

KESULTANAN BANJAR SEBAGAI ASET PARIWISATA: KREDIBILITAS SUMBER INFORMASI UNTUK MEMBANGUN PEMAHAMAN MASYARAKAT KABUPATEN BANJAR

Achmad Bayu Chandrabuwono¹⁾, Muhammad Alif²⁾,

^{1),2)} Universitas Lambung Mangkurat
Alamat Email: achmad.chandrabuwono@ulm.ac.id

ABSTRACT

The credibility of the communicator is a determinant of the effectiveness of communication so that the message can be received by the communicant. This in turn will determine the effectiveness of value socialization in building public understanding that the Banjar Sultanate is a cultural tourism asset and moves or changes public attitudes to maintain the cultural heritage. The credibility of the information source is related to the performance of communicators to provide an understanding of the Banjar Sultanate as a Tourism Asset according to the views of the people in Banjar Regency. Alo Liliweri, (2003) Credibility is usually seen, authority and competence, character, self-charisma. In addition (Shimp, 2010) said there are two important properties of credibility as a supporter is the first Expertise, Trust. The method used is a qualitative method. The results showed that the credibility of communicators in building an understanding of the Sultanate of Banjar as an asset of Cultural Tourism in Banjar Regency, South Kalimantan was included in the credible category.

Keywords: Credibility of Communicators, Information, Cultural tourism, Sultanate of Banjar

© 2022 MetaCommunication; Journal of Communication Studies

How to cite: Chandrabuwono, A., B., Alif, M. (2022). Kesultanan Banjar Sebagai Aset Pariwisata: Kredibilitas Sumber Informasi Untuk Membangun Pemahaman Masyarakat Kabupaten Banjar. MetaCommunication; Journal Of Communication Studies, 7(2), 204-215

ABSTRAK

Kredibilitas komunikator menjadi penentu efektifitas komunikasi agar pesan dapat diterima oleh komunikan. pada gilirannya akan menentukan efektivitas sosialisasi nilai dalam membangun pemahaman masyarakat bahwa Kesultanan Banjar sebagai aset wisata budaya dan menggerakkan atau merubah sikap khalayak untuk memelihara warisan budaya tersebut. Kredibilitas sumber informasi berkaitan dengan kinerja komunikator untuk memberikan pemahaman tentang Kesultanan Banjar sebagai Aset Pariwisata menurut pandangan masyarakat di Kabupaten Banjar. Alo Liliweri, (2003) Kredibilitas biasanya yang dilihat, kewenangan dan kompetensi, Karakter, karisma diri. Selain itu (Shimp, 2010) mengatakan ada dua sifat penting dari kredibilitas sebagai pendukung adalah yang *pertama* Keahlian, Kepercayaan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan kredibilitas komunikator dalam membangun pemahaman tentang Kesultanan Banjar sebagai aset Wisata Budaya di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan sudah termasuk dalam kategori kredibel.

Kata Kunci: Kredibilitas Komunikator, Informasi, Pariwisata budaya, Kesultanan Banjar

PENDAHULUAN

Kredibilitas sumber informasi merupakan suatu hal penentu efektifitas komunikasi. Oleh sebab itu, Sosialisasi memerlukan alat yaitu komunikasi untuk menyampaikan sebuah informasi kepada komunikan. Dalam hal ini Informasi yang disosialisasikan adalah tentang Kesultanan Banjar. Masyarakat Banjar khususnya Kabupaten Banjar tetap mengakui adanya pemerintahan darurat yang baru berakhir pada 24 Januari 1905. Selain itu, sejak tanggal 24 Juli 2010, Kesultanan Banjar bangkit kembali ditandai dengan dilantikanya Sultan Khairul Saleh. Kerajaan Banjar terletak di provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Akhir dekade ini masyarakat modern memerlukan pemberitaan atau informasi bukan hanya sesuai dengan fakta, akurat, dan menarik saja akan tetapi juga kecepatan pemberitaan.

