Common Future*. Publikasi ini kemudian memicu lahirnya agenda baru mengenai konsep pembangunan ekonomi dan keterkaitannya dengan lingkungan dalam konteks

pembangunan yang berkelanjutan. Agenda ini sekaligus menjadi tantangan konsep pembangunan ekonomi neo-klasikal yang merupakan konsep pembangunan Konvensional yang selama ini dikenal, yang menyatakan bahwa *sustainable development is one that meets the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own need* atau pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan hak pemenuhan kebutuhan-kebutuhan generasi yang akan datang.

Pembangunan berkelanjutan adalah sebagai upaya manusia untuk memperbaiki mutu kehidupan dengan tetap berusaha tidak melampaui ekosistem yang mendukung kehidupannya. Dewasa ini masalah pembangunan berkelanjutan telah dijadikan sebagai isu penting yang perlu terus di sosialisasikan ditengah masyarakat agar masyarakat maupun Negara kita dapat bersaing dan berkembang mengikuti perkembangan jaman secara globalisasi. Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah sebuah upaya pembangunan suatu negara yang meliputi aspek ekonomi, sosial, lingkungan bahkan budaya untuk kebutuhan masa kini tetapi tidak mengorbankan atau mengurangi kebutuhan generasi yang akan datang serta sehingga dapat menciptakan masyarakat yang dapat berinteraksi satu sama lain dan dengan lingkungan hidup.

Aspek yang mempengaruhi pembangunan berkelanjutan

1) Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi pembangunan berkelanjutan berkaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi dan bagaimana mencari jalan untuk memajukan

ekonomi dalam jangka panjang dan dapat meningkatkan kesejahteraan generasi sekarang 18 tanpa mengurangi kemampuan alam, masyarakat dan ekonomi untuk menaikkan kesejahteraan generasi masa depan. Jadi, jika generasi saat ini bisa maju maka Maksud dari lingkaran adalah keberlanjutan ekonomi, lingkungan dan sosial digambarkan sebagai lingkaran yang saling menutupi sebgaiian dengan keberlanjutan (*sustainability*) sebagai keadaan di tengah-tengahnya, masyarakat bisa mencapai kesejahteraan. Sehingga kemudian terdapat alur ekonomi yang berjalan terus menerus, tanpa mengurangi tingkat kesejahteraan dari generasi ke generasi.

2) Aspek Sosial

Aspek sosial, maksudnya dipengaruhi oleh manusia sebagai pendukung komunitas dalam hal interaksi, interrelasi dan interdependensi. Hal-hal yang merupakan perhatian utama dalam aspek social adalah stabilitas penduduk, pemenuhan kebutuhan dasar manusia, pertahanan keanekaragaman budaya dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan. Aspek yang terdiri dari sosial sebagai berikut:

1. Memastikan adanya distribusi yang baik dari biaya dan keuntungan dari pembangunan disemua aspek kehidupan.
2. Menghargai dan meningkatkan perhatian terhadap hak asasi manusia, termasuk kebebasan masyarakat dan politik, budaya ekonomi dan keamanan . Aspek yang terdiri dari pemerintahan sebagai berikut:
Mendukung wakil rakyat dengan meningkatkan partisipasi masyarakat

dalam pengambilan keputusan mendorong kebebasan usaha dengan memberikan insentif, kebijakan dan sistem yang mendukung meningkatkan transparansi dalam pengambilan keputusan dan akurasi informasi meningkatkan akuntabilitas

3) Aspek Lingkungan

Faktor lingkungan (ekologi) yang diperlukan untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan, aspek ekologi merupakan aspek yang banyak disorot ketika membahas tentang sustainable design. Hal ini disebabkan karena aspek ini terkait langsung dengan faktor-faktor alami yang ada di bumi yang kita pijak ini. Sehingga hal-hal yang menunjukkan degradasi lingkungan jelas terlihat dan terasa. Aspek yang terdiri dari lingkungan sebagai berikut: 1. Meminimalkan sampah dan kerusakan lingkungan 2. Meningkatkan tanggung jawab dan kepedulian terhadap sumberdaya alam dan lingkungan 3. Melindungi modal alam yang kritis/penting.

2.2. Konsep Pariwisata

2.2.1. Pengertian Pariwisata

Jika ditinjau dari segi etimologis, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua suku kata yaitu “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap dan kata “wisata” yang berarti perjalanan atau bepergian. Dapat diambil pengertian bahwa kata pariwisata berarti suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat

lain. Menurut pendapat Hunziker dan K. Krapf (1942), pariwisata adalah keseluruhan dari pada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan pendiaman orang-orang asing serta menyediakan tempat tinggal sementara, asalkan pendiaman itu tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara itu. Batasan ini merupakan batasan yang diterima secara "official" oleh *The Assosiation International des Expres Scientifique du Tourisme (AIEST)*."

Kemudian Salah Wahab dalam bukunya yang berjudul *An Introduction on Tourism Theory*, mengemukakan batasan bahwa kepariwisataan adalah suatu aktivitas secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang berada dalam negara itu sendiri (di luar negeri) yang meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu suatu negara atau benua) untuk sementara waktu dan untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam, berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pariwisata sebagai suatu transformasi orang untuk sementara dan dalam waktu jangka pendek ketujuan-tujuan di luar tempat di mana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu. Menurut Kodhyat (1998) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan Gamal (2002) mengatakan bahwa pariwisata sebagai bentuk. suatu proses kepergian sementara dari seorang,

lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

Pariwisata menyangkut perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain atau disebut dengan istilah "tour". Seperti kutipan dari batasan yang diberikan oleh WATA (*World Association of Travel Agent*) adalah merupakan perlawatan keliling yang memakan waktu lebih daritiga hari yang diselenggarakan oleh biro perjalanan wisata (BPW) dengan acara antara lain peninjauan di beberapa kota atau objek wisata dalam maupun di luar negeri.

Untuk lebih memudahkan pengertian serta memperjelas program-program dalam pengembangan kepariwisataan, perlu adanya untuk membedakan pengertian-pengertian pariwisata, bentuk dan jenis pariwisata. Hal ini sangat membantu dalam menyusun strategi pengembangan objek dan daya tarik wisata untuk mengetahui kapan dan dari mana asal wisatawan yang akan menjadi objek pasar. Berbagai jenis pariwisata yang kita kenal dari beberapa sudut pandang, antara lain :

- a. Menurut letak geografi pariwisata terbagi atas:
 - 1) Pariwisata local (*Local Tourism*)
 - 2) Pariwisata Regional (*Regional Tourism*)
 - 3) Nasional Tourism (*Domestic Tourism*)
 - 4) *Regional International Tourism*
 - 5) *International Tourism*

b. Menurut tujuannya

- 1) *Recreational Tourism* (Pariwisata Rekreasi)
- 2) *Culture Tourism* (Pariwisata Budaya)
- 3) *Health Tourism* (Pariwisata Kesehatan)

Seiring dengan perkembangan zaman dan pergeseran dari nilai yang terkandung di dalam kepariwisataan, maka setiap perjalanan atau kunjungan yang datang ke dalam suatu daerah tujuan wisata bisa dimanfaatkan dan dimasukkan dalam kegiatan kepariwisataan. Seperti penyediaan jasa, konversi dan perjalanan insentif yang merupakan realita serta tantangan yang harus dijawab oleh insan pariwisata di masa yang akan datang.

Tourist Service adalah segala fasilitas yang digunakan dan aktifitas yang dilakukan dimana pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Untuk dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik maka harus mengembangkan tiga hal yaitu :

1. *Something to see*, adalah segala sesuatu yang menarik untuk dilihat.
2. *Something to buy*, adalah segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli.
3. *Something to do*, yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut.

Ketiga hal itu merupakan unsur-unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

1. Harus mampu bersaing dengan objek wisata yang ada di daerah lain.

2. Memiliki sarana pendukung yang memiliki ciri khas tersendiri.
3. Harus tetap tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali di bidang pembangunan dan pengembangan.
4. Harus menarik.

Unsur lain yang sangat penting bagi pengembangan industri pariwisata adalah komponen-komponen yang termasuk ke dalam sarana dan prasarana yaitu:

1. Produk yang nyata (*Tangible Product*) terdiri dari :

Prasarana wisata adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan untuk dapat memenuhi kebutuhan selama dalam perjalanan. Misalnya jaringan jalan, sarana pelabuhan (udara, laut, darat), telekomunikasi, jaringan listrik, air bersih, rumah sakit dan lain sebagainya.

Sarana produk kepariwisataan yaitu semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan. Misalnya :

- a. Di bidang usaha jasa pariwisata, seperti : biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, informasi pariwisata.
 - b. Di bidang usaha sarana pariwisata, yang terdiri dari : akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya.
2. *Intangible Product* (produk yang tidak nyata)

Pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah sumber daya manusia yang bergelut dalam industri pariwisata dan pengetahuan teknik tentang

pelayanan terhadap wisatawan. Dan sapta pesona yang terdiri dari 7 K (keamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, kesejukan, keramah tamahan, kenangan) yang semuanya dilaksanakan secara total.

2.2.2. Pengertian Wisatawan dan Objek Wisata

Oleh karena definisi kepariwisataan yang sangat beragam, maka beragam pula definisi wisatawan. Beberapa ahli kemudian membatasi pengertian wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan sejauh lebih dari 50 atau 100 mil (sekitar 80 atau 160 km) dari lokasi tempat tinggalnya. Sebagian definisi lain menyatakan bahwa hanya mereka yang menginap di luar rumah terhitung sebagai wisatawan. Definisi yang lebih sederhana menganggap bahwa setiap orang melakukan perjalanan untuk kesenangan dapat di kategorikan wisatawan (*The Dictionary of Tourism, 1981*).

Berdasarkan Smith & Stephen L. S. (1998), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu :

- 1) *Domestik Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu Negara yang mempunyai tempat di dalam Negara yang bersangkutan
- 2) *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang-orang yang bukan penduduk di suatu Negara
- 3) *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain

- 4) *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara domestik dan *outbound tourism*
- 5) *Internasional tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*. Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan Internasional (*mancanegara*) adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya.

Sedangkan pengertian wisatawan nasional (domestik) menurut Biro Pusat Statistik adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam atau menginap untuk masuk apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi (Direktorat Jendral Pariwisata,1985;17).

World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan Wisatawan Nasional adalah sebagai berikut:

“orang – orang yang bertempat tinggal dalam satu Negara, terlepas dari kebangsaannya, yang melakukan perjalanan kesatu tempat dalam Negara tersebut diluar tempat tinggalnya sekurang-kurangnya selama 24 jam/ semalam, untuk tujuan apapun. Selain untuk mendapatkan penghasilan ditempat yang dikunjunginya”.

Objek wisata, yaitu semua hal-hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang bersumber pada alam saja sedangkan atraksi wisata yaitu sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan dan dinikmati oleh wisatawan yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan-persiapan terlebih dahulu. Objek wisata dapat dibedakan menjadi 4 bagian, yaitu:

- 1) Alam (*Nature*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari alam yang dimanfaatkan dan diusahakan di tempat objek wisata yang dapat dinikmati dan memberikan kepuasan bagi wisatawan. Contohnya : air terjun, pegunungan, flora dan fauna dan pemandangan alam.
- 2) Kebudayaan (*Culture*), yaitu segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia. Contohnya : upacara adat dan upacara keagamaan.
- 3) Buatan Manusia (*Man Mode*), yaitu segala sesuatu yang merupakan hasil karya manusia yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Contohnya : candi-candi, prasasti, monuman dan kerajinan tangan.
- 4) Manusia (*Human Being*), yaitu segala sesuatu yang merupakan aktivitas atau kegiatan hidup manusia (*way of live*) yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Contohnya : suku-suku pedalaman yang berada di daerah Kalimantan, Irian Jaya dan cara hidup mereka yang masih primitive dan unik.

Secara sepintas, objek dan atraksi wisata seolah-olah memiliki pengertian yang sama namun sebenarnya berbeda secara prinsipil. Di luar negeri, kita tidak mengenal adanya istilah objek wisata tetapi hanya menyebutkan *tourist attraction* (atraksi wisata) sedangkan di Indonesia dikenal dengan istilah objek wisata.

2.2.3. Jenis Pariwisata

Menurut Pendit (1994), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

1. Wisata Budaya. Yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik, dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.
2. Wisata Maritim atau Bahari. Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan didaerah-daerah atau negara-negara maritim, di Laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya. Di Indonesia banyak tempat dan daerah yang memiliki potensi wisata maritim ini, seperti misalnya Pulau-pulau Seribu di Teluk Jakarta, Danau Toba, pantai Pulau Bali dan pulau-pulau kecil disekitarnya, taman laut di Kepulauan Maluku dan sebagainya. Jenis ini disebut pula wisata tirta.

3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi). Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat. Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain. Di Bali wisata Cagar Alam yang telah berkembang seperti Taman Nasional Bali Barat dan Kebun Raya Eka Karya.
4. Wisata Konvensi. Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional. Jerman Barat misalnya memiliki Pusat Kongres Internasional (International Convention Center) di Berlin, Philipina mempunyai PICC (Philippine International Convention Center) di Manila dan Indonesia mempunyai Balai Sidang Senayan di Jakarta untuk tempat penyelenggaraan

sidang-sidang pertemuan besar dengan perlengkapan modern. Biro konvensi, baik yang ada di Berlin, Manila, atau Jakarta berusaha dengan keras untuk menarik organisasi atau badan-badan nasional maupun internasional untuk mengadakan persidangan mereka di pusat konvensi ini dengan menyediakan fasilitas akomodasi dan sarana pengangkutan dengan harga reduksi yang menarik serta menyajikan program-program atraksi yang menggiurkan.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata). Sebagai halnya wisata industri, wisata pertanian ini adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.
6. Wisata Buru. Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf, dan sebagainya. Di India, ada daerah-daerah yang memang disediakan untuk berburu macan, badak dan sebagainya, sedangkan di Indonesia, pemerintah membuka wisata buru untuk daerah Baluran di Jawa Timur dimana wisatawan boleh menembak banteng atau babi hutan.

- b) *Even Attraction* (tempat yang berkaitan dengan pariwisata, misalnya konferensi, pameran peristiwa olah raga, festival dan lain-lain).

Menurut Mario dalam Yoeti Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang ingin berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Adapun jenis-jenis atraksi wisata diantaranya adalah :

- a) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilah pariwisata disebut dengan *natural amenitiest*. Termasuk dalam kelompok ini ialah
1. Iklim, misalnya cuaca cerah (*clean air*), banyak cahaya matahari (*sunny day*), sejuk (*mild*), iklim (*dry*), hujan (*wet*), dan sebagainya.
 2. Bentuk tanah dan pemandangan (*land configurations and landscap*)
 3. Hutan belukar (*the sylvon elemen*) misalnya hutan yang luas banyak pohon-pohon
 4. Fauna dan flora, seperti tanaman-tanaman yang aneh (*uncommon vegetation*), burung-burung (*bird*), ikan (*fish*), binatang buas (*wild life*), cagar alam (*national park*), daerah perburuan (*hunting and photograpic*) dan sebagainya.
 5. Pusat-pusat kesehatan (*health center*) dan yang termasuk dalam kelompok ini misalnya sumber air mineral (*natural spring of mineral water*), mandi

lumpur (*mud baths*), sumber air panas (*hot spring*), dimana kesemuanya itu diharapkan dapat menyembuhkan macam-macam penyakit

- b) Hasil ciptaan manusia (*man hand supply*) kelompok ini dapat dibagi dalam tiga bagian penting, yaitu : benda-benda yang bersejarah kebudayaan dan keagamaan (*historical cultural and religious*)
- c) Tata cara hidup masyarakat (*the way life*) tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Bagaimana kebiasaan hidupnya, adat istiadatnya, dan semua yang merupakan daya tarik bagi wisatawan.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dengan tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Aksesibilitas penting diperhatikan, mengingat aspek tersebut bisa memberikan pengaruh yang besar bagi para wisatawan.

Fasilitas transportasi dalam bidang kepariwisataan sangat erat hubungannya dengan aksesibilitas. Maksudnya frekuensi penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat mengakibatkan jarak yang jauh seolah-olah menjadi lebih dekat. Hal ini dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta dapat lebih meringankan biaya perjalanan. Menurut Trihatmojo dalam Yoeti (1997) bahwa aksesibilitas adalah kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut.

Beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah kondisi jalan, tarif angkutan jenis kendaraan, jaringan transportasi, jarak tempuh dan waktu tempuh. Semakin baik aksesibilitas suatu objek wisata, wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Sebaliknya, jika aksesibilitasnya kurang baik, wisatawan akan merasakan hambatan dalam kunjungan yang dilakukannya dalam pariwisata.

3. Fasilitas

Fasilitas dapat diartikan suatu sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pengelola untuk kebutuhan wisatawan. Kebutuhan wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasarana wisata seperti akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel/penginapan, restoran dan toko cinderamata), transportasi (jalan alternatif, aspal, hotmik dan jalan setapak), kendaraan (angkutan umum, becak, ojek dan sepeda) dan lain-lain (mushollah, tempat parkir, MCK dan shelter).

Soekadijo (2000 : 196), mendefinisikan sarana dan prasarana pariwisata sebagai Prasarana (*infrastructure*) adalah semua hasil konstruksi fisik, baik yang ada di atas maupun di bawah tanah, diperlukan sebagai prasyarat untuk pembangunan, diantaranya dapat berupa pembangkit tenaga listrik, fasilitas kesehatan, dan pelabuhan. Sarana (*suprastructure*) adalah segala sesuatu yang dibangun dengan memanfaatkan prasarana.

Sarana tersebut merupakan kebutuhan penting bagi para wisatawan. Apabila tersedia dengan baik, para wisatawan akan merasa nyaman dalam melakukan berbagai aktifitas lainnya.

Sementara Yoeti (1990:81), mengemukakan sarana prasarana sebagai berikut :

a. Prasarana kepariwisataan (*tourism infrastructures*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam. Prasarana wisata dapat berupa :

- 1) Prasarana umum : jalan, air bersih, terminal, lapangan udara, komunikasi dan listrik;
- 2) Prasarana yang menyangkut ketertiban dan keamanan agar kebutuhan terpenuhi dengan baik seperti apotik, kantor pos, bank, rumah sakit, polisi dan lain-lain.

b. Sarana kepariwisataan (*tourism superstructure*) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangannya wisatawan. Sarana kepariwisataan dapat berupa :

- 1) Sarana Pokok

Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan wisatawan. Termasuk didalamnya travel agent, transportasi, akomodasi dan restoran.

2) Sarana Pelengkap

Sarana Pelengkap kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan tetapi yang terpenting adalah untuk membuat para wisatawan dapat lebih lama tinggal dalam suatu daerah tujuan wisata.

3) Sarana Penunjang

Sarana penunjang kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang menunjang sarana penunjang dan sarana pokok serta berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi fungsi lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi.

Sementara itu menurut Lothar dalam Yoeti (1996) membagi prasarana dalam dua bagian yang penting, yaitu :

1. Prasarana Perekonomian (*Economic infrastructure*) yang dapat dibagi atas:

- a) Pengangkutan (transportations)
 - b) Prasarana komunikasi
 - c) Kelompok yang termasuk dalam *utilities*
 - d) Sistem Perbankan
2. Prasarana Sosial yang dapat dibagi atas :
- a. Sistem pendidikan
 - b. Pelayanan kesehatan
 - c. Faktor keamanan
 - d. Petugas yang langsung melayani wisatawan

Berdasarkan pembagian sarana dan prasarana tersebut dapat disimpulkan bahwa prasarana dibagi atas dua yaitu, prasarana perekonomian dan prasarana sosial. Prasarana ekonomi menyangkut didalamnya alat transportasi yang digunakan untuk mencapai kawasan objek wisata, prasarana komunikasi untuk mengetahui keberadaan kawasan objek wisata. Sedangkan prasarana sosial diantaranya mencakup sistem pendidikan yang dapat menentukan kualitas sumber daya manusia, pelayanan kesehatan yang diberikan kepada wisatawan, faktor keamanan yang dapat membuat wisatawan merasa aman berada di objek wisata dan pelayanan yang diberikan oleh petugas secara langsung.

