



Psikotes: Jurnal Ilmu Psikologi, Komunikasi dan Kesehatan

Vol. 1 No. 1, Maret 2024

E-ISSN: [3047-5937](https://doi.org/10.59548)

DOI: <https://doi.org/10.59548>

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PEMERINTAH KABUPATEN ACEH SELATAN DALAM MERAH PREDIKAT DESTINASI KREATIF PADA OBJEK WISATA PULAU DUA TAHUN 2022

¹M Imam Al Furqan, ²Dedi Prima Ritonga

¹Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

²Sekolah Tinggi Agama Islam Al Hikmah Medan, Indonesia

Corresponding E-mail: mimamalfurqan@gmail.com

ABSTRACT

Maritime tourism is one of the tours that is in great demand by tourists at this time, in addition to the beauty of the sea and the beach, the existence of a small island is also very attractive, including one of them, South Aceh's island tour which won the victory in the Anugerah Pesona Indonesia 2022 event. The purpose of this research is to explain the tourism communication strategy of the South Aceh Government in achieving the Indonesian Charm Award in 2022. This research uses qualitative research methods. The data obtained in this study used data collection techniques from various sources, namely observation, interviews, and documentation that has been written in field notes and then documented personally through pictures and photos. The stages in the data analysis process are data selection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results obtained from this study are that the South Aceh government greatly utilizes the existence of social media in this achievement and certainly cannot be separated from good tourism communication management. It was found that the tourism communication strategy used by the South Aceh Government could not be separated from the studies in tourism communication.

Keywords: Communication Strategy, Anugerah Pesona Indonesia



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license. E-ISSN: [3047-5937](https://doi.org/10.59548) DOI: [10.59548/ps.v1i1.117](https://doi.org/10.59548)

Pendahuluan

Pariwisata merupakan bisnis yang sangat besar dan Indonesia mempunyai peluang untuk memainkan peranan didalamnya. Dengan potensi wilayah tanah air yang terdiri dari belasan ribu pulau dan ratusan variasi adat dan budaya yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri, maka Pariwisata akan tumbuh menjadi suatu Industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah dikemudian hari bagi pembangunan Nasional. Pariwisata dapat menyediakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha menumbuhkan kebudayaan dan kesenian dan bagi wisatawan domestic dan Pariwisata itu berguna untuk mengasah rasa cinta tanah air dan meningkatkan disiplin Nasional. Pariwisata adalah sistem multi kompleks dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antar sesama (Waani, 2016).

Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan akan dilihat di sebut "atraksi" atau lazim pula dinamakan objek wisata" atraksi atau objek wisata, baik hadir secara natural, maupun yang biasa berlangsungnya setiap hari serta khusus diadakan pada waktu tertentu. Sedangkan daerah wisata atau yang biasa disebut "daerah tujuan wisata" merupakan daerah yang memiliki objek wisata yang memikat sebagai tujuan kunjungan wisata. Dimana, objek tersebut antara lain: panorama keindahan alam yang menakjubkan seperti gunung, lembah, air terjun, danau, pantai, matahari terbit, cuaca, udara, dan lain-lain yang berkaitan dengan keadaan alam sekitarnya. Disamping itu ada juga yang merupakan budaya hasil ciptaan manusia seperti monumen, candi, bangunan klasik, peninggalan purbakala, museum, arsitektur kuno, seni tari, musik/gamelan, agama, adat istiadat, upacara, pekan raya, peringatan/perayaan, pertandingan, pameran/kegiatan-kegiatan budaya, sosial yang bersifat khusus yang menonjol dan meriah (Tunggala & Saadjad, 2019).

Hal tersebut diatas merupakan potensi pariwisata yang jika dikembangkan dengan tepat dapat menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang besar. Selain itu potensi tersebut didukung oleh pernyataan World Tourism Organization (WTO) bahwa terdapat kecenderungan semakin besarnya minat dan preferensi masyarakat baik global, regional maupun nasional untuk dapat mengkonsumsi barang dan jasa yang bersifat alami. Dalam hal ini, pariwisata merupakan fenomena kemasyarakatan, yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan, dan sebagainya, yang merupakan objek kajian sosiologi. Namun demikian kajian sosiologi belum begitu lama dilakukan terhadap pariwisata, meskipun pariwisata sudah mempunyai sejarah yang sangat panjang. Hal ini terkait dengan kenyataan bahwa pariwisata pada awalnya lebih dipandang sebagai kegiatan

ekonomi, namun tujuan utama pengembangan pariwisata adalah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, baik bagi masyarakat maupun negara (Tunggala & Saadadj, 2019).