Akun Instagram ini dipandang sebagai penyedia informasi yang aktual dan memiliki kecepatan berita yang selalu di *update* setiap saat. Meski tergolong sebagai situs baru, @kesultananbanjar_official memiliki popularitas yang cukup tinggi di Kalimantan Selatan, jika dilihat berdasarkan banyaknya pengikut yaitu 83,1k. Artinya, nilai-nilai Budaya Banjar masih dipertahankan dan diadaptasikan untuk bertahan hidup. Ada kearifan dan keunikan tersendiri dari masyarakat Banjar didalam membangun Kesultanan Banjar. Masyarakat Banjar harus memiliki prinsip guna mempertahankan kearifan lokal mereka. Selain itu, Masyarakat Banjar harus memiliki pemahaman dan kesadaran yang lebih untuk menjaga warisan budaya tersebut. Dalam hal ini proses komunikasi menjadi alat yang dapat dimanfaatkan masyarakat Banjar untuk mewariskan nilai-nilai lokal dalam membangun pemahaman tentang Kesultanan Banjar sebagai asset pariwisata Budaya lokal dan tetap lestari.

Pentingnya memberikan pemahaman, melestarikan dan mengkomunikasikan informasi tentang nilai-nilai budaya dari leluhur ini menjadi sebuah hal penting untuk dilakukan. Hal ini disebabkan pada penelitian yang dilakukan oleh Agung Wibowo, Zaini Rohmad, D. Padmaningrum, dan Bakti Wahyu Utami Universitas Sebelas Maret, (2012) mengatakan menggali sesuatu yang sudah lama ditinggalkan bukan merupakan sesuatu yang naif, namun ini merupakan sebuah introspeksi diri untuk menata kehidupan yang lebih beradab dan berdaya saing dalam berbagai sektor terutama dalam sektor budaya dan pariwisata.

Saat sekarang ini dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat beredar isu tentang kurangnya kredibilitas sumber informasi, khususnya di media online karena

seorang profesional semakin melenceng dari etika keprofesionalannya. Kuat dugaan terjadinya hal-hal seperti itu karena pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan informasi, sehingga sumber komunikasi atau disebut komunikator bukan merupakan suatu hal paling utama namun media online selalu mengutamakan kecepatan dalam penyampaian suatu informasi, sehingga mereka berlomba untuk menjadi yang paling cepat mengabarkan. Akan tetapi, pemenuhan terhadap kebutuhan khalayak akan kecepatan pemberitaan justru tidak memberikan informasi yang baik.

Berdasarkan hal tersebut, asumsi yang dapat dibangun dalam rencana penelitian ini adalah bahwa selain media komunikasi dan pesan tetapi kredibilitas sumber informasi penting untuk diteliti karena akan menentukan efektifitas komunikasi, pada gilirannya akan menentukan efektivitas sosialisasi nilai dalam membangun pemahaman masyarakat bahwa Kesultanan Banjar sebagai asset wisata budaya dan menggerakkan atau merubah sikap khalayak untuk memelihara warisan budaya tersebut.

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah menggali kredibilitas sumber informasi. Alo liliweri (2003) menjelaskan tujuan komunikasi akan tercapai manakala komunikan memahami makna pesan dari komunikator dan memperhatikan (*attention*) serta menerima pesan secara menyeluruh sehingga tercapai persamaan persepsi. Maka dari itu, salah satu unsur pokok yang berpengaruh dalam tercapainya efektivitas komunikasi adalah unsur kredibilitas komunikator.

Salah satu unsur pokok yang berpengaruh dalam tercapainya efektivitas komunikasi adalah unsur kredibilitas komunikator. Liliweri (2003) menyebutkan bahwa beberapa hal yang mempengaruhi kredibilitas seorang komunikator antara lain, pertama, kewenangan dan kompetensi, yakni sejauhmana kewenangan atau kompetensi seseorang untuk mengalihkan pesan-pesan dalam proses komunikasi; kedua, karakter, yakni watak seorang komunikator dalam proses komunikasi, seperti misalnya bagaimana dia menampilkan diri sehingga dipersepsi orang lain secara positif, adil, dihormati, dihargai dan dipercayai; ketiga, karisma, yakni kemampuan seorang komunikator untuk menampilkan diri sebagai sosok yang memiliki kualitas kepemimpinan yang cocok dalam proses komunikasi.