Ditambahkan pula oleh Wahab dalam Yoeti (1996 : 192) membagi prasarana atas tiga bagian yang penting dan satu diantaranya disebut sebagai prasarana pariwisata, yaitu :

1. Prasarana Umum (*General Infrastructure*), yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak yang pegadaianya bertujuan untuk membantu kelancaran roda perekonomian.
 - a) Pembangkit tenaga listrik dan sumber energi lainnya
 - b) Sistem penyediaan air bersih
 - c) Sistem jaringan jalan raya dan kereta api
 - d) Sistem irigasi
 - e) Perhubungan dan telekomunikasi
2. Kebutuhan masyarakat (*Basic needs of Civilized Live*) yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak. Diantaranya adalah rumah sakit, apotek, bank, kantor pos, pompa bensin, administrasi pemerintah.
3. Prasarana kepariwisataan (*Tourist Infrastructures*).
 - a) Receptive Tourist Plant, yaitu segala bentuk badan usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata.
 - b) Recidental Tourist Plant, yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olah raga.

Jadi prasarana dibagi atas tiga bagian yaitu prasarana umum, prasarana kebutuhan masyarakat, dan prasarana kepariwisataan. Prasarana umum menyangkut sumber energi listrik yang digunakan dikawasan objek wisata, sumber penyediaan air bersih untuk wisatawan, sistem jaringan jalan yang berhubungan dengan aksesibilitas. Prasarana kebutuhan masyarakat mencakup

kebutuhan orang banyak (sarana sosial). Sedangkan prasarana kepariwisataan mencakup organisasi yang mengantarkan wisatawan dari suatu tempat ke daerah tujuan wisata seperti jasa travel, dan semua fasilitas untuk rekreasi olahraga

2.3. Konsep Wisata Bahari

Beberapa definisi pesisir menyebutkan daerah peralihan, pertemuan, dan adanya hubungan saling mempengaruhi antara daratan dan laut. Dengan demikian, wisata bahari tidak hanya aktivitas air (*on the water dan in the water*) yang dilakukan oleh wisatawan, akan tetapi definisi tersebut juga berlaku bagi aktivitas di bentang darat, selama masih dipengaruhi oleh lingkungan laut (intrusi air laut, pasang surut, dan angin laut). Berikut adalah beberapa definisi wisata bahari dari beberapa ahli.

- 1) Orams (dalam Jussac, 2021) mendefinisikan wisata bahari meliputi kegiatan-kegiatan rekreasi yang melibatkan perjalanan jauh dari tempat seseorang tinggal dan yang memiliki tuan rumah atau fokus pada lingkungan laut, di mana lingkungan laut didefinisikan sebagai perairan yang memiliki salinitas (kadar garam) dan terpengaruh pasang surut.
- 2) Sero (dalam Djou, 2013) mendefinisikan wisata bahari sebagai bentuk wisata yang menggunakan atau memanfaatkan potensi lingkungan pantai dan laut sebagai daya tarik utama. Konsep wisata bahari didasarkan pada view, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni dan budaya serta karakteristik masyarakat sebagai kekuatan dasar yang dimilikinya.

- 3) Sarwono (dalam Purwahita, 2017), wisata bahari adalah kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi alam bahari sebagai daya tarik wisata maupun wadah kegiatan wisata baik yang dilakukan di atas permukaan di wilayah laut yang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan ekosistemnya yang kaya akan keanekaragaman jenis biota laut.

Menurut Jussac (2021) penegasan definisi wisata bahari terletak pada beberapa hal yang menjadi perhatian.

- 1) Wisata bahari melibatkan unsur perjalanan di dalamnya, di mana seseorang atau sekelompok orang bepergian dari rumah menuju suatu lingkungan pesisir dan laut. Dengan demikian, penduduk yang tinggal di wilayah pesisir dan laut belum tentu berwisata bahari dikarenakan mereka melakukan kegiatan sehari-hari di wilayah pesisir laut.
- 2) Banyak orang yang melakukan aktivitas di ekosistem pesisir dan laut semisal nelayan, pekerja kilang minyak, dan pengeboran bawah laut. Mereka tidak sedang berwisata bahari meskipun berada di lautan, hal ini dikarenakan kegiatan tersebut bukanlah kegiatan rekreasi melainkan bekerja. Motivasi mereka beraktivitas tentunya bukan untuk berwisata meskipun secara parallel ada sedikit unsur "wisata" yang mereka rasakan sembari bekerja, semisal ABK kapal pesiar dan guide selam. Secara teknis mereka bekerja dalam sebuah industri wisata bahari sebagai penyedia jasa untuk melayani wisatawan.

- 3) Aktivitas wisata bahari dapat dilakukan di bentang laut yang didominasi oleh perairan baik di permukaan air maupun di dalam air. Aktivitas seperti berselancar, memancing, menyelam, dan sebagainya dapat pula dilakukan di sungai dan danau. Aktivitas yang serupa tersebut bila dilakukan bukan di lingkungan pesisir dan laut maka tidak dapat dikategorikan ke dalam wisata bahari. Terdapat istilah yang lebih sesuai untuk aktivitas wisata di perairan daratan, yaitu wisata tirta. Penjelasan di atas menjelaskan secara eksplisit terkait lokasi/destinasi yang menjadi tujuan wisatawan, yaitu ekosistem pesisir dan laut. Lokasi ini memiliki daya tarik berupa keanekaragaman biota laut, lanskap fisik yang unik, sosial, dan budaya masyarakat pesisir, dan lingkungan yang berbeda dari daratan.

Berdasarkan beberapa defnisi yang telah ada dan beberapa hal yang menjadi perhatian maka dapat disimpulkan bahwa wisata bahari adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang menuju lingkungan pesisir dan laut, melakukan aktivitas di bentang laut dan atau bentang darat dengan tujuan untuk rekreasi, bersenang-senang, mengembangkan diri, dan berinteraksi dengan budaya lokal dalam jangka waktu sementara. Definisi tersebut menegaskan bahwa segala aktivitas di bentang laut dan bentang darat selama melibatkan unsur perjalanan, sementara waktu, dan beraktivitas wisata di lingkungan/ekosistem pesisir laut maka termasuk dalam wisata bahari.

2.4. Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata Berkelanjutan atau *Sustainable Tourism* adalah pariwisata yang berkembang sangat pesat, termasuk pertambahan arus kapasitas akomodasi, populasi lokal dan lingkungan, dimana perkembangan pariwisata dan investasi – investasi baru dalam sektor pariwisata seharusnya tidak membawa dampak buruk dan dapat menyatu dengan lingkungan, jika kita memaksimalkan dampak yang positif dan meminimalkan dampak negative. Maka beberapa inisiatif diambil oleh sektor public untuk mengatur pertumbuhan pariwisata agar menjadi lebih baik dan menempatkan masalah akan *sustainable tourism* sebagai prioritas karena usaha atau bisnis yang baik dapat melindungi sumber – sumber atau asset yang penting bagi pariwisata tidak hanya untuk sekarang tetapi dimasa depan.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan pada intinya berkaitan dengan usaha menjamin agar sumber daya alam, sosial dan budaya yang dimanfaatkan untuk pembangunan pariwisata pada generasi ini agar dapat dinikmati untuk generasi yang akan datang. “Pembangunan pariwisata harus didasarkan pada kriteria keberlanjutan yang artinya bahwa pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat”(Piagam Pariwisata Berkelanjutan, 1995)

Pembangunan pariwisata berkelanjutan, seperti disebutkan dalam Piagam Pariwisata Berkelanjutan (1995) adalah pembangunan yang dapat didukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. Artinya, pembangunan berkelanjutan adalah upaya terpadu dan

terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan.

Hal tersebut hanya dapat terlaksana dengan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) yang melibatkan partisipasi aktif dan seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Dengan demikian, pembangunan berkelanjutan tidak saja terkait dengan isu-isu lingkungan, tetapi juga isu demokrasi, hak asasi manusia dan isu lain yang lebih luas. Tak dapat dipungkiri, hingga saat ini konsep pembangunan berkelanjutan tersebut dianggap sebagai „resep” pembangunan terbaik, termasuk pembangunan pariwisata.

Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dapat dikenali melalui prinsip-prinsipnya yang dielaborasi berikut ini. Prinsip-prinsip tersebut antara lain partisipasi, keikutsertaan para pelaku (*stakeholder*), kepemilikan lokal, penggunaan sumber daya secara berkelanjutan, mewadahi tujuan-tujuan masyarakat, perhatian terhadap daya dukung, monitor dan evaluasi, akuntabilitas, pelatihan serta promosi.

1. Partisipasi

Masyarakat setempat harus mengawasi atau mengontrol pembangunan pariwisata dengan ikut terlibat dalam menentukan visi pariwisata, mengidentifikasi sumber-sumber daya yang akan dipelihara dan ditingkatkan, serta mengembangkan tujuantujuan dan strategi-strategi untuk pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata. Masyarakat juga harus berpartisipasi dalam mengimplementasikan strategi-strategi yang telah disusun sebelumnya.

2. Keikutsertaan Para Pelaku/Stakeholder Involvement

Para pelaku yang ikut serta dalam pembangunan pariwisata meliputi kelompok dan institusi LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), kelompok sukarelawan, pemerintah daerah, asosiasi wisata, asosiasi bisnis dan pihak-pihak lain yang berpengaruh dan berkepentingan serta yang akan menerima dampak dari kegiatan pariwisata.

3. Kepemilikan Lokal

Pembangunan pariwisata harus menawarkan lapangan pekerjaan yang berkualitas untuk masyarakat setempat. Fasilitas penunjang kepariwisataan seperti hotel, restoran, dan sebagainya seharusnya dapat dikembangkan dan dipelihara oleh masyarakat setempat. Beberapa pengalaman menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan bagi penduduk setempat serta kemudahan akses untuk para pelaku bisnis/wirausahawan setempat benar-benar dibutuhkan dalam mewujudkan kepemilikan lokal. Lebih lanjut, keterkaitan (linkages) antara pelaku-pelaku bisnis dengan masyarakat lokal harus diupayakan dalam menunjang kepemilikan lokal tersebut.

4. Penggunaan Sumber Daya yang Berkelanjutan

Pembangunan pariwisata harus dapat menggunakan sumber daya dengan berkelanjutan yang artinya kegiatan-kegiatannya harus menghindari penggunaan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui (irreversible) secara berlebihan. Hal ini juga didukung dengan keterkaitan lokal dalam tahap perencanaan, pembangunan dan pelaksanaan sehingga pembagian keuntungan

yang adil dapat diwujudkan. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pariwisata harus menjamin bahwa sumber daya alam dan buatan dapat dipelihara dan diperbaiki dengan menggunakan kriteriakriteria dan standar-standar internasional.

5. Mewadahi Tujuan-tujuan Masyarakat

Tujuan-tujuan masyarakat hendaknya dapat diwadahi dalam kegiatan pariwisata agar kondisi yang harmonis antara pengunjung/wisatawan, tempat dan masyarakat setempat dapat terwujud. Misalnya, kerja sama dalam wisata budaya atau cultural tourism partnership dapat dilakukan mulai dari tahap perencanaan, manajemen, sampai pada pemasaran.

6. Daya Dukung

Daya dukung atau kapasitas lahan yang harus dipertimbangkan meliputi daya dukung fisik, alami, sosial dan budaya. Pembangunan dan pengembangan harus sesuai dan serasi dengan batas-batas lokal dan lingkungan. Rencana dan pengoperasiannya seharusnya dievaluasi secara reguler sehingga dapat ditentukan penyesuaian/perbaikan yang dibutuhkan. Skala dan tipe fasilitas wisata harus mencerminkan batas penggunaan yang dapat ditoleransi (limits of acceptable use).

7. Monitor dan Evaluasi

Kegiatan monitor dan evaluasi pembangunan pariwisata berkelanjutan mencakup penyusunan pedoman, evaluasi dampak kegiatan wisata serta pengembangan indikator-indikator dan batasan-batasan untuk mengukur

dampak pariwisata. Pedoman atau alat-alat bantu yang dikembangkan tersebut harus meliputi skala nasional, regional dan lokal.

8. Akuntabilitas

Perencanaan pariwisata harus memberi perhatian yang besar pada kesempatan mendapatkan pekerjaan, pendapatan dan perbaikan kesehatan masyarakat lokal yang tercermin dalam kebijakan-kebijakan pembangunan. Pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam seperti tanah, air, dan udara harus menjamin akuntabilitas serta memastikan bahwa sumber-sumber yang ada tidak dieksploitasi secara berlebihan.

9. Pelatihan

Pembangunan pariwisata berkelanjutan membutuhkan pelaksanaan program-program pendidikan dan pelatihan untuk membekali pengetahuan masyarakat dan meningkatkan keterampilan bisnis, vocational dan profesional. Pelatihan sebaiknya meliputi topik tentang pariwisata berkelanjutan, manajemen perhotelan, serta topik-topik lain yang relevan.

10. Promosi

Pembangunan pariwisata berkelanjutan juga meliputi promosi penggunaan lahan dan kegiatan yang memperkuat karakter lansekap, sense of place, dan identitas masyarakat setempat. Kegiatan-kegiatan dan penggunaan lahan tersebut seharusnya bertujuan untuk mewujudkan pengalaman wisata yang berkualitas yang memberikan kepuasan bagi pengunjung.

Adapun prinsip-prinsip yang menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism development) terdiri dari:

- 1) Pembangunan pariwisata harus dibangun dengan melibatkan masyarakat lokal, dengan ide yang melibatkan masyarakat lokal juga dan untuk kesejahteraan masyarakat lokal. Mestinya juga melibatkan masyarakat lokal sehingga masyarakat lokal akan mempunyai rasa memiliki untuk peduli, bertanggung jawab, komitmen, meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap pelestarian lingkungan alam dan budaya terhadap keberlanjutan pariwisata dimasa sekarang sampai untuk dimasa yang akan datang. Dan pemerintah juga harus dapat menangkap peluang dengan cara memperhatikan kualitas daya dukung lingkungan kawasan tujuan, memanfaatkan sumber daya lokal secara lestari dalam penyelenggaraan kegiatan ekowisata dan juga dapat mengelola jumlah pengunjung, sarana dan fasilitas sesuai dengan daya lingkungan daerah tujuan tersebut. Sehingga pemerintah dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dengan membuka lapangan kerja.
- 2) Menciptakan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat. Keseimbangan tersebut akan dapat terwujud jika semua pihak dapat bekerjasama dalam satu tujuan sebagai sebuah komunitas yang solid. Komunitas yang dimaksud adalah masyarakat lokal, pemerintah lokal, industri pariwisata, dan organisasi masyarakat yang tumbuh dan berkembang pada masyarakat di mana destinasi pariwisata dikembangkan. Maksudnya adalah dengan adanya atas dasar musyawarah dan permufakatan masyarakat

setempat dengan adanya tersebut dapat menghasilkan dampak positif yaitu dapat membangun hubungan kemitraan dengan masyarakat setempat dalam proses perencanaan dan pengelolaannya, terjalinnya komunikasi yang baik antara industry pariwisata, pemerintah dan masyarakat sehingga akan terciptanya pariwisata berkelanjutan sesuai yang direncanakan.

- 3) Pembangunan pariwisata harus melibatkan para pemangku kepentingan, dan dengan melibatkan lebih banyak pihak akan mendapatkan input yang lebih baik. Serta harus dapat menampung pendapat organisasi masyarakat lokal, melibatkan kelompok masyarakat miskin, kaum perempuan, asosiasi pariwisata, dan kelompok lainnya dalam masyarakat yang berpotensi mempengaruhi jalannya pembangunan.
- 4) Memberikan kemudahan kepada para pengusaha lokal dalam skala kecil, dan menengah. Program pendidikan yang berhubungan dengan kepariwisataan harus mengutamakan penduduk lokal dan industri yang berkembang pada wilayah tersebut harus mampu menampung para pekerja lokal sebanyak mungkin dengan itu membuka kesempatan kepada masyarakat untuk membuka usaha dan mengajarkan masyarakat untuk menjadi pelaku ekonomi dalam kegiatannya mengikuti tujuan pariwisata itu sendiri tanpa mengorbankan alam atau apapun.
- 5) Pariwisata harus dikondisikan untuk tujuan membangkitkan bisnis lainnya dalam masyarakat, artinya pariwisata harus memberikan dampak penganda

pada sector lainnya, baik usaha baru maupun usaha yang telah berkembang saat ini.

- 6) Adanya kerjasama antara masyarakat lokal sebagai creator atraksi wisata dengan para operator penjual paket wisata, sehingga perlu dibangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan anatra satu sama lain dengan itu menekan tingkat kebocoran pendapatan pemerintah dan dapatb meningkatkan pendapatan pemerintah maupun pelaku yang melakukan kegiatan itu sendiri.
- 7) Pembangunan pariwisata harus dapat memperhatikan perjanjian, peraturan, perundang – undangan baik tingkat nasional maupun intenasional sehingga pembangunan pariwisata dapat berjalan dengan lancar tanpa kendala. Dan juga membentuk kerjasama dengan masyarakat setempat untuk melakukan pengawasan dan pencegahan terhadap dilanggarnya peraturan yang berlaku.
- 8) Pembangunan pariwisata harus mampu menjamin keberlanjutan, memberikan keuntungan bagi masyarakat saat ini dan tidak merugikan generasi yang akan datang. Karena anggapan bahwa pembangunan pariwisata berpotensi merusak lingkungan adalah sesuatu yang logis, jika dihubungkan dengan peningkatan jumlah wisatawan dan degradasi daerah tujuan pariwisata tersebut.
- 9) Pariwisata harus bertumbuh dalam prinsip optimalisasi bukan pada exploitasi.
- 10) Harus ada monitoring dan evaluasi secara periodik untuk memastikan pembangunan pariwisata tetap berjalan dalam konsep pembangunan berkelanjutan, dengan menggunakan prinsip pengelolaan manajemen

kapasitas, baik kapasitas wilayah, kapasitas obyek wisata tertentu, kapasitas ekonomi, kapasitas sosial, dan kapasitas sumber daya yang lainnya sehingga pembangunan pariwisata dapat terus berkelanjutan.

- 11) Harus ada keterbukaan terhadap penggunaan sumber daya seperti penggunaan air bawah tanah, penggunaan lahan, dan penggunaan sumber daya lainnya harus dapat dipastikan tidak disalah gunakan.
- 12) Melakukan program peningkatan sumber daya manusia dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi untuk bidang keahlian pariwisata agar para pekerja ahli dalam bidangnya masing-masing.
- 13) Terwujudnya tiga kualitas, yakni pariwisata harus mampu mewujudkan kualitas hidup "quality of life" masyarakat lokal, pada sisi yang lainnya pariwisata harus mampu memberikan kualitas berusaha "quality of opportunity" kepada para penyedia jasa dalam industri pariwisata dan sisi berikutnya dan menjadi yang terpenting adalah terciptanya kualitas pengalaman wisatawan "quality of experience".

