



## Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Agrowisata Pucak Teaching Farm, Desa Pucak, Kabupaten Maros

Andi Muttaqin<sup>1</sup>, Muhammad Idris<sup>2</sup>

<sup>1)2)</sup> Universitas Muslim Indonesia (UMI) Makassar

<sup>1)</sup> andi.muttaqin@umi.ac.id

### Abstrak

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memfokuskan kembali, merencanakan dan menerapkan kebijakan yang mendorong pengembangan sumber daya alam untuk memberi manfaat bagi masyarakat adat dan pemangku kepentingan lainnya yang mencakup pemerintah, industri, masyarakat dan para pengunjung itu sendiri. Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting untuk keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata. Kebijakan komunikasi pengembangan destinasi wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Agrowisata Pucak Teaching Farm, Desa Pucak, Kabupaten Maros. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian menguraikan bahwa komunikasi pariwisata dengan membentuk masyarakat/Kelompok sadar wisata yang menjadi pendamping dan menjadi jembatan bagi iklim pariwisata khususnya di Pucak Teaching Farm yang ada di kabupaten Gowa.

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

### A. PENDAHULUAN

Industri pariwisata dapat memengaruhi perkembangan ekonomi dan masyarakat Sebuah negara (Fan et al., 2018; Strydom et al., 2019). Pariwisata juga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan sumber pendapatan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung (Ali, 2018). Pariwisata saat ini telah menjadi industri besar dan salah satu industri yang berkembang pesat secara global serta menjadi sumber pekerjaan atau mata

pencaharian bagi banyak orang. Oleh karena itu, bidang pariwisata memerlukan berbagai jenis inovasi, karena ini adalah salah satu sektor yang paling kompetitif (Genç & Genç, 2017). Pengembangan pariwisata bertujuan untuk memfokuskan kembali, merencanakan dan menerapkan kebijakan yang mendorong pengembangan sumber daya alam untuk memberi manfaat bagi masyarakat adat dan pemangku kepentingan lainnya yang mencakup pemerintah, industri, masyarakat dan para



pengunjung itu sendiri. Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting untuk keberhasilan pengembangan sebuah destinasi wisata. Kebijakan komunikasi pengembangan destinasi wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat (Yasir et al., 2019). Pembangunan pariwisata jelas memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal, karena dukungan penduduk setempat ini sangat penting bagi industri pariwisata. Keberadaan masyarakat yang didukung dengan kepemimpinan, inovasi dan sosial kapital menjadi komponen penting dalam membangun destinasi wisata yang cerdas (Boes et al., 2016). Masyarakat menjadi pemangku kepentingan yang paling utama dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata (Lundberg, 2017) Selain itu, pengembangan komunikasi pariwisata juga harus berbasis budaya dan kearifan lokal dengan didukung dengan pelestarian dan pembangunan lingkungan berkelanjutan (Bakti et al., 2018). Komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal mampu memberikan nuansa pembaharuan kegiatan wisata selama ini yang berorientasi pada hal-hal yang “modern” yang berbasiskan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Model komunikasi pemasaran berbasis pada kearifan lokal, dilakukan dalam upaya untuk memberikan alternatif pemilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi oleh para wisatawan (Nugraha et al., 2017). Oleh karenanya, pembangunan pariwisata di daerah sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan dari pembangunan masyarakat lokal dan pembangunan fasilitas pendukungnya. Karena persaingan pasar pariwisata yang ketat, maka sebuah destinasi

