

Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Budaya Dalam Menunjang Pariwisata Di Desa Edelweiss Wonokitri Kabupaten Pasuruan

Achmad Muzakki Faqihuddin, Faris

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Yudharta Pasuruan

*Corresponding Author Email: zakkielachmad@gmail.com

Article History

Received: 28 Agustus 2024

Revised: 29 Agustus 2024

Accepted: 30 Agustus 2024

Keywords: Communication model, Cultural tourism, tourism communication.

Abstract: Wonokitri Village is a village in Tosari District, Pasuruan Regency, East Java Province, with authentic Tengger Tribe customs and culture, the last entrance to the Bromo area from Pasuruan Regency. To understand tourism communication models and increase tourist visits. Using qualitative descriptive methods, data were obtained through observation, interviews, and documentation, and analyzed descriptively. The resource persons consisted of the Pokdarwis chairman and the villagers' head. The theory used is Lasswell's communication model, i.e. Who Says what I which Channel To whom With what effect to explain communication is not just the delivery of messages, but also complex interactions that are influenced by various interrelated factors, Effective messages will be able to attract tourists, enrich the tourist experience, By utilizing the right various communication channels, culture-based tourism messages can be conveyed effectively to attract tourists and support tourism development, as well as increasing community income. In conclusion, the lasswell communication model and through atwo-way approach in the development of culture-based tourism By integrating the cultural diversity of the tengger tribe, will create aunique and meaningful tourist destination, tourists who visit not only enjoy the beauty of nature, but also get a rich and authentic cultural experience

PENDAHULUAN

Wonokitri adalah desa di Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, dengan adat istiadat dan budaya Suku Tengger yang masih autentik, yang merupakan pintu masuk terakhir dari Kabupaten Pasuruan ke wilayah Bromo. Menurut monografi Desa Wonokitri tahun 2014, topografi desa ini terdiri dari 30% dataran dan 70% wilayah perbukitan serta pegunungan, dengan ketinggian sekitar 2.219 meter di atas permukaan laut. Curah hujan mencapai 2.200 mm per tahun, dengan musim hujan berlangsung selama enam bulan dalam setahun. Suhu rata-rata di desa tersebut adalah 23°C, dengan suhu terendah mencapai 16°C. Desa Wonokitri dihuni oleh 3.032 penduduk, dengan 1.497 pria, 1.535 wanita, dan 685 rumah tangga. Dari populasi tersebut, 90% adalah petani, 5% adalah buruh tani, dan 5% sisanya adalah profesional yang menjadi pesertadalam bisnis pariwisata Masyarakat Wonokitri masih berpegang teguh adat istiadat. (Yascya & Widyowati, 2024).

Desa Wisata Edelweiss di Desa Wonokitri, Kecamatan Tosari, meraih penghargaan dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023. Selain masuk dalam daftar 75 Desa Wisata Terbaik, desa ini juga terpilih sebagai salah satu dari Delapan Desa Wisata Terbaik dalam kategori Desa Wisata Baru dengan predikat Juara Harapan. Keindahan pariwisata yang disuguhkan oleh warga lokal menjadi daya tarik utama Desa Wisata Edelweiss. Selain itu, masyarakat Wonokitri dikenal dengan kebersamaannya yang erat, harmonis dengan alam, serta memiliki infrastruktur yang sudah memadai.. Variasi budaya yang menimbulkan inspirasi serta keragaman dan kerukunan dalam ukhuwah dan kolaborasi dari semua pihak untuk membuka peluang usaha (eka maria, 2023).

Rendahnya sektor pariwisata dalam menunjang kesejahteraan masyarakat di kawasan hinterland bromo Desa Wonokitri diindikasi dari beberapa aspek, aspek yang paling penting adalah Sumber Daya Manusia (SDM) pengelola Desa Wisata Wonokitri Pemerintah desa serta Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) masih memiliki keterbatasan pengetahuan dan skill dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Selain itu juga lemahnya skill penguasaan teknologi informasi dan komunikasi pendukung promosi pariwisata. Belum adanya media official promosi wisata desa wonokitri khususnya dalam bentuk website serta sistem aplikasi pemesanan wisata secara terintegrasi dengan paket wisata yang dikembangkan di Desa

Wonokitri, faktor Kesadaran dan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek pariwisata desa yang belum maksimal.