Faktor kepercayaan menjadi point penting yang menjadikan komunikasi akan berlanjut atau tidak. Mempercayai adalah tindakan penerima yang digunakan bersama sebagai hal yang sah dan benar. Mempercayai juga berarti menerima ketulusan orang yang menggunakan informasi bersama-sama. Dengan demikian, terdapat dua jenis hal yang

dipercayai; dipercayainya pesan (atau sumber informasi) dan dipercayainya sumber pesan tersebut (Kincaid dan Schramm, 1987).

Kredibilitas mengacu pada kecenderungan untuk percaya kepada seseorang. Bila suatu sumber informasi seperti pendukung iklan, dianggap dapat dipercaya, sikap khalayak berubah melalui suatu proses psikologis yang disebut internalisasi. Dua sifat penting dari kredibilitas pendukung adalah keahlian dan kepercayaan. Keahlian (*expertise*) mengacu pada pengetahuan, pengalaman, atau keterampilan yang dimiliki seseorang pendukung yang berhubungan dengan topik iklannya. Kepercayaan (*trustworthiness*) mengacu pada kejujuran, integritas dan dapat dipercaya seorang sumber. Sementara keahlian dan kepercayaan tidak saling berhubungan timbal balik, sering kali seorang pendukung tertentu dianggap dapat sangat dipercaya padahal bukan orang yang ahli dibidang tersebut Shimp (2003, dalam Griffin, 2012). Kredibilias Informasi ini merupakan keahlian yang penting untuk digunakan di berbagai lingkungan sehingga pentingnya Kredibilitas Sumber Informasi Untuk Membangun Pemahaman Masyarakat terutama di Kabupaten Banjar

Menurut Spillane (1987), Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perseorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan perjalanan sementara ke tempat yang menarik untuk mencari kesenangan.

Pariwisata dibedakan menurut geografis dan objek pariwisata, antara lain: 1) Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu pariwisata yang memiliki ruang lingkup sempit, memiliki tempat yang tidak banyak dan berlokasi disatu titik saja; 2) Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan berkembang pada wilayah tertentu, regional pada suatu daerah, nasional maupun internasional; 3) Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu pariwisata suatu Negara, dimana wisatawannya berasal dalam maupun luar negara tersebut; 4) Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional, mencakup lebih dari satu wilayah negara; 5) Pariwisata internasional (*international tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atas dikembangkan di banyak negara di dunia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kredibilitas sumber informasi berkaitan dengan kinerja komunikator untuk memberikan pemahaman tentang Kesultanan Banjar sebagai Aset Pariwisata menurut pandangan masyarakat di Kabupaten Banjar. Alo Liliweri,

(2003) Kredibilitas biasanya yang dilihat melalui komponen-komponen sebagai berikut : (1), kewenangan dan kompetensi yaitu pengetahuan. (2), Karakter yaitu bagaimana dia menampilkan diri sehingga dipersepsi orang lain secara positif, adil, dihormati, dihargai dan dipercayai. (3), karisma diri sebagai sosok yang memiliki kualitas kepemimpinan yang cocok Dalam proses komunikasi. Selain itu (Shimp, 2010) mengatakan ada dua sifat penting dari kredibilitas sebagai pendukung adalah yang *pertama* Keahlian (*expertise*) mengacu pada pengetahuan, pengalaman, atau keterampilan yang dimiliki seseorang pendukung yang berhubungan dengan topik iklannya. *Kepercayaan* (*trustworthiness*) mengacu pada kejujuran, integritas dan dapat dipercaya seorang sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor yang paling berpengaruh untuk membangun pemahaman masyarakat lokal ini adalah faktor kredibilitas dari seorang komunikator. Masyarakat Kabupaten Banjar yang notabane adalah masyarakat yang sangat fanatik dengan keislamannya maka menganggap seorang ulama menjadi panutan mereka, salah satunya dalam menerima informasi.