wisata harus dapat dikembangkan melalui komunikasi yang lebih inovatif agar disukai oleh wisatawan, karena permintaan wisatawan bahkan lebih bervariasi bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Genç & Genç, 2017). Pembangunan destinasi wisata memiliki peran penting dalam memelihara warisan budaya, kearifan lokal, dan kelestarian alam. Hal ini bisa dilihat penelitian terkait pariwisata budaya dan industri kreatif yang menjadi tren baru bagi wisatawan (Liu, 2018). Komunikasi pemasaran terpadu sangat dibutuhkan dalam mengembangkan destinasi wisata budaya (Wang et al., 2009). Meskipun kajian pariwisata sebelumnya sudah ada memberikan kontribusi signifikan terhadap penjelasan tentang bagaimana pariwisata meningkatkan pembangunan ekonomi lokal, namun mereka mengabaikan fakta bahwa perlindungan dan perluasan budaya juga memerlukan komunikasi untuk memberikan pemahaman, kesadaran lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Bahkan program komunikasinya pun sering dimaknai berbeda. Penelitian terkait dengan ini menjelaskan bahwa saluran komunikasi yang terbentuk dalam pengembangan destinasi wisata berbasis kearifan lokal bersifat antarpribadi, kelompok yang kohesif dan media sosial, sehingga melahirkan kerja sama dalam memanfaatkan aktivitas budaya sebagai daya tarik wisata dan pengembangan program-program terkait dengan pengembangan destinasi lainnya (Bakti et al., 2018).

Pembangunan pariwisata pada dasarnya berupaya mendorong para pelaku atau pemangku kepentingan di sektor pariwisata untuk saling mendukung. Masyarakat dilibatkan tidak hanya

sekedar sebagai objek tapi juga sebagai subjek pembangunan, karena pembangunan kepariwisataan bersifat sistemik dan terpadu. Peran masyarakat secara aktif dalam kegiatan pariwisata dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak, baik secara perseorangan.

## **B. METODE**

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif analitis yaitu berbentuk uraian-uraian kalimat yang tersusun secara sistematis yang menggambarkan hasil penelitian. Metode penelitian deskriptif adalah suatu jalan atau cara untuk memecahkan masalah yang ada sekarang ini dengan mengumpulkan serta mengklarifikasi tentang arti data-data. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat menguraikan serta dapat memberikan gambaran mengenai obyek yang akan diteliti. Dan penggambarannya berdasarkan fakta dan data mengenai Bagaimana Komunikasi Pariwisata dalam pengembangan destinasi Agrowisata dan Edukasi Pucak Teaching Farm, Desa Pucak, Kabupaten Maros.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian yuridis sosiologis ini adalah data primer dan data sekunder sebagai sumber data utama. Adapun data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi data sebagai berikut:

a. Data Primer Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat atau lapangan (mengenai perilakunya atau data empiris). Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penelitian di lapangan. Data primer bersumber dari wawancara langsung, berupa keterangan- keterangan dan jawaban-

jawaban yang diperoleh dari responden. Responden dalam penelitian ini yaitu penanggung jawab Pucak Teaching Farm.

b. Data Sekunder adalah data yang mempunyai ruang lingkup yang sangat luas, sehingga meliputi surat-surat pribadi, buku-buku, sampai pada dokumen-dokumen resmi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Menurut Bambang Waluyo, data sekunder antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, dan seterusnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi/pengamatan dan wawancara. Teknik observasi digunakan melalui pengamatan langsung di Pucak Teaching Farm, sedangkan wawancara digunakan untuk mengetahui hasil apa yang dilakukan selama ini dalam bentuk Mempromosikan Pucak Teaching Farm. Dalam proses pengumpulan data, peneliti melibatkan dua mahasiswa semester akhir untuk membantu mengumpulkan dan menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembangunan pariwisata memerlukan dukungan kebijakan komunikasi, dalam hal ini formulasinya harus mempertimbangkan keserasian program nasional (Cangara, 2013). Namun demikian, desentralisasi telah memberi legitimasi kepada setiap daerah untuk memproduksi atau menghasilkan berbagai kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan daerah, termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016).

Secara umum di Indonesia pengembangan pariwisata, diberikan wewenangnya kepada Dinas Pariwisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Maros. Sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Maros berkedudukan, bertugas dan berfungsi yaitu “memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan dalam menyelenggarakan sebagian urusan Pemerintah Kabupaten di Bidang Pariwisata dan Kebudayaan”. Untuk menjalankan tugas pokok tersebut Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menyelenggarakan beberapa fungsi: merumuskan kebijakan teknis; menyelenggarakan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan kebudayaan; membina dan melaksanakan tugas bidang wisata dan budaya; dan melaksanakan pengembangan pariwisata dan kebudayaan.