Pariwisata sebagai sektor telah memainkan peran krusial dalam pembangunan. Sektor ini dapat menciptakan atau memperluas peluang kerja bagi masyarakat di sekitar area wisata, seperti dalam bidang akomodasi, restoran, pemandu wisata, biro perjalanan, dan layanan lainnya. Selain itu, pariwisata juga berkontribusi langsung pada sektor lain, seperti pembangunan atau perbaikan infrastruktur jalan, pelabuhan, bandara, serta program kebersihan, yang semuanya memberikan manfaat baik bagi masyarakat setempat maupun wisatawan. (Buditiawan & Harmono, 2020)

Pariwisata adalah salah satu industri yang dapat memengaruhi perkembangan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Selain itu, sebagai salah satu industri model baru yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi pertumbuhan ekonomi, pariwisata adalah salah satu industri yang paling berpengaruh. dengan cepat, dapat dilihat dari peningkatan kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan sektor ekonomi lainnya di negara yang menerima wisatawan. (Priyanto, 2019)

Komunikasi pariwisata adalah aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan kesuatu daerah atau objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata. Yang bertujuan untuk mempromosikan, menginformasikan, dan memengaruhi perilaku terkait dengan destinasi pariwisata, layanan, atau pengalaman pariwisata tertentu. Tujuan utama dari komunikasi pariwisata adalah untuk menarik wisatawan, memperluas pemahaman tentang destinasi atau layanan pariwisata, dan mempengaruhi persepsi serta keputusan wisatawan (Sitepu & Sabrin, 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan model teori Lasswell dalam komunikasi pariwisata berbasis budaya dapat mendukung pariwisata di Desa Edelweiss, Wonokitri, Kabupaten Pasuruan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi masalah mendasar yang terkait dengan keberadaan desa wisata budaya dan para wisatawan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yang biasa digunakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk model komunikasi, di mana sejumlah alasan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan, jenis penelitian ini digunakan dengan observasi, wawancara, atau pemeriksaan dokumen, dan bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan tidak terdiri dari angka, tetapi hanya gambar dan kata-kata. Perbedaan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif adalah bahwa penelitian kualitatif memiliki desain yang dapat disesuaikan dan berubah selama proses penelitian.

Hal ini dilakukan untuk membantu peneliti menentukan arah dan tujuan penelitian. Jika disesuaikan dengan paradigma Laswell, maka menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang akan di ajukan yaitu :

1. Who (Siapa): Dalam konteks ini adalah ketua kelompok sadar wisata desa Edelweiss Wonokitri dan peradah.
2. Say What (Mengatakan Apa): Pesan atau pernyataan yang disampaikan melalui simbol-simbol, bisa berupa ide atau pemikiran, dalam konteks ini merujuk pada objek wisata desa Edelweiss Wonokitri.
3. In Which Channel (Saluran atau media): yang digunakan untuk menyampaikan pesan, terutama jika komunikasi berada di lokasi yang jauh atau jumlahnya banyak. Dalam penelitian ini, media yang digunakan adalah situs web, Instagram, TikTok, dan WhatsApp.
4. To Whom (Kepada Siapa) : dalam hal ini adalah para penggiat pariwisata, masyarakat yang berkecimpung dalam dunia pariwisata dan wisatawan di Desa Edelweiss Wonokitri
5. With What Effect (Dampak) : meningkatkan kualitas SDM dan kesadaran Masyarakat desa wonokitri dengan potensi wisata berbasis budaya lokal suku tengger supaya lebih banyak wisatawan yang berminat untuk mengetahuinya lebih lanjut.

HASIL PENELITIAN

Dengan menggunakan model komunikasi Lasswell, kita dapat menganalisis model komunikasi wisata berbasis budaya di Desa Edelweiss Wonokitri. Sumber dalam hal ini adalah Pokdarwis dan Peradah Desa Wonokitri, dan pesan yang disampaikan adalah mendorong Desa

Edelweiss sebagai tujuan wisata berbasis budaya di tingkat nasional dan internasional. Pesan ini disampaikan pada saat (When) acara kebudayaan suku Tengger dan lokasi (Where). Sasaran komunikasi ini adalah wisatawan dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) setempat yang berusaha untuk meningkatkan pendapatan melalui pariwisata. Cara penyampaian pesan (How) disampaikan melalui situs web dan media sosial Desa Edelweiss, yang selalu diupdate untuk menyampaikan informasi terbaru tentang peristiwa kebudayaan suku Tengger. Dalam mendukung pariwisata desa, elemen-elemen ini menunjukkan bagaimana model komunikasi Lasswell berhubungan dengan komunikasi berbasis budaya, adalah sebagai berikut :