Maka dari itu, masyarakat Kabupaten Banjar meyakini orang Alim atau Ulama di daerah sana sangat kridibel untuk memberikan pesan atau petuah -petuah demi kedamaian masyarakat kabupaten Banjar. Namun dalam hal menyampaikan informasi tentang kesultanan banjar komunikator sangat minim disampaikan oleh para ulama, melainkan oleh dari kalangan pemerintahan.

Janianton (2013) menjelaskan pariwisata dari perspektif pemerintah dijadikan sebagai alat untuk memobilisasi sumberdaya-sumberdaya daerah sehingga pertambahan nilai ekonomi barang dan jasa semakin besar dan dengan demikian proses pembangunan daerah dapat berjalan lebih cepat. Sebab pariwisata daerah dapat mempercepat perbaikan infrastruktur dasar dan menaikkan nilai ekonomi barang dan jasa yang dikonsumsi atau dibeli wisatawan.

Sejalan dengan itu peneliti membahas Kredibilitas pada sumber informasi Kesultanan Banjar untuk memberikan pemahaman masyarakat kabupaten banjar berdasarkan temuan peneliti dilapangan yang mengacu dengan konsep kredibilitas sumber informasi menurut Alo Liliweri (2007) Yaitu:

Kewenangan dan Kompetensi/Keahlian Sumber Informasi Kesultanan Banjar Sebagai Aset Wisata di Kabupaten Banjar.

Sumber informasi atau Komunikator untuk memberikan pemahaman tentang kesultanan banjar dapat dilihat dari indikator kewenangan dan kompetensi. Kewenangan dan kompetensi yang dimaksud menurut Spencer Dan Spencer dalam Palan (2007) adalah sebagai karakter yang paling dasar dimiliki individu yang berhubungan secara kausal dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam menduduki suatu jabatan. Pada prinsipnya sama dengan pengertian kompetensi menurut Stephen Robbin (2007:38) bahwa kompetensi adalah “kemampuan (ability) atau kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan, dimana kemampuan ini ditentukan oleh 2 (dua) faktor yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.

Menurut informen yaitu Bang Andi (34) termasuk zuriyat atau keturunan kesultanan mengatakan bahwasannya yang gencar menegaskan bahwa Kesultanan Banjar layak dilestarikan dan menjadi asset pariwisata adalah Gusti Khairul Saleh. Sultan Gusti Khairul Saleh dalam pidatonya di salah satu media massa mengatakan bahwa mungkin masyarakat memang belum merasakan secara langsung feedback dengan adanya Kesultanan Banjar ini. Karena setelah di hapuskan oleh belanda sejak 1860 dan baru mulai dibangkitkan kembali tahun 2010, sekarang masih tahun 2019 artinya, umurnya masih 9 tahun saat ini, sangat wajar masyarakat belum merasakan timbal baliknya, namun menurut Khairul Saleh bahwa kesultanan ini merupakan asset untuk 20-30 tahun mendatang dan sangat perlu di lestarikan.

Khairul Saleh Menjabat Bupati Kabupaten Banjar selama 2 Periode dari 2005 sampai dengan 2015. Artinya, Sultan Khairul saleh memiliki suatu kompetensi di buktikan dengan terpilihnya sebagai bupati 2 periode yang dipilih oleh masyarakat Kabupaten Banjar sendiri. Sejalan dengan itu, dapat dibilang Khairul Saleh memiliki suatu kemampuan untuk memimpin dan menjalankan suatu tugas/jabatan yang di embannya sehingga dia terpilih untuk memimpin selama 2 periode.

