

# **AKTIVITAS KOMUNIKASI PARIWISATA DINAS PARIWISATA KOTA MAKASSAR DALAM PROGRAM *SUSTAINABLE TOURISM* DI PANTAI TANJUNG BAYANG KOTA MAKASSAR**

## ***Tourism Communication Activities Tourism Department Of Makassar City In Sustainable Tourism Program at Tanjung Bayang Beach Makassar City***

**Anisa Rohmadani**

[anisaaaaard@gmail.com](mailto:anisaaaaard@gmail.com)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**Zelfia**

[zelfia.zelfia@umi.ac.id](mailto:zelfia.zelfia@umi.ac.id)

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

**Sitti Rabiah**

[sitti.rabiah@umi.ac.id](mailto:sitti.rabiah@umi.ac.id)

Bahasa & Sastra Indonesia, Universitas Muslim Indonesia

### ***Abstract***

*Tourism communication is an activity that intends to influence, urge and seduce potential tourists as consumers to make decisions to make tourist trips. The tourism communication that the writer wants to examine is about tourism communication activities carried out by the Makassar City Tourism Office with the manager of Tanjung Bayang Beach, Makassar City. In this study, the author uses a qualitative research methodology to describe tourism communication activities carried out by the Makassar City Tourism Office. Data collection techniques were carried out through interviews, direct observation and documentation. The validity of the data is checked, then the presentation and analysis of the data is carried out and then conclusions are drawn. Based on the results of the research, the Makassar City Tourism Office and the Makassar City Tanjung Bayang Beach manager are expected to continue to pay attention to the consistency of the sustainability of tourist destinations through the implementation of the Sustainable Tourism. In addition, researchers hope that this work can be used as a study material to find a formula for sustainable tourism development.*

**Keywords:** *Activities, Tourism Communication, Sustainable Tourism*

### **Abstrak**

Komunikasi pariwisata merupakan kegiatan yang maksudnya untuk mempengaruhi, menghimbau dan merayu wisatawan potensial sebagai konsumen agar mengambil keputusan untuk mengadakan perjalanan wisata. Komunikasi pariwisata yang ingin penulis teliti adalah mengenai aktivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar dengan pengelola Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif untuk mendeskripsikan aktivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi secara langsung dan melakukan dokumentasi. Data dilakukan pemeriksaan keabsahannya, lalu dilakukan penyajian sekaligus analisis data untuk kemudian dilakukan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian,

Dinas Pariwisata Kota Makassar dan pengelola Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar diharapkan tetap memperhatikan konsistensi keberlanjutan destinasi wisata melalui penerapan program *Sustainable Tourism*. Selain itu, peneliti berharap karya ini dapat menjadi bahan kajian untuk menemukan formula pengembangan pariwisata berkelanjutan.

**Kata Kunci** : Aktivitas, Komunikasi Pariwisata, Pariwisata Berkelanjutan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Sektor pariwisata berperan penting dalam menunjang perekonomian, hal ini membuat negara penerima wisatawan berlomba-lomba untuk mengembangkan industri pariwisata. Berbagai upaya dilakukan agar destinasi wisata menjadi menarik dan mampu menghasilkan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu, sektor pariwisata memerlukan berbagai jenis inovasi, karena ini adalah salah satu sektor yang kompetitif (Yasir, 2021).

Adanya perkembangan pariwisata akan memberikan keuntungan, terlebih pada aspek ekonomi. Selain itu juga membangkitkan pendapatan membuka lapangan pekerjaan, memperbaiki kesejahteraan masyarakat, menaikkan penghasilan dari pajak, serta sebagai *multiplier effect* atau pengganda bagi kegiatan-kegiatan lainnya (Butler dan Douglas, 2003). Pariwisata juga menyentuh aspek kehidupan masyarakat seperti politik serta keamanan. Perkembangan pariwisata juga akan mempengaruhi suatu kawasan pariwisata terutama pada kondisi lingkungan tepatnya pada fisiknya. Perubahan tersebut biasanya terlihat adanya alih fungsi lahan, terjadi pembangunan bagi sarana dan prasarana pariwisata, bahkan akan adanya sampah yang berserakan di area tempat wisata yang diakibatkan oleh kunjungan wisatawan (Prastika, 2018). Oleh karena itu, untuk menekan dampak negatif yang dapat ditimbulkan dari industri pariwisata tersebut, muncul suatu gagasan yang disebut *Sustainable Tourism*.

