



Perencanaan Komunikasi Pariwisata di Desa Wisata Belangian

Zaidan Fadhlani¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat,
Banjarmasin

Surel: zaidanfadhlan1881@gmail.com

Abstrak. Desa Wisata Belangian berada di Hulu Waduk Riam Kanan, Kecamatan Aranio, Kabupaten Banjar, Diresmikan pada 25 November 2019, oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan dengan harapan bisa meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desanya. Ketiadaan data pengunjung dan minimnya informasi tentang pariwisata yang ada di desa ini membuat penelitian ini hadir untuk mengetahui perencanaan komunikasi pariwisata yang telah dilakukan selama lima tahun terakhir oleh pihak desa. Melalui metode dan pendekatan kuasi kualitatif, dalam kerangka langkah Perencanaan Komunikasi Cangara: 1) menetapkan komunikator, 2) memilih target sasaran, 3) melakukan penyusunan pesan dan 4) memutuskan media dan saluran komunikasi dan Teori Harold Lasswell, yaitu who, says what, in which channel, to whom dan with what effect. Pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Model analisis hasil data Miles dan Huberman. Lokasi Desa Wisata Belangian, Kalimantan Selatan. Hasil penelitian, menunjukkan bahwa peran komunikator lebih banyak diambil oleh tiga posisi penting, yaitu Kepala Desa Belangian, Ketua dan Wakil Ketua Pokok Sadar Wisata Kahung Raya. Kemudian dalam menentukan target sasaran Desa Wisata Belangian belum melakukannya, sehingga ini berdampak pada proses penyusunan pesan yang tidak memiliki segmentasi dan tujuan. Adapun penggunaan media dan saluran komunikasi belum bersifat promotif menjangkau calon wisatawan baru. Sehingga perencanaan komunikasi pariwisata belum dilakukan sepenuhnya oleh Desa Wisata Belangian.

Kata Kunci: Komunikasi Pariwisata, Perencanaan Komunikasi, Desa Wisata.

Cara Sitasi: Fadhlani, Z. (2024). Perencanaan komunikasi pariwisata di desa wisata belangian. *Persuasi*, 01 (1): 56-63.

PENDAHULUAN

Desa Belangian merupakan desa terakhir yang berada di Hulu Waduk Riam Kanan, Kecamatan Aranio, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Diresmikan sebagai desa wisata pada tahun 2019, oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan dengan harapan bisa meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desanya (Susanto, 2019). Memiliki jarak tempuh kurang lebih dua jam perjalanan, dengan menggunakan perahu besar atau kelotok (perahu kecil) dari Pelabuhan Riam Kanan hingga sampai ke Dermaga Desa Belangian. Dari sana pengunjung akan disuguhi pemandangan alam dengan jalan

setapak yang memerlukan beberapa menit perjalanan kaki untuk menuju ke tempat bermukimnya masyarakat setempat.

Kehidupan masyarakat Belangian yang dominan religius, harmonis, rukun dan saling menghargai, semakin menambah kenyamanan dan damai Desa wisata tersebut (Pamsimas, 2021). Diketahui bahwa persepsi masyarakat bernilai sempurna untuk menginginkan desa mereka menjadi wisata alam, menurut data 87,38% masyarakatnya siap untuk terlibat dalam pengelolaan kawasan wisata (Fawzia, 2019). Adapun ketersediaan fasilitas umum, berikut: lapangan bola yang berada di tengah-tengah desa, sekolah dasar, gedung serba guna, homestay dan juga masjid yang menjadi sentra kegiatan keagamaan desa.

Wisata alami yang terdapat di Desa Belangian adalah Gunung Kahung. Hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa wisata ini berpotensi untuk dikembangkan sebagai wisata alam, wisata air dan wisata budaya. Sumber daya alam yang tersedia luas dapat menunjang jasa pariwisata apabila disediakan oleh pengelola (Fawzia, 2019). Beberapa waktu ke belakang, masyarakat setempat juga melakukan upaya pembangunan tambahan akan adanya wisata baru, yaitu Hizbul Wathan Camping Ground.

Pada penelitian yang sudah dilakukan, diketahui bahwa sudah ada upaya pengembangan wisata di Desa Belangian pada tahun 2019 yaitu, 1) peningkatan akses jaringan internet untuk membuat wisatawan mudah dalam bersosial media secara langsung memperkenalkan wisata agar lebih maju dalam segi publisitas, 2) adalah upaya peningkatan daya kinerja listrik untuk mempermudah wisatawan dalam menggunakannya, sehingga dapat merambah media yang lebih luas dalam upaya mengembangkan Desa Wisata (Aprilliady, 2021).