Secara historis yang tertulis pada dokumentasi Kesultanan Banjar yang dibukukan dan ditulis oleh Ahmad Barji (2016) dengan judul “Kesultanan Banjar Bangkit dan Mengabdi” di Ungkapkan bahwa Sultan Suriansyah sebagai Raja pertama Kesultanan Banjar pada tahun 1520-1546 selain sebagai raja sultan Banjar juga aktif menjadi pendakwah. Hal tersebut tidak terlepas karena kesultanan banjar adalah kerajaan Islam. Diantara Sultan Banjar salah satu yang menjadi sultan setelah sultan suriansyah adalah

Sultan Sulaiman yang Memerintah kesultanan diantara tahun 1801 – 1825. Kemudian, Pangeran Abu Bakar Memiliki anak bernama Gusti Jumri. Gusti Jumri ini Adalah Ayah dari Sultan Khairul Saleh. Historis tersebut artinya Khairul saleh adalah kerabat kesultanan dan jika diurutkan kebelakang lagi Khairul Saleh adalah generasi ke 15 dari Sultan Suriansyah.

Melihat historis Khairul Saleh berkaitan dengan latar belakangnya merupakan kerabat dekat dan keturunan para Sultan artinya secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa Khairul Saleh mengerti dan memahami sejarah tentang Kesultanan Banjar. Hal tersebut, bisa dikatakan bahwa Khairul Saleh berkompetensi untuk mensosialisasikan/ menjadi komunikator bahwa Kesultanan Banjar sebagai asset pariwisata kepada masyarakat. Kesultanan banjar dihapuskan belanda secara sepihak pada tahun 1860. Sudah sekitar 200 tahun yang lalu bukan tidak mungkin masyarakat mulai melupakan budaya kerajaan kesultanan banjar ini. kemudian mulai digencarkan oleh Khairul Saleh pada taun 2010.

Sultan Khairul Saleh menyadari hal penting suatu karajaan dapat dijadikan suatu simbol kebanggaan dan sarana untuk melestarikan warisan sejarah, budaya, ajaran agama, seni budayan dan lainnya. Keinginan tersebut didukung oleh pemerintah, melalui permendagri nomer 39 tahun 2007 tentang fasilitas organisasi kemasyarakatan bidang kebudayaan, keraton, dan lembaga adat dalam pelestarian dan pengembangan budaya Banjar termasuk lembaga keraton kesultanan dapat dihidupkan kembali.

Kewenangan dan kompetensi sumber Informasi mengenai Kesultanan Banjar sabagai asset pariwisata adalah Mantan Bupati Kabupaten Banjar Gusti Khairul Saleh juga sebagai Sultan Banjar, Bupati Khalilurahman melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Dewan Kesenian Daerah, Akademisi Sosial dan Budaya serta Kelompok Sadar Wisata dan tokoh masyarakat menurut pemaparan Nurdiansyah, M.AP. Hal tersebut disebabkan karena Mantan Bupati dan Bupati saat ini serta Instansi-instansi terkait telah memiliki peran yang sangat penting dan wewenang dalam mensosialisasikan dan menginformasikan tentang Kesultanan Banjar. Selain itu mereka memiliki keahlian dalam hal sejarah tentang Kesultanan Banjar baik dalam hal membangkitkan kembali atau revitalisasi kebudayaan ini maupun kaitannya dengan budaya dan agama setempat yakni masyarakat di Martapura, Kabupaten Banjar. Maka dari itu, sumber informasi atau komunikator tersebut memiliki wewenang atau kompetensi untuk memberikan pemahaman tentang Kesultanan Banjar sebagai salah satu aset pariwisata kepada masyarakat. Berdasarkan pengamatan

peneliti hal mengenai Kesultanan Banjar ini telah ada upaya nyata yang dilakukan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Banjar yakni Melalui Sosialisasi Gebrak Parawisata. Hal ini baru saja direncanakan pada bulan April 2019 dengan maksud untuk mengenalkan pariwisata agar menarik para wisatawan dari dalam maupun luar negeri, dan salah satunya adalah dengan cara mengajak peran serta masyarakat yang peduli dengan peningkatan wisata. Hasil wawancara dengan Sekretaris Disbudpar, Aidi Hikmatullah menyebutkan bahwa salah satu yang telah dilakukan Disbudpar Kabupaten Banjar adalah memanfaatkan peran pada generasi muda Indonesia yang saat ini sangat aktif di media sosial untuk mempromosikan potensi pariwisata Kabupaten Banjar.