UNWTO (*United Nations-World Tourism Organization*) mendefinisikan *Sustainable Tourism* sebagai tindakan pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial dan lingkungan sekarang dan yang akan datang, menjawab kebutuhan pengunjung, industri pariwisata, lingkungan dan komunitas tuan rumah. Dengan kata lain, *Sustainable Tourism* bukan merupakan jenis pariwisata, melainkan segala aktivitas di dalam kepariwisataan yang memperhatikan secara penuh terhadap keberlanjutan pada dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial pada suatu destinasi. Oleh karena itu, ide *Sustainable Tourism* ini merupakan upaya untuk memaksimalkan manfaat ekonomi tanpa menegesampingkan upaya mempertahankan sumber daya alam dan sumber daya manusia.

Melihat Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan merekomendasikan bahwa pembangunan kepariwisataan bertumpu pada keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dan alam dengan tidak mengabaikan kebutuhan masa yang akan datang, sehingga diharapkan mendorong pertumbuhan ekonomi yang membawa manfaat pada kesejahteraan masyarakat.

Sehubungan dengan itu semua, peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata, namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dunia pariwisata sebagai kompleks produk, memerlukan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015:88).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana Aktivitas Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Makassar Dalam Program *Sustainable Tourism* Di Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar upaya menjadikan pariwisata Kota Makassar sebagai sektor unggulan sekaligus tetap aktif menjaga kelestarian lingkungan.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang akan diteliti yaitu :

1. Bagaimana aktivitas komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam program *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan)?
2. Bagaimana bentuk pengembangan program *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan) di Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar?

## **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menggambarkan aktivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Makassar.
2. Mengeksplorasi kebijakan sektor pariwisata serta model pengembangan *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan) di Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar.

## **Manfaat Penelitian**

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap khasanah keilmuan pada Departemen Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai Komunikasi Pariwisata. Juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pembacanya, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi dan peneliti lain yang berminat meneliti mengenai Komunikasi Pariwisata.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan menambah pengetahuan serta wawasan bagi penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya Komunikasi Pariwisata tentang Pengembangan Pariwisata.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak terkait, yaitu Dinas Pariwisata dan pengelola pariwisata dalam menentukan kebijakan terbaru mengenai *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Aktivitas Komunikasi Pariwisata**

Aktivitas adalah kegiatan atau keaktifan, jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik yang merupakan suatu aktifitas (Soetarno, 2008:104).

Selain itu juga aktivitas adalah suatu hubungan khusus manusia dengan dunia, suatu proses yang perjalanannya manusia menghasilkan kembali dan mengalihwujudkan alam, karena ia membuat dirinya sendiri subyek aktivitas dan gejala-gejala alam obyek aktivitas. Dalam perjalanan aktivitas manusia memperlakukan obyek-obyek sesuai dengan sifat dan cirinya, menyesuaikan dengan kebutuhannya, dan menjadikan obyek-obyek itu ukuran dan dasar dari aktivitasnya. Dalam interaksinya dengan alam manusia secara bertahap memasukan alam ke dalam kebudayaan material dan spiritualnya. Perubahan-perubahan di dunia luar hanya merupakan kondisi bagi peningkatan diri manusia. Dalam menghasilkan sesuatu manusia selalu menghasilkan kembali dirinya sendiri dan tidak lagi sama dengan saat ia memulainya.

Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas yang dilakukan seseorang atau kelompok dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan kesuatu daerah atau objek yang wisata akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata yang lainnya, supaya wisatawan tahu tempat yang akan dikunjungi dan sangat tertarik lagi untuk mendatangi tempat wisata lainnya.

Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.