Pemerintah Kabupaten Maros telah membuat kebijakan dan mempromosikan beberapa destinasi wisata unggulan daerah. Pemerintah daerah menjadikan Pucak Teaching Farm sebagai destinasi wisata karena pertimbangan kawasan kampung tu ini memiliki Lokasi yang cukup besar dan nyaman. Kecamatan Tompobulu, Desa Pucak memiliki potensi mengembangkan destinasi wisata karena sudah didukung oleh pengelolaan tujuan wisata secara mandiri atau swadaya oleh masyarakat seperti: Pucak Teaching Farm, Kebun raya Pucak yang merupakan aset Provinsi Sulawesi Selatan.

Sebagai Salah satu andalan pemerintah daerah, Desa Pucak yang memiliki Pucak Teaching Farm ini dikembangkan dengan basis komunikasinya melalui membina dan Membentuk Masyarakat Sadar Wisata (Madarwis). Daya tarik destinasi wisata ini

adalah adanya Kawasan yang cukup luas serta memiliki banyak Fauna berbagai jenis dan Fauna. Objek Wisata Pucak Teaching Farm adalah salah satu tujuan wisata yang terdapat di Desa Pucak Kecamatan Tompobulu kabupaten Maros.

Pucak Teaching Farm ini sudah lama dijadikan sebagai *branding* wisata daerah Desa Pucak, namun belum dikembangkan secara maksimal sehingga belum dikenal dan terkelola dengan baik. Keberadaannya belum ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai, seperti minimnya tempat istirahat bagi pengunjung, toilet/wc umum, tidak adanya *homestay*. Selain itu, tidak tersedianya tempat memperoleh cinderamata khas daerah untuk dibawa pulang oleh wisatawan. Pada dasarnya pariwisata merupakan produk bisnis modern. Jadi semua produk pariwisata ditujukan sebagai produk bisnis, mulai dari destinasi, ekonomi kreatif, transportasi, perhotelan, tempat rekreasi, dan atraksi seni yang dikemas menjadi paket wisata yang menarik, mengagumkan, menantang dan mengesankan bagi wisatawan (Bungin, 2015). Oleh karena itu, komunikasi menjadi sangat penting dalam menciptakan destinasi Agrowisata.

Agrowisata Pucak atau disebut juga Pucak Teaching Farm merupakan agrowisata berstandar internasional yang menawarkan wisata perkebunan, perikanan, dan peternakan yang berada di Dusun Puncak, Desa Pucak, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Agrowisata yang mulai dibangun pada tahun 1988 ini dulunya merupakan tempat beristirahat mantan Gubernur Sulawesi Selatan yaitu, HZB. Palaguna. Namun seiring berjalannya waktu, tempat ini kemudian

mulai dibuka untuk umum dengan menjadikannya sebagai salah satu lokasi wisata.

Tempat wisata ini cocok untuk keluarga karena dapat belajar tentang berbagai hal yang berkaitan dengan pertanian maupun perkebunan, seperti menanam bibit pohon serta mengenal lebih banyak manfaat tanaman yang terdapat di tempat wisata ini. Selain wisatawan bersama keluarga dapat bersenang-senang menikmati fasilitas yang disediakan.