2.5. Konsep Partisipasi

Secara Etimologi kata partisipasi berasal dari bahasa inggris yaitu : "Participation ialah kata benda orang ikut mengambil bagian, peserta, TO Participate adalah kata kerja, ikut mengambil bagian,"participation" adalah hal mengambil bagian". (Poerwadarminto, 2003:243). Pengertian tersebut menunjukkan bahwa dalam partisipasi itu terkandung adanya keterlibatan diri dari seseorang atau kelompok orang dalam suatu kegiatan. Pernyataan ini kemudian di dukung oleh

defenisi yang dikemukakan oleh Gie (2000 :103). Bahwa: "*Participation* adalah peserta, setiap orang yang turut serta dalam suatu kegiatan, participation adalah pengikut sertaan suatu aktifitas untuk membangkitkan persamaan serta dalam kegiatan organisasi, turut dalam serta dalam organisasi". Dari penjelasan tersebut dapat dikemukakan bahwa partisipasi menyangkut keikutsertaan atau keterlibatan manusia dalam setiap kegiatan yang dilakukan secara bersama. Selanjutnya definisi partisipasi dikemukakan oleh Djalal dan Supriadi (2001: 202) merupakan keterlibatan masyarakat dalam bentuk penyampaian saran, pendapat, barang, ketrampilan dan jasa. Partisipasi juga berarti bahwa kelompok mengenal masalah mereka sendiri, mengkaji pilihan mereka, membuat keputusan dan memecahkan masalahnya.

Hetifah (2012: 160) mengemukakan beberapa faktor yang mendorong kerelaan orang untuk terlibat dalam partisipasi antara lain didorong oleh:

1) Kepentingan pribadi, yaitu seseorang turut berpartisipasi untuk mendapatkan penghargaan dari orang lain guna meningkatkan *prestise*. 2) Solidaritas, yaitu seseorang mengambil jiwa sosial yang berusaha ikut merasakan dan membantu apa yang sedang dialami oleh orang lain. 3) Memiliki tujuan yang sama, yaitu dengan berpartisipasi dalam bentuk apapun (fisik dan lain sebagainya) tetapi memiliki tujuan yang sama untuk meningkatkan kualitas masyarakat yang lebih baik. 4) Ingin melakukan langkah yang sama walaupun tujuannya itu berbeda. Tujuan ini disesuaikan untuk kepentingan apa masyarakat tersebut berpartisipasi.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk berpartisipasi adalah adanya kesadaran dari masyarakat untuk berperan aktif dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas agar menjadi lebih baik serta mempunyai maksud dan tujuan yang sama. Cohen dan Uphoff dalam Astuti (2011: 62) membedakan partisipasi menjadi empat jenis: 1) Partisipasi dalam pengambilan keputusan, 2) Partisipasi dalam pelaksanaan, 3) Partisipasi dalam pengambilan kemanfaatan, 4) Partisipasi dalam evaluasi, Berdasarkan pendapat tersebut bahwasanya partisipasi terdiri dari partisipasi dalam pengambilan keputusan dapat diwujudkan dalam kelompok diskusi ataupun kegiatan formal dan non forma, partisipasi pelaksanaan merupakan hal yang terpenting dalam proses berlangsungnya sebuah kegiatan yang dilakukan, partisipasi dalam pengambilan kemanfaatan merupakan input yang diperoleh dari adanya manfaat pelaksanaan kegiatan ataupun program dan partisipasi evaluasi ialah penilaian terkait keseluruhan kegiatan yang telah dilakukan.

Perdebatan mengenai partisipasi publik atau partisipasi masyarakat berlangsung di hampir semua negara di dunia. Realitas partisipasi masyarakat dalam proses politik jarang yang benar-benar bisa memenuhi janji tentang demokrasi bagi sebagian besar warga negara. Dalam banyak literatur diungkapkan bahwa persoalan partisipasi masyarakat bukan hanya dialami oleh negara-negara yang sedang berkembang tetapi juga oleh negara-negaramaju. Seorang pakar di Amerika Serikat menulis mengenai partisipasi masyarakat di negara itu yakni:

”Bahkan di negara-negara yang sudah maju seperti Amerika Serikat partisipasi masyarakat tidak lebih hanya sekadar formalitas, dirancang untuk memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan komentarnya sedangkan kepentingan-kepentingan lembaga pemerintah tetap selalu dilindungi” (Mary M. Timney, dalam King & Stivers, 1998:95).

Partisipasi masyarakat terkait erat dengan konsep demokrasi dan pelayanan publik yang baik. Bahkan, sebagian pakar berpendapat bahwa inti dari demokrasi adalah pembuatan keputusan yang partisipatif (*participatory decision-making*). Beetham (1993), misalnya, mendefinisikan demokrasi sebagai ”suatu cara membuat keputusan yang menyangkut aturan-aturan dan kebijakan yang akan mengikat secara kolektif di masyarakat memiliki kontrol terhadapnya”. Argumentasi yang hendak dikemukakan di sini ialah bahwa mestinya praktik demokrasi tidak hanya terbatas pada proses pemilihan umum (*electoral process*) tetapi juga harus tercermin di dalam proses pembuatan keputusan (*decision-making process*).

2.6. Dampak Pengembangan Pariwisata

Masyarakat dalam lingkungan suatu obyek wisata sangatlah penting dalam kehidupan suatu obyek wisata karena mereka memiliki kultur yang dapat menjadi daya tarik wisata, dukungan masyarakat terhadap tempat wisata berupa sarana kebutuhan pokok untuk tempat obyek wisata, tenaga kerja yang memadai dimana pihak pengelola obyek wisata memerlukannya untuk menunjang keberlangsungan hidup obyek wisata dan memuaskan masyarakat yang memerlukan pekerjaan dimana membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih baik.

Menurut Kusudianto (1996), bahwa suatu tempat wisata yang direncanakan dengan baik, tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi yang memperbaiki taraf, kualitas dan pola hidup komunitas setempat, tetapi juga peningkatan dan pemeliharaan lingkungan yang lebih baik. Bila dilakukan dengan benar dan tepat maka pariwisata dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat meminimalkan permasalahan. Penduduk setempat mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya pengembangan obyek wisata, karena penduduk setempat mau tidak mau terlibat langsung dalam aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan kepariwisataan di daerah tersebut. Akan tetapi apabila suatu obyek wisata tidak dikembangkan atau ditangani dengan baik atau tidak direncanakan dengan matang, dapat menyebabkan kerusakan baik secara lingkungan maupun dampak-dampak negatif terhadap ekonomi maupun sosial.

Cohen (dalam, Pitana dan Diarta, 2009) secara teoritis mengemukakan dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat local dikelompokkan kedalam delapan kelompok, yaitu:

1. Dampak terhadap penerimaan devisa
2. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
3. Dampak terhadap kesempatan kerja
4. Dampak terhadap harga dan tarif
5. Dampak terhadap distribusi manfaat keuntungan
6. Dampak terhadap kepemilikan dan pengendalian
7. Dampak terhadap pembangunan

8. Dampak terhadap pendapatan pemerintah

Sedangkan menurut Ritchie (1987), pariwisata juga menimbulkan beberapa dampak sosial ekonomi masyarakat, diantaranya adalah:

1. Ketidaktergantungan ekonomi
2. Perpindahan tenaga kerja
3. Perubahan dalam pekerjaan
4. Perubahan nilai lahan
5. Peningkatan standar hidup
6. Perubahan sistim politik

Menurut Robert Cristie Mill (1990), Secara ringkas kegiatan pariwisata dapat memberikan dampak positif atau negatif di bidang ekonomi:

Dampak positif :

- 1) Terbuka lapangan pekerjaan baru
- 2) Meningkatkan taraf hidup dan pendapatan masyarakat
- 3) Meningkatkan nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang asing
- 4) Membantu menanggung beban pembangunan sarana dan prasarana setempat
- 5) Meningkatkan kemampuan manajerial dan keterampilan masyarakat yang memacu kegiatan ekonomi lainnya.

Dampak negatif :

- 1) Meningkatkan biaya pembangunan sarana dan prasarana
- 2) Meningkatkan harga barang-barang lokal dan bahan-bahan pokok

- 3) Peningkatan yang sangat tinggi tetapi hanya musiman, sehingga pendapatan masyarakat naik dan turun
- 4) Mengalirnya uang keluar negeri karena konsumen menuntut barang-barang impor untuk bahan konsumsi tertentu.

Baik secara langsung atau tidak, kegiatan pariwisata yang terjadi di suatu daerah atau wilayah akan memberikan dampak terhadap masyarakat yang tinggal di daerah atau wilayah tersebut. Dampak yang ditimbulkan meliputi dampak fisik, ekonomi, dan sosial.

Menurut Triwahyudi (2002), terdapat beberapa manfaat utama pariwisata, yaitu:

1. Pariwisata dapat menciptakan diversifikasi produk, menjadikan ekonomi lokal tidak hanya tergantung pada sektor utama.
2. Sektor pariwisata adalah sektor yang padat karya, sehingga dapat menciptakan kesempatan kerja yang besar bagi generasi muda.
3. Pertumbuhan sektor pariwisata menghasilkan penambahan dan perbaikan fasilitas yang tidak hanya digunakan oleh wisatawan, tetapi juga oleh penduduk.
4. Pariwisata menciptakan kesempatan bagi munculnya produk-produk baru, fasilitas pelayanan dan pengembangan bisnis yang sudah ada.
5. Pariwisata dapat mempercepat permukiman pengembangan permukiman.

Peran merupakan aspek yang dinamis dalam kedudukan (status) terhadap sesuatu. Apabila seseorang melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peran (Suharto, 2006). Konsep tentang peran (role) menurut Komarudin (1994) yakni sebagai berikut :

- a. Bagian dari tugas utama yang harus dilakukan oleh manajemen
- b. Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status
- c. Bagian suatu fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata
- d. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya
- e. Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat

Dari sudut pandang yang lain, peranan adalah tindakan yang dilakukan seseorang atas sekelompok orang dalam suatu peristiwa (Poerwadarminta, 1995). Dari berbagai pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian peranan dalam hal ini peran pemerintah dalam melaksanakan fungsi dan tujuannya dalam pelayanan, pembangunan, pemberdayaan, dan pengaturan masyarakat. Dapat dijelaskan bahwa peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan apabila seseorang melaksanakan hak-hak serta kewajiban sesuai dengan kedudukannya maka ia telah melakukan sebuah peranan.

Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan dan peruntukkan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Pemerintah bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan

pariwisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain didalam memainkan peran masing-masing.

Menurut Danamik dan Weber (2006) peran yang mudlak menjadi tanggungjawab pemerintah adalah sebagai berikut :

- a. Penegasan dan konsistensi tentang tata guna lahan untuk pengembangan kawasan wisata, termasuk kepastian hak kepemilikan, sistem persewaan dan sebagainya
- b. Perlindungan lingkungan alam dan cagar budaya untuk mempertahankan daya tarik objek wisata, termasuk aturan pemanfaatan lingkungan
- c. Penyediaan infrastruktur (jalan, pelabuhan, bandara, dan angkutan pariwisata)
- d. Fasilitas fiskal, pajak, kredit, dan ijin usaha yang tidak rumit agar masyarakat lebih terdorong untuk melakukan wisata dan usaha-usaha kepariwisataan semakin ccepat berkembang
- e. Keamanan dan kenyamanan berwisata melalui penugasan polisi khusus pariwisata dikawasan-kawasan wisata dan uji kelayakan fasilitas budaya (kendaraan, jalan dan lain-lain)
- f. Jaminan kesehatan didaerah tujuan wisata melalui sertifikasi kualitas lingkungan dan mutu barang yang digunakan wisatawan
- g. Penguatan kelembagaan pariwisata dengan cara memfasilitasi perluasan jaringan kelompok dan organisasi kepariwisataan
- h. Pendampingan dalam promosi wisata, yakni perluasan dan identifikasi jejaring kegiatan promosi didalam dan diluar negeri

- i. Regulasi persaingan usaha yang memungkinkan kesempatan yang sama bagi semua orang untuk berusaha disektor pariwisata, melindungi ukm wisata, mencengah perang tarif dan sebagainya
- j. Pengembangan sumberdaya manusia dengan menerapkan sistem sertifikasi kompetensi tenaga kerja pariwisata dan akreditasi lembaga pendididkan pariwisata

Jadi tanggung jawab pemerintah dalam pengembangan pariwisata dalah penegasan tentang sistem persewaan, perlindungan lingkungan, penyediaan infrastruktur, fasilitas fiskal, penugasan keamanan di objek wisata, sertifikasi kualitas lingkungan, perluasasn promosi, pencegahan perang tarif, dan pengembangan sumber daya manusia]

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Konawe tahun 2022. Sedangkan waktu pelaksanaan kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan terhitung sejak diterimanya usulan judul penelitian ini. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	Waktu Pelaksanaan (Bulan/ Minggu)											
	I				II				III			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Kegiatan Administrasi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2. Persiapan Penelitian		■	■	■								
3. Penyusunan Laporan Pendahuluan				■								
4. Seminar Pendahuluan					■	■						
5. Pengumpulan Data Penelitian					■	■	■					
6. Analisis dan Pengolahan Data								■				
7. Penyusunan Draf Laporan Akhir Penelitian									■	■		
8. Seminar Akhir Hasil Penelitian											■	
9. Finalisasi Laporan Akhir												■
10. Penyerahan Laporan Akhir												■

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penelitian kombinasi (*mix method*) antara kualitatif dan kuantitatif dalam mengumpulkan data. Metode kualitatif digunakan dalam

mengumpulkan data berkaitan dengan potensi wisata bahari di Kabupaten Konawe. Dalam penelitian kualitatif yang terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci (*key informan*) yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian. (Tanjung, 2007). Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikitpun belum diketahui.

Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk menganalisis model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat di Kabupaten Konawe. Data kuantitatif dikumpulkan dengan menentukan populasi dan sampelnya terlebih dahulu kemudian disebarkan angket/kuisisioner untuk mengetahui pendapat secara umum.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Survei, teknik pengumpulan data ini menggunakan instrumen kuesioner atau angket dengan teknik pengisian dilakukan oleh enumerator berdasarkan pilihan jawaban yang diberikan oleh responden. Kuisisioner disusun dengan memperhatikan indikator-indikator yang sesuai untuk mengurai permasalahan.
2. Wawancara, teknik pengumpulan data ini menggunakan pedoman wawancara untuk menggali informasi dari informan. Dalam wawancara, akan dieksplor informasi dan data terkait hal-hal yang berkaitan dan dianggap memiliki keterkaitan penting dengan permasalahan penelitian.

3.6. Tehnik Penarikan Sampel Penelitian

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan melalui metode *purposive sampling* (penentuan sampel secara sengaja) yang diambil dari unsur pemerintah Kabupaten Konawe dan masyarakat Kabupaten Konawe khususnya pada wilayah-wilayah yang memiliki potensi pengembangan wisata Bahari di Kabupaten Konawe berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

3.7. Organisasi dan Personil

Untuk kebutuhan analisis, akurasi, dan kualitas hasil penelitian, maka penelitian melibatkan empat orang tenaga ahli menurut bidangnya masing-masing, yang terdiri dari:

- | | |
|--------------------------------------|---------|
| 1. Ahli Bidang Komunikasi Pariwisata | 1 orang |
| 2. Ahli Komunikasi Pembangunan | 1 orang |
| 3. Ahli Bidang Kebijakan Publik | 1 orang |
| 4. Ahli Bidang Pemerintahan | 1 orang |
| 5. Ahli Bidang Kesejahteraan Sosial | 1 orang |

Tenaga lapangan (enumerator) yang terampil dan terdidik dalam penelitian ini dibutuhkan sebanyak 10 orang guna kebutuhan pengambilan data (survey, wawancara, dan observasi) di lokasi penelitian.

1. **Ketua Tim Peneliti.** Ketua tim peneliti mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut;
 - a) Memimpin dan mengkoordinir seluruh kegiatan anggota tim kerja dalam pelaksanaan pekerjaan sampai dengan selesai

- b) Merumuskan strategi dasar konsep model pengembangan kawasan wisata bahari melalui pendekatan berkelanjutan dan partisipasi masyarakat
 - c) Bertanggung jawab atas semua layanan jasa konsultasi sesuai dengan kerangka acuan kerja
 - d) Merumuskan permasalahan mengenai skala prioritas yang dihadapi selama penyusunan kajian
2. **Anggota Tim.** Anggota tim peneliti mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut ;
- a) Membantu ketua tim dalam menyusun rancangan penelitian dan metode survey
 - b) Membantu ketua tim dalam melakukan interpretasi data
 - c) Menentukan dimensi-dimensi pengukuran penelitian
 - d) Menentukan konsep sampling penelitian.



Gambar 4.1.
Peta Wilayah Kabupaten Konawe
(Sumber BPS Kabupaten Konawe, 2022)

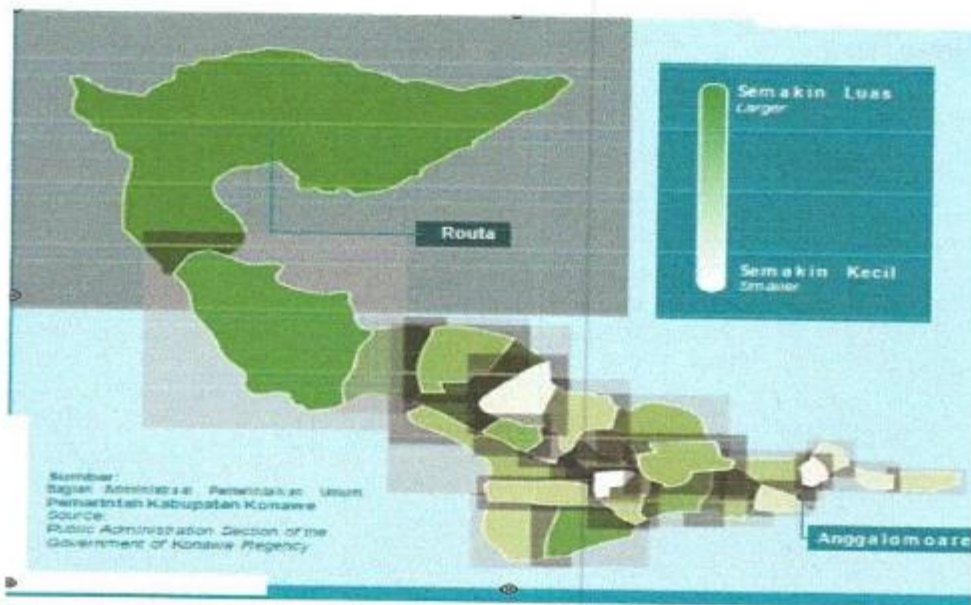
Berdasarkan letak geografis Kabupaten Konawe, batas-batas wilayahnya terdiri atas ; Sebelah utara berbatasan dengan Provinsi Sulawesi Tengah dan Kabupaten Konawe, Sebelah timur berbatasan dengan Kota Kendari, Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Konawe Selatan, dan Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kolaka Timur.