Karakter Sumber Informasi Kesultanan banjar Sebagai Aset Wisata di kabupaten Banjar

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan kepada komunikan. Sejalan dengan itu proses komunikasi yang efektif agar pesan dapat dipahami dan memiliki kredibilitas dapat dinilai dari karakteristik komunikator.

Pendapat lain yaitu Masnur Muslich (2011) menyatakan bahwa karakter merupakan nilai-nilai perilaku manusia yang berhubungan dengan Tuhan Yang Maha Esa, diri sendiri, sesama manusia, lingkungan, dan kebangsaan yang terwujud dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, dan perbuatan berdasarkan norma-norma agama, hukum, tata krama, budaya, dan adat istiadat. Terkait dengan komunikator, yakni watak atau karakter seorang komunikator dalam proses komunikasi, seperti misalnya bagaimana dia menampilkan diri sehingga dipersepsi orang lain secara positif, adil, dihormati, dihargai dan dipercaya.

Berkaitan dengan hal tersebut Kesultanan Banjar yang didirikan oleh Sultan Suriansyah pada perempat abad ke 16M, adalah Kesultanan yang memiliki komitmen tinggi terhadap Agama Islam dan Dakwah, dimana terlihat dari figurits ultan Suriansyah sendiri yang memerankan dirinya sabagai dai atau juru dakwah. Sultan suriansyah juga dibantu oleh sejumlah Ulama dari jawa dan Sultan juga mendukung berdirinya sejumlah masjid yang belakangan menjadi masjid- masjid tua di Banua Anam atau Hulu Sungai. Ahmad Barjie (2016) menjelaskan para Sultan Banjar memiliki pola hidup yang berseberangan dengan gaya hidup belanda yang suka mabuk-mabukan dengan miras, berfoya-foya bergaul bebas dengan perempuan.

Sultan Khairul Saleh sebagai keturunan dari para sultan sebelumnya kemudian, juga sebagai komunikator kesultanan Banjar di era modern. Ahmad Barjie (2016) dalam

bukunya “kesultanan Banjar Bangkit dan Mengabdi” Menjelaskan bahwa terdapat unsur religiusitas yang melekat pada sultan Khairul Saleh. Khairul saleh dalam kehidupan pribadi dan keluarga dikenal seseorang yang taat beragama. Khairul Saleh rutin menggelar pengajian di kediamannya, pada saat menjabat bupati dan sesudah menyelesaikan amanah sebagai bupati Khairul Saleh dekat dan senang bergaul dengan orang-orang saleh, para Ulama, guru agama dan tetuha masyarakat kemudian sering beribadah haji, umrah bersama keluarga dan kerabat kesultanan. Selain itu, Khairul Saleh sering membaur dalam upacara haulan ulama dan peringatan hari-hari besar Islam dan menjadikan sebagai silaturahmi dengan masyarakat.

Mengamati pribadi yang dimiliki Khairul Saleh yang memiliki karakter pribadi yang baik antar sesama manusia dan kepada tuhan. Hal ini sejalan dengan pemaparan teoritis yang digunakan oleh peneliti bahwa kredibilitas seorang komunikator dalam memberi pemahaman masyarakat tentang kesultanan sebagai aset pariwisata. Selain itu, seorang komunikator di Kabupaten Banjar ini sangat mengetahui etika dan norma-norma agama. Maka dari itu, masyarakat Kabupaten banjar menganggap bahwa seorang komunikator yang memiliki karakter seperti orang alim ini memiliki kredibilitas yang baik.