Awalnya lokasi ini hanya memiliki luas sekitar 4 hektar dan merupakan perkebunan milik pribadi. Namun pada awal tahun 2000, sang pemilik mulai mengarahkan agar area perkebunan tersebut dijadikan sebuah lokasi agrowisata dan kemudian mulai dibangun fasilitas-fasilitas pendukung bagi para pengunjung. Agrowisata Pucak yang saat ini memiliki luas sekitar 200 hektar ini, berada pada ketinggian  $\pm$  300 meter di atas permukaan laut dan area ini dulunya hanya membudidayakan dua jenis tanaman saja yaitu mangga dan jeruk. Namun seiring waktu pengelola mulai mengembangkan budidaya tanaman lainnya seperti jeruk siam, budidaya ikan nila, budidaya ikan mas, penangkaran rusa jenis rusa timor, serta peternakan kambing Boerawa (persilangan antara kambing Boer Australia dengan kambing Etawa). Selain itu di Pucak Teaching Farm juga terdapat beberapa jenis burung, monyet, ular, peternakan sapi Bali serta juga terdapat kolam buaya. Selanjutnya di Pucak Teaching Farm juga terdapat padang rumput, kuda peliharaan serta beberapa ekor kijang.

Di tengah perkebunan jeruk terdapat pula sebuah telaga yang diperuntukkan bagi para pengunjung yang memiliki hobi memancing,

yang mana di dalamnya terdapat ikan nila dan ikan mas. Selain itu ada lagi telaga lainnya yang dibuat untuk wisata air berupa perahu bebek dan dilengkapi dengan jembatan di atasnya.

Kolam Renang juga menjadi lokasi dengan peminat yang banyak di Pucak Teaching Farm juga menyediakan beberapa kolam. Satu kolam renang yang diperuntukkan bagi anak-anak dan dua kolam renang untuk orang dewasa.

Fasilitas lainnya yang juga terdapat di Agrowisata Pucak Teaching Farm antara lain kantin, mushola untuk tempat beribadah, aula, area perkemahan untuk kegiatan *outbond*, toilet umum, dan beberapa vila bagi pengunjung yang ingin menginap. Lokasi Agrowisata Pucak Teaching Farm ini terbilang mudah dijangkau karena hanya berjarak 35 km dari Kota Makassar dengan rute Makassar – Batangase – Kecamatan Tompobulu. Dengan rute ini perjalanan dapat ditempuh selama kurang dari 2 jam.

Dengan strategi komunikasi yang tepat melalui memberdayakan masyarakat pedesaan dapat mengembangkan pariwisata lokal untuk menghasilkan perubahan sosial dan berkontribusi untuk meningkatkan partisipasi dan kesejahteraan masyarakat (Putri & Adinia, 2018). Jadi komunikasi tidak saja berperan pada promosi pariwisata, namun semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan komunikasi. Pariwisata memerlukan komunikasi untuk pengembangan aksesibilitas, destinasi, dan sumber daya lainnya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015).

Ada tiga hal mendasar yang menjadi tujuan dan perhatian masyarakat agar pariwisata dapat

berkesinambungan yakni aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Apabila ketiga aspek ini dapat terintegrasi dengan baik, maka pariwisata berkelanjutan akan terbentuk dengan sendirinya (Karta & Suarhana, 2014).

Pemahaman dan pengetahuan tentang sikap kelompok masyarakat lokal sangat penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan sehingga dapat membantu proses perencanaan destinasi wisata (Lundberg, 2017). Pembinaan masyarakat, peningkatan fasilitas pendukung destinasi wisata, dan komunikasi pariwisata yang dilakukan pemerintah Kabupaten Maros masih kurang gencar dan hanya bersifat seremonial. Padahal pembangunan komunikasi pariwisata dalam membangun kesadaran wisata masyarakat banyak mengandalkan pada pemerintah termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016). Sebagai subordinat dari Negara Kesatuan Republik Indonesia, Pemerintah Daerah Kabupaten Maros juga memiliki legitimasi yang sama untuk membuat berbagai kebijakan termasuk di bidang pariwisata. Pemerintah Kabupaten Maros telah menetapkan pariwisata sebagai *leading sector* pembangunan dan membuat kebijakan pariwisata berbasis kearifan lokal untuk mendukung pengembangan pariwisata. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Deskriptif untuk menggambarkan, menganalisis dan menginterpretasikan sisi- sisi implementasi seperti partisipasi, jejaring, struktur keorganisasian, aktor, finansial, fasilitas, kondisi sosial, budaya, ekonomi dan politik serta kepentingan *stakeholder*.