Total luas wilayah Kabupaten Konawe sebesar 6.357,23 km² yang terbagi atas 29 wilayah kecamatan. Adapun 29 wilayah Kecamatan tersebut yakni;

- 1) Kecamatan Soropia,
- 2) Kecamatan Lalonggasumeeto,
- 3) Kecamatan Sampara,
- 8) Kecamatan Morosi,
- 4) Kecamatan Bondoala,
- 9) Kecamatan Lambuya,
- 5) Kecamatan Besulutu,
- 10) Kecamatan Uepai,
- 6) Kecamatan Kapoiala,
- 11) Kecamatan Puriala,
- 7) Kecamatan Anggalomoare,
- 12) Kecamatan Onembute,

- 13) Kecamatan Pondidaha,
- 14) Kecamatan Wonggeduku,
- 15) Kecamatan Amonggedo,
- 16) Kecamatan Wonggeduku Barat,
- 17) Kecamatan Wawotobi,
- 18) Kecamatan Meluhu,
- 19) Kecamatan Konawe,
- 20) Kecamatan Anggoota,
- 21) Kecamatan Unaaha,
- 22) Kecamatan Anggaberu,
- 23) Kecamatan Abuki,
- 24) Kecamatan Latoma,
- 25) Kecamatan Tongauna,
- 26) Kecamatan Asinua,
- 27) Kecamatan Padangguni,
- 28) Kecamatan Tongauna Utara,
- 29) Kecamatan Rounta,

Wilayah Kecamatan di Kabupaten Konawe yang memiliki luas wilayah paling besar adalah wilayah Kecamatan Routa dengan luas wilayah sebesar 2469,81 km² atau 38,85 % dari total luas wilayah Kabupaten Konawe. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar peta pembagian wilayah Kecamatan Kabupaten Konawe tahun 2022 berikut;



Gambar 4.2.
Peta Wilayah Pembagian Kecamatan Kabupaten Konawe
(Sumber BPS Kabupaten Konawe, 2022)

Total luas wilayah Kabupaten Konawe sebesar 6.357,23 km² dengan Kecamatan terluas yaitu Routa sebesar 2.469,81 km² dan Kecamatan terkecil Anggalomoare sebesar 19,16 km². Luas masing-masing Kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut;

Table 4.1. Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Kecamatan di Kabupaten Konawe, 2021

No	Kecamatan	Ibukota Kecamatan	Luas Total Area (km ²)	Persentase terhadap Luas Kabupaten Konawe
1	Soropia	Toronipa	51,18	0,81
2	Lalonggasumeeto	Nii Tanasa	32,16	0,51
3	Sampara	Sampara	45,46	0,72
4	Bondoala	Laosu	46	0,72
5	Besulutu	Besulutu	95,99	1,51
6	Kapoiala	Kapoiala	35,49	0,56
7	Anggalomoare	Tabanggele	19,16	0,3
8	Morosi	Besu	118,63	1,87
9	Lambuya	Lambuya	98,45	1,55
10	Uepai	Uepai	195,17	3,07
11	Puriala	Watundehoa	136,26	2,14
12	Onembute	Onembute	145,69	2,29
13	Pondidaha	Pondidaha	110,19	1,73
14	Wonggeduku	Puuduria	65,28	1,03
15	Amonggedo	Amonggedo Baru	171,22	2,69
16	Wonggeduku Barat	Puday	35	0,55
17	Wawotobi	Wawotobi	102,61	1,61
18	Meluhu	Meluhu	110,55	1,74
19	Konawe	Tawanga	24,09	0,38
20	Anggoota	Nario Indah	71,08	1,12
21	Unaaha	Puunaha	28,2	0,44
22	Anggaberri	Andabia	99,15	1,56
23	Abuki	Abuki	164,81	2,59

24	Latoma	Waworaha	949,07	14,93
25	Tongauna	Tongauna	221,16	3,48
26	Asinua	Ambondia	341,19	5,37
27	Padangguni	Padangguni	220,12	3,46
28	Tongauna Utara	Puundombi	154,06	2,42
29	Routa	Routa	2469,81	38,85
Kabupaten Konawe			6357,23	100

Sumber; Data Sekunder Penelitian, 2022

4.2. Karakteristik responden

1. Pekerjaan Responden

Profesi pekerjaan responden dalam penelitian ini terdiri atas pegawai negeri sipil sebesar 7,1 %; wiraswasta sebesar 28,6%, pedagang sebesar 12,9%, petani/nelayan/buruh sebesar 44,3 %, dan profesi lainnya sebanyak 7,1 %. Seperti yang ditunjukkan pada gambar diagram berikut;

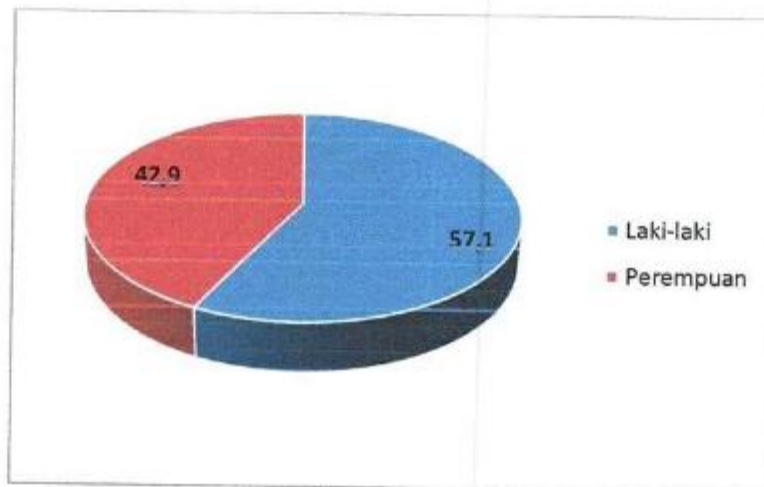


Gambar 4.3.
Persentase Pekerjaan Jenis Responden
(Sumber Hasil Pengolahan Data, 2022)

Gambar diagram diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian berprofesi sebagai nelayan. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian merupakan penduduk yang tinggal di sekitar daerah pesisir kabupaten Konawe.

2. Jenis Kelamin Responden

Responden penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas responden laki-laki sebanyak 57% dan responden perempuan sebanyak 42,9%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut;

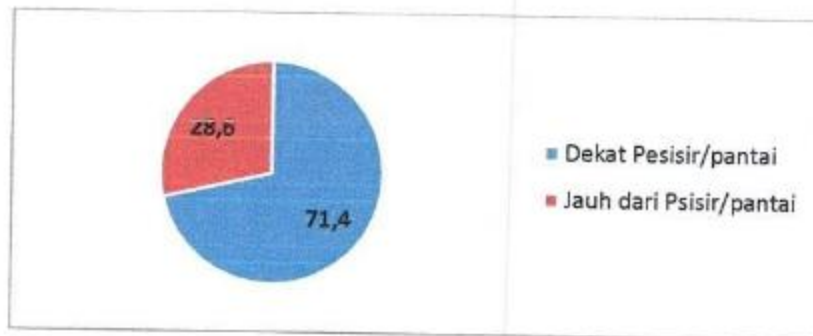


Gambar 4.4.
Persentase Jenis Kelamin Responden
(Sumber Hasil Pengolahan Data, 2022)

Gambar diatas menunjukkan bahwa sebaran responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin memiliki sebaran responden yang hampir merata antara laki-laki dan perempuan. Meski demikian persentase responden laki-laki merupakan

3. Karakteristik Tempat Tinggal Responden

Karakteristik tempat tinggal responden dalam penelitian ini merupakan jarak antara tempat tinggal responden penelitian dengan wilayah pesisir atau pantai di Kabupaten Konawe. Responden yang tempat tinggalnya dekat dengan wilayah pesisir atau pantai merupakan responden dengan jarak rumah kurang dari 5 km, sedangkan responden yang jauh dari wilayah pesisir atau pantai merupakan responden yang jarak rumahnya lebih dari 5 km dari wilayah pesisir atau pantai di Kabupaten Konawe. Seperti yang ditunjukkan pada gambar dibawah ini;



Gambar 4.5.
Diagram Karakteristik Tempat Tinggal Responden
(Sumber Hasil Pengolahan Data, 2022)

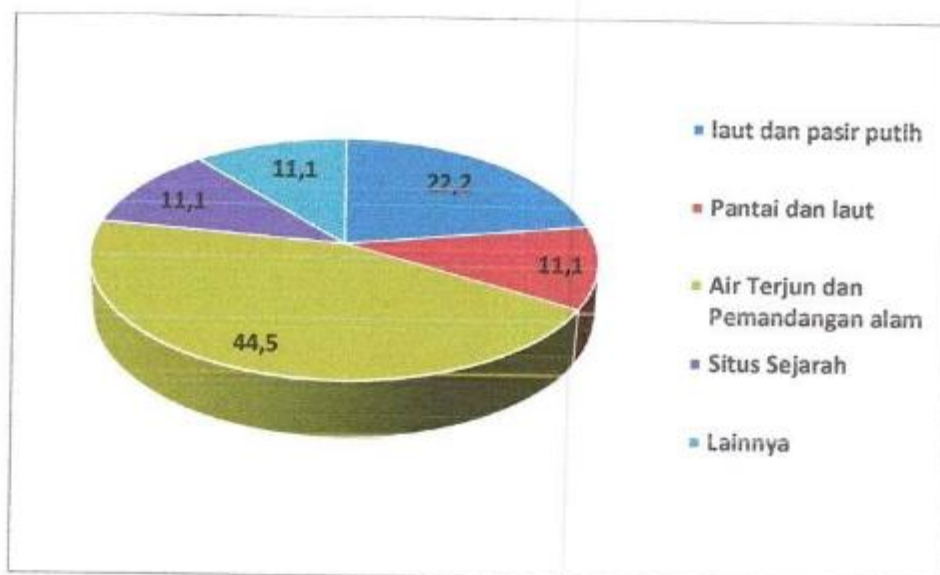
Gambar diatas menunjukkan bahwa, sebagian besar responden penelitian memiliki karakteristik tempat tinggal yang dekat dengan wilayah pesisir atau pantai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 71,1 % responden penelitian memiliki tempat tinggal dekat dengan wilayah pesisir atau pantai di kabupaten Konawe dengan jarak kurang dari 5 km dari wilayah pesisir atau pantai, sedangkan 28,6% responden lainnya memiliki karakteristik tempat tinggal yang jauh dari wilayah pesisir atau pantai.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

5.1. Wisata Bahari Di Kabupaten Konawe

5.1.1. Potensi Wisata Bahari Di Kabupaten Konawe

Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi wisata di Kabupaten Konawe sangat beragam dengan berbagai macam daya tarik. Berdasarkan daya tarik wisata, potensi wisata yang ada di Kabupaten Konawe terdiri atas; wisata laut dan pasir putih, wisata pantai, wisata air terjun dan pemandangan alam, dan wisata situs sejarah. Persentase objek wisata yang ada di Kabupaten Konawe berdasarkan daya tarik, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut;



Gambar 5.1
Persentase Objek Wisata Menurut Daya Tarik Di Kabupaten Konawe
(Sumber; Data Sekunder Penelitian, 2022)

Gambar diatas menunjukkan bahwa wisata air terjun dan peamandangan alam merupakan potensi wisata yang paling banyak di Kabupaten Konawe dengan persentase sebanyak 44,5%. Sedangkan untuk wisata laut dan pasir putih sebanyak 22,2% serta wisata pantai dan laut sebanyak 11,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa wisata bahari di Kabupaten Konawe memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan.

Sebaran objek wisata yang terdapat di Kabupaten Konawe berdasarkan lokasi dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh masing-masing objek wisata dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 5.1. Objek Wisata Berdasarkan Lokasi dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Konawe Tahun 2015 - 2021

No	Objek Wisata	Lokasi	Daya Tarik
1	Pulau Bokori	Desa Mekar, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
2	Saponda Laut	Desa Saponda Laut, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
3	Saponda Darat	Desa Saponda Darat, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
4	Pantai Toronipa	Desa Soropia, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
5	Goa Panjat Tebing	Desa Sawapudo, Kecamatan Soropia	Kegiatan panjat tebing
6	Pantai Batu Gong I	Kecamatan Lalonggasumeeto	Pantai dan Laut
7	Pantai Batu Gong II	Kecamatan Kapoiala	Pantai dan Laut

Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe

8	Air Panas Sonay	Desa Sonai, Kecamatan Puriala	Pemandian air panas
9	Ahuawali	Desa Ahuawali, Kecamatan Puriala	Pemandangan alam
10	Hutan Savana Osu Unggulino	Desa Osu Unggulino, Kecamatan Puriala	Pemandangan alam
11	Argawana Camp	Kelurahan Puosu, Kecamatan Unaaha	Aktivitas alam (outbound dan berkemah)
12	Air Terjun Meluhu	Kecamatan Meluhu	Air terjun dan Pemandangan Alam
13	Air Terjun Kumopadahu	Desa Lawulo, Kecamatan Anggaberu	Air terjun dan Pemandangan Alam
14	Air Terjun Otodopi	Desa Otodopi, Kecamatan Padangguni	Air terjun dan Pemandangan Alam
15	Air Terjun Solomeronda	Desa Wonuahoa, Kecamatan Lambuya	Air terjun dan Pemandangan Alam
16	Air Terjun Anawai	Kelurahan Sampara, Kecamatan Sampara	Air terjun dan Pemandangan Alam
17	Makam Raja Lakidende	Kelurahan Arombu, Kecamatan Unaaha	Situs Sejarah
18	Makam Permaisuri Lakidende	Kelurahan Arombu, Kecamatan Unaaha	Situs Sejarah

Sumber: Data Sekunder Penelitian, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa Potensi Wisata yang ada di Kabupaten Konawe saat ini berjumlah 18 objek wisata yang tersebar di beberapa Kecamatan. Objek-objek wisata tersebut memiliki daya tarik masing-masing, seperti daya tarik

laut dan pasir putih, daya tarik pantai dan laut, daya tarik panjat tebing, daya tarik pemandian air panas, daya tarik pemandangan alam, daya tarik Aktivitas alam (outbound dan berkemah), daya tarik air terjun dan pemandangan alam, daya tarik sejarah.

Objek wisata yang terkait dengan wisata bahari di Kabupaten Konawe sebanyak 6 objek wisata. Lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut;

Tabel 5.2. Objek Wisata Bahari di Kabupaten Konawe Tahun 2022

No	Objek Wisata	Lokasi	Daya Tarik
1	Pulau Bokori	Desa Mekar, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
2	Saponda Laut	Desa Saponda Laut, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
3	Saponda Darat	Desa Saponda Darat, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
4	Pantai Toronipa	Desa Soropia, Kecamatan Soropia	Laut dan pasir putih
5	Pantai Batu Gong I	Kecamatan Lalonggasumeeto	Pantai dan Laut
6	Pantai Batu Gong II	Kecamatan Kapoiala	Pantai dan Laut

Sumber: Data Sekunder Penelitian, 2022

Pembangunan pariwisata berkelanjutan pada intinya berkaitan dengan usaha menjamin agar sumber daya alam, sosial dan budaya yang dimanfaatkan untuk pembangunan pariwisata pada generasi ini agar dapat dinikmati untuk generasi yang akan datang. Pembangunan pariwisata harus didasarkan pada kriteria keberlanjutan

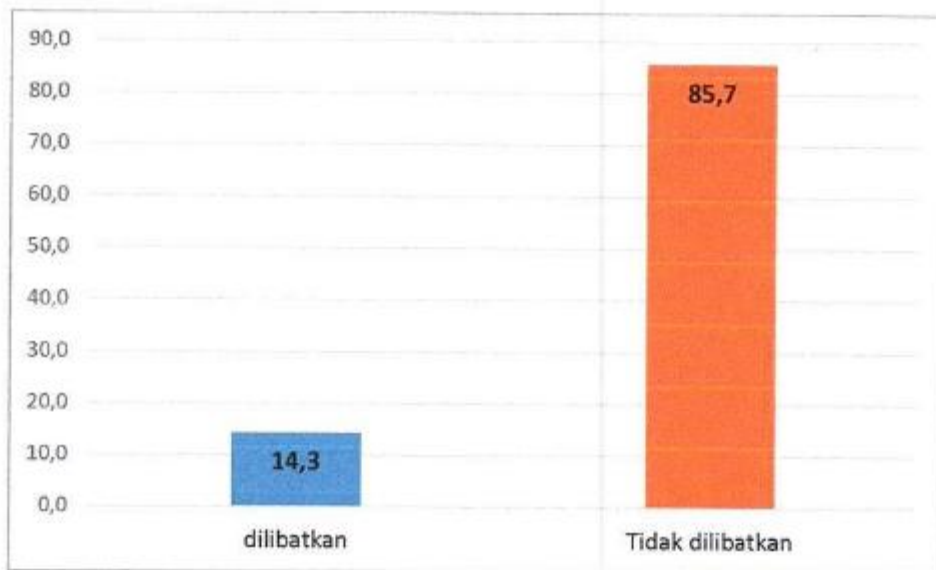
yang artinya bahwa pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat

Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dapat dikenali melalui prinsip-prinsipnya yang dielaborasi berikut ini. Prinsip-prinsip tersebut antara lain partisipasi, keikutsertaan para pelaku (*stakeholder*), kepemilikan lokal, penggunaan sumber daya secara berkelanjutan, mewadahi tujuan-tujuan masyarakat, perhatian terhadap daya dukung, monitor dan evaluasi, akuntabilitas, pelatihan serta promosi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan di kabupaten Konawe belum sepenuhnya dilaksanakan oleh pihak pemerintah, pihak swasta, maupun warga disekitar lokasi wisata di Kabupaten Konawe.

5.1.2. Partisipasi Masyarakat Pada Wisata Bahari di Kabupaten Konawe

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan wisata bahari di kabupaten Konawe belum sepenuhnya melibatkan partisipasi masyarakat maupun pihak swasta. Hal tersebut berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 85% responden penelitian menyatakan bahwa mereka sebagai masyarakat tidak dilibatkan dalam pengelolaan objek wisata di sekitar tempat tinggal mereka, dan hanya sebesar 14,3% responden yang menyatakan bahwa mereka dilibatkan dalam pengelolaan objek wisata di daerah tempat tinggal mereka. Seperti yang ditunjukkan pada gambar diagram berikut;



Gambar 5.2
Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Objek Wisata
di Kabupaten Konawe
(Sumber: Data Sekunder Penelitian, 2022)

Hasil pengolahan data penelitian menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan objek wisata di kabupaten Konawe masih sangat rendah. Sementara itu, partisipasi pihak swasta dalam pengelolaan objek wisata tersebut belum ada sama sekali. Seperti yang dikatakan salah satu informan penelitian, Bapak Basrudin yang mengatakan bahwa;

“Sampe saat ini, saya belum melihat adanya keterlibatan pihak swasta dalam pengelolaan pantai di Batugong ini, dulu pernah ada pihak swasta yang membangun villa untuk disewakan kepada para pengunjung tapi sekarang sudah terbengkalai karena tidak dirawat lagi, kondisi pantai saat ini juga sudah tidak terawat lag seperti dulu., mungkin karena sudah sepi pengunjung jadi orang malas untuk membersihkan pantai”.
(wawancara, 12 September 2022).

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan pihak-pihak swasta dalam pengelolaan objek wisata di Kabupaten Konawe saat ini sudah tidak ada lagi. Salah satu penyebabnya adalah karena mulai berkurangnya minat masyarakat untuk berkunjung di objek wisata pantai yang ada di Kabupaten Konawe.

5.2. Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan Dan Partisipasi Masyarakat Di Kabupaten Konawe

Pembangunan kepariwisataan merupakan salah satu inti dari Undang-Undang Kepariwisata nomor 10 Tahun 2009 yang mana dalam pasal 6 dinyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Pada pasal 7 dinyatakan pula bahwa pembangunan kepariwisataan meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan. Pada Pasal 11 pemerintah bersama Lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menjadi penyelenggara penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan. Untuk jasa informasi pariwisata juga diatur dalam Undang-Undang kepariwisataan pasal 14 dan dijelaskan pada pasal 20 bahwa Setiap wisatawan berhak memperoleh informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata.

Salah satu rujukan terciptanya pengembangan kepariwisataan yang terdapat dalam undang-undang kepariwisataan tersebut adalah pada bab VIII tentang kewenangan pada pasal 32 yang mengisyaratkan pemerintah dan pemerintah daerah menjamin ketersediaan dan penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk kepentingan pengembangan kepariwisataan, dalam menyediakan dan menyebarluaskan informasi Pemerintah mengembangkan sistem informasi kepariwisataan nasional, Pemerintah Daerah dapat mengembangkan dan mengelolah sistem informasi kepariwisataan sesuai dengan kemampuan dan kondisi daerah.