1. Who (Siapa)

Menurut teori Lasswell, "Who" mengacu pada peran yang dimainkan oleh komunikator dalam mengembangkan pariwisata berbasis budaya di Desa Edelweiss Wonokitri. Kelompok Sadar Wisata, juga dikenal sebagai Pokdarwis, dibentuk untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Mereka adalah bagian penting dari perencanaan desa untuk promosi pariwisata dan komunikasi. Bahasa mempengaruhi "Who" karena mencerminkan pikiran dan identitas komunikator selain menjadi alat komunikasi. Pendidikan, pekerjaan, dan status sosial komunikator dapat ditunjukkan melalui pilihan kata dan struktur kalimat.

Sebagai elemen utama model Lasswell, budaya memengaruhi "Who". Komunikator dari berbagai budaya memiliki pandangan dan prinsip yang dipengaruhi oleh kebiasaan mereka sendiri. Misalnya, komunikator dari budaya kolektifis lebih suka menekankan harmoni, sedangkan komunikator dari budaya individualis lebih suka berbicara tentang kebebasan.

Pokdarwis membantu mengembangkan pariwisata berbasis budaya di desa ini dengan mendorong wisata, pelatihan masyarakat, dan pelestarian budaya. Diskusi dengan komunikator dapat membantu menentukan kelebihan dan kekurangan pariwisata serta strategi untuk meningkatkan daya tarik pengunjung. Komentar wisatawan dapat bermanfaat untuk meningkatkan layanan pariwisata dan memenuhi ekspektasi pengunjung.

Dengan mengintegrasikan teori Lasswell "Who" melalui elemen budaya, bahasa, dan

struktur organisasi, kita dapat memperoleh pemahaman tentang bagaimana konteks sosial komunikator dan identitasnya memengaruhi proses dan efektivitas komunikasi. Ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses yang rumit yang dipengaruhi oleh banyak variabel yang saling berhubungan.

2. Says What (Apa)

Untuk membuat pesan yang efektif bagi audiens, elemen "Says What" dalam teori Lasswell sangat penting. Untuk menarik minat wisatawan dan mendukung pariwisata lokal, pesan ini harus menyampaikan informasi yang akurat dan relevan dengan menggabungkan elemen budaya, bahasa, pengetahuan, dan kesenian.

Dalam industri pariwisata, elemen budaya sangat penting untuk menggambarkan keunikan Desa Edelweiss Wonokitri. Pesan harus menceritakan kisah lokal, adat istiadat, dan tradisi yang masih dilakukan, seperti upacara adat atau ritual tradisional, agar wisatawan mendapatkan pengalaman budaya yang sebenarnya. Menggabungkan bahasa Indonesia dan bahasa lokal suku Tengger serta menyediakan terjemahan dalam bahasa asing yang relevan untuk wisatawan asing adalah aspek penting dari penggunaan Bahasa. Selain itu, pesan harus menyampaikan pengetahuan tentang sejarah dan warisan lokal yang penting, seperti peninggalan sejarah dan situs penting di desa. Selain itu, pesan juga harus menampilkan kesenian lokal, seperti tarian, musik, kerajinan tangan, dan makanan tradisional, yang dapat menarik wisatawan. Upacara Yadnya Karo adalah contohnya.

gambar 1(Upacara yadnya karo)



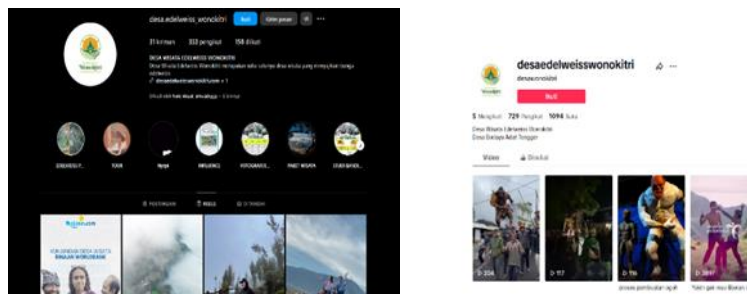
Pesan ini mengundang wisatawan untuk terlibat langsung dalam kegiatan budaya desa

selain memberikan informasi. Secara keseluruhan, komponen "Says What" dalam model komunikasi pariwisata berbasis budaya harus dirancang dengan cermat agar dapat menyampaikan informasi yang kaya akan nilai budaya, bahasa, pengetahuan, dan kesenian. Dengan pesan yang efektif, Desa Edelweiss Wonokitri dapat menarik wisatawan, meningkatkan pengalaman mereka, dan mendukung pertumbuhan pariwisata.

3. In Which Channel (Saluran)

Faktor " In Which Channel " sangat penting dalam penelitian ini karena menentukan seberapa efektif pesan budaya disampaikan kepada wisatawan. Komponen budaya, teknologi, dan saluran komunikasi yang terdiri dari platform digital dan konvensional harus diintegrasikan dengan baik. Di era internet saat ini, platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah berkembang menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan pariwisata. Video pendek tentang festival budaya, kegiatan masyarakat, dan keindahan alam desa yang menarik wisatawan dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan konten kreatif dan visual di media sosial.

gambar 2 (akun media sosial Tik-Tok & Instagram)



Untuk menyebarkan pengetahuan tentang budaya lokal, platform komunikasi interaktif dan edukatif seperti blog, vlog, dan podcast dapat digunakan. Mengundang narasumber yang memahami budaya lokal untuk berbagi pengalaman mereka melalui platform ini dapat membuat pesan lebih kredibel dan menarik audiens. Selain itu, diskusi tentang pariwisata budaya dapat diakses oleh audiens yang lebih luas melalui platform online atau webinar.

Media visual dan interaktif seperti film dokumenter, film pendek, dan siaran festival langsung dapat diunggah ke platform streaming seperti YouTube untuk mempromosikan

kesenian lokal. Media sosial juga dapat digunakan untuk siaran langsung acara budaya, memberikan audiens pengalaman dalam waktu nyata. Pameran seni virtual dan galeri online menjadi cara efektif untuk menampilkan karya seni lokal kepada audiens yang tersebar di seluruh dunia.

Dengan memanfaatkan saluran komunikasi yang tepat, pesan pariwisata berbasis budaya dapat disampaikan secara efektif, menarik minat wisatawan, dan mendukung perkembangan pariwisata di Desa Edelweis Wonokitri. Kombinasi teknologi modern, pengetahuan lokal, dan kesenian memastikan pesan tersebut menjangkau audiens luas dan memberikan pengalaman budaya yang kaya.

4. To Whom (Kepada Siapa)

Komponen "to whom" sangat penting untuk mengidentifikasi audiens target dengan mempertimbangkan budaya, struktur organisasi, pengetahuan, dan kesenian mereka. Proses ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan tepat sasaran dan berdampak maksimal.

Model komunikasi pariwisata ini berfokus pada wisatawan lokal dan asing yang tertarik pada budaya suku Tengger. Untuk wisatawan lokal, khususnya mereka yang tinggal di kota-kota besar di Indonesia, promosi dapat difokuskan pada keindahan alam dan kekayaan budaya Desa Edelweis Wonokitri, yang menawarkan pengalaman wisata yang berbeda dari destinasi populer lainnya. Segmentasi audiens berdasarkan usia, minat, dan gaya hidup, seperti keluarga yang mencari liburan edukatif atau milenial dan Gen Z yang tertarik pada konten yang dapat dibagikan di media sosial. Pesan harus disesuaikan dengan preferensi mereka, dengan penekanan pada pengalaman budaya yang unik dan asli, seperti upacara tradisional, adat istiadat, dan warisan sejarah desa. Informasi harus diberikan dalam bahasa yang mudah dipahami, seperti bahasa Inggris. Ini juga harus mencakup petunjuk praktis tentang cara mencapai Desa Edelweis Wonokitri, akomodasi, dan aktivitas yang dapat dilakukan selama liburan.

Model komunikasi pariwisata berbasis budaya ini dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang relevan dan menarik, meningkatkan minat wisatawan, dan mendukung perkembangan pariwisata Desa Edelweis Wonokitri dengan mengidentifikasi dan memahami audiens yang tepat. Metode yang tersegmentasi dan terfokus ini memastikan bahwa setiap kelompok audiens menerima informasi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan

mereka. Ini juga memastikan bahwa wisatawan memiliki pengalaman yang memuaskan dan berkesan.