Masyarakat sudah memiliki kesadaran dalam pengembangan destinasi wisata seperti

Keluarga dan Masyarakat sadar wisata (Madarwis) salah satunya di kebun raya Pucak , menyambut tamu dan wisatawan adalah bentuk sebagai penghormatan kepada pengunjung karena memuliakan tamu adalah sebuah keharusan.

Berkaitan dengan ini, partisipasi masyarakat terlihat dari keaktifan Masyarakat sadar wisata yang dibina pemerintah. Pucak Teaching Farm sebagai lokasi wisata karena masih memiliki banyak kearifan lokal yang terdapat di kampung itu yang berpotensi menarik wisatawan. Warga penduduk asli setempat berusaha mempertahankan tradisi. Madarwis Desa Pucak ini, mengemas budaya di daerahnya untuk dijadikan daya tarik wisata, karena masyarakat di sini menawarkan kepada calon pengunjung berbagai paket wisata dan budaya serta agrowisata. Namun demikian di sisi lain, beberapa masyarakat masih menginginkan tradisi ini tetap terjaga, sehingga mereka tidak menginginkan untuk dijadikan objek wisata yang dapat mengganggu budaya dan pemahaman masyarakat akibat intrusi budaya lain dari luar dengan datangnya wisatawan dari luar.

Kreativitas masyarakat melalui Masyarakat Sadar Wisata membuat Pucak Teaching Farm ramai dikunjungi dan diminati orang banyak wisatawan. Komunikasi partisipasi masyarakat yang proaktif ini membantu komunikasi pariwisata dalam mengembangkan destinasi Pucak Teaching Farm. Di berbagai kesempatan, banyak media komunikasi dengan media sosial para pengunjung, warga memperluas penetrasi pesan pemasaran tentang Pucak Teaching Farm dan objek wisata lainnya di Desa Pucak. Tersedianya berbagai media komunikasi

destinasi wisata, aksesibilitas, maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata seperti Masyarakat Sadar Wisata ikut mempopulerkan destinasi wisata ini. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi berperan penting dalam menyiapkan konten pesan yang tepat untuk disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan, bahkan komunikasi internal Masyarakat Sadar wisata ini sendiri. Partisipasi masyarakat lokal jelas sangat berpotensi untuk kegiatan dan pengembangan sebuah objek wisata (Kurniasari et al., 2013). *Pertama*, partisipasi dalam mengelola daya tarik wisata alam.

Salah satu daya tarik Pucak Teaching Farm adalah Empang ikan nila yang cukup Luas, selain itu Kawasan ini memiliki potensi perkebunan yang baik terutama pohon mangga dan kebun jeruk yang menjadi salah satu sumber kehidupan masyarakat. Wisatawan atau pengunjung dapat mempelajari berbagai macam cara menanam pohon mangga dan jeruk yang benar. Selain itu, kebun jeruk juga banyak dijumpai di daerah ini. Wisatawan akan diberi pengetahuan dan wawasan mengenai proses berkebun jeruk manis, dari menyemai biji, pemindahan bibit, penanaman hingga pemeliharaan tanaman jeruk. Wisatawan bisa diajak memanen atau memetik jeruk sendiri khususnya yang ingin membeli buah jeruk dengan harga sekitar 15 ribu/kg untuk dibawa pulang maupun dimakan langsung. Hal ini juga bisa dilakukan pada kebun mangga.

Daya tarik alam dari sisi agrowisata lain berupa sawah masyarakat di desa ini. Kegiatan masyarakat di sawah ini pun dapat dijadikan potensi wisata untuk dimanfaatkan wisatawan belajar membajak sawah, menanam padi dan menuai padi pada musim panen. Kegiatan di

sawah yang dilakukan di desa Pucak masih menggunakan cara tradisional. Sehingga kegiatan-kegiatan pertanian dan perkebunan ini bisa menjadi atraksi wisata yang menarik bagi pengunjung terutama yang berasal dari kota terutama di kalangan anak-anak dari Kota Makassar dan sekitarnya.