Keberadaan pariwisata dalam suatu daerah bisa dikatakan merupakan suatu gejala yang kompleks di dalam masyarakat. Di sini terdapat suatu ketertarikan antara daerah, objek wisata yang memiliki daya tarik, masyarakat atau penduduk setempat, dan wisatawan itu sendiri. Sejak dahulu kegiatan pariwisata sudah banyak dilakukan oleh masyarakat, baik di dunia maupun di Indonesia. Di Indonesia sendiri diadakannya Musyawarah Nasional Tourism II di Tretes Jawa Timur pada tanggal 12 sampai dengan 14 Juni 1958.

Bungin (2015:88) mengatakan komunikasi membantu pemasaran pariwisata di berbagai elemen pemasaran, komunikasi berperan baik di media komunikasi maupun konten komunikasi. Di media komunikasi, tersedia berbagai macam media komunikasi sebagai saluran pemasaran, destinasi, aksesibilitas maupun saluran media SDM dan kelembagaan pariwisata. Komunikasi juga berperan

menyiapkan konten pesan yang harus disampaikan kepada masyarakat atau wisatawan. tentang apa yang seharusnya mereka tahu tentang media media pemasaran, tentang destinasi, aksesibilitas dan SDM serta kelembagaan pariwisata. Dalam perspektif modern, komponen pemasaran. destinasi, aksesibilitas, SDM, dan kelembagaan pariwisata, serta elemen-elemen yang ada menjadi kesatuan produk pariwisata di sebuah destinasi yang dikemas di dalam suatu brand destinasi, sehingga destinasi, aksesibilitas, pemasaran, SDM juga kelembagaan pariwisata menjadi kesatuan produk pariwisata.

### **Konsep Sustainable Tourism**

Konsep *Sustainable Tourism* yang diperkenalkan oleh *World Commission on Environment and Development* (WCED di Brunlad Report pada tahun 1987), disebutkan bahwa, “*Sustainable development is development that meets the needs of present without compromising the ability of future generation to meet their own needs*”. Dari pernyataan tersebut dipahami bahwa *Sustainable Development* adalah bagian dari pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan kebutuhan pada saat ini dengan tidak mengabaikan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Demikian pula WTO (*World Trade Organization*) mengedepankan prinsip-prinsip pembangunan yang mencakup, *Ecological Sustainability; Social and Cultural Sustainability; dan Economic Sustainability*, baik untuk generasi yang sekarang maupun generasi yang akan datang.

*United Nations World Trade Organization* (UNWTO) telah mendefinisikan bahwasannya pariwisata berkelanjutan adalah sebagai pariwisata yang memperhitungkan keuntungan sepenuhnya saat ini dan masa depan dari dampak ekonomi, sosial dan lingkungan, menangani kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat, UNWTO dalam (Hakim, 2019).

UNWTO dan UNEP mengidentifikasi 12 tujuan pariwisata berkelanjutan:

1. Viabilitas Ekonomi: Untuk memastikan kelayakan dan daya saing tujuan pariwisata dan perusahaan, sehingga mereka dapat terus berkembang dan memberikan manfaat dalam jangka panjang.
2. Kemampuan Lokal: Untuk memaksimalkan kontribusi pariwisata bagi kemakmuran masyarakat setempat, termasuk proporsi belanja pengunjung yang dipertahankan secara lokal.
3. Kualitas Pekerjaan: Untuk memperkuat jumlah dan kualitas pekerja lokal yang dibuat dan didukung oleh pariwisata, termasuk tingkat pembayaran, kondisi layanan dan ketersediaan layanan untuk semua tanpa diskriminasi oleh jenis kelamin, ras, kecacatan atau dengan cara lain.
4. Persyaratan Sosial: Untuk mencari distribusi manfaat ekonomi dan sosial dari pariwisata secara luas di seluruh komunitas penerima, termasuk meningkatkan peluang, pendapatan, dan layanan yang tersedia bagi orang miskin.
5. Pengenalan Pengunjung. Untuk memberikan pengalaman yang aman, memuaskan bagi pengunjung, tersedianya layanan tanpa diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, ras, kecacatan atau dengan cara lain.
6. Kontrol Lokal: Untuk melibatkan dan memberdayakan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengambilan keputusan manajemen dan pengembangan pariwisata di masa depan di daerah mereka, dalam konsultasi dengan para pemangku kepentingan lainnya.
7. Kesejahteraan Masyarakat: Untuk mempertahankan dan memperkuat kualitas hidup di komunitas lokal, termasuk struktur sosial dan akses ke sumber daya, fasilitas dan sistem pendukung kehidupan, menghindari apa pun bentuk degradasi sosial atau eksploitasi.
8. Kultur Budaya: Untuk menghormati dan meningkatkan warisan sejarah, budaya asli, tradisi dan kekhasan komunitas setempat.
9. Integritas Fisik: Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lanskap, baik perkotaan maupun pedesaan, menghindari degradasi fisik dan visual lingkungan.
10. Keanekaragaman Hayati: Untuk mendukung konservasi kawasan alam, habitat dan satwa liar, dan meminimalkan kerusakan pada mereka.
11. Efisiensi Sumber: Untuk meminimalkan penggunaan sumber daya yang langka dan tidak terbarukan dipengembangan dan pengoperasian fasilitas dan layanan pariwisata.
12. Kepribadian Lingkungan: Untuk meminimalkan pencemaran udara, air dan tanah dan pembangkitan sampah oleh perusahaan pariwisata dan pengunjung. Sehingga lingkungan juga dapat terjaga keindahannya. Sehingga meningkatkan keuntungan ekonomis.