Selain itu pasal 29 juga salah satunya menyebutkan bahwa mengoordinasikan penyelenggaraan kepariwisataan di wilayahnya serta memfasilitasi promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya. Untuk menyelenggarakan pembangunan kepariwisataan yang berkembang maka diperlukannya komunikasi sebagai alat penggerak utama yang melibatkan unsur masyarakat, pemerintah dan pihak swasta sebagai pemilik industri pariwisata.

Pengembangan kepariwisataan berbasis komunikasi pariwisata dibutuhkan guna menghadapi fenomena-fenomena yang yang dihadapi oleh wilayah di mana destinasi berada, demikian juga pada wilayah Kabupaten Konawe yang mana berdasarkan realita masih memiliki beragam permasalahan dalam pengembangan pariwisatanya, terutama pada koordinasi dan ketersediaan dan penyebaran informasi pariwisata kepada masyarakat luas.

Beberapa bidang penting untuk menjadi perhatian pemerintah Kabupaten Konawe adalah :

membutuhkan sebuah oleh icon, slogan atau *mission statement* namun yang terpenting adalah bagaimana bisa menepati janji kepada pasar wisatawan.

Jika pariwisata di Kabupaten Konawe memiliki brand destinasi maka pihak yang berkepentingan dalam pengembangan pariwisata dapat memperlihatkan kepada pasar pariwisata tentang jati diri atau identitas pariwisata di wilayah pesisir tersebut, sekaligus dapat membuat identifikasi yang berbeda dari destinasi daerah pesaingnya. Target yang harus dicapai melalui brand destinasi ini adalah pasar pariwisata, melalui brand destinasi wisatawan dapat mengingat semua elemen unik yang melekat pada kepariwisataan tersebut.

3. Manajemen Pariwisata

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapatkan sebuah hasil bahwa pengembangan pariwisata di Kabupaten Konawe salah satunya diakibatkan oleh lemahnya manajemen pariwisata terutama dalam pengemasan pesan-pesan komunikasi yang diberikan kepada khalayak. Pemerintah Kabupaten Konawe sebagai pihak yang berwenang mengatur dan mengelolah urusan kepariwisataan termasuk kepariwisataan di wilayah pesisir harus dapat menerapkan manajemen komunikasi pariwisata.

Pemerintah Kabupaten Konawe dapat berkoordinasi dengan masyarakat dan pemilik industri pariwisata dalam menerapkan manajemen komunikasi untuk mencapai pengembangan pariwisata yang diharapkan.

Manajemen komunikasi pariwisata yang harus diterapkan adalah manajemen pemasaran pariwisata, manajemen destinasi, manajemen aksesibilitas serta manajemen SDM dan kelembagaan.

Manajemen komunikasi pariwisata membutuhkan sebuah peran pimpinan daerah atau pemimpin penentu kebijakan yang memahami tentang manajemen anggaran dan manajemen alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata. Selain itu berdasarkan hasil penelitian bahwa manajemen pariwisata sangat diperlukan bagi kelangsungan pergerakan pariwisata terutama berbagai macam saluran media komunikasi pariwisata yang bukan hanya ragamnya tetapi pada pengemasan pesan-pesan pariwisatanya.

4. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Perkembangan pariwisata sangat ditentukan oleh masyarakatnya, pemahaman masyarakat pariwisata yang modern menarik kebutuhan mereka pada sebuah informasi termasuk informasi tentang aksesibilitas untuk menjangkau destinasi yang diinginkan.

Beberapa hasil penelitian penulis di lapangan bahwa urutan pentingnya citra destinasi menurut wisatawan menjadikan akomodasi menjadi bagian utama, karena itulah komunikasi transportasi menjadi perlu untuk menjadi perhatian bagi pemerintah yang berwenang dalam pengelolaan kepariwisataan wilayah Kabupaten Konawe

Pemerintah daerah Kabupaten Konawe dapat mengusahakan komunikasi transportasi pariwisata yang tepat bagi pasar sasarnya, yakni

pemerintah berperan aktif untuk berkoordinasi dengan masyarakat, berkoordinasi dengan pemilik industri pariwisata menyangkut media atau alat-alat saluran komunikasi yang dapat berguna dalam penyampaian informasi transportasi pariwisata.

Hasil koordinasi dari pemerintah dan masyarakat serta pemilik industri pariwisata bukan saja hanya sekedar ketersediaan transportasi menjangkau wilayah destinasi tersebut namun lebih pada prinsip kenyamanan, prinsip keamanan, prinsip keterjangkauan, dan prinsip kenangan.

5. Komunikasi Visual Pariwisata

Wilayah pesisir Kabupaten Konawe adalah wilayah dengan segala keindahan dan pesonanya seharusnya bisa menjadi andalan perolehan devisa daerah dalam pembangunannya, untuk mencapai itu pemerintah daerah harus mampu menciptakan sebuah inovasi baru untuk dapat tetap bertahan sekaligus mampu menciptakan pariwisata berkelanjutan.

Pariwisata memiliki peran yang strategis pada peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Peran pemerintah mewujudkan hal tersebut melalui penciptaan inovasi baru yakni salah satunya melalui pemanfaatan teknologi komunikasi untuk menghasilkan komunikasi visual.

Komunikasi visual merujuk pada sebuah desain grafis yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik industri kreatif pariwisata di wilayah Kabupaten

Konawe untuk menghasilkan souvenir, cenderamata, buah tangan bernuansa ikon lokal yang sekaligus dapat menjadi brand pariwisata Kabupaten Konawe. Pada komunikasi visual pariwisata ini pemerintah perlu menjadi jembatan bagi pemilik industri pariwisata untuk dapat berkoordinasi dengan pihak yang potensial seperti pihak perbankan, pasar dan tokoh masyarakat. Melalui koordinasi yang baik antara pemerintah, masyarakat dan pemilik industri pariwisata komunikasi visual komunikasi ini dapat menjadi pendukung proses komunikasi pariwisata berkelanjutan yang mengarah pada perkembangan pariwisata sendiri.

6. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Pariwisata sangat dekat dengan kegiatan penyelenggaraan, penyediaan jasa pariwisata yang terangkum dalam sebuah sektor usaha pariwisata. Sektor usaha ini bukan merupakan bisnis personal namun merujuk pada bisnis sekelompok orang. Olehnya itu, perlu sebuah keterampilan dari masing-masing pihak yang berkepentingan pada usaha ini untuk bagaimana terampil dalam berkomunikasi secara kelompok.

Komunikasi kelompok pariwisata diperlukan untuk mencapai persamaan persepsi antara pihak-pihak yang berkepentingan pada kepariwisataan. Pemerintah Kabupaten Konawe seyogyanya menjadi pihak yang mengkoordinir antar sektor wilayah melibatkan seluruh *stakeholder* dalam usaha pengembangan pariwisata serta menghindari konflik antar kelompok yang kemungkinan bisa terjadi.

7. Komunikasi Online Pariwisata

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sangat berdampak pada pariwisata. Teknologi ini memudahkan wisatawan mencari, hingga mendapatkan layanan wisata dan Komunikasi personal, *mobile dan interactive* sudah berbasis digital. Penggunaan teknologi mengalahkan sistem komunikasi konvensional .

Berdasarkan hasil penelitian bahwa konstruksi komunikasi pariwisata di wilayah pesisir Kabupaten Konawe diuntungkan oleh adanya teknologi ini. Meski demikian perlu adanya penguatan dari pemerintah Kabupaten Konawe kepada pemilik industri pariwisata untuk menghasilkan sebuah konsep bisnis dengan model yang efisien dalam berbagi aset memanfaatkan teknologi informasi melalui pelatihan-pelatihan sadar wisata pada kelompok - kelompok masyarakat untuk merangsang keterampilan masyarakat terlibat dalam industri pariwisata berbasis *online* tersebut.

Lebih jauh lagi bahwa melalui komunikasi pariwisata ini pemerintah dapat berperan langsung untuk melatih kemampuan masyarakat dan pemilik industri pariwisata yakni kemampuan untuk menyimpan (*upload*) informasi di wilayah pesisir, kemampuan mengelola informasi pariwisata dan kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), mampu menyebarkan komunikasi dan mampu mengkonstruksi citra berbasis media *online*.

8. Public Relation

Melihat realita komunikasi pariwisata di wilayah provinsi Kabupaten Konawe yang belum mengerucut pada capaian pengembangan kepariwisataan yang diharapkan maka pihak pemerintah daerah perlu memfungsikan peran dari public relation ini. Melalui fungsi *public relation* tersebut pemerintah daerah dalam pengelolaan kepariwisataan dapat terbantu dari fungsi manajemen untuk menegakkan dan pemeliharaan aturan komunikasi pariwisata demi terciptanya saling pengertian antara pemerintah, masyarakat dan pemilik industri pariwisata,

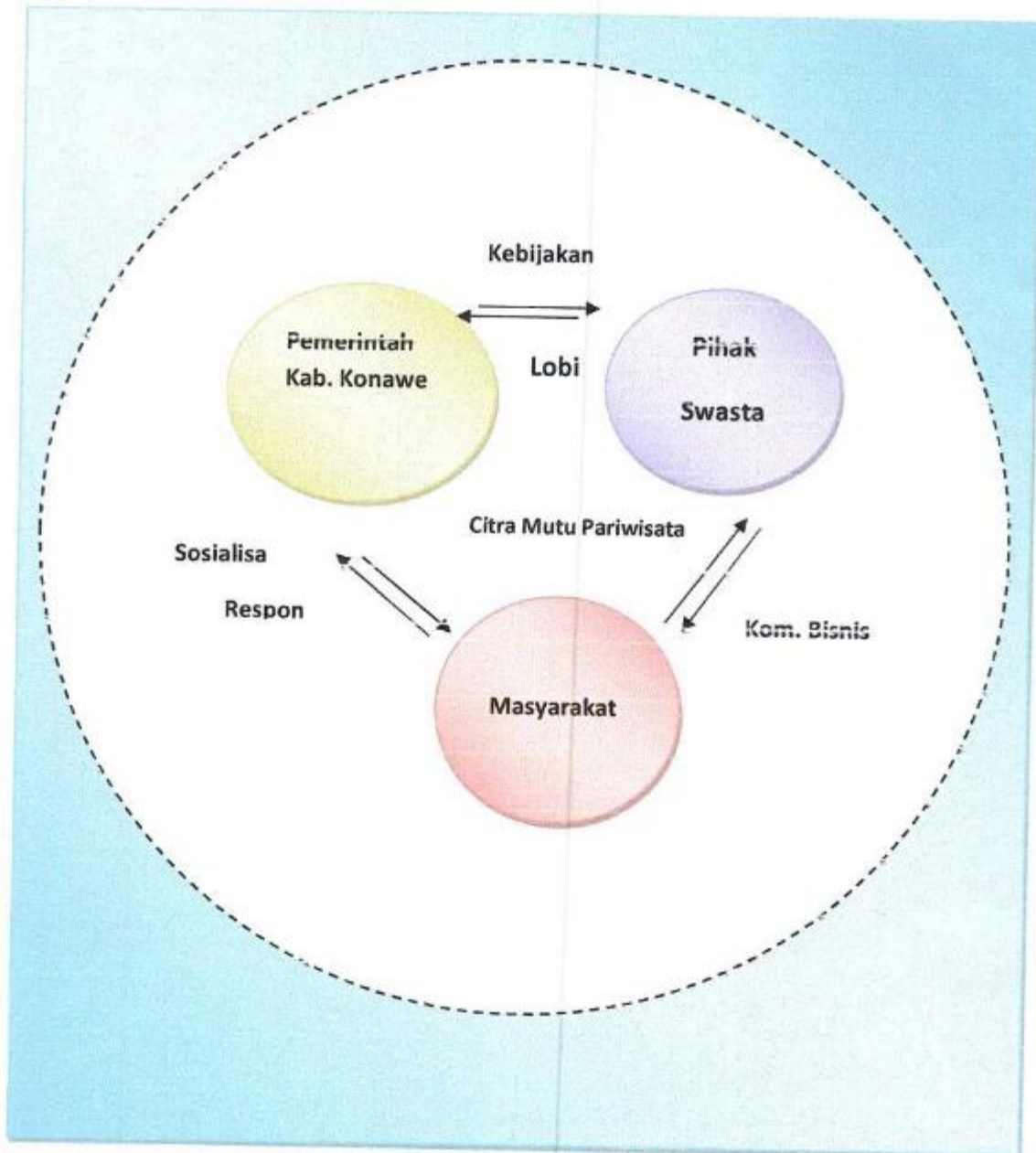
9. Riset Pariwisata

Tak dapat dipungkiri bahwa pariwisata menaruh harapan pada hasil kajian sebuah riset pariwisata, sesuai pada undang-undang kepariwisataan pasal 11 menyebutkan bahwa pemerintah bersama lembaga terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan. Olehnya itu pemerintah Kabupaten Konawe dapat memanfaatkan berbagai penelitian sebagai acuan dalam usaha pengembangan pariwisata di wilayah pesisir.

Jika digeneralisasikan berdasarkan kesimpulan umum bahwa kepariwisataan di wilayah Kabupaten Konawe masih membutuhkan sebuah konsep ideal dalam pengembangan pariwisatanya, maka riset ini menawarkan sebuah konsep komunikasi pariwisata yang diwujudkan dalam sebuah model komunikasi pariwisata yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan untuk menyelesaikan

Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe

persoalan yang sama pada kepariwisataan di wilayah pesisir dan kepariwisataan secara umum dengan model sebagai berikut :



Gambar 5.3
Model Pengembangan Pariwisata Bahari di Kabupaten Konawe
(Hasil Penelitian, 2022)

Gambar 5.3 tersebut adalah sebuah model pengembangan wisata bahari yang diperankan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat. Peran tersebut sekaligus menjadi unsur dalam kepariwisataan yang roda penggeraknya adalah komunikasi.

Dalam model komunikasi pariwisata terdapat 6 saluran dalam proses komunikasi pariwisata yakni :

1. Saluran komunikasi pariwisata dari pemerintah kepada pihak swasta dengan konten menyangkut kebijakan.
2. Saluran komunikasi pariwisata dari pemerintah kepada masyarakat, dimana pemerintah aktif melakukan sosialisasi untuk mencerdaskan masyarakat menuju masyarakat pariwisata.
3. Saluran komunikasi pariwisata dari pihak swasta kepada pemerintah yang mengedepankan lobi sebagai tujuan utama proses ini.
4. Saluran komunikasi pariwisata dari pihak swasta kepada masyarakat melalui komunikasi bisnis untuk mendapatkan manfaat dari kepariwisataan diwilayah mereka.
5. Saluran komunikasi pariwisata dari masyarakat kepada pemerintah adalah sebuah proses komunikasi yang menghasilkan respon masyarakat menyangkut proses komunikasi sebelumnya.
6. Saluran komunikasi pariwisata dari masyarakat kepada pihak swasta memperlihatkan hasil sebuah proses komunikasi yang menghasilkan citra mutu jasa pariwisata.

Inti dari saluran tersebut adalah koordinasi, sebuah koordinasi dalam wujud komunikasi pariwisata yang diperankan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat. Proses komunikasi hanya bisa berjalan atau terjadi jika telah ada pertukaran pengetahuan dan pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat. Komunikasi menjadi suatu proses dimana sebuah ide dialihkan langsung dari seorang sumber kepada satu orang penerima atau lebih, yang memiliki tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka,

selain itu komunikasi juga menjadi sebuah proses dimana dua orang atau lebih yang membentuk dan atau melakukan sebuah pertukaran informasi diantara satu sama lainnya yang pada akhir proses akan tiba masa saing pengertian yang mendalam.

Pertukaran informasi inilah yang mengaitkan antara komunikasi dan pariwisata. Pada model tersebut menggambarkan bahwa komunikasi pariwisata merupakan sebuah aktivitas pemerintah, masyarakat dan pemilik usaha pariwisata untuk saling bertukar informasi mengenai substansi pariwisata yang terdiri dari kegiatan pemasaran pariwisata, penyampaian informasi citra destinasi, pesan - pesan tentang aksesibilitas dan informasi ketersediaan SDM dan Kelembagaan.

Garis besar pada model komunikasi pariwisata tersebut memperlihatkan pentingnya elemen komunikasi yang meringkai secara keseluruhan proses saluran komunikasi pariwisata.

Elemen komunikasi yang terdiri dari komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang diintegrasikan

dengan konsep pariwisata modern seperti pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas pariwisata, serta SDM dalam kelembagaan pariwisata.

Kebijakan yang dimaksud dalam model tersebut adalah sebuah perencanaan dari pemerintah berjangka panjang yang tujuannya adalah pembangunan pariwisata yang lebih maju. Tata cara atau prosedur perencanaan tersebut diwujudkan dalam bentuk pernyataan formal atau dokumen-dokumen yang resmi. Pihak-pihak yang berkaitan atau stakeholder kepariwisataan menjadikan kebijakan dalam bentuk dokumen formal tersebut menjadi acuan atau panduan untuk ditaati dalam usaha pertumbuhan ekonomi pariwisata dan perbaikan kesempatan kerja bagi masyarakat di industri pariwisata. Pengembangan pariwisata harus memiliki sebuah kebijakan yang matang.

Salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam pengembangan kepariwisataan di wilayah pesisir adalah dalam bentuk rencana strategi pembangunan kepariwisataan 2018-2023. Dokumen kebijakan rencana strategi pembangunan kepariwisataan tersebut diwujudkan sebagai hasil analisis terhadap segala potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh wilayah pesisir termasuk pada daya tarik wisatanya.

Saat ini pemerintah provinsi Kabupaten Konawe menjadikan rencana strategi 2018-2023 pembangunan kepariwisataan ini sebagai acuan dan implementasi dalam melaksanakan kewenangan desentralisasi di bidang kepariwisataan.

Namun saja belum dapat menjadi solusi bagi pemerintah Kabupaten Konawe menghadapi persoalan dukungan pelaku pariwisata serta dunia usaha dalam

pembangunan pariwisata yang belum optimal sehingga perlu sebuah konsep yang mengarah pada bagaimana kebijakan tersebut bisa dapat di pahami, dimengerti dan terinternalisasi dalam individu – individu para pemilik usaha jasa dan usaha pariwisata.

Melalui saluran komunikasi pariwisata, peran komunikasi pariwisata pemerintah adalah komunikator kepada pemilik usaha industri pariwisata sebagai komunikannya, prosesnya dikemas menggunakan empat elemen dalam komunikasi pariwisata diantaranya komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang terintergarasi dengan substansi pariwisata. Penyampaian pesan mengenai kebijakan pemerintah kepada pelaku pariwisata tersebut bertujuan untuk membentuk terciptanya saling pengertian dan pemahaman yang sama antara pemerintah dan pihak swasta, agar peran saluran komunikasi dengan konten kebijakan tersebut benar-benar bisa menjadi pengembalian devisa pariwisata pesisir dan secara umum dan dapat mendukung pariwisata daerah di Provinsi Kabupaten Konawe.

Sosialisasi merupakan aktivitas pemerintah kepada masyarakat tentang pentingnya pariwisata, sosialisasi ini juga sekaligus menjadialuran komunikasi pariwisata, pemerintah secara aktif melakukan sosialisasi dengan tujuan mencerdaskan masyarakat menuju masyarakat pariwisata.

Pada model tersebut, peneliti merekomendasikan sebuah tema sosialisasi yakni sosialisasi yang merujuk pada pariwisata berkelanjutan, Pemerintah sebagai komunikator berperan untuk menyampaikan pesan-pesan pariwisata kepada

masayarakat melalui sosialisasi berkaitan dengan pariwisata berkelanjutan dengan isi pesan menyangkut :

(1) *Pariwisata pesisir berkelanjutan* yakni pemerintah sebaiknya mensosialisasikan aturan-aturan untuk dipatuhi oleh masyarakat mengenai hal - hal yang terkait misalnya tata cara dan pengelolaan sarana dan prasarana, pengelolaan sampah-sampah di lokasi destinasi pariwisata, mengajak masyarakat untuk terlibat langsung pada pengambilan keputusan kepariwisataan dan sebagainya yang mengarah pada pengembangan dan keuntungan yang sama oleh semua pihak yang berkelanjutan.