Namun, hambatan kendala tetap hadir dalam upaya mengembangkan Belangian sebagai desa wisata. Seperti perekonomian masyarakat yang masih bersifat lokal dan pengelolaan yang sama dari tahun ke tahun dan pendidikan yang masih terbatas bagi masyarakat, karena mereka hanya memiliki sebuah bangunan sekolah dasar bagi anak-anak di sana. Sehingga apabila ingin mendapatkan pendidikan yang lebih, orang tua harus melepaskan anaknya untuk keluar desa dan bersekolah tingkat lanjut. Menurut data, masyarakat Belangian masih dominan berada di taraf pendidikan lulus sekolah dasar (Aprilliady, 2021). Belum 3 lagi ditambah dengan banyaknya anak muda asli desa yang menempuh pendidikan di luar, memutuskan tidak kembali ke desanya untuk bisa membangun.

Berdasarkan data, jumlah wisatawan yang berkunjung melalui laman resmi destinasiwisata.banjarkab.go.id peneliti tidak menemukan data tersebut. Di sosial media lokal sekalipun, konten yang berkaitan dengan Desa Wisata Belangian masih terbilang sedikit apabila dibandingkan dengan wisata di Kabupaten Banjar lainnya. Secara internal mereka hanya lebih sering menaikkan informasi kegiatan formal desa berupa musyawarah dan keagamaan lokal.

Beberapa hasil review yang tersedia di internet juga memiliki gap hitungan tahun yang jauh antar satu dengan lainnya, meskipun ada beberapa yang baru, namun tulisan tersebut tidak menempati top ranking dalam pencarian kata kunci yang bisa dipastikan hal ini tidak segenar wisata lainnya dalam ranah publikasi yang selalu update berkala dari waktu ke waktu.

Keadaan ini berbanding terbalik dengan Desa Tiwingan Lama, Kecamatan Aranio, Provinsi Kalimantan Selatan dengan wisata Matang Kaladan yang keduanya sama-sama disahkan satu waktu, pada tahun 2019 kemarin. Sebab mereka menjadi salah satu desa wisata yang digemari oleh wisatawan, hingga masuk sepuluh besar dalam Desa Wisata Tingkat Nasional pada tahun 2019 (Zahra, 2022). Sehingga menyebabkan Desa Belangian tertinggal dan belum memenuhi harapan akan meningkatnya kesejahteraan masyarakat di sana ketika dijadikan sebagai desa wisata oleh Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan.

Dalam wawancara pendahuluan, Hekmi Wildani selaku Wakil Ketua Pokok Sadar Wisata Kahung Raya mengatakan: “Bahwa sebenarnya Desa Wisata Belangian sempat memiliki perencanaan terkait penawaran seperti paketan berwisata kepada wisatawan. Namun permasalahan yang dihadapi beberapa tahun belakangan, seperti kurangnya tenaga kepemudaan yang mampu secara tenaga dan pengetahuan untuk bisa membanggunya. Sehingga hal ini hanya menjadi wacana yang masih belum bisa terealisasikan”.

Dalam upaya komunikasi, Belangian masih menggunakan cara lama dan belum menyentuh media sosial lebih jauh. Seperti penggunaan papan pemberitahuan di gerbang kedatangan dermaga dan metode mulut ke mulut dari kepala desa hingga pokok sadar wisata. Semua proses ini berjalan alami dari dahulu tanpa perencanaan yang baik hingga sekarang.

Keterbatasan ini berkaitan dengan kondisi yang sudah dijelaskan, bahwa masyarakat yang memiliki usia produktif untuk bisa mengembangkan sosial media dan membantu penyebaran komunikasi pariwisata ke luar desa masih 5 minim terlibat. Sehingga Desa Wisata Belangian hanya dinikmati oleh kalangan tertentu dan masih terasa asing untuk masyarakat umum.

Maka berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini “Perencanaan Komunikasi Pariwisata di Desa Wisata Belangian” hadir sebagai langkah untuk merangkum dan mendorong hadirnya perencanaan komunikasi dalam agenda pariwisata di Desa Belangian agar lebih baik dan efektif ke depan.