Pulau dua termasuk dalam wilayah administrasi kecamatan Bakongan timur Desa Ujong Pulo Rayeuk, dengan luas pulau seluas 5 ha dan panjang garis pantai 815,46 meter. Pulau dua dapat dijangkau melalui transportasi darat, dimana lokasi menuju Pulau Dua dapat ditempuh dengan melewati Kecamatan Bakongan Timur dan Bakongan, yang dilanjutkan dengan perahu nelayan untuk menyeberang sekitar 20 menit penyeberangan. Pulau dua mempunyai ragam keindahan dengan kondisi pulau yang asri, hamparan laut biru, pantai dengan pasir putih, serta deretan pohon kelapa, ketapang dan cemara, yang menjadi daya tarik wisata untuk dikunjungi. Karena lokasi yang strategis dan daya tarik wisata yang menunjang, Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan pada tahun anggaran 2016 telah mulai memprogramkan pengembangan wisata Pulau Dua, Kecamatan Bakongan Timur, untuk dijadikan destinasi wisata unggulan di Aceh Selatan (Rahman et al., 2018).

Pengembangan yang telah dilakukan cukup berhasil, hal ini dibuktikan dengan menangnya Pulau Dua dalam kategori Destinasi Kreatif pada Anugerah API 2022 yang dilaksanakan di AAC Dayan Dawood Banda Aceh 25 November 2022 lalu.

Menurut Tanjung (2021) Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat mewujudkan masyarakat yang kreatif dalam mengenalkan potensi daerah, khususnya budaya sebagai daya tarik yang unik serta dapat mendukung perkembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal. Untuk hal ini diperlukan kerjasama antara pemangku kepentingan yaitu pemerintah daerah dalam hal ini Pemerintah Daerah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pengelola pariwisata, dan masyarakat untuk bergotong royong membangun pariwisata berbasis kearifan lokal yang ada. Hal tersebut merupakan urgensi perlunya dilakukan kajian komunikasi pariwisata.

Tentunya dalam pencapaian yang sudah berhasil didapatkan oleh Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan hal ini tidak lepas dari proses komunikasi pariwisata dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah dan dinas terkait tersebut. Defhany (2020) mengatakan komunikasi pariwisata sangat berperan penting dalam mempromosikan beragam potensi objek wisata daerah yang belum disentuh oleh pemerintah ataupun publik serta wisatawan lokal maupun mancanegara, mengingat banyaknya objek wisata diberbagai daerah yang mengunggulkan citra dalam persaingan dengan tujuan mengembangkan objek wisata yang bersaing demi cirikhas serta keunikan objek wisata agar dapat dilirik oleh wisatawan.

Menurut Onong Uchjana Effendy strategi komunikasi adalah sebuah panduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan yang direncanakan strategi

komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis. (Edi, 2018, hal. 5). Menurut Liliwari terdapat beberapa tujuan dari strategi komunikasi yaitu, mengumumkan, memotivasi, mendidik, menginformasikan, dan mendukung pengambilan keputusan (Lubis et al., 2021).

Berdasarkan berbagai ulasan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Pencapaian Destinasi Kreatif di Ajang Anugerah Pesona Indonesia Award 2022.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Creswell penelitian kualitatif ialah sebuah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena – fenomena sosial dan manusia dengan menciptakan paparan menyeluruh dan kompleks yang disajikan menggunakan kata – kata, melaporkan pandangan dengan terperinci yang diperoleh dari suatu sumber informasi, serta dilaksanakan dalam latar (*setting*) yang alamiah (Gunawan, 2017, hal. 83). Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah deskripsi dan analisis rangkaian peristiwa, fenomena, kegiatan, dan sebagainya. secara mendalam untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam berdasarkan apa yang terjadi dalam suatu fenomena atau peristiwa. (Merriam & Tisdell, 2015) (T. Hidayat, 2019) (Mudjia Rahardjo, 2017).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua teknik, yaitu: pertama dengan menggunakan observasi partisipan dimana peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari subjek atau individu yang diamati sebagai sumber data penelitian. Observasi partisipan dapat memberikan data yang lebih tajam sehingga dapat menentukan tingkat makna dari setiap perilaku yang dilihat (Sugiyono, 2015). Sedangkan yang kedua, menggunakan wawancara mendalam, yaitu pertemuan dua orang bertukar informasi dan ide dengan Tanya jawab sehingga dapat disusun makna suatu topik tertentu. (Esterberg, 2002).

Hasil dan Pembahasan

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua, Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan bersama dengan masyarakat mendukung persiapan pada pencapaian meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua tersebut. Adapun persiapan yang dilakukan adalah mulai dari memperbaiki pengelolaan Pulau Dua, para pihak yang terkait juga yaitu Dinas Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan bersama dengan masyarakat melakukan berbagai

upaya promosi, baik sosialisasi secara langsung maupun menggunakan media masa dan digital. Hal ini dilakukan agar masyarakat luas dapat mengenal wisata Pulau Dua, serta mendukung Pulau Dua untuk meraih kemenangan di ajang API tahun 2022.