(2) *Pariwisata kerakyatan yang berkelanjutan*. Pemerintah sebagai penentu kebijakan mensosialisasikan langsung kepada tiap-tiap individu dalam masyarakat untuk bagaimana dapat aktif berperan menjaga keberlanjutan eksistensi destinasi agar dapat bermanfaat secara langsung, masyarakat diajak untuk tidak hanya menjadi masyarakat awam pada kepariwisataan di wilayahnya sendiri

(3) *Model kepariwisataan kerakyatan yang tepat di wilayah pesisir*. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman pada masyarakat bahwa model kepariwisataan kerakyatan yang tepat adalah masyarakat dapat menjadi pemilik dan pengelola dengan memanfaatkan potensi dan keindahan alam tetapi harus tetap memperhatikan daya dukung objek agar kerusakan lingkungan dapat terhindari, selanjutnya masyarakat mendapatkan sosialisasi dari pemerintah tentang perlunya masyarakat untuk belajar menambah pengetahuan dan keterampilan , SDM menjadi meningkat menuju konsep pariwisata berkelanjutan.

(4) *isu- terkait dengan pariwisata pesisir berkelanjutan*, hal ini juga perlu disosialisasikan mengingat masyarakat sebagai penjamu harus mengetahui tentang keamanan, kenyamanan dan kebersihan lokasi destinasi, olehnya itu melalui sosialisasi isu-isu pariwisata pesisir, diharapkan masyarakat menjadi paham pentingnya faktor keamanan, kenyamanan dan kebersihan bagi wisatawan dan investor adalah sesuatu hal yang dapat dijual, dimanfaatkan bagi kesejahteraan masyarakat sendiri.

(5) *prinsip-prinsip kepariwisataan yang berkelanjutan*. Sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan pencerahan kepada masyarakat akan prinsip partisipasi, monitor dan evaluasi, pelatihan, promosi, daya dukung, kepemilikan modal masyarakat lokal yang berarti masyarakat harus terlibat langsung pada prinsip pengembangan pariwisata tersebut.

Proses pariwisata tersebut merupakan sebuah proses komunikasi yang dibingkai oleh komunikasi komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang terintergarasi dengan substansi pariwisata.

Lobi merupakan saluran komunikasi pariwisata yang diciptakan oleh pemilik usaha kepada pemerintah, lobi menjadi bagian terpenting bagi pemilik usaha pariwisata, lobi yang dimaksud dalam model komunikasi pariwisata ini bukan hanya sekedar pada teknik- teknik komunikasi yang di gunakan tetapi juga lebih pada konten lobi yang tepat terkoneksi dengan tujuan pengembangan pariwisata yang salah satunya adalah kesejahteraan masyarakat di wilayah destinasi tersebut dan peningkatan PAD secara umum, olehnya itu dalam penelitian ini

merekomendasikan sebuah pesan lobi yang berisikan memprioritaskan masyarakat setempat menjadi bagian dari keberlangsungan usaha pariwisata tersebut.

Pada pesan lobi tersebut juga menjadikan masyarakat sebagai jantung yang berkaitan dengan keamanan, karena masyarakat akan menjaga dan mengamankan kegiatan kepariwisataan sehingga perlu dilibatkan dalam kegiatan usaha pariwisata di wilayah mereka. sekaligus juga dapat memajukan kebudayaan, pelestarian sumber daya alam dan lingkungan yang terjaga menuju pengembangan pariwisata secara luas di Kabupaten Konawe dengan bingkai komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang terintergarasi dengan substansi pariwisata.

Respon merupakan efek dari saluran komunikasi pariwisata sebelumnya. Efek ini diciptakan oleh masyarakat kepada pemerintah sebuah bentuk “ pemberian masukan kembali” karena komunikasi pariwisata juga merupakan sebuah proses aksi reaksi antar individu-individu yang berperan.

Komunikasi dipahami sebagai reaksi (tanggapan) yang diberikan oleh penerima pesan atau komunikan kepada penyampai pesan atau komunikator/ sumber. Selain itu, umpan balik juga dapat berupa reaksi yang timbul dari pesan kepada komunikator (Ardianto,2004:45-47)

Tujuan dari adanya respon dalam model ini adalah untuk menghasilkan sebuah komunikasi harmonis antar masyarakat dan pemerintah. Respon akan memberikan sebuah gambaran tentang seberapa besar respon masyarakat (Komunikator) memahami, mengerti tentang substansi pariwisata yang diberikan oleh

pemerintah (Komunikasikan). Respon ini menjadi salah satunya elemen dalam komunikasi pariwisata untuk melihat apakah komunikasi dari pemerintah dan masyarakat tersebut berhasil atau tidak berhasil dan tentunya terdapat beberapa hambatan.

Pada model tersebut respon memiliki beberapa jenis yang dapat tercipta dari masyarakat kepada pemerintah sebagai komunikator awal yakni :

(1) Internal respon merupakan respon yang dikirimkan oleh masyarakat berdasarkan isi pesan pariwisata tersebut yang disadari langsung oleh masyarakat akan pentingnya substansi pariwisata di wilayah mereka sehingga masyarakat dengan cepat merespon dalam bentuk perubahan perlakuan terhadap kepariwisataan.

(2) Eksternal respon yang bersifat langsung dan tidak langsung terhadap perubahan perilaku mereka pada substansi pariwisata. Respon tersebut dapat berada pada proses komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang terintergrasi dengan substansi pariwisata.

Komunikasi bisnis merupakan salah satu saluran dalam model komunikasi pariwisata ini, yang diciptakan oleh para pemilik usaha pariwisata kepada masyarakat. dalam saluran ini, komunikasi bisnis mengedepankan pertukaran gagasan dan informasi menyangkut substansi pariwisata berbasis ekonomi. Komunikasi bisnis sangat terkait dengan kegiatan pemasaran, periklanan, promosi penjualan, penjualan tatap muka dan hubungan masyarakat.

Model ini merekomendasikan kepada pemilik usaha atau orang yang berperan dalam industri pariwisata di wilayah pesisir memahami bahwa komunikasi bisnis

bidang pariwisata harus melakukan pertukaran informasi yang terus menerus dengan memastikan bahwa pesan-pesan komunikasi yang diberikan kepada masyarakat adalah pesan komunikasi yang terintegrasi secara menyeluruh terhadap konsep-konsep dari substansi pariwisata mengikuti perkembangan komunikasi digital 4.0.

Model ini mengarahkan komunikasi bisnis kepariwisataan di wilayah pesisir mengikuti perkembangan komunikasi digital 4.0 sebagai bentuk adaptasi sektor kepariwisataan yang lebih cerdas, sehingga tujuan kepariwisataan di wilayah pesisir tercapai yakni perkembangan dan kemajuan pariwisatanya menuju kepariwisataan berkelanjutan.

Citra mutu jasa pariwisata adalah hasil dari saluran komunikasi pariwisata yang tercipta dari masyarakat kepada pihak swasta. Model mengarah pada perilaku konsumen dimana dalam kegiatan kepariwisataan seorang calon wisatawan (calon konsumen) akan melakukan penelusuran berbagai informasi sebelum mengambil keputusan untuk membeli, saluran komunikasi pariwisata ini sangat dipengaruhi oleh sistem komunikasi bisnis yang tercipta pada saluran sebelumnya yakni rangsangan yang dikemas oleh pemilik industri usaha dan pariwisata dalam bentuk komunikasi bisnis.

Konsumen atau wisatawan akan melakukan memberikan respon atau umpan balik yang baik jika rangsangan komunikasi bisnis yang menerpanya efektif dengan bingkai komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang terintegrasi dengan substansi pariwisata.

Model komunikasi pariwisata tersebut adalah sebuah proses komunikasi yang mengarah pada pengembangan pariwisata di wilayah pesisir, model ini merekomendasikan pentingnya sebuah unsur-unsur komunikasi mulai dari sumber, pesan, media, komunikasi, respon atau umpan balik menjadi satu kesatuan yang utuh dalam sebuah sistem komunikasi pariwisata di wilayah pesisir, sistem yang bekerja dalam model tersebut berbentuk sirkular dengan maksud agar pihak-pihak yang berkepentingan menjalankan perannya secara terus menerus agar tercipta sebuah pariwisata yang berkelanjutan.

Konsep pariwisata yang berkelanjutan adalah sebuah kegiatan melakukan penguatan yang dapat menggunakan komunikasi sebagai alat penggerak pada sektor inti pariwisata menyangkut bidang komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, public relation dan riset komunikasi pariwisata.

5.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Kawasan Wisata Melalui Pendekatan Berkelanjutan Dan Partisipasi Masyarakat Di Kabupaten Konawe

5.3.1. Pemahaman Kelompok Awam Pada Komunikasi Pariwisata

Kelompok awam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mereka biasanya memandang pariwisata sebagai bagian rekreasi, jalan-jalan, pelesir dan semacamnya, kelompok ini adalah kelompok konsumtif, apatis dan bahkan sebagai kelompok destruktif. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan beberapa hasil bahwa realita

pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas pariwisata dan SDM dan kelembagaan yang dimiliki tidak menjadi bagian perhatian bagi kelompok awam ini, meskipun mereka berdomisili di wilayah pesisir dan dekat dengan kegiatan kepariwisataan. Faktor utama yang membentuk pemahaman kelompok awam ini salah satunya adalah kurangnya jaringan komunikasi yang dibentuk oleh pemerintah setempat dengan masyarakat pesisir sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang stagnan kepada persoalan-persoalan kepariwisataan.

5.3.2. Pemahaman Kelompok Cerdas Pada Komunikasi Pariwisata

Kelompok cerdas pada kepariwisataan pesisir yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kelompok masyarakat yang justru memahami makna pariwisata, kelompok ini pula terdiri dari dua kelompok yaitu (a) kelompok cerdas konsumen pariwisata, mereka terdiri dari wisatawan domestik dan wisatawan internasional. Mereka adalah kelompok konsumen namun kritis terhadap pariwisata, baik dalam negeri maupun luar negeri, (b) kelompok yang meletakkan eksplorasi dan eksploitasi terhadap destinasi untuk kepentingan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan beberapa hasil bahwa realita pariwisata menyangkut pemasaran, destinasi pariwisata, aksesibilitas pariwisata dan SDM dan kelembagaan yang dimiliki oleh masing-masing wilayah pesisir justru menjadi bagian penting untuk menjadi perhatian masyarakat cerdas ini.

Elemen komunikasi pariwisata menjadi elemen penting bagi kelompok cerdas. Beberapa hal yang membentuk pemahaman kelompok cerdas adalah pemahaman

mereka pada hal – hal sebagai berikut :

1. Promosi

Hasil penelitian lapangan memberikan gambaran tentang masyarakat cerdas dan pemahaman mereka tentang substansi komunikasi pariwisata. Masyarakat cerdas cenderung memahami bahwa salah satu yang mendukung kegiatan pemasaran pariwisata di Kabupaten Konawe adalah dalam bentuk promosi seperti iklan dan promosi penjualan jasa pariwisata,

Meskipun berdasarkan realita bahwa pemasaran yang tersaji Kabupaten Konawe masih belum terintegrasi dengan unsur-unsur lainnya, namun masyarakat cerdas mengagap bahwa bentuk promosi melalui pemasangan iklan dan promosi penjualan dianggap memiliki daya tarik yang besar terutama kepada sasarannya yaitu para calon wisatawan. Masyarakat cerdas sangat mendukung bentuk pemasaran melalui penggunaan iklan yang berguna untuk menyebarkan informasi luas kepada khalayak. Para calon wisatawan menjadi tahu apa yang sedang berkembang dan populer untuk mereka kunjungi termasuk informasi tentang jasa penginapan yang mendukung kenyamanan mereka dalam berwisata. kelompok cerdas benar-benar melakukan eksplorasi dan eksploitasi guna mendukung pariwisata pesisir melalui pemasaran pariwisata berbasis bisnis untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

2. Pemanfaatan Media Dan Pengelolaan Pesan–Pesan Komunikasi

Keberadaan destinasi di wilayah pesisir Kabupaten Konawe didukung oleh keberagaman dan keunikannya menampilkan pesona yang seharusnya bisa menarik perhatian wisatawan. Keberhasilan dari kegiatan kepariwisataan membutuhkan

komunikasi pemasaran terntegrasi untuk memperkenalkannya.

Masyarakat cerdas cenderung memahami bahwa pemanfaatan media dan pengelolaan pesan-pesan komunikasi pemasaran dalam memperkenalkan keberadaan destinasi diwilayah pesisir harus benar-benar melibatkan tiga unsur yakni masyarakat, pemerintah dan pihak swasta. masyarakat cerdas ini menginginkan adanya bentuk komunikasi yang digunakan dalam rangka memperkenalkan keberadaan destinasi diwilayah pesisir adalah sirkular untuk menghasilkan proses pemasaran komunikasi yang berkelanjutan. Masyarakat cerdas menafsirkan bahwa komunikasi pemasaran yang mengandalkan promosi melalui pemanfaatan media sebaiknya menyusun pesan-pesan pemasaran dan pengelolaan pesan pariwisata, pembentukan pemahaman masyarakat pesisir tersebut terlihat dari pengetahuan mereka yang mengarah pada pemasaran pariwislata idealnya melibatkan salah satu unsur pengembang pariwisata yakni pengelolah produk dan jasa pariwisata.

Secara umum tergambar bahwa terdapat pemahaman masyarakat diwilayah Kabupaten Konawe yang bertujuan untuk pengembangan pariwisata yakni salah satunya pada masyarakat cerdas. Jika dikaitkan dengan hasil penelitian bahwa realita pariwisata di wilayah pesisir Kabupaten Konawe masih lemah dan tidak terintegrasi, maka yang menyebabkan hal tersebut yakni masih ada hambatan – hambatan dalam proses komunikasi pariwisata sehingga hadirnya pemahaman masyarakat cerdas belum dapat mendongkrak pengembangan pariwisata diwilayah Kabupaten Konawe sesuai yang diharapkan.

3. Bentuk komunikasi

Bentuk komunikasi persuasif komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok dipahami oleh masyarakat cerdas ini sebagai salah satu aspek yang mendukung kegiatan pemasaran di wilayah Kabupaten Konawe, masyarakat cerdas merekomendasikan bahwa salah satu tujuan dari beragamnya bentuk komunikasi yang harus tercipta adalah untuk memberikan keterangan, informasi kepada para wisatawan atau calon wisatawan termasuk menyangkut sarana transportasi dan prasarana jalan menuju destinasi wilayah tujuan wisatawan. Perkembangan teknologi ikut menjadi andil dalam membentuk pemahaman masyarakat terhadap pariwisata, namun demikian wisatawan menginginkan adanya pemanfaatan bentuk komunikasi yang baik dan tepat sasaran agar dapat memberikan informasi yang lebih detail terhadap apa yang diinginkan berdasarkan informasi mereka di wilayah tujuan.

4. Proses Komunikasi

Pemahaman masyarakat cerdas pada proses komunikasi memaknai bahwa dalam proses komunikasi salah satu unsur komunikasi pariwisata penting adalah unsur yang paling terkait dengan SDM pariwisata dalam hal ini merujuk pada pelaku usaha wisata, pelaku usaha yang masuk dalam kategori masyarakat cerdas telah melakukan strategi pemasaran namun, proses komunikasi yang dijalankan belum secara utuh menguatkan peran-peran dari proses komunikasi pariwisata, terlihat komunikator, pesan, media dan komunikasi yang berproses masih diterpa oleh beberapa hambatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hambatan yang menerpa proses komunikasi pariwisata bersumber dari SDM pariwisata. SDM pariwisata sebagai penggerak perputaran komunikasi pariwisata lemah pada bidang kepariwisataan itu sendiri. Salah satu tujuan dari usaha peningkatan keterampilan SDM dalam kegiatan kepariwisataan menggunakan komunikasi persuasif komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok dengan bentuk kerja sama pemerintah adalah untuk menghasilkan SDM yang baik dan terampil agar dapat mendapatkan keuntungan atau laba bagi usaha bidang pariwisata mereka sekaligus menjadi penunjang dalam pengembangan pariwisata di wilayah Kabupaten Konawe

5. Sistem Komunikasi

Memperkenalkan keberadaan destinasi di wilayah pesisir adalah kegiatan komunikasi yang melibatkan unsur-unsur komunikasi untuk bagaimana memberikan informasi tentang segala kombinasi dari produk, layanan, dan juga termasuk pengalaman yang disediakan secara lokal dan terbungkus dalam sebuah sistem komunikasi yang tepat.

Pembentukan pemahaman masyarakat cerdas di wilayah pesisir diawali dari pemahaman dan kepedulian mereka pada proses komunikasi yang tepat dalam usaha perkembangan pariwisata, namun bagi masyarakat cerdas proses komunikasi yang baik harus juga selaras dengan sistem komunikasi yang tepat.

Masyarakat cerdas memahami bahwa semua unsur komunikasi pariwisata berada dalam satu kesatuan yang utuh dan tidak dapat berdiri sendiri. Terdapat komunikator dari unsur masyarakat, pihak swasta dan atau dari pihak pemerintah

yang saling bertukar pesan, terdapat pengemasan pesan yang tepat, penggunaan media yang menyesuaikan sasaran khlayak dan memahami efek yang kemungkinan timbul akibat proses dan sistem komunikasi tersebut.

6. Keaktualan informasi

Untuk menjangkau Kabupaten Konawe seorang wisatawan membutuhkan informasi mengenai aksesibilitas yang lengkap dan mudah didapatkan. bentuk komunikasi dalam membantu wisatawan dan calon wisatawan mengetahui aksesibilitas wisata diwilayah pesisir adalah melalui komunikasi komunikasi sebuah proses komunikasi dan sistem komunikasi yang merujuk pada komunikasi persuasif komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok.