## **METODOLOGI**

### **Pendekatan Penelitian**

Pada setiap penelitian ilmiah, supaya lebih rasional dan terarah, di butuhkan suatu metode yang sesuai dengan obyek yang dikaji, sebab metode adalah cara bertindak supaya penelitian berjalan terarah serta mencapai hasil yang memuaskan. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian kualitatif.

Anggito dan Setiawan (2018:8) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain. Peneliti menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu.

Penelitian kualitatif berusaha mendapatkan pencerahan, pemahaman terhadap suatu fenomena dan ekstrapolasi pada situasi yang sama. Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Penelitian ini menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks dan rinci.

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Dinas Pariwisata Kota Makassar yang berlokasi di Jalan Urip Sumoharjo, Kelurahan Karampuang, Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar dan di Pantai Tanjung Bayang yang berlokasi di Jalan Metro Tanjung Bunga, Kelurahan Tanjung Merdeka, Kecamatan Tamalate, Kota Makassar. Waktu penelitian dilaksanakan selama satu bulan yakni bulan Juni 2022.

### **Informan Penelitian**

Untuk dapat menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian dibutuhkan informan untuk memberikan data mengenai berbagai hal yang dibutuhkan oleh peneliti. Penentuan Informan adalah responden penelitian, yang berfungsi untuk menjangkau sebanyak-banyaknya informasi yang akan bermanfaat untuk bahan analisis penelitian dan konsep serta proposisi sebagai temuan peneliti. Dalam hal ini, peneliti menentukan kelompok responden yang akan dijadikan subjek dan informan kunci (*key informations*), dan individu-individu subjek dan informan tidak ditentukan. Hal ini dimaksudkan apabila ada individu berasal dari luar kelompok responden, maka data dan informasi yang diberikan selalu terbuka untuk diterima oleh peneliti (Moleong, 2009:7-9).

Menurut Sugiyono (2017:215) mengatakan bahwa ada beberapa kriteria yang menjadikan seseorang tersebut menjadi seorang informan, yaitu:

1. Mereka yang memahami atau menguasai sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui tetapi juga dihayatinya.
2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil "kemasannya" sendiri.
4. Mereka yang mulanya tergolong "cukup asing" dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber.

Peneliti menggunakan subjek penelitian yang berasal dari data sumber informasi pemerintah setempat. Agar spesifik dan mudah dalam pemilihan subjek, peneliti memberikan kriteria sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata Kota Makassar
2. Pengelola Pariwisata Pantai Tanjung Bayang
3. Masyarakat lokal
4. Pengunjung pariwisata

### **Jenis Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan yang menjadi objek dari penelitian. Dalam mendapatkan informan penelitian, peneliti mendatangi dan melakukan wawancara secara langsung untuk mendapatkan hasil atau data yang valid dari informan secara langsung agar mudah dalam menggambarkan dan menjelaskan hasil penelitian.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh diluar dari wawancara yakni diperoleh melalui kajian pustaka yang berupa buku, catatan, berita, majalah, agenda, surat kabar, dokumen-dokumen, Undang-Undang, media informasi dan lain-lain sebagainya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