Terkait dengan partisipasi masyarakat ini, perumusan dan implementasi kebijakan pembangunan desa wisata perlu melibatkan banyak *stakeholder*, seperti masyarakat, pemerintah, perusahaan atau CSR, Masyarakat sadar wisata dan akademisi (Suyanto et al., 2019). Partisipasi *stakeholder* penting dalam mengemas, mengampanyekan dan menularkan program pengembangan destinasi wisata karena tidak semua masyarakat dapat menerima program pemerintah. Dalam hal ini, komunikasi pariwisata belum melibatkan seluruh *stakeholder*. Meski demikian perguruan tinggi sudah memiliki peran dalam membantu mengembangkan destinasi wisata melalui pengabdian masyarakat oleh dosen atau Kuliah Kerja Nyata oleh mahasiswa. Padahal semua *stakeholder* termasuk wisatawan diharapkan mampu menerapkan sapta pesona yaitu menjaga kebersihan lingkungan, menjamu dengan sapa, senyum, ramah-tamah, dan tertib dalam berinteraksi dengan wisatawan. Masyarakat perlu diberikan pembinaan lanjutan bahwa pariwisata membutuhkan kerja sama yang solid dari seluruh komponen masyarakat.

Partisipasi masyarakat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung Pucak Teaching Farm Kabupaten Maros, sehingga masyarakat khususnya generasi muda lebih mengenal budaya Kabupaten Maros.

Komunikasi dengan memberdayakan masyarakat dan masyarakat sadar wisata dalam setiap atraksi wisata berperan penting dalam mengembangkan destinasi wisata berkelanjutan (Putri & Adinia, 2018). Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berhubungan dengan upaya meningkatkan kemampuan dan memandirikan masyarakat untuk dapat mengaktualisasikan potensi wisata yang sudah dimiliki dalam rangka memegang kendali atas diri masyarakat dan lingkungannya. Pemberdayaan masyarakat dengan membina masyarakat sadar wisata jelas bentuk komunikasi pariwisata yang efektif dalam membangun destinasi. Sejalan dengan ini, komunikasi pembangunan kepariwisataan harus melibatkan masyarakat sebagai unsur utama sebagai pencerminan hak-hak demokratis individu untuk melibatkan diri dalam pembangunan (Istiyanto, 2011).

Terkait dengan ini, program komunikasi memang tidak dapat menerpa semua masyarakat, akibatnya akan ada penerimaan dan ada penolakan di masyarakat (Nugraheni & Widyaningrum, 2019). Tidak heran bila, masyarakat sadar wisata masih berbeda pandangan dengan masyarakat kelompok tua, sehingga banyak penolakan dari masyarakat kalangan yang tua.

Model pengelolaan dan perencanaan komunikasi pariwisata pemerintah Kabupaten Maros dalam mengembangkan destinasi wisata adalah dengan membentuk masyarakat sadar wisata di Pucak Teaching Farm yang ditentukan. Dalam hal ini, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Maros sebagai pihak yang berwenang dalam pengembangan destinasi wisata memiliki strategi yaitu: pengembangan

objek pariwisata; peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata; pengembangan jenis dan paket wisata;

Pelaksanaan koordinasi pembangunan objek pariwisata dengan lembaga/dunia usaha; pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program destinasi promosi pariwisata; pengembangan destinasi wisata; pengembangan sosialisasi dan penerapan serta pengawasan standarisasi; dan pemeliharaan sarana dan prasarana pariwisata. Dari sini terlihat bahwa komunikasi pengembangan destinasi wisata belum terintegrasi menjadi satu kesatuan dengan komponen lain. Padahal pengembangan destinasi wisata yang berbasis seni, tradisi dan warisan budaya memerlukan komunikasi yang terintegrasi (Wang et al., 2009).