Karisma Sumber Informasi Kesultanan Banjar Sebagai Aset Wisata di Kabupaten Banjar

Karisma dianggap sebagai kombinasi dari pesona dan daya tarik pribadi yang berkontribusi terhadap kemampuan luar biasa untuk membuat orang lain mendukung visi dan juga mempromosikannya dengan bersemangat (Truskie, 2002). Periode kepemimpinan Bupati Gusti Khairul Saleh, beliau adalah salah seorang yang meninisiasi dan gencar melakukan sosialisasi bahwa kesultanan Banjar sudah seharusnya dilestarikan sebagai aset pariwisata. Mantan Bupati Gusti Khairul Saleh senantiasa berbicara atau berpidato tentang kesultanan banjar baik melalui media massa maupun secara personal kepada jajaran pemerintah daerah dan masyarakat. Didalam setiap pidato nya, Khairul Saleh selalu berbicara secara meyakinkan, lugas dan jelas.

Sejalan dengan hal tersebut dari karakteristik Khairul saleh yang baik, memiliki performa tampak religious dan dinobatkan sebagai raja. karena itu, Menurut salah satu informen dan dituliskan dalam buku yang ditulis Ahmad barjie (2016) banyak orang dan jamaah dari mana saja yang pada saat momentum perayaan hari-hari besar Islam banyak yang ingin berfoto dengan Khairul Saleh. Artinya Khairul Saleh memiliki daya tarik pribadi, pesona atau kharisma untuk menggerakkan masyarakat berkontribusi pada

kesultanan Banjar. Namun menurut peneliti tidak hanya sekedar daya tarik tetapi sebagai komunikator untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang Kesultanan Banjar sebagai aset pariwisata membutuhkan konsistensi sosialisasi yang baik kepada masyarakat.

Kepercayaan (trustworthiness) Sumber Informasi Kesultanan Banjar Sebagai Aset Wisata di Kabupaten Banjar

Shimp (2014) Kepercayaan (*trustworthiness*) mengacu pada kejujuran, integritas dan dapat dipercaya seorang sumber yaitu untuk menampilkan diri sebagai sosok yang memiliki kualitas kepemimpinan yang cocok dalam proses komunikasi. Faktor kepercayaan menjadi point penting yang menjadikan komunikasi akan berlanjut atau tidak. Mempercayai adalah tindakan penerima yang digunakan bersama sebagai hal yang sah dan benar. Mempercayai juga berarti menerima ketulusan orang yang menggunakan informasi bersama-sama. Dengan demikian, terdapat dua jenis hal yang dipercayai; dipercayainya pesan (atau sumber informasi) dan dipercayainya sumber pesan tersebut (Kincaid dan Schramm, 1987).

Berkaitan dengan kepercayaan menurut pengamatan peneliti dengan dilantiknya Khairul Saleh sebagai pemimpin yaitu Bupati Kabupaten Banjar 2 periode. Selain sebagai bupati, Khairul Saleh juga dinobatkan sebagai raja muda Kesultanan Banjar pada 12 desember 2010. Artinya Khairul saleh dipercaya oleh masyarakat untuk memimpin daerah mereka.

Selama dua periode sebagai bupati banjar Ahmad Barjie (2016) menjelaskan Peran Khairul Saleh sudah dominan banyak melakukan perubahan termasuk bidang keagamaan. Yaitu mengembangkan kehidupan beragama. Artinya amanah yang diberikan kepada Khairul Saleh berjalan dengan baik. Maka dari itu, kepercayaan yang baik terbangun antara komunikator dan komunikan. Khairul saleh selaku komunikator yang memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kesultanan Banjar sebagai aset pariwisata sangat mudah diterima masyarakat jika sosialisasi-sosialisasi tersebut berjalan dengan rutin.