Adapun rumusan masalah yang diturunkan dari latar belakang penelitian adalah Bagaimana perencanaan komunikasi pariwisata yang dilakukan Desa Wisata Belangian selama ini?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai acuan dasar. Adapun pendekatan yang dipakai adalah Kuasi Kualitatif (Desain Kualitatif Semu). Sebab adanya penempatan teori yang akan diperoleh membuat penelitian tidak terlepas pada tradisi sebelumnya. Objek dari penelitian ini adalah perencanaan komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Desa Wisata Belangian.

Informan Kunci di dalam penelitian, yaitu Bapak Aunul Khoir, sebagai Kepala Desa Belangian yang secara langsung memahami kondisi dan situasi Desa Wisata Belangian. Informan utama, yaitu Bapak Hasriyani, sebagai: Ketua Pokdarwis Kahung Raya Desa Wisata Belangian. Kedua, Bapak Juliansyah selaku Ketua RT yang juga aktif setiap hari menjalankan usaha jasa antar jemput pengunjung dengan menggunakan kapal

dari Pelabuhan Riam Kanan menuju Dermaga Desa Wisata Belangian. Serta tambahan lima informan pendukung selaku pengunjung Desa Wisata Belangian.

Adapun teknik pengambilan data menggunakan: wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang di dalamnya terdapat proses: reduksi data (data reduction), penyajian data (display data) hingga penarikan kesimpulan (verification). Triangulasi dan uji keabsahan data menggunakan teknik dan sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menetapkan Komunikator

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa yang seharusnya menjadi komunikator Desa Wisata Belangian adalah Pokok Sadar Wisata Kahung Raya, namun akibat permasalahan dan kendala yang ada membuat peran ini lebih 40 banyak diambil oleh tiga orang, yaitu: Aunul Khoir sebagai Kepala Desa Belangian, Hasriyani dan Hekmi Wildani selaku pimpinan Pokdarwis.

Keadaan di atas tentu belum memenuhi definisi komunikasi pariwisata yang menuntut pemenuhan akan pertukaran informasi secara internal antar anggota dalam manajemen organisasi wisata. Lebih jelas, Bungin (2015) juga mengatakan perlunya keterlibatan peran komunikasi dalam menghubungkan stakeholders untuk bisa membentuk kelembagaan pariwisata yang baik.

Menentukan Target Sasaran

Dalam menentukan target sasaran yang ingin dituju Desa Wisata Belangian tidak memiliki target sasaran. Hal ini berkaitan dengan tumpang tindihnya struktural komunikator yang dimiliki oleh Desa Wisata Belangian, sehingga pengelolaan tidak saling terhubung antar satu objek wisata dengan wisata lainnya. Bahkan untuk sekedar pertemuan dalam upaya membahas pariwisata, baik secara pengembangan ataupun pertukaran informasi komunikasi dari pihak pokdarwis sendiri tidak pernah dilakukan, sehingga dalam perencanaan komunikasi pariwisata masih belum memiliki arah yang pasti ke depan.

Dalam upaya komunikasi pariwisata, hal terpenting adalah upaya memasarkan keunggulan objek wisata yang dimiliki oleh desa. Berdasar pada peran komunikasi yang efektif, yaitu perlu adanya: perhatian, minat, keinginan hingga menghasilkan tindakan. Maka dalam hal ini Desa Wisata Belangian masih belum memenuhi aspek-aspek tersebut, apabila belum dilakukannya penentuan target sasaran dalam perencanaan komunikasi pariwisata ke depan.

Melakukan Penyusunan Pesan

Desa Wisata Belangian juga belum melakukan upaya penyusunan pesan yang bersifat promosi atau ajakan untuk berkunjung demi menjangkau dampak hingga ke luar desa dan calon wisatawan secara umum. Hal ini berhubungan erat dengan belum adanya kinerja kelompok yang baik dari dalam Pokok Sadar Wisata Kahung Raya sebagai komunikator dan belum adanya penentuan target sasaran dalam mengirimkan pesan

promosi kepariwisataan. Menyebabkan proses alur dari awal hingga akhir tidak dapat terlihat dampaknya.

Memutuskan Media dan Saluran Komunikasi

Adapun penggunaan sosial media yang tersedia masih jauh dari pengelolaan yang aktif dan promotif, sebab akun – akun tersebut lebih sering menampilkan kegiatan formal yang dilakukan desa, informasi ini kurang berdampak dalam upaya menyebarluaskan informasi terkait wisata dan promosi yang baik untuk pemasaran dalam kepariwisataan Belangian sebagai desa wisata ke depan. Perlu kiranya pengelolaan sosial media seperti instagram yang sudah ada dikembangkan kembali melalui langkah-langkah perencanaan komunikasi yang baik dan terstruktur ke depan.