Masyarakat Sadar Wisata sebagai agen perubahan sosial memiliki peranan sangat penting dalam pengembangan Pucak Teaching Farm yang berkelanjutan.

Pemerintah melalui dinas pariwisata bersama dengan Masyarakat sadar wisata diharapkan mampu memecahkan masalah dan mencari solusi terkait pengembangan destinasi wisata ini. Selain itu keduanya tetap bertanggung jawab mempromosikan destinasi wisata Pucak Teaching Farm dan memberikan pemahaman kepada tokoh masyarakat tua agar bisa melanjutkan pengembangan destinasi wisata yang sudah berkembang baik. Komunikasi pengembangan destinasi wisata harus tetap masyarakat tua mau menerima perubahan. Komunikasi pariwisata harus tetap berkelanjutan dengan tetap memelihara tradisi dan adat istiadat masyarakat setempat. Oleh karena itu, dukungan sosial kaum tua ini menentukan keberhasilan

pembangunan pariwisata, baik secara total (gabungan) maupun secara parsial (Rahmat et al., 2019).

Kelompok penggiat wisata budaya dapat bekerja sama, bersepakat, dan berkomitmen untuk mengembangkan destinasi wisata berbasis budaya dan kearifan lokal telah membentuk identitas kelompok yang kuat dan solid, atau dengan kata lain kelompok ini memiliki tingkat kohesivitas yang tinggi (Bakti et al., 2018). Oleh karena itu, dengan adanya pengembangan destinasi wisata Pucak Teaching Farm sebagai objek wisata tersebut, diharapkan mereka sadar bahwa daerahnya memiliki potensi untuk menjadi tempat destinasi wisata dan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian dan mereka semakin kompak.

## D. PENUTUP

### 1. Kesimpulan

Komunikasi pariwisata merupakan proses yang berkelanjutan yang memerlukan pemantauan tren baru secara fleksibel terhadap perubahan (Karta & Suarthana, 2014). Beberapa strategi dibutuhkan untuk meningkatkan *brand image* dan *awareness* untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Strategi utamanya adalah pemilihan saluran komunikasi yang tepat, untuk mengembangkan hubungan jangka panjang dengan kelompok sasaran (Štefko et al., 2015). Oleh karena itu, komunikasi pariwisata melalui berbagai saluran komunikasi perlu terus dilakukan untuk melakukan penyadaran dan pembinaan kepada warga masyarakat. Pemerintah melakukan pembinaan masyarakat seperti kepada anggota masyarakat sadar wisata bertujuan agar mampu menjadi agen perubahan

dan menularkan pada yang lain. Pembinaan juga harusnya mengajarkan bagaimana cara memanfaatkan media jejaring sosialnya sebagai ajang promosi agrowisata dan wisata.

Kegiatan komunikasi pariwisata pengembangan destinasi menjadi tanggung jawab semua komponen masyarakat atau *stakeholder*. Pemerintah seharusnya menggalakkan pembinaan dan kampanye untuk menerapkan sapta pesona dengan menjaga kebersihan lingkungan, menjamu dengan sapa,

## 2. Saran

-

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (TOURISM COMMUNICATION): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: PT Aditya Andrebina Agung.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Daryato dan Mulio Rahardjo. 2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gava Media. Fandeli,
- Chafid. 2005. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Marpaung,
- Happy. 2007. *Pengetahuan Kepariwisata*. Jawa Barat: Alfabeta.

MBA, Drs. Musanef. 2000. Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.

Morissan. 2009. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy dan Solatun. 2013. *Metode penelitian komunikasi: contoh- contoh*

*penelitian kualitatif dengan pendekatan praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Pendit, Nyoman S. 2002. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Prasetyo, Andjar dan Mohammad Zaenal Arifin. 2018. *Pengelolaan Destinasi Wisata yang Berkelanjutan dengan Sistem Indikator Pariwisata*. Jakarta: Indoca