Terkait dengan hal tersebut kelompok cerdas memahami sebuah hal penting dalam memenuhi kebutuhan wisatawan pada informasi kepariwisataan diwilayah pesisir adalah dengan mengoptimalkan semua elemen komunikasi pariwisata yang meringkai wilayah tersebut,

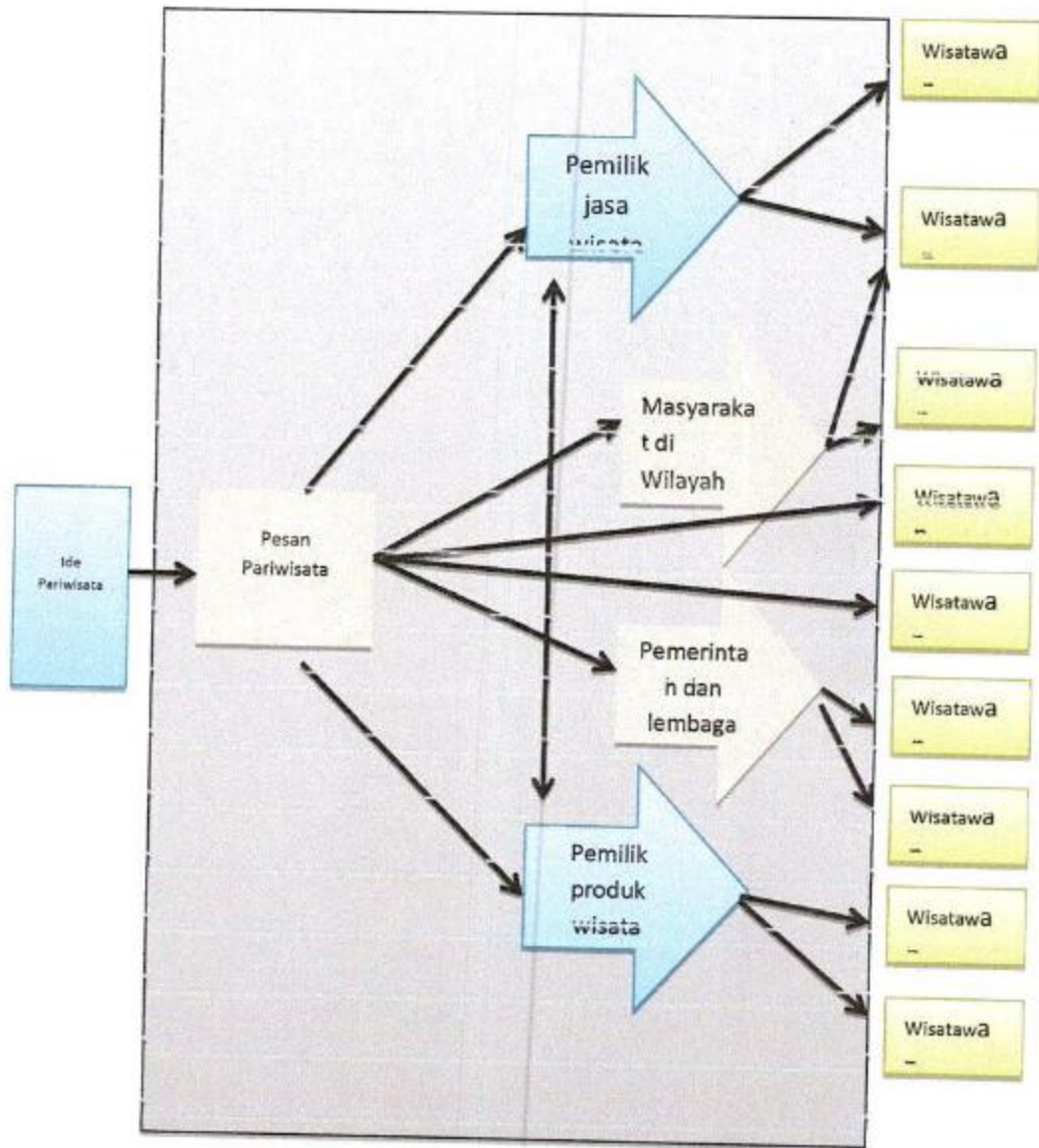
Kelompok cerdas melalui pengetahuan dan pengalamannya merekomendasikan bahwa penting bagi pemerintah dan masyarakat untuk saling berkolaborasi dalam mewujudkan informasi yang tepat guna bagi para wisatawan. Idealnya unsur yang terlibat dalam membantu wisatawan dan calon wisatawan mengetahui aksesibilitas wisata diwilayah pesisir adalah masyarakat, pemerintah dan swasta yang bergerak dibidang pariwisata itu sendiri. Masyarakat cerdas cukup mengetahui bahwa unsur yang terlibat dalam membantu wisatawan dan calon wisatawan mengetahui aksesibilitas wisata diwilayah pesisir ikut membantu

pemasaran pariwisata termasuk produk lokal yang ada di wilayah tersebut.

7. Teknik Komunikasi

Proses komunikasi persuasif komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok pada kegiatan pemasaran pariwisata di Kabupaten Konawe merupakan bagian penting komunikasi pariwisata. Elemen komunikasi pariwisata menjadi satu kesatuan yang perlu dilaksanakan dalam usaha pengembangan dan memajukan kepariwisataan.

Pada teknik komunikasi ini, beberapa tanggapan masyarakat mengarah pada pemahaman mereka bahwa efektifitas komunikasi persuasif komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok digunakan dalam kegiatan pemasaran pariwisata di masing-masing wilayah pesisir belum efektif pada teknik komunikasinya, masyarakat cerdas masih mengkritik bahwa masih terdapat proses komunikasi yang berjalan tidak mengarah pada kepuasan khalayak sasarannya, yang terjadi adalah khalayak tidak mendapatkan informasi yang diinginkan, masih terdapat pesan-pesan komunikasi yang tidak persuasif dan hanya bersifat informatif. Menurut masyarakat cerdas bahwa perlu menciptakan komunikasi interpersonal yang kuat meskipun sederhana melibatkan (1) Masyarakat di wilayah pesisir (2) wisatawan (3) pemerintah dan lembaga terkait, (4) pemillik jasa wisata (5) pemilik produk wisata. berikut gambaran proses komunikasi interpersonal dalam membantu wisatawan dan calon wisatawan mengetahui aksesibilitas wisata di Kabupaten Konawe yang dirangkum berdasarkan rekomendasi dari para masyarakat cerdas dengan gambar sebagai berikut :



Gambar 5.4
Proses Komunikasi Interpersonal Dalam Membantu Wisatawan Dan Calon
Wisatawan Mengetahui Aksesibilitas Wisata Diwilayah Kabupaten Konawe

Gambar 5.4 tersebut memberikan penjelasan bahwa komunikasi interpersonal dalam membantu wisatawan dan calon wisatawan mengetahui aksesibilitas wisata di Kabupaten Konawe berproses dengan melibatkan unsur-unsur yang saling terkait.

Hasil penelitian penulis dilapangan didapatkan bahwa terdapat komunikasi interpersonal dalam kegiatan mengkomunikasikan elemen pariwisata namun strategi dan taktik yang dilakukan masih sederhana yakni komunikasi yang tidak berkelanjutan sehingga tujuan dari komunikasi pemasaran melalui komunikasi interpersonal belum maksimal ditandai dengan beberapa hal diantaranya pencapaian pemasaran pariwisata di wilayah pesisir Kabupaten Konawe yang masih terkendala karena teknik komunikasi yang tidak efektif dan pencapaian keuntungan dari potensi wisata yang dimiliki tidak sesuai dengan target.

8. Manajemen Komunikasi

Wisatawan dan pelaku bisnis sebagai masyarakat yang masuk dalam kelompok cerdas juga memiliki perhatian pada manajemen komunikasi. Masyarakat cerdas berpendapat bahwa dalam hal manajemen komunikasi, kelompok cerdas ini mengapresiasi kinerja pemerintah yang telah berproses dalam perencanaan.

Kelompok cerdas ini mendukung Pemerintah Kabupaten Konawe dalam menyusun rencana strategi guna membentuk kelompok-kelompok masyarakat sadar wisata yang dapat memberikan pelayanan dari apa yang dibutuhkan oleh para wisatawan sebagai salah satu usaha pengembangan pariwisata melalui komunikasi pariwisata yang efektif.

Masyarakat cerdas memahami bahwa dalam pengembangan pariwisata pesisir

di wilayah Kabupaten Konawe membutuhkan keterlibatan pihak yang banyak diantaranya pemerintah, swasta dan masyarakat sendiri.

5.3.3. Pemahaman Kelompok Pegiat Pada Komunikasi Pariwisata

Salah satu penunjang utama pengembangan pariwisata adalah mereka yang termasuk dalam kelompok pegiat. Kelompok pegiat pada kepariwisataan pesisir yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kelompok masyarakat yang memahami makna substansi pariwisata sehingga dapat menentukan masa depan pariwisata diantaranya, unsur pejabat eksekutif, pejabat legislatif, lembaga pemerintah terkait, pemerintah serta tokoh masyarakat dan LSM.

Berikut akan diuraikan pemahaman kelompok pegiat ini sebagai unsur yang dapat menentukan perkembangan kepariwisataan pada wilayah pesisir Kabupaten Konawe yakni menyangkut :

1. Kegiatan Pemasaran Pariwisata

Berdasarkan hasil penelitian bahwa realita pemasaran pariwisata wilayah pesisir di Kabupaten Konawe masih mengalami beberapa kendala memasarkan produk pariwisata sehingga belum menghasilkan sebuah tujuan dalam pengembangan pariwisata. Kendala tersebut menciptakan sebuah realita komunikasi pemasaran yang memperlihatkan kelemahan-kelemahan pada unsur-unsur pemasaran mengakibatkan sebuah pesan pariwisata tidak efektif dan belum memenuhi kebutuhan informasi pariwisata di hati masyarakat secara luas. Pemahaman kelompok pegiat pada pemasaran kepariwisataan wilayah Kabupaten Konawe telah memiliki konsep

yang selaras dengan manajemen pemasaran yang mengusahakan pengelolaan yang baik pada kegiatan penjualan dan penawaran dan mendapatkan keuntungan yang dapat dimanfaatkan bagi masyarakat luas, dengan mengandalkan bentuk dan proses komunikasi yang tepat. Pemahaman kelompok pegiat ini terbentuk dari pengetahuan mereka akan arah pengembangan pariwisata bahwa salah satu fokus pengembangan pariwisata adalah dengan mengoptimalkan perkembangan selain pada infrastruktur pada destinasi.

Pemerintah Kabupaten Konawe mengusahakan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Kelompok pegiat ini menyadari kondisi pariwisata di wilayah pesisir Kabupaten Konawe masih tertinggal dari daerah-daerah lain di wilayah Indonesia dalam mempengaruhi wisatawan agar mau berkunjung. Selain itu kelompok pegiat ini memahami bahwa pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan pemerintah dalam menghasilkan sekaligus menambah pendapatan daerah, karena itu pemerintah Kabupaten Konawe melakukan langkah khusus dalam penanganan pariwisata terutama pada konsep pemasaran pariwisata yang mereka miliki. Beberapa kegiatan pemasaran pariwisata terealisasi namun masih mengalami hambatan mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Pemanfaatan manajemen pemasaran destinasi yang telah dipahami melalui pemilihan pasar sasaran namun belum mampu merangsang keinginan wisatawan mengunjungi wilayah Kabupaten Konawe karena terkendala informasi yang dianggap tidak terintegrasi.
2. Pemahaman manajemen yang diterapkan oleh para pegiat pariwisata di

provinsi Kabupaten Konawe telah berhasil mendapatkan target wisatawan, menjaga dan menumbuhkan wisatatawan namun masih didominasi oleh wisatawan lokal.

3. Melakukan proses komunikasi yang sesuai dengan tujuan pelaksanaan pemasaran pariwisata namun memiliki kelemahan pada teknik menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan peluang-peluang serta keunggulan-keunggulan potensi pariwisata Kabupaten Konawe menyebabkan realita yang lemah.

Pariwisata di wilayah Kabupaten Konawe membutuhkan kelompok pegiat sebagai kelompok yang paling berpotensi dalam mendukung dan peduli terhadap substansi kepariwisataan, beberapa konsep yang ditawarkan oleh kelompok pegiat Diantaranya :

1. Untuk mendorong pertumbuhan wisatawan maka strategi yang dibutuhkan adalah elemen-elemen pemasaran yang terdiri strategi promosi yang tepat.
2. Penggunaan media pemasaran harus mengikuti perkembangan teknologi informasi untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi wisatawan sebelum dan selama berada di lokasi destinasi pariwisata pesisir.
3. Tata waktu branding harus dapat di evaluasi ulang untuk memberikan hasil yang positif bagi perkembangan kepariwisataan diwilayah p Kabupaten Konawe
4. Memberikan pelatihan dan dan edukasi pemasaran pariwisata yang rutin kepada seluruh masyarakat yang berdomisili diwilayah pesisir, agar dapat

memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan yang berkunjung untuk dapat menikmati wisata yang mereka pilih.

5. Membentuk komunikasi kelompok-kelompok masyarakat yang terkait langsung dengan kepariwisataan wilayah pesisir untuk membuka peluang-peluang pariwisata.

Pemasaran pariwisata juga merupakan suatu kegiatan dan proses manajemen biasanya dilakukan oleh organisasi atau lembaga yang bergerak dibidang pariwisata atau industri pariwisata untuk melakukan komunikasi dengan wisatawan secara aktual dan potensial untuk mempengaruhi keinginan, motivasi wisatawan, kebutuhan wisatawan, pemasaran menganalisis apa yang disukai dan tidak disukai oleh wisatawan untuk mencapai kepuasan wisatawan agar mendapatkan keuntungan atau laba bagi pemerintah dan juga bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Pemahaman kelompok pegiat pada pemasaran kepariwisataan wilayah pesisir Kabupaten Konawe merujuk pada pengembangan kepariwisataan itu sendiri. Berikut beberapa strategi pemasaran pariwisata berdasarkan rujukan kelompok pegiat untuk pengembangan pariwisata pesisir Kabupaten Konawe Tenggara melalui pemasaran berikut :

- a. Strategi yang mengarah pada penurunan biaya konektivitas pada saat pasar menurun.
- b. Strategi *Competitive Destination Model* (CDM) dengan metode yang mengikuti perkembangan teknologi informasi, strategi dengan mengandalkan media online ini bertujuan untuk memberikan informasi

kepada khalayak atau calon wisatawan secara kontinyu, seluruh informasi kepariwisataan wilayah pesisir Kabupaten Konawe akan memenuhi semua media sosial yang mereka miliki.

c. Strategi subsidi wisatawan yang ingin berkunjung ke seluruh daerah Kabupaten Konawe, yang bekerja sama dengan pemilik transportasi untuk menjangkau wilayah yang diinginkan oleh para wisatawan. Subsidi akan di kemas sesuai dengan lamanya para wisatawan yang berkunjung di wilayah tersebut.

2. Informasi Aksesibilitas

Pemahaman Kelompok pegiat pada kepariwisataan Kabupaten Konawe menyangkut kegiatan pemasaran, poin selanjutnya menyangkut informasi aksesibilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan. Keberhasilan penyampaian informasi aksesibilitas juga membutuhkan peran dari kelompok pegiat ini.

Informasi aksesibilitas di wilayah pesisir Kabupaten Konawe hanya dapat tersampaikan jika kelompok pegiat ini benar-benar memberikan pengetahuan mereka kepada masyarakat dan pihak swasta.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok pegiat memahami tentang pentingnya komunikasi pariwisata yang ideal, kelompok pegiat memahami bahwa wisatawan yang menjadi jantung bagi perkembangan pariwisata namun harus terukur, jika peningkatan kunjungan wisatawan baik maka ukuran perkembangan pariwisata akan jelas.

Berdasarkan pemahaman kelompok pegiat yang dirangkum oleh penulis dilapangan maka bagi kelompok pegiat menggagap bahwa untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan indikator pendorongnya adalah pada penerimaan informasi aksesibilitas.

Informasi aksesibilitas adalah merupakan kebutuhan pengetahuan masyarakat terhadap kepariwisataan. Berikut tabel informasi aksesibilitas yang paling dibutuhkan.

Tabel 5.3 : Informasi Aksesibilitas Yang Dibutuhkan Wisatawan

Media Penelusuran Informasi	Bentuk Informasi	Ragam Rekomendasi	
1. Radio	1. Informasi yang menghemat uang untuk dapat mengakses seluruh destinasi yang ada diwilayah pesisir yang akan dikunjungi selama berwisata.	(1.) Biaya Transportasi yang murah (2.) Biaya Promo Perhotelan (3.) Biaya kuliner	
2. TV			
3. Film			
4. Surat Kabar			
5. Majalah			
6. Booklet			
7. Folder			
8. Papan pengumuman			1. Kenyamanan mendapatkan jaringan internet (2)
9. Brosur			Kenyamana saat melalui akses jalan ke
10. Poster			Destinasi dan
11. Famplet			Infrastruktur yang

Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe

12. Billboard.		destinasi disekitar	layak
13. Twitter		wilayah pesisir Sawesi	
14. Instagram		Tenggara.	1. Cuaca yang tidak
15. Youtube			ekstrim (2) Kemanan
16. Situs Berita Lokal		3. Informasi tentang	berwisata
17. Situs Berita Nasional		keselamatan dan	sejakberkunjung
		kemanan selama	hingga kembali ke
		berwisata di wilayah	tempat asal
		pesisir	

Berdasarkan tabel 5.3 tersebut maka jawaban informan atas informasi aksesibilitas yang paling dibutuhkan adalah informasi yang menghemat uang untuk dapat mengakses seluruh destinasi yang ada di wilayah Kabupaten Konawe yang akan dikunjungi selama berwisata, informasi yang memberikan gambaran tentang kenyamanan dalam mengakses wilayah destinasi disekitar wilayah Kabupaten Konawe dan informasi tentang keselamatan dan kemanan selama berwisata di wilayah Kabupaten Konawe dengan ragam rekomendasi yang diinginkan dan penggunaan media dalam penelusuran informasi pariwisata yang juga cukup banyak diantaranya media cetak, media penyiaran dan media baru dengan mengandalkan teknologi informasi.

Jika direlevansikan dengan pemahaman masyarakat pegiat maka sangat jelas

bahwa keberadaan masyarakat pegiat ini dapat menjadi penopang dalam pertumbuhan dan perkembangan kepariwisataan di wilayah pesisir, melalui pengetahuan yang masyarakat pegiat ini, dapat memberi manfaat bagi kepariwisataan, meskipun pada kenyataannya realita pariwisata masih sangat lemah namun, kepariwisataan di wilayah pesisir Kabupaten Konawe memiliki orang-orang yang mampu untuk menyumbangkan pengetahuan yang mereka miliki sehingga realita komunikasi pariwisata mestinya dapat lebih baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa usaha yang harus dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Konawe dalam kegiatan pengembangan pariwisata diantaranya:

1. Pemerintah Kabupaten Konawe terus mengusakahan dan terwujudkan pasar *quality tourism* dunia secara menyeluruh.
2. Pemerintah Kabupaten Konawe meng-upgrade destinasi pariwisata yang dimiliki dan berada di wilayah pesisir untuk meningkatkan standar kualitas dan daya penawaran pasar pariwisata.
3. Peningkatan sinergitas lintas stakeholder yang masif antara pihak terkait dipusat dan pihak terkait di daerah.
4. Mengusahakan peningkatan standarisasi destinasi wisata ke satandar dunia.

3. Keberadaan Destinasi

Pemahaman kelompok pegiat dari unsur pemerintahan pada keberadaan wilayah pesisir terbentuk berdasarkan kepedulian mereka pada

pengembangan pariwisata wilayah pesisir di Kabupaten Konawe melalui komunikasi pariwisata. Pengembangan pariwisata wilayah Kabupaten Konawe adalah suatu kegiatan yang harusnya berkelanjutan dengan cara penyesuaian dari hasil evaluasi suatu pengembangan sebelumnya, salah satu yang harus di evaluasi adalah pada elemen destinasi pada keberdaannya. Pemahaman kelompok pegiat dapat membantu perkembangan pariwisata dengan menawarkan bahwa keberadaan destinasi perlu diperhatikan secara detail oleh pemerintah Kabupaten Konawe terutama lembaga terkait untuk bagaimana menciptakan ciri dari ketertarikan wisatawan mengunjungi suatu wilayah destinasi melalui sebuah komunikasi pariwisata.

Pemerintah diharapkan dapat menguatkan semua elemen komunikasi pariwisata agar siap bersaing dengan daerah lain yang memiliki potensi yang sama dengan daerah di Kabupaten Konawe. Selanjutnya mengenai pengembangan kepariwisataan perlu adanya perencanaan pariwisata yang didasarkan atau disesuaikan dengan ciri dari keberadaan destinasi yang kita miliki sehingga daya dukung yang ada menjadi tidak sia-sia, tercipta interaksi jangka panjang untuk pembangunan pariwisata pesisir, kesejahteraan masyarakat dapat meningkat namun tetap memperhatikan daya dukung lingkungan dimasa mendatang.

4. Regulasi Kepariwisataan

Undang-undang nomor 10 dalam pasal 1 butir 3 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan kepariwisataan dan didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah serta pemerintah daerah.