Hubungan Terhadap Teori Komunikasi

Penelitian ini mengacu pada Teori Komunikasi milik Lasswell yang di dalamnya berisikan unsur – unsur penting terciptanya komunikasi, yaitu: Who disebut juga sumber yang dikenal sebagai peran komunikator, Says what merupakan isi pesan yang akan disampaikan pada in which channel atau saluran. Isi pesan to whom tersebut diterima oleh peran komunikan sehingga menghasilkan with what effect.

Berdasarkan ini dapat dipahami bahwa dalam Perencanaan Komunikasi Pariwisata di Desa Wisata Belangian yang bertindak sebagai siapa sumber adalah Pokok Sadar Wisata Kahung Raya. Pesan dan Saluran yang dipakai sebagai metode pemasaran dalam kegiatan pariwisata, yaitu melalui mulut ke mulut dari sejak lama. Media sosial juga digunakan namun belum maksimal, sebab keseluruhan proses banyak dilakukan oleh pihak di luar desa seperti masyarakat umum atau pengunjung. Sehingga efek yang didapatkan komunikasi sebagai penerima pesan promosi dari Desa Wisata Belangian pun masih belum dapat menjangkau calon wisatawan umum yang lebih luas.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dalam pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam melakukan Perencanaan Komunikasi Pariwisata selama ini Desa Wisata Belangian melalui Pokok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kahung Raya sebagai komunikator.

Namun dalam upaya menentukan target sasaran dan penyusunan pesan promosi yang masih bergantung dengan pihak lain dan umumnya target sasaran, sehingga menyebabkan hal ini belum maksimal. Dalam pemilihan media sebagai saluran komunikasi, lebih banyak dilakukan melalui metode pemasaran mulut ke mulut dari dahulu. Adapun penggunaan sosial media seperti Instagram juga dilakukan, tetapi minimnya pengelolaan akun dan konten yang belum bersifat promotif juga masih belum menjangkau calon pengunjung dengan lebih luas.

Saran

Terkait komunikator, dalam hal ini berdasarkan pada peran masing-masing di Desa Wisata Belangian:

1. Pembakal Desa Belangian

Melakukan upaya sosialisasi kepada masyarakat untuk terlibat aktif terlebih anak muda desa agar terlibat langsung dalam pengembangan perencanaan komunikasi pariwisata. Serta turun langsung untuk terlibat dalam pengorganisasian kembali Pokok Sadar Wisata agar aktif berjalan kembali, terlebih bidang kehumasan yang menjadi aktor utama dalam komunikasi dari lama.

2. Pokok Sadar Wisata Kahung Raya

Segera melakukan re-organisasi kepemimpinan yang baru dengan struktural yang ada, bisa melibatkan potensi anak muda desa meskipun mereka berada di luar desa. Meningkatkan keterlibatan dominan dari MoU yang telah dilakukan bersama Geopark Meratus dalam upaya pengembangan dan promosi desa.

3. Masyarakat Desa Belangian

Meningkatkan partisipasi terhadap perkembangan desa dan turut menyebarluaskan informasi desa sebagai langkah promosi, sehingga jaringan internal dan wisatawan desa semakin berkembang dan loyalitas pengunjung tetap terjaga.

4. Akun Sosial Media Desa Wisata Belangian

Perlu adanya admin pengelola yang pasti sebagai pemegang akun, sekaligus penambahan narahubung/kontak yang bisa dihubungi. Sehingga wisatawan yang ingin berkunjung bisa mudah mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan tempat wisata.

Perlu adanya penentuan target sasaran dan penyusunan pesan yang bisa disampaikan sebagai konten promosi kepada calon wisatawan. Maka dalam penggunaan sosial media dan saluran komunikasi, penting untuk merancang dan mengatur perencanaan komunikasi Desa Wisata Belangian untuk menunjang jangkauan terhadap calon wisatawan secara umum, baik melalui metode pemasaran mulut ke mulut yang sudah berjalan lama sekaligus penggunaan sosial media dari Desa Wisata Belangian agar dikelola lebih baik, terkhusus konten promotif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. 2021. Metode Penelitian Kualitatif. Cetakan I. Syakir Media Press. Makassar.
- Aprilliady, H. 2021. Strategi Pengembangan Obyek Wisata Kahung Desa Belangian Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan Di Era New Normal. Skripsi. Ekonomi Pembangunan Universitas Lambung Mangkurat. Banjarmasin.
- Aziza, I. 2023. Komunikasi Kelompok Pokdarwis Desa Pa'au Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Sebagai Upaya Pengembangan Desa. Skripsi. Universitas Lambung Mangkurat. Banjarmasin.
- Benjamin, P. Maryani, E. Octavianti, M. (2021) Penggunaan Media Digital Dalam Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Ciburial, Samarang, Garut. COMMUNICATION, VOL. 12 (2) OKTOBER 2021. 107-121.
- Bungin, B. 2008. Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Kencana. Jakarta.