### **Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Pengumpulan data melalui studi pustaka, dokumen dan hasil-hasil penelitian yang relevan serta melalui lembaga terkait dengan masalah yang diteliti.
2. Penelitian lapangan yaitu pengumpulan data yang langsung pada objek penelitian. Dalam pelaksanaannya tetap memperhatikan perkembangan kondisi serta faktor-faktor lain yang berpengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap penelitian ini.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara :

1. Wawancara  
Wawancara tersebut dilakukan sebagai teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan narasumber atau informan. Wawancara dilakukan dengan cara mendalam guna untuk mendapatkan informasi atau data yang valid terkait dengan peran pemerintah dalam upaya pengembangan potensi pariwisata di Lokasi penelitian.
2. Observasi  
Untuk memperoleh data tambahan dari wawancara yang dilakukan secara langsung dengan informan, peneliti melakukan observasi guna untuk mencocokkan data yang ada. Observasi tersebut dilakukan karena objek wisata yang diteliti merupakan program yang sedang berjalan. Maka dalam hal ini peneliti bisa mendapatkan informasi dan data tambahan dengan terjun dan merasakan pelaksanaannya secara langsung.
3. Dokumentasi  
Dokumentasi merupakan metode mencari data tentang hal atau variable yang berupa buku, catatan, berita, majalah, agenda, surat kabar, dokumen-dokumen, Undang-Undang, media informasi dan lain-lain sebagainya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Penggunaan dokumentasi ini ditujukan untuk melengkapi data yang telah ada sebelumnya.

### **Analisis Data**

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau analisis yang menggunakan cara-cara kuantitatif. Melalui penelitian kualitatif kajian dalam pembahasan akan lebih fokus dengan karakteristik dengan mendeskripsikan suatu keadaan yang sebenarnya. Miles & Huberman dalam buku Sugiyono (2018:33) menjelaskan bahwa ada tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu :

1. Tahap reduksi data, ini adalah proses memilah data yang nantinya akan disederhanakan yang hanya terkait dengan kepentingan peneliti saja.
2. Tahap pemaparan data, ini merupakan penyajian data berbentuk uraian bagan atau *flowchart* dan sejenisnya. Pemaparan ini membantu peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai penelitian yang dilakukan.
3. Tahap verifikasi dan penarikan kesimpulan, ini merupakan step terakhir yang dilakukan dimana setelah melakukan analisis data dilihat dari pola-pola yang telah tergambar pada penyajian data dan didukung dari teori-teori yang didapat selama studi kepustakaan maupun studi dokumentasi. Peneliti kemudian mendapatkan gambaran yang lebih jelas terkait penelitian yang dilakukan, sehingga dapat diambil kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Aktivitas komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam program *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan)**

Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan kesuatu daerah atau subjek wisata akan dikunjungi wisatawan sambil menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata yang lainnya, supaya wisatawan tahu tempat yang akan dikunjunginya dan sangat tertarik lagi untuk mendatangi tempat wisata lainnya. Berkaitan dengan komunikasi,

komunikasi pariwisata diperlukan untuk menghasilkan proses komunikasi yang dapat dimengerti oleh pihak penerima informasi.

Komunikasi pariwisata ini digunakan untuk mencapai tujuan atau target yang ditetapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi berperan penting atas berhasil atau tidaknya suatu program. Oleh karena itu, pemerintah harus menyusun strategi komunikasi pariwisata yang tepat dan matang. Hal ini dilakukan agar pesan atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh khalayak atau masyarakat.