5. With What Effect Dengan Efek Apa)

"with what effect" menunjukkan hasil yang diharapkan dari komunikasi. Untuk memastikan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi seluruh komunitas desa, dampak ini harus mencakup aspek budaya organisasi, partisipasi masyarakat, dan pelestarian kesenian. Dari perspektif budaya organisasi, diperlukan peningkatan koordinasi antara pemangku kepentingan pariwisata desa untuk membangun struktur yang mendukung promosi pariwisata berbas. Komunitas lokal, organisasi pariwisata, dan pemerintah daerah harus bekerja sama untuk membangun struktur yang mendukung promosi pariwisata berbas. Hal ini akan memastikan bahwa semua orang mendapat manfaat yang paling besar dan menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan.

Diharapkan partisipasi masyarakat dalam pariwisata meningkat. Untuk menyambut wisatawan, berbagi informasi tentang budaya lokal, dan mengatur acara seperti festival budaya dan workshop kerajinan, orang harus aktif berkomunikasi. Ini akan meningkatkan hubungan dan kebanggaan masyarakat terhadap warisan budaya mereka, selain meningkatkan pariwisata. Dari sudut pandang seni, diharapkan pelestarian dan promosi seni tradisional desa. Tari, musik, dan kerajinan lokal dapat menarik perhatian wisatawan dan dilestarikan melalui komunikasi yang baik. Selain itu, hal ini akan memberi kesempatan kepada seniman lokal untuk menunjukkan kemampuan mereka, dan akan mendorong generasi muda untuk mempertahankan tradisi seni tersebut.

Secara keseluruhan, diharapkan model komunikasi pariwisata berbasis budaya ini akan meningkatkan kunjungan wisatawan, pendapatan masyarakat lokal, serta pelestarian dan promosi budaya dan kesenian khas suku Tengger. Dengan strategi komunikasi yang efektif, Desa Edelweis Wonokitri dapat menjadi destinasi pariwisata yang menarik dan berkelanjutan, memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari analisis komponen komunikasi dalam teori Lasswell terhadap pengembangan pariwisata berbasis budaya di Desa Edelweiss Wonokitri menunjukkan bahwa peran komunikator, pesan yang disampaikan, saluran komunikasi yang digunakan, audiens yang ditargetkan, dan dampak yang diharapkan sangat penting. Pertama, peran Pokdarwis sebagai komunikator utama sangat penting dalam menggerakkan pariwisata desa melalui pendekatan budaya. Bahasa, budaya, dan struktur organisasi adalah faktor penting yang memengaruhi seberapa efektif mereka berkomunikasi. Kedua, untuk menarik minat wisatawan, pesan harus mencerminkan budaya lokal, seperti cerita, adat istiadat, dan seni tradisional. Untuk tujuan ini, penggunaan bahasa lokal dan penerjemahan yang tepat sangat penting. Ketiga, seberapa efektif pesan mencapai audiens yang lebih besar bergantung pada pemilihan saluran komunikasi yang tepat, yang mencakup platform digital dan media sosial. Keempat, mengidentifikasi audiens target, baik lokal maupun asing, sangat penting untuk memastikan pesan yang disampaikan sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Membagi audiens berdasarkan usia, minat, dan gaya hidup membantu membuat pesan yang lebih spesifik dan menarik. Terakhir, hasil yang diharapkan dari komunikasi ini adalah peningkatan partisipasi masyarakat, kunjungan wisatawan, dan pelestarian dan promosi seni dan budaya lokal. Perkembangan pariwisata yang berkelanjutan dapat didukung oleh model komunikasi yang efektif, yang juga dapat memberikan manfaat budaya dan keuangan bagi komunitas desa.

Secara keseluruhan, dengan memasukkan komponen-komponen ini ke dalam strategi komunikasi pariwisata berbasis budaya, Desa Edelweiss Wonokitri dapat menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buditiawan, K., & Harmono. (2020). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kabupaten Jember. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 15(1), 37–50. <https://doi.org/10.47441/jkp.v15i1.50>
- eka maria. (2023). Selamat, Desa Wisata Edelweiss Wonokitri Raih Penghargaan ADWI 2023 Kategori Desa Wisata Rintisan. Pemerintah Kabupaten Pasuruan. <https://www.pasuruankab.go.id/isiberita/selamat-desa-wisata-edelweiss-wonokitri-raih-penghargaan-adwi-2023-kategori-desa-wisata-rintisan>
- Priyanto, P. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v4i1.53>
- Sitepu, E., & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9(1), 28–44.
- Yascya, M. N., & Widyowati, W. (2024). Pelatihan Penyusunan Konten Media Sosial Bagi Pemuda Desa Untuk Promosi Wisata Desa Wonokitri. 01(2), 114–121.