- Bungin, B. 2015. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media. Jakarta.
- Cangara, H. H. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajagrafindo. Jakarta.
- Effendy, O. U. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Fawzia, A. E. 2019. *Strategi Pengembangan Wisata Alam Di Desa Belangian Kecamatan Aranio Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan*. Tesis. Ilmu Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat. Banjarbaru.
- Geopark Meratus. 2023. Rute Timur. Diakses dari <https://meratusgeopark.org/rute-timur/> 17 Maret 2024 (21.51). Pamsimas. 2021.
- Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi. 2021. *Pedoman Desa Wisata (edisi 2)*. KEMENKOMARVES.
- Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. KM/107/KD.03/2021. *Tentang Panduang Pengembangan Desa Kreatif*. Keputusan Menteri/UU
- Kusmiati, Y. 2020. *Komunikasi Pariwisata Pagaralam (Tinjauan Humas Pemerintah)*. FBS Unimed Press. Medan.
- Media Center Kalimantan Selatan. 2023. *Pemprov Kalsel Sosialisasikan Geopark Meratus Di Desa Wisata Belangian*. Diakses dari <https://diskominfomc.kalselprov.go.id/2023/10/25/pemprov-kalselsosialisasikan-geopark-meratus-di-desa-wisata-belangian/> 16 Maret 2024 (14.00).
- Mulyana, D. 2000. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Cetakan dua puluh dua. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Cetakan Sembilan. Rajawali Pers. Depok.
- Purba, B. 2020. *Model Perencanaan Komunikasi*. Cetakan Pertama. Undhar Press. Medan.
- Purnawati, R. 2022. *Komunikasi Pariwisata Kabupaten Tanah Laut Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan*. Skripsi. Universitas Lambung Mangkurat. Banjarmasin.
- Puspita, Amelia. (2019) *Perencanaan Komunikasi Pemasaran: Studi pada PT. Rizma Tour & Travel Banjarmasin*. MUTAKALLIMIN; Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2 (1) Mei 2019.
- Rakhmawati, Y. 2019. *Komunikasi Antarpribadi: Konsep dan Kajian Empiris*. Putra Media Nusantara. Surabaya.
- Ruliana, P., dan P. Lestari. 2019. *Teori Komunikasi*. Cetakan pertama. Rajawali Pers. Depok.
- Samsinar dan Rusnali, A. N. A. 2017. *Komunikasi Antar Manusia: Komunikasi Intrapribadi, Antarpribadi, Kelompok atau Organisasi*. Cetakan Pertama. Giallorossi Publisher. Bone.
- Selangkah Lagi Belangian Menjadi Desa Pertama di Banjar Menuju 5 Pilar STBM. Diakses dari <https://pamsimas.pu.go.id/selangkahlagi-belangian-menjadi-desa-pertama-di-banjar-menuju-5-pilar-stbm/> 30 Juli 2023 (01.32).
- Siforestka.co.id. 2022. *Desa Wisata Belangian*. Diakses dari <https://siforestka.co.id/produk/detail/mandi-angin> 16 Maret 2024 (13.49). Skripsi/Tesis
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. Edisi 3: Cetakan Kelima. Alfabeta. Bandung.
- Suranto. 2019. *Perencanaan dan Evaluasi Program Komunikasi*. Pena Pressindo. Yogyakarta.
- Susanto, D. 2019. *Kalsel Resmikan Desa Wisata Waduk Riam Kanan*. Diakses dari <https://m.mediaindonesia.com/nusantara/273681/kalsel-resmikan-desawisata-waduk-riam-kanan> 30 Juli 2023 (01.24).

- Yusuf, M. F. 2021. Buku Ajar: Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan pertama. Pustaka Ilmu. Yogyakarta.
- Zahra, H. A. 2022. Komunikasi Pemasaran Pokdarwis Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata Matang Kaladan di Kabupaten Banjar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah. Malang.