Komunikasi pariwisata bertujuan untuk menempatkan kepuasan pelanggan dan menempatkan nilai-nilai organisasi dalam pengambilan keputusan mereka, termasuk strategi pengembangan produk. Pada industri pariwisata, berusaha senantiasa dinamis menanggapi perubahan kebutuhan konsumen dan nilai-nilai serta perkembangan produk yang akan mempengaruhi lingkungan pariwisata. Komunikasi pariwisata pada dasarnya melibatkan pertukaran informasi yang bermakna dan merupakan alat ampuh bagi organisasi dan lingkungannya yang bertujuan untuk melakukan perencanaan dan upaya pemasaran taktis organisasi. Sehubungan dengan itu semua, peran komunikasi sangat penting di dalam bidang bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peranan penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata, namun pada semua komponen dan elemen pariwisata, memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dunia pariwisata sebagai kompleks produk, memerlukan: komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholder pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata

Adapun hasil penelitian dalam menggunakan teori komunikasi pariwisata penelitian ini dimaksudkan untuk memberi gambaran mengenai proses komunikasi pariwisata yang terjalin antara pemerintah daerah dengan masyarakat untuk mengembangkan objek wisata Pantai Tanjung Bayang. Dari hasil wawancara dan observasi atas izin dari Dinas Pariwisata Kota Makassar dan LPM Tanjung Merdeka, serta informasi yang didapatkan baik dari masyarakat lokal maupun pengunjung wisata.

Proses komunikasi yang terjalin antara Dinas Pariwisata Kota Makassar dengan pengelola setempat yaitu melakukan komunikasi secara langsung untuk pengembangan pariwisata dengan cara menyampaikan sistem kerja, ide-ide, masukan-masukan terhadap pemerintah setempat ataupun masukan dari masyarakat lokal. Sistem kerja yang dilakukan yaitu mengadakan pertemuan terhadap *stakeholder* untuk mengembangkan potensi pantai Tanjung Bayang. Salah satu berjalannya komunikasi yaitu upaya-upaya sistematis terpadu yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar dengan dengan pengelola pariwisata dalam hal untuk meningkatkan potensi Pantai Tanjung Bayang.

Komunikasi pihak LPM pada pengembangan objek wisata Pantai Tanjung Bayang menjelaskan bahwa tentang perencanaan dan pembangunan pariwisata kedepannya dengan masyarakat untuk mengembangkan beberapa fasilitas terutama dari potensi Pantai Tanjung Bayang itu sendiri, dan tentang penataan, serta mengatur kehidupan kualitas orang-orang yang ikut serta dalam pengembangan Pantai Tanjung Bayang. Proses komunikasi pariwisata pada intinya menunjukkan adanya kesepakatan antara pengelola pariwisata dengan masyarakat untuk tujuan yang menguntungkan serta memberikan dampak positif terhadap masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

### **Bentuk pengembangan program *Sustainable Tourism* (pariwisata berkelanjutan) di Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar**

Konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang akan diterapkan sebagai pendekatan fundamental dalam penyusunan RIPPARDA Kota Makassar merupakan konsep dasar yang digunakan sebagai pedoman dalam perumusan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPARDA) dan program pembangunannya. Dengan demikian seluruh rencana pengembangan kepariwisataan Kota Makassar dirumuskan dengan berpedoman pada konsepsi ini. Sebagaimana dipahami bahwa pariwisata adalah sebuah aktivitas dimana dalam operasionalisasi maupun pengembangannya perlu adanya keseimbangan dalam pengelolaan lingkungan hidup. Oleh karenanya, pelaksanaan pembangunan harus berdasar pada daya dukung lingkungan; dapat meningkatkan keselarasan dan keseimbangan dan meningkatkan ketahanan sistem serta tidak menurunkan kualitas lingkungan hidup.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) merupakan sebuah isu dan telah menjadi visi pengembangan pariwisata di dunia saat ini dan masa datang. Hal ini secara tegas telah disampaikan oleh UNWTO dengan merekomendasikan pedoman dan manual penerapan pembangunan

pariwisata secara berkelanjutan. Pembangunan yang berkelanjutan merupakan pedoman dasar bagi pengelola pariwisata yang berkaitan dengan lingkungan alam, lingkungan binaan, dan lingkungan sosial budaya agar dapat dimanfaatkan dalam pembangunan.

Hal ini dimaksudkan agar upaya komersialisasi (ekonomi) selaras dengan upaya konservasi sumber daya agar tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang. Disamping itu, perlunya pelaksanaan pembangunan pariwisata berkelanjutan juga terkait dengan semakin meningkatnya apresiasi konsumen yang semakin tinggi dan menuntut suatu destinasi wisata untuk memperhatikan keseimbangan kualitas lingkungan dan sosial budaya dengan pengembangan ekonomi.