Fasilitas serta layanan yang dimaksud dalam regulasi kepariwisataan tersebut juga berkaitan dengan ketersediaan informasi bagi masyarakat yang ingin mengetahui tentang kepariwisataan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat pegiat memahami bahwa kepariwisataan juga memiliki regulasi, dan regulasi ini yang akan mendukung perbaikan dan pengembangan pariwisata. Masyarakat pegiat beranggapan bahwa regulasi kepariwisataan menjadi payung dalam dunia kepariwisataan salah satunya pada usaha pariwisata seperti jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, penyelenggaraan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insenti, pameran, sebagainya. Berbagai macam kegiatan kepariwisataan tersebut baik usaha jasa pariwisata, usaha produk wisata harus didasarkan pada regulasi pariwisata yang tepat, komunikasi pariwisata tidak dapat dipisahkan dengan regulasi pariwisata.

Menurut Yasril La Eri S.IP, perwakilan dari LSM di Sulawesi Tenggara bahwa :

“Regulasi kepariwisataan menjadi hal yang sangat penting dalam usaha pemerintah mengembangkan kepariwisataan di wilayah pesisir, melalui sebuah komunikasi pariwisata seluruh regulasi yang terkait dengan elemen komunikasi pariwisata dapat tersampaikan kepada masyarakat luas. sebentar lagi kita akan menghadapi MEA atau masyarakat Ekonomi Asean, gambarannya adalah sebuah pasar bebas, arus barang dan jasa yang bebas termasuk investasi arus modal yang sangat bebas pun dengan arus tenaga kerja yang terampil, keseluruhannya harus dihadapi dengan bijak, cerdas, logis dan rasional dari sudut pandang apapun, stakeholder kepariwisataan harus menyadari bahwa menghadapi MEA harus punya strategi apalagi beberapa negara Asean telah bersepakat untuk melakukan integrasi pada 12 sektor termasuk sektor pariwisata, nah menurut saya

pemerintah pusat dan termasuk pemerintah daerah mau tidak mau harus menjalin komunikasi yang kuat agar dapat menciptakan sebuah regulasi yang tepat bagi kepariwisataan kita. Kita harus mengakui kedepannya akan ada, akan hadir usaha jasa pariwisata dari luar negeri beserta para tenaga-tenaga kerja bidang jasa pariwisata untuk Indonesia dari luar negeri, olehnya itu mari bersiap melalui penguatan komunikasi pariwisata untuk bagaimana menciptakan regulasi kepariwisataan dan menyampaikan kepada masyarakat tentang regulasi yang kita miliki. (Hasil Wawancara 2022)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut memberikan penjelasan bahwa pemahaman kelompok pegiat pada regulasi kepariwisataan yang tidak boleh terlepas dari sebuah komunikasi.

Melalui komunikasi pariwisata seluruh regulasi yang ada dalam kegiatan berwisata dapat diketahui oleh masyarakat secara luas, sehingga saat ke lokasi destinasi para wisatawan telah siap untuk mengikuti seluruh regulasi yang telah ditetapkan oleh pemerintah setempat. Selain itu para pemilik usaha produk pariwisata dapat bekerja, menghasilkan keuntungan dengan tetap mengikuti regulasi yang ada melalui informasi-informasi yang telah disajikan.

Pemahaman selanjutnya dari masyarakat pegiat ini mendeskripsikan bahwa pentingnya regulasi pariwisata untuk disebarkan kepada orang – orang yang berkepentingan karena saat ini kepariwisataan Indonesia secara umum dan kepariwisataan daerah, terdampak oleh situasi yang mengharuskan sektor pariwisata menghadapi MEA yang bebas sehingga perlu adanya suatu penguatan komunikasi pariwisata untuk menghadapi hal tersebut.

Pemahaman masyarakat pada komunikasi pariwisata di wilayah Kabupaten Konawe terbentuk atas:

(a) **Masyarakat awam** pemahaman kelompok awam pada komunikasi pariwisata yang tidak tertarik pada persoalan pemasaran, kelembagaan dan sebagainya. Pemahaman ini terbentuk karena masyarakat sebagai memiliki pekerjaan diluar dari kegiatan kepariwisataan. Pemahaman kelompok awam ini terbentuk oleh faktor lemahnya jaringan komunikasi yang di bentuk oleh pemerintah setempat dengan masyarakat pesisir sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang stagnan kepada persoalan-persoalan kepariwisataan.

(b) **Masyarakat cerdas**, masyarakat cerdas ini menjadikan elemen komunikasi pariwisata sebuah hal yang penting mereka. Pembentukan pemahaman ini terlihat dari kecenderungan mereka memahami konsep pariwisata.

Masyarakat cerdas memahami bahwa salah satu yang mendukung kegiatan pemasaran pariwisata di wilayah Kabupaten Konawe adalah dalam bentuk promosi, keinginan mereka mengenal dan memahami seluruh elemen yang mbingkai komunikasi pariwisata, kelompok masyarakat cerdas ini untuk mencoba menggali keterangan-keterangan dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka tentang kepariwisataan.

Penafsiran Masyarakat cerdas mengarah pada pengetahuan mereka akan pentingnya proses komunikasi di variasikan dalam rangka pencapaian tujuan komunikasi pemasaran pariwisata termasuk diwilayah pesisir.

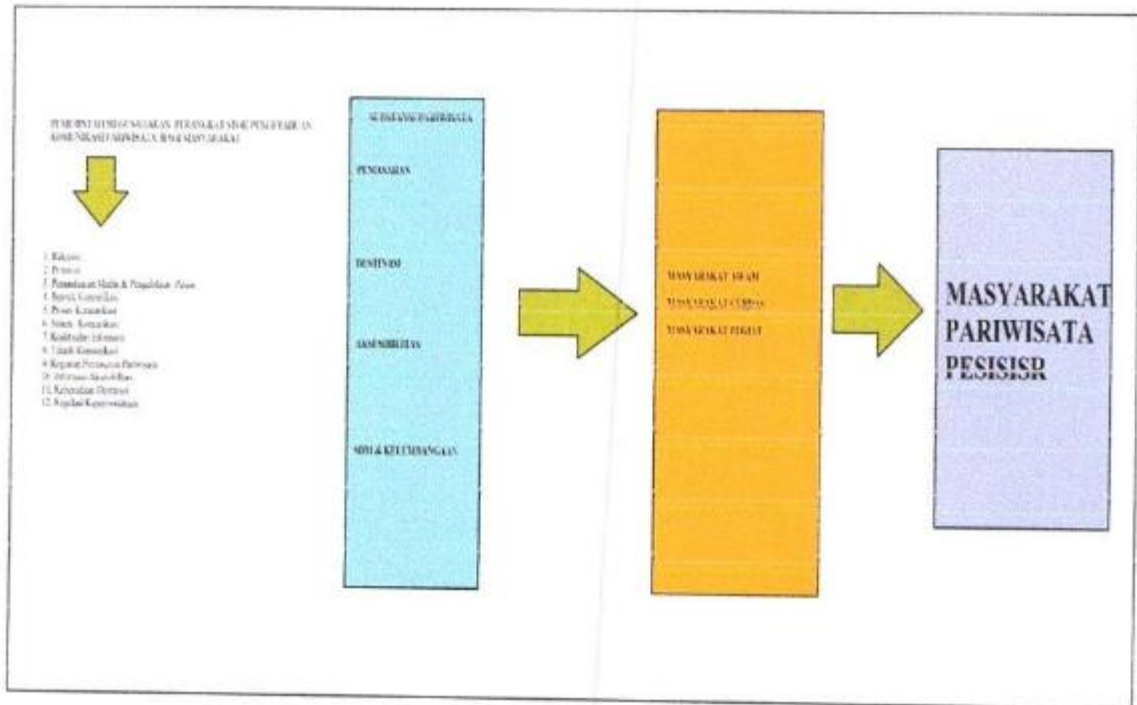
Gambar 5.5 adalah peta piramida, dimana peta piramida tersebut sejalan dengan pendekatan fenomenologi yang akan digunakan untuk memahami berbagai gejala ataupun fenomena sosial dalam masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat pada komunikasi pariwisata di wilayah pesisir Kabupaten Konawe masih mereujuk pada bentuk piramida, yang mana bentuk piramida tersebut memetakan posisi atau keberadaan pemahaman masyarakat masih menempati ruang yang berbeda antara masyarakat pegiat dengan pemahaman komunikasi pariwisatanya paling mendekati dengan puncak substansi, terdapat masyarakat cerdas yang berada di level kedua setelah masyarakat pegiat dan masyarakat awam yang menempati ruang terbawa dari capaian pemahaman substansi pariwisata.

Gambar pemahaman masyarakat dengan bentuk piramida berdasarkan hasil analisa belum dapat menopang dan dijadikan tumpuan dalam pengembangan kepariwisataan di wilayah pesisir Kabupaten Konawe secara umum.

Berikut alur pembentukan pemahaman masyarakat pada komunikasi pariwisata yang dapat dijadikan sebagai salah satu solusi dalam pencapaian pengembangan pariwisata di wilayah provinsi Kabupaten Konawe dan dapat menjadi rujukan bagi daerah-daerah lain yang memiliki permasalahan yang sama.

Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe



Gambar 5.6

Alur Pembentukan Pemahaman Masyarakat Pada Komunikasi Pariwisata

Gambar diatas menjelaskan bahwa untuk menciptakan pariwisata yang bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat, maka perlu peran utama dari pemerintah untuk memperkuat stok pengetahuan masyarakat ke arah yang lebih bermanfaat, seluruh elemen pariwisata perlu dikomunikasikan sehingga dapat menciptakan pemahaman masyarakat yang tidak lagi terbagi dan saling menempati ruang mereka masing-masing. Idelanya adalah seluruh elemen komunikasi pariwisata yang diketahui oleh masyarakat pegiat dan masyarakat cerdas harus pula diketahui oleh masyarakat awam yang berada diwilayah tersebut.

Adanya pemahaman masyarakat pada substansi pariwisata yang awam akan mempengaruhi perkembangan pariwisata pada umumnya, sehingga perlunya penggabungan pemahaman antar masyarakat cerdas dan masyarakat pegiat guna menarik masyarakat awam ke pemahaman yang lebih bermanfaat sehingga yang tercipta bukan lagi peta piramida yang berisi masyarakat awam, masyarakat cerdas dan masyarakat pegiat namun perlu usaha untuk menjadikan satu kesatuan yang utuh dalam sistem pengembangan kepariwisataan berbasis masyarakat dengan sebutan masyarakat pariwisata pesisir (MPP)

Kunci sukses dari pengembangan kepariwisataan di wilayah pesisir adalah melalui perencanaan komunikasi yang strategis dan berdasar kepada kepentingan masa depan masyarakat secara umum. Olehnya itu penguatan komunikasi pariwisata perlu diselaraskan dengan prinsip pembangunan tiap daerah. Sasaran akhir dari sebuah kepariwisataan yang idela adalah peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat yang berada diwilayah tersebut, melalui proses komunikasi pariwisata yang tepat maka akan tercipta pula sistem komunikasi pariwisata yang berkembang.

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1. Kesimpulan Penelitian

Sesuai hasil analisa data yang tertuang dalam pembahasan dan mengacu pada masalah dan rujukan penelitian sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil identifikasi dan deskripsi realita potensi wisata bahari di wilayah Kabupaten Konawe maka dapat dinyatakan bahwa meskipun secara umum komitmen pemerintah Kabupaten Konawe bertujuan untuk mempromosikan potensi wilayah pesisir di Kabupaten Konawe, namun pada keseluruhan elemen komunikasi pariwisatanya yang terdiri dari pemasaran, destinasi, aksesibilitas, juga pada SDM dan kelembagaan belum terlihat saling mendukung dan terkesan berdiri sendiri, salah satu kelemahannya ada pada ketersediaan informasi dan koneksitas jaringan komunikasi yang belum mengombinasikan semua unsur yang diperlukan, selain itu penguatan pengembangan wisata bahari yang berkelanjutan melalui komunikasi pariwisata terkendala pada kurangnya keterampilan masyarakat mempresentasikan komunikasi persuasif, komunikasi kelompok, komunikasi interpersonal akibat dari belum efektifnya usaha pemerintah mengedukasi masyarakat dengan informasi regulasi dan kebijakan publik yang berdampak positif
2. Model komunikasi pariwisata dalam pengembangan wisata di Kabupaten Konawe diperankan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat. Peran

tersebut sekaligus menjadi saluran dalam pengembangan wisata bahari yang roda penggeraknya adalah komunikasi. Inti dari saluran tersebut adalah koordinasi karena proses komunikasi hanya bisa berjalan atau terjadi jika telah ada pertukaran pengetahuan dan pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat. Pertukaran informasi inilah yang mengaitkan antara komunikasi dan pariwisata mengenai substansi pariwisata yang terdiri dari kegiatan pemasaran pariwisata, penyampaian informasi citra destinasi, pesan-pesan tentang aksesibilitas dan informasi ketersediaan SDM dan Kelembagaan. Garis besar pada model pengembangan wisata bahari tersebut memperlihatkan pentingnya elemen komunikasi yang mbingkai secara keseluruhan proses. Elemen komunikasi yang terdiri dari komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok yang diintegrasikan dengan konsep pariwisata modern yang berkelanjutan yang menguatkan aspek **Kebijakan, sosialisasi, lobi, respon, Komunikasi bisnis, dan Citra mutu jasa pariwisata**. Model pengembangan wisata bahari tersebut adalah sebuah proses komunikasi yang mengarah pada pengembangan pariwisata di wilayah pesisir, model ini merekomendasikan pentingnya sebuah unsur-unsur komunikasi mulai dari sumber, pesan, media, komunikan, respon atau umpan balik menjadi satu kesatuan yang utuh dalam sebuah sistem komunikasi pariwisata di wilayah pesisir, sistem yang bekerja dalam model tersebut berbentuk sirkular dengan maksud agar pihak-pihak yang berkepentingan menjalankan perannya secara terus menerus agar tercipta sebuah konsep pariwisata yang berkelanjutan.

2. Berdasarkan hasil temuan dan analisis pemahaman masyarakat pada komunikasi pariwisata di wilayah pesisir Kabupaten Konawe dapat dinyatakan bahwa pemahaman yang dialami oleh masyarakat di wilayah Kabupaten Konawe merupakan stok pengetahuan bagi apa yang ada di lingkungan mereka, pola, aturan dan peran-peran orang dalam kegiatan komunikasi menghasilkan sebuah stok pengetahuan yang diterima oleh masyarakat sehingga menjadi sebuah pemahaman yang secara terus menerus tersajikan. Beragamnya pemahaman masyarakat terbentuk dari pemahaman mereka pada substansi pariwisata, terdapat kelompok awam yang memandang pariwisata sebagai kegiatan berwisata saja, sementara masyarakat cerdas lebih dapat menginterpretasikan substansi pariwisata dalam sebuah tindakan agar mereka dapat memperoleh manfaat kepariwisataan. Hal tersebut dapat terbentuk karena masyarakat cerdas memberikan kerangka referensi yang lebih baik, memiliki perlakuan pada pariwisata yang dapat bermanfaat melalui eksplorasi dan eksploitasi, beberapa dari masyarakat cerdas menjadikan pariwisata untuk kepentingan bisnis. Masyarakat cerdas memahami bahwa dalam pengembangan wisata bahari di Kabupaten Konawe membutuhkan keterlibatan banyak pihak yang diantaranya pemerintah, swasta dan masyarakat sendiri. Pemahaman kelompok pegiat pemahaman kelompok pegiat terbentuk karena adanya pengetahuan mereka pada makna pariwisata, lalu melakukan pembinaan terhadap destinasi, SDM dan kelembagaan adat untuk memperkuat

substansi masyarakat sebagai keunggulan destinasi secara sustainable atau berterusan, namun memiliki beberapa kendala pada konsep, pola komunikasinya, teknik komunikasinya, strategi komunikasinya, serta lemahnya peran orang yang terlibat.

6.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil- hasil penelitian yang telah dikerucutkan dalam uraian kesimpulan, maka dapat diajukan beberapa rekomendasi baik kepada masyarakat, pihak swasta dan pemerintah adalah sebagai berikut :

1. Kepada masyarakat diwilayah Kabupaten Konawe, sebagai salah satu pilar utama dalam kepariwisataan agar dapat memanfaatkan sumber daya alam lokal yang tersedia dan memiliki kesadaran untuk kembali menjadi bagian stakeholder kepariwisataan, melalui usaha peningkatan kemampuan secara finansial dan keahlian yang berkualitas dan berdaya saing tinggi dalam pengelolaan wisata bahari untuk memperoleh manfaat bernilai ekonomi agar tercipta peningkatan kesejahteraan dan taraf hidupnya dengan memanfaatkan peran komunikasi pariwisata sebagai mesin penggeraknya.
2. Kepada pihak pemerintah sebaiknya menguatkan koordinasi dengan pilar lainnya yakni masyarakat dan pihak swasta untuk dapat menyediakan informasi kepariwisataan. Melalui koordinasi dalam wujud komunikasi pariwisata tersebut, pemerintah dapat menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha dalam wisata bahari, terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi, dan memberikan kepastian

hukum dan mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas, sehingga tiga pilar pendukung dalam kepariwisataan dapat berperan dengan baik menuju pariwisata berkelanjutan yang ideal.

3. Kepada pihak swasta yang merupakan pemilik usaha industri jasa dan produk pariwisata untuk dapat meningkatkan daya cipta dan kreasi keseluruhan objek daya tarik destinasi pariwisata menjadi produk yang berdaya saing tinggi dan bernilai, sehingga peran dan fungsinya sebagai penyedia penyelenggara jasa pelayanan bidang pariwisata tidak hanya terkesan mempertahankan produknya namun membentuk strategi matang untuk meraih perhatian dan minat sasaran khalayaknya. Selain itu pemilik usaha pariwisata harus tetap membangun komunikasi sinergi kepada pemerintah dan masyarakat agar pariwisata di wilayah pesisir berkembang secara variatif dan berkelanjutan sehingga ikut mempengaruhi peningkatan pendapatan asli daerah sesuai dengan target yang diharapkan dari sektor pariwisata bahari di wilayah Kabupaten Konawe.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianto. 2004, *Metodologi Penelitian Sosial & Hukum*, Jakarta: Granit.
- Bungin, 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2010, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Fadilah M Fikri, Policy Assesment 2020: Studi Analisis Dampak Covid 19 Ke Sektor Pariwisata Indonesai Serta Respon Kebijakan. The Indonesian Institute Center for Public Policy Research.
- Kementerian Pariwisata. 2016, Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016. Jakarta
- Kotler, Philip, Gery Amstrong, 1997, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga
- LIPI, 2020 Survei Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah Indonesia : Mitigasi dan Persiapan Pemulihan
- Pitana, I.G. dan Gayatri, P.G. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Marwan Asri. 1991, Marketing, Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Jussac M. Masjhoer. 2021. Pengantar Wisata Bahari. Yogyakarta; Khitah Publishing
- M. Hum, Wardiyatama. 2006. Metode Penelitian Pariwisata, Yogyakarta: Andi.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. 1994. Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. sage.
- Moleong, Lexy, J, 2004, "Metodelogi Penelitian Kualitatif", Bandung ; Remaja Rosda Karya..
- Suwantoro. 2007. Pariwisata, Edisi Pertama Kepustakaan Populer. Jakarta: Gramedia.
- Syafie, Inu Kencana. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Mandar Maju.
- Salah Wahab. 1992. Manajemen Kepariwisataaan. Jakarta: Pradyna Paramita.

Model Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Melalui Pendekatan Berkelanjutan dan Partisipasi Masyarakat di Kabupaten Konawe

Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta, 2014.

Warpani P. Suwarjoko, Warpani P. Indira. 2007. Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung: ITB.

Yoeti, Oka. 2008. Ekonomi Pariwisata. Jakarta: Kompas.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata