

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM UPAYA PENERAPAN *SUSTAINABLE TORUSIM DEVELOPMENT* DI KALIMANTAN TIMUR (STUDI KASUS PENERAPAN *SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT* DI PULAU DERAWAN)

Arvina Sandra Oktaviyani¹, Hairunnisa², Fareis Althalets³

Abstrak

Sustainable Tourism Development is one of an inovations or a solutions for east Kalimantan goverment to face economic transformation, with the role of local government, city or district, stakeholder and society, then it will become integrated development which produced Good Governance with concern of standard of living society of east kalimantan province. Communication strategy from Middletown is an accomulation of elements communication which is, communcator, message, media, communicant and the effect to reach the optimal goal which is Sustainable Tourism Development. The goal of this research is for knowing and analysis the implementation of Sustainable Tourism Development in east kalimantan especially derawan island, kecamatan Pulau Derawan, kabupaten Berau. This research is using intrinsic case study. This research is done in Agustus 2018 until September 2018.

Kata kunci : Strategy Communication, Sustainable Tourism Development, Derawan Island

Pendahuluan

Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dan Wakil Presiden Republik Indonesia memiliki sembilan program prioritas kerja yang dinamakan dengan program Nawacita. Salah satu dari sembilan prioritas Nawacita adalah mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik. Strategis ekonomi domestik Indonesia salah satunya adalah sektor pariwisata. Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Indonesia tahun 2015-2019 disusun mengacu pada visi dan misi pemerintah Joko Widodo - Jusuf Kalla sebagaimana yang tertuang pada Nawacita. Sebagai industri jasa, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi dan peran strategis dalam perekonomian

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: vinasandraa@gmail.com

² Dosen Pembimbing, Staf Pengajar Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing, Staf pengajar Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

nasional, diharapkan pariwisata dapat dikembangkan untuk membantu meningkatkan perekonomian Indonesia, melalui target kunjungan wisata mancanegara sebesar 20 juta, dan pergerakan wisata nusantara sebesar 275 juta dari tahun 2015 hingga 2019.

Tahun 2015 hingga pertengahan tahun 2018 pariwisata mendapatkan posisi kedua penyumbang devisa negara Indonesia terbesar setelah minyak sawit mentah.

Tahun 2015 hingga pertengahan tahun 2018 pariwisata mendapatkan posisi kedua penyumbang devisa negara Indonesia terbesar setelah minyak sawit mentah. Setiap provinsi di Indonesia memiliki potensi alam dan budaya yang dapat dikembangkan seperti halnya Daerah Istimewah Yogyakarta memiliki Candi Borobuddur yang pernah menjadi tujuh keajaiban dunia di tahun 2007, Sumatera Utara memiliki Danau Toba yang saat ini menjadi Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), dan Kalimantan Timur memiliki Pulau Derawan yang menjadi Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Transformasi ekonomi Kalimantan Timur di tahun 2030 pasca migas dan batu bara yang saat ini menjadi penghasil terbesar bagi Kalimantan Timur akan digantikan dengan sektor yang dapat diperbarui salah satunya adalah pariwisata.

Strategi komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan, untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat dioperasikan. Dalam upaya penyampaian pesan, ide, gagasan serta informasi lainnya harus terjadi secara vertikal, horizontal dan diagonal agar berjalan secara efektif. Penerapan inovasi *Sustainable Tourism Development* di Kalimantan Timur belum dinyatakan efektif dalam menerapkannya. Kurangnya sumber daya manusia yang memahami tentang pariwisata berkelanjutan merupakan salah satu faktor terjadinya hambatan dalam penyampaian pesan atau inovasi berupa *Sustainable Tourism Development* di Kalimantan Timur.

Selaras dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJPD) provinsi Kalimantan Timur bahwa provinsi Kalimantan Timur akan menjadi daerah yang berbasis pembangunan berkelanjutan, dengan harapan bahwa kedepannya di tahun 2025 masyarakat akan sadar dengan lingkungan hidup yang berbasis ekologi. Pembangunan pariwisata berkelanjutan atau *Sustainable Tourism Development* merupakan prinsip keberlanjutan yang mengedepankan keberlanjutan ekologi, keberlanjutan sosial dan budaya serta keberlanjutan ekonomi. Pariwisata berkelanjutan melibatkan peran masyarakat menjadi subjek untuk mengembangkan destinasi wisata serta meningkatkan perekonomian. Seperti contoh Pulau Derawan yang merupakan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Pulau Derawan merupakan pulau yang memiliki keindahan bawah laut yang diakui oleh wisatawan mancanegara, domestik dan lokal. Hal ini membuat peningkatan kunjungan wisata ke Pulau Derawan membuat masyarakat menjadi subjek dalam aktivitas pariwisata. Masyarakat Pulau Derawan menjadi pelaku industri dengan menyediakan jasa akomodasi, kuliner dan pemandu wisata. Kesadaran ini membantu mempermudah penerapan *Good Governance* dalam pembangunan pariwisata di Kalimantan Timur.

Kerangka konseptual Strategi Komunikasi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Klasik yaitu “*Statos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikianlah, strategi dimaksud adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jendral (*Art of General*), atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Munculnya kata strategi membuat beberapa pendapat ahli yang mengutarakan tentang definisi strategi dan strategi komunikasi.

Middleton (1980) mengatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen – elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Cangara; 2013:61).

Teori Difusi Inovasi

Difusi inovasi merupakan penyebaran ide-ide baru yang dikomunikasikan melalui saluran-saluran tertentu, dalam jangka waktu tertentu, kepada anggota dari sistem sosial. Rogers (1961), “*which is the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters*”. Difusi merupakan suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan pesan - pesan yang berupa gagasan baru.

Inovasi atau gagasan tidaklah mudah diterima secara instan, melainkan melalui beberapa proses yang terdiri dari 5 tahapan, yaitu :

1. Tahapan Pengetahuan (*knowledge*), terjadi ketika individu terpapar dengan keberadaannya inovasi dan memperoleh pemahaman tentang fungsi inovasi.
2. Tahapan mengajak (*persuasion*), terjadi ketika individu membentuk sikap menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap suatu inovasi.
3. Tahapan keputusan (*decision*), terjadi ketika individu terlibat pada suatu kegiatan yang mengarah pada sebuah pilihan untuk mengadopsi atau menolak suatu inovasi.
4. Tahapan implementasi (*implementation*), terjadi ketika individu menetapkan inovasi untuk digunakan.
5. Tahapan konfirmasi (*confirmation*), terjadi ketika individu mencari penguatan tentang inovasi yang telah ada tetapi dia dapat mengembalikan keputusan sebelumnya jika terkena pesan yang bertentangan tentang inovasi.

Tahap selanjutnya dalam proses penerimaan ialah persuasi (*persuasion*) oleh Rogers (Van den Ban & Hawkins:1996:130). Pada tahapan ini ide, gagasan, atau inovasi dipertanyakan untuk menjelaskan tingkat adopsi mereka yang berbeda-beda seperti :

1. *Relative Advantage* (Keuntungan relatif), inovasi memungkinkan untuk mencapai tujuannya dengan baik atau dengan biaya yang lebih rendah dari pada yang telah dilakukan sebelumnya. Sebagai contoh keuntungan relatif

ini di gunakan untuk memberikan petani insentif pada petani, misalnya menyediakan benih dengan harga subsidi. Insentif demikian bisa memotivasi petani untuk mencoba suatu inovasi, tetapi seringkali sulit bagi petani untuk melihat manfaat yang disebabkan oleh beberapa kepentingan.

2. *Compatibility* (kompetabilitas), berkaitan dengan nilai sosial budaya dan kepercayaan, dengan gagasan yang diperkenalkan sebelumnya, atau dengan keperluan yang dirasakan. Jika suatu inovasi gagal setelah diperkenalkan, adopsi serupa akan sulit lagi dilakukan. Perubahan dapat menjadi masalah yang rumit karena lingkungan, dan masyarakatnya juga harus berubah.
3. *Complexity* (kompleksitas), inovasi sering gagal karena tidak diterapkan secara benar. Beberapa di antaranya memerlukan pengetahuan atau keterampilan khusus. Sebagai contoh, adakalanya lebih penting memperkenalkan sekumpulan paket inovasi yang relatif sederhana tetapi saling berkaitan, walaupun kaitan-kaitan tersebut susah dipahami.
4. *Trialability* (dapat dicoba), cenderung mengadopsi inovasi jika telah dicoba dalam skala kecil di lahannya sendiri dan terbukti lebih baik dari pada mengadopsi inovasi dengan cepat dalam skala besar. Inovasi yang cepat menyangkut banyak resiko. Kemudahan untuk dicoba ada hubungannya dengan kemudahan memilah
5. *Obesrvability* (dapat di amati), mereka belajar dengan cara mengamati dan berdiskusi mengenai pengalaman rekannya. Pengamatan mereka seringkali menjadi sebab untuk memulai suatu diskusi. Inovasi yang berhasil dan dapat diserap dengan cepat, maka dalam jangka waktu tertentu inovasi yang berdampak pada pendapatan akan mendapat perhatian bahkan tanpa bantuan sekalipun.

Kategori Adopter

Mengenai tingkat atau derajat penerimaan ide - ide baru (*innovation*) menurut Rogers (Cangara:2013:90-91) terbagi atas lima tingkatan, yakni :

1. Pembaharu (*innovator*) : ialah yang pertama kali tersentuh inovasi. Kelompok ini tidak banyak jumlahnya, diperkirakan hanya 2.5 persen dari jumlah keseluruhan target sasaran. Mereka mereka umumnya adalah orang-orang yang gandrung untuk melakukan perubahan karena mobailitasnya yang tinggi keluar kota, dekat dengan agen pembaharu, dan pada umumnya masih berusia muda sehingga tidak takut mengambil resiko.
2. Penerima awal (*early adopters*) : ialah mereka yang tersentuh inovasi setelah kelompok inovator memperkenalkannya. Mereka adalah kelompok yang terintegrasi dengan sistem sosial yang ada. Biasanya mereka menjadi tempat bertanya dan dimintai pertimbangan dari orang - orang yang ada disekitarnya. Jumlahnya relatif tinggi, yakni 13.5 persen dari jumlah target sasaran.
3. Penerima mayoritas awal (*early majority*) : ialah mereka yang tersentuh inovasi setelah penerima inovasi sebelum anggota kelompok lainnya menerima inovasi tersebut. Mereka tidak tergolong kelompok pimpinan yang menerima pembaruan. Mereka menjadi penghubung antara penerima dini

(*early adoptes*) dengan penerima lambat (*late adopters*). Jumlah kelompok ini berkisar 34 persen dari jumlah keseluruhan target adopter.

4. Penerima mayoritas lambat (*late majority*) : ialah mereka yang menerima inovasi baru setelah rata - rata anggota lainnya menerima lebih awal. Mereka menerima setelah melihat inovasi membawa keuntungan pada orang lain. Jumlah penerima mayoritas lambat kira - kira sama dengan jumlah penerima awal, yakni 34 persen.
5. Kelompok pengikut (*laggard*) : ialah mereka yang tergolong penerima akhir dari sistem sosial yang ada. Mereka tidak punya pendapat dan berada di luar jaringan sosial namun masih dekat pada kelompok mayoritas lambat. Mereka menerima inovasi setelah hampir semua orang di sekelilingnya merasakan manfaatnya. Jumlahnya sekitar 16 persen, cenderung konservatif, lambat, dan tradisional.

Sustainable Tourism Development

Definisi yang diungkapkan oleh *World Commission on Environment and Development* pada tahun 1987 (Basuki:2015:56) sebagai aktivitas pembangunan yang mengakomodasikan kepentingan generasi masa kini tanpa merugikan kepentingan generasi yang akan datang : “*Development that meets that needs of the present without compermising the ability of future generations to meet their own needs*”. Istilah pembangunan itu sendiri mengacu pada suatu proses perubahan yang didasarkan kepada keinginan suatu masyarakat bangsa ke arah yang lebih baik. WTO (*World Trade Organization*) tahun 1993 mengedepankan prinsip-prinsip pembangunan yang mencakupi, *Ecological Sustainability*, *Social and Culture Sustainability*, dan *Economic Sustainability*, baik untuk generasi sekarang maupun generasi yang akan datang (Wimbo:2012:13).

Pembangunan pariwisata harus ditopang daya dukung ekologis yang berkelanjutan , dengan mengedepankan prinsip ekonomi, azas keadilan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Mandat serupa juga terungkap dan ditekankan pada pertemuan - pertemuan tingkat dunia, seperti WTO (*World Trade Organisation*) dan Agenda 21 (Sukma Arida:2016:18).

Berdasarkan mandat dan konsensus - konsensus , pada akhirnya pembangunan pariwisata berkelanjutan, ditetapkan berdasarkan syarat dan kriteria tertentu diantaranya :

1. Secara ekologi berkelanjutan, yaitu pembangunan pariwisata tidak menimbulkan efek negatif bagi ekosistem setempat. Selain itu konservasi merupakan kebutuhan yang harus diupayakan untuk melindungi sumber daya alam dan lingkungan dari efek negatif pariwisata.
2. Secara sosial dapat diterima, yaitu mengacu kepada kemampuan masyarakat lokal untuk menyerap aktivitas pariwisata tanpa menimbulkan konflik sosial.
3. Secara kultural bersifat adaptif, artinya masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang cukup berbeda (*tourism culture*).
4. Secara ekonomis menguntungkan, artinya keuntungan yang diperoleh dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Konsep Ekowisata

Sekitar tahun 1980-an lahir suatu konsep *alternative tourism*, yang memberikan kritikan terhadap paradigma lama tentang pariwisata. Dikatakan, pembangunan pariwisata merupakan pembangunan yang masif, eksploitatif, cepat, dan tidak memperhatikan kepentingan masyarakat lokal. Paradigma ini akhirnya tegeser seiring dengan semakin meningkatnya peran dan kesadaran masyarakat lokal. Sudut pandangn *ecotourism* (ekowisata) akhirnya diambil sebagai paradigma baru untuk mengakomodir pariwisata pro masyarakat lokal (Sukma Ardia:2016:19).

Fennel, tahun 1999 (Sukma Arida:2017:15) merupakan wisata berbasis alam yang berkelanjutan dengan fokus pengalaman dan pendidikan tentang alam, dikelola dengan sistem pengelolaan tertentu dan memberi dampak negatif paling rendah terhadap lingkungan, tidak bersifat konsumtif dan berorientasi pada lokal (dalam hal kontrol, manfaat yang dapat diambil dari kegiatan usaha). Menurut pakar ekowisata di Indonesia G. Sudarto tahun 1998 ekowisata didefinisikan sebagai penyelenggaraan kegiatan wisata yang bertanggung jawab di tempat-tempat alam atau daerah-daerah yang dikelola berdasarkan kaidah alam, dengan tujuan selain untuk menikmati keindahan, juga melibatkan unsur pendidikan, pemahaman, dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi alam dan peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat (Sukma Arida:2017:19).

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih jenis penelitian studi kasus berciri kualitatif. Peneliti intensif mengamati pada destinasi yang diteliti (Danzin & Linclon:2009:300). Menurut Louis Smith tahun 1978, kasus adalah suatu “sistem yang terbatas” (*a bounded system*). Dalam ilmu-ilmu sosial dan layanan kemanusiaan, kasus, memiliki bagian-bagian oprasional, bisa jadi bertujuan, dan bahkan memiliki jiwa. Kasus adalah sebuah sistem yang padu. Bagian-bagian tidak harus beroperasi dengan baik, tujuan bisa jadi irasional, namun itu tetaplah sebuah sistem (Danzin & Linclon:2009:300). Ada tiga jenis studi kasus, jenis pertama (*intrinsic case study*) atau kasus intrinsik, jenis kedua (*instrumental case study*) atau kasus instrumental dan yang terakhir jenis studi kasus (*collective case study*) atau kasus kolektif. Penulis menggunakan jenis studi kasus *intrinsic case study* atau studi intrinsik, jenis ini ditempuh oleh peneliti yang ingin memahami sebuah kasus tertentu. Tujuannya bukan karena kasus ini mewakili kasus-kasus lain atau karena menggambarkan sifat atau problem tertentu, namun karena dalam seluruh aspek kekhususan dan karakteristiknya. (Denzin & Lincoln:2009:301).

Teknik analisis data

Model analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan dengan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman tahun 1979, dalam (Denzin & Lincoln:2009:592) yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi). Adapun

penjelasan dari model interaktif Miles and Huberman dapat dijelaskan sebagian berikut :

1. Pengumpulan data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada tiga tempat, yaitu :

1. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur
Sejarah kepariwisataan di Kalimantan Timur dimulai dengan dibentuknya Badan Pengembangan Pariwisata Daerah (BAPPARDA) tahun 1970 mulai saat itu hingga saat ini telah mengalami banyak perubahan dan kemajuan baik dari segi organisasi maupun kegiatan lainnya. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur terletak pada ibu kota Provinsi Kalimantan Timur yaitu kota Samarinda dengan alamat Jl. Jendral Sudirman no. 22 Samarinda. Visi dari pembangunan kepariwisataan Provinsi Kalimantan Timur yaitu :
“Terwujudnya Provinsi Kalimantan Timur sebagai Daerah Tujuan Wisata Minat Khusus yang Berbasis Alam dan Budaya Menuju Kesejahteraan Masyarakat yang Berkesinambungan”.
2. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau terletak pada jl. Pemuda no. 35 Tanjung Redeb, Berau provinsi Kalimantan Timur. Yang memiliki tugas pokok dan fungsi sesuai Peraturan Daerah Kabupaten Berau nomor 13 tahun 2008. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau memiliki visi sebagian berikut :
“Terwujudnya Kabupaten Berau sebagai Destinasi Wisata yang terkemuka di Dunia”.
3. Kampung Pulau Derawan
Kampung Pulau Derawan terletak pada kecamatan Pulau Derawan Kabupaten Berau provinsi Kalimantan Timur, yang memiliki luas wilayah 43 Ha dengan jumlah penduduk 1.539 jiwa. Pulau yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam dan bersuku Bajau diikuti dengan suku - suku lainnya seperti Bugis, Jawa, Banjar, Melayu dan Lombok. Kondisi iklim Kampung Pulau Derawan curah hujan 25 mm dengan jumlah bulan hujan selama 4 bulan, suhu harian rata - rata 40 °C.
Kampung Pulau Derawan terletak pada 3 meter diatas permukaan laut. Kampung dengan bentuk topografi kepulauan sehingga kampung ini dimanfaatkan bentangan wilayahnya untuk perikanan dan pariwisata. Letak geografis Kampung Pulau Derawan secara administratif memiliki batasan - batasan wilayah diantaranya :
 1. Sebelah Utara : Kabupaten Bulungan
 2. Sebelah Selatan : Kecamatan Talisayan
 3. Sebelah Timur : Kecamatan Maratua

4. Sebelah Barat : Kampung Tanjung Batu dan Kecamatan Pulau Derawan Wilayah Kampung Pulau Derawan secara administratif terdiri dari Pulau Derawan, Pulau Sangalaki, Pulau Panjang, Pulau Samama, namun pulau yang memiliki penduduk hanya Pulau Derawan yang secara administratif terbagi menjadi empat Rukun Tetangga (RT) diantaranya :

Tabel 1. Jumlah Penduduk Kampung Pulau Derawan berdasarkan jenis kelamin dan jumlah KK

NO	RT	Jumlah KK	Jumlah penduduk		
			Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	RT I	87	165	169	334
2	RT II	98	188	195	383
3	RT III	119	212	222	449
4	RT IV	92	198	174	372

Sumber : *Monografi Kampung Pulau Derawan, 2018*

Berdasarkan tabel diatas jumlah penduduk laki - laki lebih banyak sebesar 765 jiwa, dibanding dengan jumlah penduduk perempuan sebanyak 755 jiwa, jumlah kartu keluarga 396 dari jumlah penduduk sebanyak 1.539 jiwa.

Strategi Komunikasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur dalam upaya penerapan *Sustainable Tourism Development* atau pembangunan pariwisata berkelanjutan terkhusus pada Pulau Derawan yang merupakan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional dan Kawasan Konservasi Pesisir dan Pulau - Pulau Kecil Kepulauan Derawan dan Perairan Sekitarnya (KKP3K KDPS). Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui alur komunikasi dalam upaya menerapkan *Sustainable Tourism Development*.

Sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Kepulauan Derawan, salah satunya Pulau Derawan, dalam program pembangunannya harus secara hirarki dan sistematis antara pusat, provinsi, hingga kabupaten. Dalam Rencana Tata Ruang Tata Wilayah (RTRW) Provinsi Kalimantan Timur tahun 2013 - 2036 Pulau Derawan termasuk pada Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) serta Kawasan Pengembangan Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur dalam KPP 3 yaitu kawasan pesisir kepulauan yang bertema wisata bahari. Program pembangunan pariwisata telah selaras dengan visi dan misi provinsi Kalimantan Timur, pariwisata masuk pada misi ketiga yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi hijau dengan sasaran meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas pada strategi enam percepatan transformasi ekonomi arah kebijakan tahun 2017 - 2018 pengembangan ekowisata. Program pembangunan ini telah selaras dengan penetapan visi dan misi dari pembangunan pariwisata Provinsi Kalimantan Timur yang mempunyai konsep pembangunan

berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan tidak merusak lingkungan.

Berdasarkan tiga aspek diatas maka visi dari kepariwisata Provinsi Kalimantan Timur adalah terwujudnya Provinsi Kalimantan Timur sebagai daerah tujuan wisata minat khusus yang berbasis alam dan budaya menuju kesejahteraan masyarakat yang berkesinambungan. Pembangunan kepariwisataan Provinsi Kalimantan Timur memiliki tujuan salah satunya meningkatkan kerjasama antara pemerintah provinsi, melakukan koordinasi dengan kabupaten dan kota dalam wilayah Provinsi Kalimantan Timur serta dengan industri pariwisata di Indonesia termasuk yang ada di luar negeri guna terciptanya sinergitas pengelolaan kepariwisataan secara efektif dan berkesinambungan.

Kesenjangan koordinasi dan komunikasi antara pemerintah provinsi dan pemerintah Kabupaten Berau akan menghambat jalannya *good governance* dalam membangun taraf hidup masyarakat Kalimantan Timur. Sebagai kabupaten yang di anugerahi dengan hiu paus membuat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau bersama OPD lain (Dinas Kelautan dan Perikanan kabupaten Berau) bekerja sama dengan mitra dari WWF Indonesia dalam mengembangkan wisata bahari di Pulau Derawan terkhusus wisata hiu paus dengan memberikan *code of conduct* atau panduan interaksi. Panduan berinteraksi ini di berikan oleh WWF Indonesia dengan tujuan agar wisatawan dapat bertanggung jawab dalam menjalankan aktivitas wisata. Panduan berinteraksi ini tidak hanya dapat di jumpai pada destinasi wisata Pulau Derawan atau Talisayan saja yang merupakan wilayah hiu paus mengembara, melainkan dapat di jumpai pada surat kabar Berau Post. Berau Post menjadi mitra pemerintah Kabupaten Berau dan WWF Indonesia untuk memberikan informasi kepada masyarakat pembaca dan ini merupakan strategi komunikasi yang digunakan pemerintah kabupaten Berau dalam mengembangkan pariwisata daerahnya, serta memberikan informasi kepada wisatawan agar menjadi wisatawan yang bertanggung jawab.

Potensi daerah yang di miliki oleh Kalimantan Timur akan di bantu pengembangannya dengan dukungan dari organisasi perangkat daerah yang membantu menjalankannya dengan optimal. Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur memiliki peran sentral pada perkembangan pariwisata di Kalimantan Timur dalam upaya mengkoordinasi dan mengatur sektor pariwisata. Perkembangan pariwisata di Kalimantan Timur sangat bergantung dengan dukungan organisasi atau kelembagaan yang kuat agar optimal dalam menjalankannya. Peran Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur diharapkan mampu mengkoordinasikan dengan pemangku kepentingan dalam perkembangan pembangunan pariwisata. Kenyataan di lapangan ialah, Dinas Pariwisata provinsi Kalimanta Timur menyadari bahwa minimnya kerjasama yang dibangun antar lembaga dan *stakeholder* dalam pembangunan pariwisata. Kurangnya sumber daya manusia yang memhamai tentang Ilmu Pariwisata pun menjadi kendala, maka membuat strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur untuk menerapkan *Sustainable Tourism Development* menjadi terhambat, karena minimnya sumber daya manusia yang memhami tentang hal ini.

Kelemahan ini patut menjadi prioritas utama yang harus ditangani untuk melakukan pembangunan kepariwisataan di provinsi Kalimantan Timur. Sumber daya manusia yang memahami tentang pariwisata akan membantu berjalannya komunikasi yang optimal. Alur komunikasi yang digunakan untuk membangun kerjasama antar kabupaten/ kota seperti Dinas Pariwisata provinsi Kalimantan Timur, dapat memberikan arahan, menyampaikan informasi, dan memimpin Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau sebagai bentuk komunikasi (*Downward Communication*). Bentuk komunikasi ini sebagai arahan dari Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur dalam menjalankan program berupa prinsip *Sustainable Tourism Development* di Pulau Derawan sebagai kawasan KSPN. Begitu juga sebaliknya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau akan memberikan informasi kepada atasan agar dapat memecahkan permasalahan dalam menjalankan prinsip dari pembangunan pariwisata, bentuk komunikasi ini dinamakan dengan (*Upward Communication*).

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau mengaku siap dalam menjalankan pengembangan dari destinasi pariwisata yang dimiliki oleh kabupaten Berau. Terlihat dengan pembangunan kepariwisataan pada indikator pembangunan pemasaran pariwisata Kabupaten Berau jauh lebih siap dalam melakukan pemasaran pariwisata, dengan adanya media komunikasi berbasis *online* menyadari bahwa era digital ini akan membantu dalam meningkatkan kunjungan wisata di kabupaten Berau. Menggunakan *website* dalam mempromosikan Kabupaten Berau yang di kelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau, dengan tujuan mempermudah wisatawan yang saat ini dengan mudah mengakses jaringan informasi.

Keberadaan *tourist information center* di Bandara Kalimaru Berau membantu mempermudah sebagai media komunikasi untuk mempromosikan Kabupaten Berau dengan destinasi - destinasi pariwisata unggulan di dalamnya. *Tourist Information Center* di Kabupaten Berau memiliki fungsi sebagai jembatan pemberian/ menerima informasi untuk wisatawan yang datang. Pemberian berupa buku promosi pariwisata yang dinamakan dengan "*tavel guide to Berau*" atau panduan wisata kabupaten Berau sebagai media untuk wisatawan agar mengetahui informasi tentang destinasi wisata yang akan dituju. Untuk pengembangan citra pariwisata di kabupaten Berau, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau menyiapkan *branding* kabupaten dengan "Pesona Berau" namun perkembangannya belum ke nasional karena memerlukan regulasi yang kuat agar tidak ilegal dalam menyebarkannya. *Branding* dari pesona Berau masih di gunakan promosi untuk tingkat kabupaten saja, agar mengingatkan masyarakat lokal akan keindahan yang di miliki oleh kabupaten Berau.

Undang - undang nomor 23 tahun 2014 memberikan wewenang penuh pada daerah dalam mengembangkan daerahnya. *Sustainable Tourism Development* dapat menjadi solusi untuk pengembangan Provinsi Kalimantan Timur agar membantu taraf hidup masyarakat di wilayah destinasi pariwisata, sekaligus membantu meningkatkan pendapatan daerah dari hasil kunjungan wisata.

Wewenang yang diberikan kepada pemerintah daerah dalam mengembangkan daerahnya adalah tuntutan bagi masyarakat dalam meningkatkan

taraf hidup dan memberikan peran serta masyarakat dalam pembangunan daerah. Penerapan *Good Governance* akan berjalan dengan optimal jika pemerintah Provinsi Kalimantan Timur terkhusus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur beserta OPD lainnya mampu menjalankan kerjasama secara sinergis dalam membangun pariwisata di Kalimantan Timur.

Sustainable Tourism Development

Penerapan *Sustainable Tourism Development* di Pulau Derawan secara hasil temuan lapangan masih belum optimal. Secara *ecological sustainability* Potensi destinasi pariwisata di Pulau Derawan merupakan laut yang indah dengan keberagaman biota laut. Aktivitas wisata banyak dilakukan oleh wisatawan di laut dengan cara *snorkeling* dan *diving* di beberapa area. Jika wisatawan membuang sampah di laut akan mengganggu ekosistem yang ada di Pulau Derawan. Maka dalam upaya penanggulangan sampah, pemerintah kampung Pulau Derawan mengeluarkan peraturan kampung berupa pengelolaan sampah. Menugaskan Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Langkawit Pulau Derawan untuk mengurus urusan pengelolaan sampah di Pulau Derawan. Pengelolaan ini baru berjalan sekitar 5 bulan, dengan memungut biaya dari pemilik *cottage*, *homestay*, *resort*, dan rumah tangga dengan biaya yang berbeda tiap bulannya. Keberadaan hiu paus di Pulau Derawan, menggerakkan WWF Indonesia sebagai mitra masyarakat untuk menjaga dan melestarikan raksasa pengembara samudra (hiu paus). WWF Indonesia sebagai mitra masyarakat bekerjasama dengan Asosiasi *Guide* se Derawan (AGSD) untuk memberikan pelatihan tentang berwisata dengan hiu paus. Pelatihan ini diberikan agar pemandu (*guide*) memahami dan mengadopsi bagaimana pedoman cara berinteraksi dengan hiu paus. *Guide* di Pulau Derawan mendapatkan sumber informasi dari WWF Indonesia tentang memandu wisatawan agar dapat berwisata bertanggung jawab, dengan pedoman yang diberikan oleh WWF Indonesia berupa pelatihan agar *guide* dapat mengimplementasikan saat di lapangan. WWF Indonesia tergerak untuk membuat pedoman berinteraksi dengan hiu paus agar hiu paus tidak merasa terganggu dengan aktivitas wisata yang dilakukan oleh wisatawan. WWF Indonesia telah melakukan kerja sama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kabupaten Berau, untuk menyusun *code of conduct* dengan hiu paus. WWF Indonesia memberikan pengetahuan kepada *guide* di Derawan untuk mengadopsi pesan yang di berikan oleh WWF Indonesia, agar dapat mengimplementasikan di lapangan. Keberlanjutan ekologi Pulau Derawan akan terus terjaga jika regulasi di implementasikan di lapangan secara konsisten. Evaluasi dan koordinasi dari hasil penerapan regulasi akan membantu berjalannya *good governance* di Kalimantan Timur. Masyarakat Pulau Derawan telah menyadari bahwa keberlanjutan ekologi itu sangatlah penting bagi wilayahnya yang merupakan destinasi wisata.

Namun kesadaran ini masih belum konsisten, terbukti dengan adanya bangunan di atas laut yang berdiri digunakan untuk membangun penginapan (*cottage*). Kebanyakan bangunan di atas air dapat dipastikan tidak memiliki izin membangun bangunan, berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 36 tahun 2005 pasal 21 ayat 2 huruf a, tentang bangunan gedung. Selain melanggar regulasi dari

pemerintah, secara tidak langsung bangunan diatas air ini mengganggu habitat dari ekosistem yang ada di Pulau Derawan. *Social and culture sustainability* kontribusi tokoh masyarakat lokal membantu menyadarkan masyarakat lokal untuk saling mengingatkan dan menyadarkan bahwa penyu dianggap sebagai binatang tertua sebelum adanya manusia atau dalam bahasa Bajo disebut dengan “Saka Bokko”. Kepercayaan masyarakat lokal terhadap penyu ini mentebutkan bahwa penyu harus dilindungi karena menjadi penyebar rejeki bagi masyarakat di Pulau Derawan. Hal ini membuat relawan konservasi dari masyarakat memberikan informasi dan mengajak masyarakat serta wisatawan untuk berkontribusi terhadap kelestarian dari penyu di Pulau Derawan dengan cara metode media tradisional.

Media tradisional sifatnya menghibur sehingga lebih mudah mempengaruhi sikap pada masyarakat setempat. Seperti masyarakat Pulau Derawan yang memiliki seni tari yang dinamakan dengan Tari Daling Sumping yang dapat disaksikan pada saat pernikahan dan penyambutan tamu. Pada tarian ini mengandung syair - syair yang berhubungan dengan pesan untuk membangun keluarga dan menjaga alam sebagai sumber penghidupan keluarga. Cerita rakyat “Saka Bokko” di Pulau Derawan memberikan pesan kepada masyarakat setempat untuk mengingatkan bahwa penyu adalah binatang yang dianggap lebih tua dari manusia dan sebagai binatang yang menjaga laut Pulau Derawan.

Seni tradisional masyarakat Pulau Derawan mendorong lembaga konservasi TNC / *The Nature Conservancy* yang bekerja sama dengan WWF Indonesia membantu mengkampanyekan tentang kelestarian dari penyu sisik dan penyu hijau yang terdapat di Pulau Derawan, dengan cara memberikan selebaran atau *outreach* berupa manfaat dari pelestarian penyu untuk alam. Pelestarian ekosistem yang ada di Pulau Derawan akan membantu meningkatkan perekonomian bagi masyarakat Pulau Derawan, semakin di lestarikan maka akan menjadi lebih sejahtera. Masyarakat Pulau Derawan sangat menerima adanya inovasi yang masuk di kalangan masyarakat, menerima tanpa menimbulkan konflik sosial dengan masyarakat lain yang menjadi subjek sebagai pelaku industri pariwisata. Indikator ketiga pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah keberlanjutan ekonomi. Masyarakat Pulau Derawan telah menyadari bahwa kunjungan wisata yang datang ke daerahnya membawa keuntungan bagi ekonomi pelaku industri kuliner, akomodasi, dan transportasi. Dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, pariwisata membantu untuk menambah pendapatan mereka. Program prioritas Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur meningkatkan kunjungan wisata di Pulau Derawan membantu masyarakat meningkatkan taraf hidup mereka.

Pariwisata diyakini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, karena tidak lagi menjadi objek yang dilihat oleh wisatawan melainkan menjadi subjek dalam melaksanakan aktivitas pariwisata.

Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan pembahasan mengenai strategi komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur dalam upaya penerpan *Sustainable*

Tourism Development di Kalimantan Timur (Studi kasus penerapan *Sustainable Tourism Development* di Pulau Derawan), maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Berau dalam upaya penerapan *Sustainable Tourism Development* di Kalimantan Timur terkhusus pada Pulau Derawan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional secara temuan lapangan masih belum optimal dalam menjalankan strateginya. Kurangnya koordinasi dan komunikasi terhadap evaluasi kerja secara berkala membuat terhambatnya penerapan prinsip *Sustainable Tourism Development* di Pulau Derawan. Secara tertulis di dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Kalimantan Timur dan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Berau telah selaras dengan kebijakan yang ada, namun dalam menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan masih kurang perhatian antara provinsi kepada kabupaten. Hambatan penerapan prinsip *Sustainable Tourism Development* ini terjadi karena media komunikasi yang di gunakan masih minim dan belum dapat menjangkau semua kalangan dalam menyebarkan informasi berupa prinsip *Sustainable Tourism Development* di Kalimantan Timur.

1. Pelaku industri pariwisata di Pulau Derawan telah menyadari bahwa daerahnya sebagai destinasi pariwisata unggulan, menyadari hal itu membuat pelaku industri pariwisata di Pulau Derawan mengimplemmtasi inovasi yang mereka dapat melalui sumber belajar dari NGO dan kearifan lokal. Tahapan ini telah sampai pada tahapan mengadopsi inovasi tersebut namun, hambatan dalam mengadopsi inovasi berupa *Sustainable Tourism Development* di Pulau Derawan yang di hadapi oleh pelaku industri pariwisata berupa hambatan pengetahuan dalam berbahasa. Wisatawan yang datang ke destinasi wisata Pulau Derawan rata - rata di kunjungi oleh wisatawan mancanegara yang memiliki perbedaan bahasa dengan pelaku industri pariwisata. Perbedaan bahasa ini membuat hambatan dalam berinteraksi dan komunikasi pada wisatawan mancanegara. Selain hambatan berbahasa, pelaku industri pariwisata di Pulau Derawan membutuhkan suatu pendampingan dalam mengadopsi inovasi *Sustainable Tourism Development* dari pihak pemerintah agar tetap mengimplementasikan inovasi tersebut secara konsisten dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Dilla, Sumadi. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung
- Harun, Rochajat & Ardianto, Elvinaro. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan Peubahan Sosial Perspektif Domain, Kaji ulang, dan Teoritis*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Nasution, Zulkarnaen. 2007. *Komunikasi Pembangunan Pengenalan Teori dan Penerapannya*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Antariksa, Basuki. 2016. *Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan*, Intrans Publishing Malang

- Sugiyono. 2006. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Pelangi Aksara, Yogyakarta
- Sukma, Arida. 2017. *Ekowisata, Pengembangan, Partisipasi Lokal, dan Tantangan Ekowisata*, Cakra Press, Bali
- Fajar, Marheani. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sukma, Arida. 2016. *Dinamika Ekowisata Tri Ning Tri di Bali*, Pustaka Larasan, Bali
- Leeuwis, Cees. 2009. *Komunikasi untuk Inovasi Pedesaan*, Kanisius, Yogyakarta
- Denzin, K. Norman & Lincoln, S. Yvonna. 2009. *Hand Book of Qualitative Research*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata Tourism Communication Pemasaran dan Brand Destinasi*, Prenada media Group, Jakarta
- Ban, Den Van & Hawkins H.S. 1999. *Penyuluhan Pertanian*, Kanisius, Yogyakarta
- Sunarta, Nyoman & Sukma, Arida. 2017. *Pariwisata Berkelanjutan*, Cakra Press, Bali
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, PT. Raja Grafindo, Jakarta

Jurnal :

- Sulistiawati, Ardis Tri. 2015. “Strategi Komunikasi Korporat dalam meningkatkan *employee engagement* di PT. Carrefour Indonesia”. UNPAD Bandung
- Melita. 2015. “Strategi Komunikasi Public Relations PT. Angkasa Pura 1 (Persero) Bandara Internasional Juanda Surabaya Dalam Menyosialisasikan Terminal Baru (T2)”. Universitas Kristen Petra Surabaya
- Rahmawati. 2016. “Penerapan Metode Contextual Teaching and Learning Dalam Meningkatkan Pembelajaran PKN”. Universitas Muhammadiyah Malang
- Sudrajat, Kharisma Rahmawati. 2015. “Efektifitas Penyelenggaraan E-Government Pada Bidang Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Malang”. Universitas Brawijaya Malang
- Waimbo, Erlis. 2012. “Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Keterlibatan Masyarakat dan Peran Pemimpin Lokal di Kampung Sawinggrai Kabupaten Raja Ampat”. Universitas Udayana Bali

Internet :

- <https://nasional.sindonews.com/read/1215733/18/pariwisata-sebagai-sektor-ekonomi-strategis-1498070454/> (diakses pada Minggu 27 Mei 2018 9.54 pm)
- <http://www.tribunnews.com/nasional/2018/05/01/pariwisata-penyumbang-devisa-ke-dua/> (diakses pada Sabtu 26 Mei 2018 9.46 pm)

<https://swa.co.id/wicf/news/kemenpar-targetkan-17-juta-wisman-tahun-2018/>

(diakses pada Minggu 27 Mei 2018 12.53 pm)

<https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/03/14/p5l1gb423->

[pariwisata- indonesia-tumbuh-paling-cepat-di-dunia/](https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/18/03/14/p5l1gb423-) (diakses pada Sabtu 26 Mei 2018 8.30 pm)

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahun-jokowi->

[jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua/](https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahun-jokowi-)(diakses pada Sabtu 26 Mei 2018 8.33 pm)

Dokumen :

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 Tentang Pariwisata.

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 32 tahun 2014 Tentang Peraturan Pemerintah.

Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional.

Peraturan Pemerintah Nomor 36 tahun 2