Dalam penerapan pembangunan pariwisata berkelanjutan Kota Makassar, disamping mempertimbangkan kemampuan daya saing Pantai Tanjung Bayang sebagai destinasi pariwisata, pengembangan pariwisata perlu senantiasa memperhatikan :

1. Sistem nilai dan identitas ODTW (Objek Daerah Tujuan Wisata) dan destinasi;
2. Standarisasi pelayanan dan fasilitas pariwisata;
3. Tingkat pemanfaatan (intensitas) dan perilaku pemanfaatan;
4. Pengaturan kewilayahan, waktu, dan tingkat pengembangan;
5. Daya dukung lingkungan dan sosial;
6. Tingkat keterlibatan masyarakat.

Untuk menumbuhkan daya saing pada penerapan konsep pariwisata berkelanjutan dalam pengembangan pariwisata Pantai Tanjung Bayang, secara operasional dilakukan dengan menggunakan kombinasi resource-based approach dan market-based approach, dengan pemahaman bahwa secara resource-based approach dikembangkan dengan mengadopsi pemahaman akan kecenderungan pasar dan lingkungan strategis.

Implementasi konsep pariwisata berkelanjutan di Pantai Tanjung Bayang dengan kesadaran bahwa pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang memiliki ciri pengembangan melalui ketersediaan dan kemampuan sumberdaya pariwisata, kemampuan wilayah, pengorganisasian, dan masyarakat.

Pembangunan pariwisata melalui pendekatan ini diyakini akan lebih dapat diterima oleh masyarakat dan memanfaatkan lingkungan secara bertanggung jawab, dengan tetap memiliki manfaat ekonomi serta menciptakan multiplier effect yang tinggi. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata di Pantai Tanjung Bayang perlu mempertimbangkan secara cermat faktor-faktor yang saling berkait dan yang diperkirakan akan menjadi faktor pengganggu. Dalam mengembangkan Pantai Tanjung Bayang sebagai destinasi pariwisata, tidak hanya aspek daya tarik sebuah hal yang paling esensial namun aspek-aspek lain perlu diperhatikan.

Pariwisata berkelanjutan atau sustainable tourism merupakan sebuah rancangan yang dibuat oleh UNWTO, sehingga konsep pembangunan ini memiliki banyak sekali indikator yang berbeda setiap negaranya. Karena tidak ada pembakuan atas indikator yang dikemukakan setiap negara akan berbeda. Namun tetap sama dari sisi garis besar pembangunan pariwisata berkelanjutan yang bertumpu pada tiga aspek lingkungan (*environment*), ekonomi (*economic*), masyarakat (*community*) yang merupakan ciri khas dari pembangunan pariwisata berkelanjutan ini.

Pariwisata berkelanjutan bukan hanya sebagai prinsip pembangunan namun dapat memberikan dampak yang baik untuk promosi pariwisata kepada masyarakat lokal maupun internasional untuk kunjungan yang lebih meningkat. Salah satunya adalah pembangunan yang baik dan memperhatikan keberlanjutan akan menghasilkan kenyamanan dari wisatawan sehingga mereka puas terhadap kunjungan mereka dan akan melakukan kunjungan ulang.

Sebelum dicanangkan program Sustainable Tourism Development pengelola Pantai Tanjung Bayang telah membangun sebuah pusat relokasi pedagang sebagai upaya mengurangi sampah di lingkungan wisata pantai Tanjung Bayang. Tempat relokasi sudah disiapkan dan disediakan untuk para pedagang dengan biaya sewa gratis dan sudah diperhitungkan bahwa semua pedagang akan kebagian.

Menurut masyarakat lokal pariwisata Pantai Tanjung Bayang saat ini, secara penataan memang sedang berjalan tetapi untuk segi perekonomian masyarakat khususnya pelaku wisata pantai masih kurang terutama dalam hal yang sudah dilakukan pemerintah yaitu penataan/relokasi pedagang yang tempatnya masih sangat kurang sesuai (wawancara dengan Ibu Rabasiah sebagai pedagang di Pantai Tanjung Bayang).