Kesultanan Banjar bersinergi dengan para ulama hal tersebut dikarenakan para ulama menjadi salah satu orang yang dipercaya oleh masyarakat kabupaten banjar. Maka dari itu kesultanan banjar bersinergi dengan memfasilitasi tempat pengajian ulama, para sultan juga mendorong ulama agar aktif membimbing umat secara tertulis. Menurut pengamatan peneliti hal itu, menyebabkan kendala untuk mensosialisasikan Kesultanan Banjar Sebagai aset pariwisata yang seharusnya sinergitas antara pemerintahan dan

kesultanan dalam hal mensosialisasikan Kesultanan Banjar bisa berjalan beriringan agar tidak terdapat *uncertainty information*.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Islam dan budaya Banjar merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan bermasyarakat beragama. Maka dari itu masyarakat lebih mempercayai Ulama atau Tokoh Agama sebagai komunikator yang kredibel. Selain itu masyarakat luas juga lebih mempercayai informasi yang disampaikan oleh keturunan dari Kesultanan Banjar. Sehingga kebudayaan Kesultanan Banjar yang ada di Martapura, Kabupaten Banjar yang telah digagas oleh Bupati Banjar di era Pangeran Khairul Saleh dan perlu bersinergi dengan Ulama atau Tokoh Agama setempat.

Selain itu kredibilitas komunikator dalam membangun pemahaman tentang Kesultanan Banjar sebagai aset Wisata Budaya di Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan sudah termasuk dalam kategori kredibel, namun masih kurang maksimal karena kurangnya sosialisasi yang rutin dari Pemerintah Daerah dan Kesultanan Banjar. Perlunya upaya pengembangan kebudayaannya akan diarahkan pada rumusan strategi yang disebut sebagai Revitalisasi Kabupaten Banjar sebagai Pusat Pengembangan Nilai-nilai Islami.

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2014. *Integratesd Marketing Communication in Advertising and Promotion*. South Western : Cengage Learning.
- Agung Wibowo, Zaini Rohmad, D. Padmaningrum, dan Bkti Wahyu Utami Universitas Sebelas Maret, (2012). Strategi Komunikasi Masyarakat Samin Dalam Ketahanan pangan Lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 10, Nomor 3, Agustus*.
- Barjie, Ahmad B. 2016. Kesultanan Banjar Bangkit dan Mengabdi, Banjarmasin: Pustaka Banua.
- Bourdieu, Pierre, 1977. *Outline of a Theory of Practice*. (Translated by Richard Nice. Cambridge University Press, Cambridge).
- Bourdieu, Pierre, 1990. *The Logic of Practice*. (Stanford University Press, California).
- Bruinessen, Martin van ,1994. Kitab Kuning, Pesantren, dan Tarekat: Tradisi-tradisi Islam di Indonesia. Bandung: Mizan.
- Carey, James W. 2009. *Communication as culture: essays on media and society*; foreword by G. Stuart Adam. This edition first published 2009 by Routledge 270 Madison Ave, New York, NY 10016, ISBN 0-203-92891-1 Master e-book ISBN

- Damanik, Janianton. 2013. *Pariwisata Indonesia antara peluang dan tantangan*. Yogyakarta : Puspar UGM dan Andi.
- Griffin, EM. 2012. *A'First Look at Communication Theory: Eight Edition*. McGraw Hill. New York.
- Kincaid, Lawrence D. dan Wilbur Schramm, 1987, *Asas-asas Komunikasi Antar Manusia*, (Terjemahan oleh Agus Setiadi), LP3ES Jakarta bekerjasama dengan East- West Communication Institute Hawaii, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, “ Teknik Praktis Riset Komunikasi “, Kencana, Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2001, *Gatra-Gatra Komunikasi Antarbudaya*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Liliweri, Alo. 2003, *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Liliweri, Alo. 2007. *Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Miles, Matthew. B dan Huberman, A. Michael, 1992, *Analisis Data Kualitatif*, (Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi), Universitas Indonesia, Jakarta.
- Moleong, Lexy, J., 2000, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi. Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, Bandung Offset, Yogyakarta.
- Spillane J.J,1987,Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya, Yogyakarta,Kanisius,150 halaman.
- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan