

FUNGSI KOMUNIKASI PARIWISATA PADA KELOMPOK SADAR WISATA DI TELUK SERIBU DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BAHARI MANGGAR BARU

Muhammad Razzaq¹, Nur Fitriyah², Muhammad Faisal³

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui fungsi komunikasi pariwisata yang direncanakan oleh kelompok sadar wisata di Teluk Seribu dalam pengembangan destinasi wisata bahari manggar baru. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik analisis dari Miles dan Huberman yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya saat penelitian dilakukan. Lokasi penelitian di destinasi wisata di Teluk Seribu. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Narasumber pada penelitian ini ada sebanyak 5 (lima) orang yang terdiri dari Ketua Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu, Ketua Rt. 03 Kelurahan Manggar Baru, Disporapar Seksi Pengembangan Promosi dan Kerja Sama Pariwisata, Seksi Pengembangan Destinasi, Seksi Pengembangan Usaha Jasa Pariwisata. Analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fungsi Komunikasi Pariwisata pada Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Manggar Baru. Dalam prosesnya Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu menjalankan empat langkah penting yang diawali dari pemasaran, destinasi, aksesibilitas, dan sdm dan kelembagaan. Dalam pemasaran Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu telah memahami apa yang menjadi nilai jual utama untuk menarik minat kunjungan wisatawan dan potensi wisata yang dimiliki oleh objek wisata di Teluk Seribu sejalan dengan bauran pemasaran (marketing mix) disebut 4P yaitu product, price, place, promotion menurut Kotler dan Armstrong (2018, 77-78).

Kata Kunci: *Komunikasi, Pariwisata, Kelompok Sadar Wisata*

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

² Pembimbing I dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Pembimbing II dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Pariwisata adalah sektor yang tidak dapat dipisahkan dari tujuan pembangunan nasional oleh pemerintah. Hal ini disebabkan pariwisata memiliki potensi untuk mendongkrak pendapatan suatu negara maupun daerah. Bahkan pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi andalan di beberapa belahan dunia. Melihat Indonesia memiliki banyak keragaman baik dari segi adat, suku, budaya, agama dan Bahasa. Maka pengembangan potensi pariwisata harus dilakukan secara komprehensif dan berkelanjutan, agar dapat meningkatkan pendapatan devisa negara dan meningkatkan perekonomian rakyat.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 pasal 3 tentang Kepariwisataan menyatakan bahwa:

“Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat”.

Berkembangnya sektor pariwisata di suatu negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula karena produk-produknya diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja dan sebagainya. Di Indonesia, pariwisata merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil. Hal ini membuktikan bahwa industri jasa bidang pariwisata memiliki potensi cukup besar untuk menjadi tulang punggung perekonomian di masa mendatang (Admesia, 2014: 2).

Pada tahun 2017, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 14.039.799 kunjungan atau naik 16,77% dibandingkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2016 yang berjumlah 12.023.971 kunjungan, sedangkan jumlah perjalanan wisatawan nusantara mencapai 277 juta perjalanan atau naik 5,05% dibandingkan tahun 2016 mencapai 263,68 juta.

Jika melihat pertumbuhan yang cukup signifikan pada sektor pariwisata secara nasional, juga berdampak pada perkembangan destinasi di daerah. Seperti kota Balikpapan sebagai pintu gerbang provinsi Kalimantan Timur, Balikpapan menjadi tempat strategis dalam minat kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara. Hal ini di dukung dengan adanya bandar udara dan pelabuhan internasional yang berfungsi sebagai pintu masuk dan keluar berbagai kegiatan ekonomi, bisnis, industri, dan jasa.

Salah satu program Kementerian Pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat adalah membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau kelompok penggerak pariwisata sebagai bentuk kelembagaan informal yang dibentuk anggota masyarakat (khususnya yang memiliki kepedulian dalam mengembangkan kepariwisataan di daerahnya), merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan dalam masyarakat yang memiliki keterkaitan dan peran penting dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona

Wisata yang berisi tujuh (7) ajakan yakni Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan.

Tujuan dari pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) ini dapat meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan, serta dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan di daerah. Membangun dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di daerah dan manfaatnya bagi pembangunan daerah maupun kesejahteraan masyarakat. Memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada di masing-masing daerah.

Namun berdasarkan hasil observasi peneliti mengenai kondisi terkini destinasi wisata di Teluk Seribu mengalami penurunan pengunjung dan tampak sepi. Menurut Mukhlis Ketua Rt. 03 Manggar Baru, kondisi ini sudah lama sepi karena tidak ada tambahan objek lukisan maupun fasilitas penunjang lainnya yang membuat pengunjung menjadi bosan untuk ke sini. Sedangkan menurut Irma Nurmawati Kepala Bidang Kepariwisata, menjelaskan Kawasan destinasi wisata di Teluk Seribu akan terus ditata agar tetap menarik minat wisatawan dan warga sekitar juga dibina agar tetap sadar wisata.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti melakukan penelitian terhadap Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu sebagai pelaku kegiatan pariwisata yang berperan aktif sebagai penggerak Sadar Wisata dan Sapta Pesona di lingkungan wilayah destinasi wisata dalam menjalankan fungsinya dan dari pihak pemerintah kota Balikpapan melalui Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata dalam melaksanakan pembinaan, sosialisasi kebijakan, pemantuan, dan evaluasi program yang telah dilakukan guna mengetahui kondisi dan perkembangan Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu.

Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Fungsi Komunikasi Pariwisata Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Manggar Baru”**.

Kerangka Dasar Teori Komunikasi

Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *cum*, kata depan yang artinya dengan atau bersama dengan, dan kata *units*, kata bilangan yang berarti satu. Dua kata tersebut membentuk kata benda *communio*, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *communion*, yang berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, atau hubungan. Karena untuk melakukan *communion*, diperlukan usaha dan kerja.

Kata *communio* dibuat kata kerja *communicate*, yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, tukar menukar, membicarakan sesuatu dengan orang, membicarakan sesuatu dengan orang, memberitahukan sesuatu kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. (Nurjaman dan Umam, 2012:35).

Menurut Gerald R. Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”. (Mulyana,2013:68)

Pariwisata

Istilah pariwisata belum dipahami banyak orang namun para ahli bahasa dan pariwisata Indonesia bahwa kata pariwisata berasal dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak atau berulang kali dan berkeliling sedangkan *wisata* berarti perjalanan dengan tujuan rekreasi. Jadi, *pariwisata* berarti perjalanan dengan tujuan rekreasi yang dilakukan secara berulang kali dan berkeliling. (Muljadi, 2014:8)

Pengertian pariwisata menurut Norval menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu Negara, kota atau wilayah tertentu. Sedangkan Hunziker dan Kraft memberikan pengertian pariwisata, keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dimana perjalanannya tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. (Muljadi, 2014:9)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, memberikan pengertian bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata berkembang dengan menyatunya beberapa disiplin ilmu di dalam satu kajian tentang komunikasi dan pariwisata. Kajian komunikasi pariwisata memiliki kedekatan biologis dengan kajian-kajian komunikasi dan pariwisata yang melahirkannya. Komunikasi menyumbangkan teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. Sementara pariwisata menyumbangkan field kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan. (Bungin, 2015:92)

Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang di waktu-waktu yang akan datang sejalan dengan berkembangnya kompleksitas kajian di komunikasi pariwisata. (Bungin, 2015:94)

Berikut bidang-bidang kajian yang dimaksud oleh Burhan Bungin (2015), antara lain:

1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata
Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*tourism communication marketing*) atau disingkat (TCM). Bidang TCM ini mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, *Communication Mix*, *Marketing Mix* dan hal ihwal tentang TCM. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TCM dalam konteks teoritis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.
2. Brand Destinasi
Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, di mana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri di dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata.
3. Manajemen Komunikasi Pariwisata
Di dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu memenej pemasaran pariwisata, memenej destinasi, memenej aksesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata.
4. Komunikasi Transportasi Pariwisata
Masyarakat pariwisata (*tourism community*) memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan berpergian ke destinasi pariwisata. Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka ketika akan berwisata. Karena itu, perhatian khusus di bidang ini sangat penting.
5. Komunikasi Visual Pariwisata
Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena itu bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan kepada komunikasi *entrepreneurship*, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Komunikasi visual pariwisata mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan cinderamata, oleh-oleh yang memiliki ikon *local tourism* yang berkesan dan menjadi brand pariwisata.
6. Komunikasi Kelompok Pariwisata
Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa *venue* atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan panduwisata. Bisnis pariwisata bukan

bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti penyelenggaraan *event*, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasaan sejarah destinasi, dan *venue* wisata.

7. Komunikasi Online Pariwisata

Media *online* menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media *online* tidak saja dapat digunakan sebagai media pemasaran, namun juga dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media *online* saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Jadi kelima-lima kemampuan media online ini dikaji di dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata.

8. *Public Relations* dan MICE

Bidang *Public Relations* (PR) dan MICE ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperlukan untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah *funding explore*, *sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE, sampai dengan pelaksanaan (implementasi MICE), evaluasi dan perencanaan *event* MICE menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata.

9. Riset Komunikasi Pariwisata

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata.

Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional merupakan batasan konsep yang digunakan peneliti dalam penelitian ini. Batasan konsep yang digunakan ini dilihat dari judul penelitian dan dirumuskan berdasarkan literatur yang digunakan peneliti, yang dimaksud definisi konsepsional adalah suatu usaha untuk menjelaskan mengenai permasalahan pengertian antara konsep yang satu dengan yang lain.

Dari konsep yang telah peneliti paparkan di atas maka Fungsi Komunikasi Pariwisata pada Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Manggar Baru adalah suatu cara untuk memberikan pemahaman dalam mengelola objek wisata dan mengetahui hambatan-hambatan yang dialami Pokdarwis untuk mencapai tujuan Organisasi tersebut.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut Denzim dan Lincoln (dalam Moleong, 2012:5), menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan menguraikan dan mendeskripsikan.

Metode deskriptif dapat disimpulkan sebagai sebuah metode yang bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan keadaan di lapangan secara sistematis dengan fakta-fakta dengan interpretasi yang tepat dan data yang saling berhubungan, serta bukan hanya untuk mencari kebenaran mutlak tetapi pada hakekatnya mencari pemahaman observasi.

Dengan menggunakan metode deskriptif ini diharapkan permasalahan dari penelitian ini yang dikemukakan dapat terjawab berdasarkan data yang terkumpul di lapangan.

Fokus Penelitian

Fokus Penelitian berfungsi untuk membatasi studi dalam penelitian sehingga penelitian dapat fokus pada objek penelitian yang ditentukan dan menghindari melebarnya penelitian kepada hal-hal lain yang sebenarnya bukan menjadi permasalahan yang ingin dikaji dan dijawab dalam penelitian ini. Untuk itu, dalam penelitian ini fokus penelitiannya adalah:

Manajemen Komunikasi Pariwisata

- a. Pemasaran
- b. Destinasi
- c. Aksesibilitas
- d. SDM dan Kelembagaan

Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang peneliti lakukan yaitu jalan Persatuan, RT 03, Kelurahan Manggar Baru, Kecamatan Balikpapan Timur.

Jenis dan Sumber Data

- a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan informan kunci dan informan pendukung, berupa kata - kata dan jawaban yang diberikan.

- b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data - data yang diperoleh dan dikumpulkan dari sumber - sumber lain. Data tersebut antara lain seperti dari buku - buku referensi yang terdapat di perpustakaan, baik perpustakaan Universitas,

Fakultas maupun perpustakaan daerah, profil atau hasil penulisan yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Guna memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian maka penulis melakukan pengumpulan data dengan teknik:

- 1) Wawancara
- 2) Observasi
- 3) Dokumentasi.
- 4) Catatan Lapangan

Teknik Analisis Data

Dalam rangka menjawab rumusan masalah yang ditetapkan penulis maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2014).

1. Pengumpulan informasi melalui observasi langsung di lapangan kemudian wawancara mendalam terhadap informan yang *compatible* terhadap penelitian untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar memperoleh data yang sesuai dengan yang diharapkan.
2. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan catatan-catatan yang diperoleh di lapangan.
3. Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan informasi dalam bentuk teks naratif atau grafik jaringan yang bertujuan mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih kemudian disajikan dalam uraian penjelasan.
4. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan di lapangan sehingga data-data teruji validasi.

Hasil Penelitian

Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu terdapat Kampung Warna-Warni yang memiliki lukisan dinding *3D* dan *Mural* sepanjang 100m sebagai spot berfoto untuk pengunjung sebagai daya tarik wisata untuk berkunjung. Pengunjung dapat menikmati perjalanan wisata bahari dengan menyusuri sungai manggar yang berkelok-elok, terdapat hutan *mangrove* yang tumbuh alami di pinggiran sungai serta terdapat salah satu satwa langka yaitu bekantan yang muncul pada pagi dan siang hari. Terakhir, Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu memiliki berbagai

macam produk cinderamata (souvenir) buat pengunjung seperti kerajinan kursi dari limbah, beberapa miniatur dari bambu dan korek gas.

Untuk biaya masuk wisata, pengunjung cukup membayar sebesar Rp. 2.000 untuk anak-anak dan Rp. 3.000 dewasa sedangkan untuk parkir kendaraan motor Rp. 3.000 dan mobil Rp. 5.000. sedangkan fasilitas umum lain yaitu toilet dikenakan biaya Rp. 2.000. untuk menikmati wisata perahu menyusuri sungai manggar dengan 3 paket yaitu Biasa Rp. 25.000, Standart Rp. 40.000, dan Royal 60.000. Harga tersebut merupakan hasil kesepakatan dari Kelompok Sadar Wisata dan Masyarakat sekitar.

Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu telah berupaya dalam memberikan informasi dimana letak objek wisata dengan menyediakan papan petunjuk arah menuju ke Teluk Seribu dari hasil kerjasama dengan pihak swasta yaitu Teh Pucuk Harum dan membangun jembatan oleh Disperkim agar mempermudah akses wisatawan menuju obyek wisata ke Teluk Seribu.

Salah satu contoh upaya yang telah dilakukan Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam kegiatan promosi adalah mengadakan kegiatan NGOBRAS (Ngobrol Bareng Masalah Kamtibmas) dari Polres Balikpapan yang dihadiri oleh seluruh Ketua Rt yang ada di Kelurahan Manggar Baru sekaligus mempromosikan obyek wisata di Teluk Seribu dan kegiatan Lomba Perahu Naga dan Perahu Hias Festival Pesisir Balikpapan di Kampung Warna Warni di Teluk Seribu melalui media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu telah memahami apa yang menjadi nilai jual utama untuk menarik minat kunjungan wisatawan dan potensi wisata yang dimiliki oleh objek wisata di Teluk Seribu.

Destinasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu terdapat kampung warna-warni yang setiap rumah memiliki corak warna yang berbeda-beda sehingga dapat menarik minat pengunjung. Selain itu, pengunjung dapat melihat aktivitas masyarakat pesisir seperti bongkar muat ikan hasil tangkapan para nelayan sekaligus dapat membelinya. Pengunjung dapat menikmati terbenamnya matahari (*Sunset*) di Teluk Seribu.

Pengunjung dapat berkeliling ke kampung warna-warni. Pengunjung dapat melakukan *selfie* atau fotografi dilukisan dinding *3D* dan *Mural* sepanjang 100m sebagai spot berfoto. Pengunjung dapat menikmati perjalanan wisata bahari dengan menyewa perahu wisata yang telah disediakan oleh Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu untuk menyusuri sungai manggar dan keindahan alam hutan *mangrove* yang tumbuh alami serta terdapat salah satu satwa langka yaitu bekantan yang muncul pada pagi dan siang hari.

Di Teluk Seribu memiliki berbagai macam produk cinderamata (souvenir) buat pengunjung seperti kerajinan kursi dari limbah, beberapa miniatur dari bambu dan korek gas. Namun di Teluk Seribu belum memiliki tempat untuk menampilkan hasil tersebut kepada pengunjung.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dapat dikatakan bahwa pengembangan destinasi masih butuh proses dalam mewujudkannya karena keterbatasan anggaran. Oleh karena itu, dari Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu, Disporapar, dan swasta bekerjasama dalam pengembangan destinasi wisata agar dapat menutupi kekurangan yang ada di objek wisata Teluk Seribu.

Aksesibilitas

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dan Disperkim telah membangun jembatan di daerah pesisir pemukiman warga yang bertujuan untuk mempermudah akses menuju objek wisata di Teluk Seribu. Sehingga tidak ada lagi masyarakat yang parkir kendaraan di jembatan Manggar untuk menikmati sunset atau aktivitas memancing agar memperlancar arus lalu lintas disana. Selain itu, untuk mencegah terjadinya penyempitan aliran sungai manggar dari pembangunan pemukiman masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil observasi peneliti dapat dikatakan bahwa upaya yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam memberikan kemudahan aksesibilitas bagi wisatawan telah terpenuhi. Hal tersebut juga didukung oleh Pemerintah yaitu dari Disporapar dan Disperkim yang menerima masukan dari Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam pengembangan destinasi wisata.

SDM dan Kelembagaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu untuk meningkatkan pemahaman kepariwisataan, para anggota Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dibina oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan. Dengan mengikuti beberapa kegiatan yaitu Implementasi Sapta Pesona dan Pelayanan Prima. Kegiatan tersebut merupakan dasar-dasar pengetahuan tentang kepariwisataan dan cara mengelola objek wisata. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan wisata yang baik kepada wisatawan sehingga potensi wisata yang ada di Teluk Seribu dapat disampaikan secara efektif.

Selain itu Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu mengajak masyarakat sekitar untuk ikut serta dalam pengembangan destinasi pariwisata yang dilakukan oleh kelompok sadar wisata di Teluk Seribu seperti ikut dalam proses mengecat rumah warga menjadi perkampungan warna-warni, menjaga kebersihan lingkungan di area objek wisata di Teluk Seribu, berpartisipasi dalam perlombaan dayung dan perahu hias yang dibuat oleh kelompok sadar wisata di Teluk Seribu.

Hal ini penting, karena partisipasi aktif masyarakat merupakan tolak ukur kunci keberhasilan dalam pembangunan objek wisata.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dapat disimpulkan bahwa dari Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu, pihak Disporapar dan masyarakat telah melakukan berbagai upaya terkait SDM dan Kelembagaan dalam bentuk kegiatan dan pelatihan untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan. Sehingga diharapkan dapat membangun dan menumbuhkan sikap masyarakat sebagai tuan rumah yang baik dengan mengaplikasikan nilai-nilai Sapta Pesona untuk meningkatkan kualitas kepariwisataan di Teluk Seribu.

Pembahasan

Manajemen Komunikasi Pariwisata

Di dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Menurut Bungin (2015:95) Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata, yaitu memenej pemasaran pariwisata, memenej destinasi, memenej aksesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata.

Pemasaran

Pemasaran dalam pariwisata memiliki tugas melakukan perencanaan mencari peluang pasar dengan mengidentifikasi keinginan wisatawan agar dapat wisatawan memperoleh kepuasan yang optimal. Bauran pemasaran merupakan strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. *Marketing mix* terdiri atas empat komponen atau disebut 4P yaitu *product, price, place, promotion*. (Buchari Alma, 2014:205) Bauran pemasaran digunakan dalam strategi pemasaran pariwisata sebagai cara untuk mempengaruhi wisatawan agar mau berkunjung ke suatu destinasi yang ditawarkan oleh suatu negara atau daerah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu sejalan dengan pendapat diatas, Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu telah memahami apa yang menjadi nilai jual utama untuk menarik minat kunjungan wisatawan dan potensi wisata yang dimiliki oleh objek wisata di Teluk Seribu.

Destinasi

Destinasi pariwisata merupakan sebuah wilayah, tempat di mana wisatawan dapat menikmati variasi dari berbagai jenis pengalaman selama berwisata (Priasa, 2013:21). Menurut Yoeti (1980:71) suatu daerah yang menjadi DTW (daerah tujuan wisata) yang baik agar objek tersebut dapat diminati pengunjung, harus

memiliki 3 (tiga) kriteria yaitu *Something to see, Something to do, Something to buy*.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis apa yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam pengembangan destinasi wisata sejalan dengan pendapat Kusudianto (1996) (dalam Pitana dan Diarta, 2009: 126), destinasi wisata dapat digolongkan atau dikelompokkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Destinasi sumber daya alam, di Teluk Seribu terdapat sungai manggar dan hutan mangrove yang tumbuh alami serta asri.
2. Destinasi sumber daya budaya, terdapat perkampungan masyarakat pesisir di sungai manggar.
3. Fasilitas rekreasi, seperti taman hiburan, gazebo, dan lukisan dinding 3D dan *Mural* sepanjang 100m.
4. Event, terdapat Festival Pesisir Balikpapan di Kampung Warna Warni di Teluk Seribu yaitu kegiatan Lomba Perahu Naga dan Perahu Hias.
5. Aktivitas spesifik, terdapat tempat pemancingan.
6. Daya Tarik psikologis, pengunjung dapat menikmati perjalanan wisata bahari dengan perahu wisata untuk menyusuri hutan mangrove yang terdapat primata langka yaitu bekantan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu sejalan dengan pendapat diatas, Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dapat menyajikan potensi wisata bahari dengan kearifan lokal yang dimiliki sebagai identitas masyarakat pesisir.

Aksesibilitas

Menurut Damanik dan Weber (2006:11) bahwa Aksesibilitas sangat berperan penting, untuk menjangkau suatu obyek wisata diperlukan suatu sistem transportasi yang dapat mendukung keberadaan suatu objek dan daya tarik wisata tersebut dan juga memberikan kemudahan bagi para wisatawan yang hendak mengunjungi objek wisata tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu sejalan dengan pendapat diatas dalam memberikan kemudahan aksesibilitas bagi wisatawan telah terpenuhi.

SDM dan Kelembagaan

Menurut Evens, Campbell, dan Stonehouse (2003) bahwa pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia (*people*) merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa (*service-based organization*), SDM berperan sebagai faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kinerja.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu sejalan dengan pendapat diatas, tujuan

dari diberikannya pemahaman tentang kepariwisataan kepada anggota Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu ini untuk memberikan pelayanan wisata yang baik kepada wisatawan sehingga potensi wisata yang ada di Teluk Seribu dapat disampaikan secara efektif.

Sehingga diharapkan dapat membangun dan menumbuhkan sikap masyarakat sebagai tuan rumah yang baik dengan mengaplikasikan nilai-nilai Sapta Pesona untuk meningkatkan kualitas kepariwisataan di Teluk Seribu.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis akhirnya menarik kesimpulan tentang penelitian ini bahwa Fungsi Komunikasi Pariwisata pada Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Manggar Baru telah berjalan secara efektif. Namun masih banyak kekurangan yang perlu ditambahkan, yang akan peneliti jadikan saran.

Saran

1. Berdasarkan hasil pengamatan penulis ternyata beberapa hasil karya dari anggota Kelompok Sadar Wisata yang telah dihasilkan sebagai souvenir kepada pengunjung belum dapat dimaksimalkan karena tidak memiliki tempat untuk menampilkan hasil karya tersebut. hal ini perlu diperhatikan karena dapat meningkatkan pendapatan bagi Kelompok Sadar Wisata Di Teluk Seribu.
2. Berdasarkan hasil pengamatan penulis tentang Teknologi Informasi seperti *website* yang direncanakan oleh Disporapar kepada Kelompok Sadar Wisata di Teluk Seribu agar dapat diimplementasikan sebaik-baiknya untuk meningkatkan kualitas SDM dalam memperluas penyebaran informasi mengenai potensi wisata kepada khalayak luar.
3. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti berharap adanya atraksi yang berkelanjutan sebagai usaha menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Teluk Seribu dan pengembangan usaha jasa wisata bahari yang perlu ditingkatkan dari segi pelayanan dan inovasi untuk memberikan pengalaman berwisata yang baik ketika wisatawan mengunjungi destinasi wisata di Teluk Seribu.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta

- Cohen, E. (1972). "Who is a Tourist? A Conceptual Clarification". *Socio-logical Review*, 22, 527-555.
- Devito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang: Kharisma.
- Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. 2017. *Buku Saku Pariwisata Kalimantan Timur*. Samarinda: Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur.
- Firmansyah, Hilman & Syamsudin, Acep. 2016. *Organisasi dan Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Ombak.
- Kementrian Pariwisata. 2017. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementrian Pariwisata*. Jakarta: Kementrian Pariwisata
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muljadi & Andri Warman. 2014. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2013. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____ 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Murphy, P.E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen
- Nasution. 2012. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Nurjaman, Kadar & Khaerul Umam. 2012. *Komunikasi & Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.
- Olii, Helena dan Lala Hozilah. 2013. *Reportase Radio & Televisi: Bahan Ajar di Perguruan Tinggi*. Jakarta: Indeks.
- Rahim, Firmansyah. 2012. *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Romli, Khomsahrial. 2014. *Komunikasi Organisasi Lengkap*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____ 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____ 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar. 2014. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Susanto, Astrid S. (2010). *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Jakarta: Sekretariat Negara.

Skripsi:

Iyangjaya, Admesia P. 2014. “*Strategi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Jepara*”. Jurnal Penelitian Ilmu Pemerintahan. FISIP Undip. Vol III; hlm.2.
Karim, Syahrul. 2017. “*Tingkat Partisipasi Masyarakat dalam Mendukung Kepariwisata Balikpapan: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)*”. Jurnal Perhotelan. Politeknik Negeri Balikpapan Vol. 1, No. 2 / 269-280
Mugniesyah SS. 2013. “*Model-Model Komunikasi*”. Hubeis AVS, editor. Bogor (ID): IPB Press
Rizqina, Finna, 2010. “*Partisipasi Masyarakat dalam Implementasi Kebijakan Manajemen Berbasis Sekolah di Kecamatan Kalideres Kodya Jakarta Barat*”. Tesis. Universitas Indonesia, Jakarta.

Internet:

<http://kaltim.tribunnews.com/dilema-kembangkan-wisata-balikpapan-sarana-prasarana>, diakses 30 juli 2018
<http://www.klikbontang.com/berita-13572-pokdarwis-kuala-abadi-dari-bontang-terbaik-di-kalimantan-timur.html>, diakses 20 juli 2018
<http://balikpapan.prokal.co/read/news/210829-jumlah-pengunjung-meningkat>. Htm 1, diakses 7 Mei 2018
<https://www.korankaltim.com/berita-terkini/read/18980/memudarnya-pesona-rumah-warna-warni-teluk-seribu-balikpapan>, diakses 13 November 2018