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai aktivitas komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam program sustainable tourism di Pantai Tanjung Bayang Kota Makassar, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Aktivitas komunikasi pariwisata tidak terlepas dari komunikasi internal Dinas Pariwisata Kota Makassar maupun eksternal. Komunikasi pariwisata dalam pengembangan wisata Pantai Tanjung Bayang di Kota Makassar dilakukan dengan pembinaan dan memberdayakan masyarakat, dengan melibatkan Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) Tanjung Merdeka dan partisipasi masyarakat sekitar destinasi wisata. Aktivitas komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata juga dengan melakukan branding pada media sosial seperti *Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, Youtube, dan Web*, karena era global saat ini media massa merupakan media paling efektif untuk memperkenalkan suatu hal dengan cepat kepada masyarakat umum. Selain itu, komunikasi pariwisata dalam program Sustainable Tourism yang ditawarkan terkait digital tourism untuk keberlanjutan pariwisata.
2. Bentuk pengembangan pariwisata di Pantai Tanjung Bayang dalam program Sustainable Tourism menggunakan Model CBT (Community Base Tourism). Terdapat tiga prinsip pokok dalam perencanaan pembangunan pariwisata yang melibatkan masyarakat yaitu, Pertama Masyarakat terlihat dalam setiap keputusan yang diambil melalui musyawarah maupun diskusi dan mendatangi rumah warga. Kedua Adanya kepastian bagi masyarakat lokal untuk menerima manfaat yaitu dengan dibentuknya PERDES yang mengatur segala yang berkaitan dengan wisata di desa. Ketiga Memberi edukasi pada masyarakat lokal mengenai pariwisata dengan melakukan sosialisasi pada masyarakat.

## **REFERENSI**

- Anggito, Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Bungin, B. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Damanik, dkk. 2015. *Membangun Pariwisata Dari Bawah*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Darsoprajitno, S. 2021. *Ekologi Pariwisata*. Bandung: Penerbit Angkasa.
- Eddyono, F. 2021. *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hamsal, Abdinagaro. *Sustainable Tourism Pariwisata Di Era Normal Baru*. Surabaya: Scipindo Media Pustaka.
- Istiyani, A. 2019. *Menggali Potensi Desa Wisata Mewujudkan Masyarakat Sadar Wisata*. Yogyakarta: Hijaz Pustaka Mandiri.
- Judisseno, R. 2017. *Aktivitas Dan Kompleksitas Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Prasetyo, Arifin. 2018. *Pengelolaan Destinasi Wisata Yang Berkelanjutan Dengan Sistem Indikator Pariwisata*. Jakarta: Indocamp.
- Ridwan, Aini. 2019. *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suminar, dkk. 2018. *Komunikasi Pariwisata, Media, Dan Budaya*. Bandung: Bitread Publishing.
- Utama, I. 2016. *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Zebua, M. 2016. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Zulfikar, E. 2021. *Kawasan Pariwisata di Sekitar Makassar*. Jakarta: Tempo Publishing.
- Bakti, Sumartias, Damayanti, Nugraha. 2018. "Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kawasan Geopark Pangandaran". *Jurnal Kajian Komunikasi* Vol 6 No 2. 2 Desember 2018. Universitas Padjajaran.
- Bangsawan, Pamungkas. 2020. "Kegiatan Komunikasi Pariwisata Pacu Jalur Untuk Meningkatkan Kesadaran Kaum Milenial (Aktivitas Komunikasi Pariwisata Di Dinas Pariwisata Kab. Kuantan Singingi)". *e-Proceeding of Management* Vol 7 No 2. Agustus 2020. Telkom University.
- Kamil. 2017. "City Branding Sebagai Strategi Komunikasi Pariwisata Kabupaten Butan Tengah". *MetaCommunication: Journal Of Communication Studies* Vol 2 No 1. 1 Maret 2017. Universitas Halu Oleo.

- Widari. 2020. “Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoretis Dan Empiris”.  
Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata Vol 1 No 1. 2 November 2020. Akademi Pariwisata  
Denpasar.
- Yasir. 2021. “Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Di Kecamatan Kuok  
Kabupaten Kampar”. Jurnal Kajian Komunikasi Vol 9 No 1. Juni 2021. Universitas Riau.