Pada event keikutsertaan ajang API tahun 2022, terhadap objek wisata Pulau Dua tersebut Pemerintah Aceh Selatan membuat perencanaan terlebih dahulu, dengan membagi kawasan strategi wisata Aceh Selatan menjadi beberapa kelompok. Diantaranya ialah kawasan wisata bahari (pantai), kawasan wisata alam, dan agro wisata, berdasarkan kelompok tersebut Pulau Dua termasuk kedalam kelompok wisata bahari (pantai). Wisata pulau dua memiliki daya tarik tersendiri dengan keindahan laut dan pantainya, dibuktikan dengan banyaknya pengunjung yang berdatangan pada saat waktu libur. Pemerintah Aceh Selatan melihat wisata ini sangat potensial dan perlu dikembangkan agar kedepan lebih banyak wisatawan yang tertarik untuk datang berkunjung. Ini juga menjadi alasan kenapa wisata pulau dua dipilih oleh pemerintah aceh selatan untuk mengikuti ajang API tersebut. Langkah selanjutnya sebelum mengikuti ajang tersebut pemerintah aceh selatan membuat perencanaan dengan melihat keadaan dan kondisi Pulau Dua, setelah melakukan observasi terhadap Pulau Dua Pemerintah Aceh Selatan memperbaiki kekurangan yang ada di wisata pulau dua, Seperti fasilitas umum, fasilitas pendukung dan transportasi menuju Kepulauan Dua. Setelah tahap perbaikan fasilitas dan sistem pengelolaan pulau dua rampung, maka tahap selanjutnya Pemerintah Aceh Selatan melakukan promosi kepada masyarakat. Dapat dikatakan promosi tersebut cukup berhasil menarik para wisatawan untuk datang, bukan hanya wisatawan lokal namun juga wisatawan luar daerah. Dengan keberhasilan tersebut dari itu pemerintah Aceh Selatan mencoba untuk ikut dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022.

Ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022 merupakan ajang perdana pulau dua dalam event wisata yang ada di Indonesia, dalam ajang tersebut wisata pulau dua berhasil masuk kedalam nominasi 10 besar lalu memenangkan ajang tersebut. Keberhasilan tersebut tidak terlepas promosi yang dilakukan serta inovasi-inovasi dari pemerintah aceh selatan, salah satu inovasi yang dilakukan pemerintah aceh selatan dengan mengembangkan inovasi gerakan desa cinta wisata. Memberikan hak penuh kepada desa untuk mengelola wisata dengan kearifan lokal serta budaya yang ada disana, dapat membuat wisata tersebut menjadi berkembang dengan baik dengan dukungan masyarakat setempat.

Dalam memenangkan ajang API Tahun 2022 ada beberapa indikator yang mempengaruhi pulau dua meraih kemenangan di ajang tersebut, meningkatnya angka wisatawan yang berkunjung bahkan mencapai ribuan pertahunnya serta tingkat popularitas pulau dua di media sosial dan media

masa. Dalam pencapaian tersebut tidak terlepas dari strategi yang digunakan oleh pemerintah aceh selatan, memperbaiki dan mengembangkan pulau dua merupakan strategi yang dilakukan untuk menarik pengunjung datang sebanyak mungkin kepulau dua. Kesempatan tersebut di mamfaatkan oleh pemerintah aceh selatan untuk melakukan sosialisasi secara langsung kapada masyarakat yang berkunjung, untuk mendukung pulau dua dalam ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022. Kepuasan publik terhadap tempat wisata merupakan point penting dalam Ajang Anugrah Pesona Indonesia, maka dari itu pelayanan di pulau sangat di perhatikan agar para pengunjung merasa nyaman dan puas dengan wisata pulau dua dan bersedia mendukung pulau dalam ajang tersebut.

Menarik minat pengunjung untuk datang sangat tidak mudah dilakukan, maka dari itu diperlukan kerja sama dengan pihak-pihak lainnya, ada beberapa kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah aceh selatan yaitu dengan berbagai media masa dan kelompok-kelompok pencinta wisata untuk mempromosikan wisata pulau dua. Terlepas dari itu pemerintah aceh selatan juga melakukan berbagai macam cara lainnya dengan membuat baliho promosi, brosur yang dapat dibagikan kepada masyarakat umum, serta vidio visual dan iklan yang dibagikan di sosial media. Usaha yang dilakukan pemerintah aceh selatan untuk mempromosikan wisata pulau dua terbilang sangat berhasil dengan meningkatnya jumlah pengunjung dan meraih kemenangan di ajang Anugrah Pesona Indonesia Tahun 2022.

Sebagai pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan wisata pulau dua, maka pihak – pihak terkait pun melakukan beberapa inovasi agar pengelolaan wisata pulau dua berjalan dengan baik dengan tujuan agar pengunjung tetap nyaman dan merasa puas dengan wisata pulau dua tersebut. Adapun inovasi yang dilakukan yaitu dengan memperhatikan fasilitas yang tersedia agar selalu dalam kondisi yang baik, memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pengunjung, mengawasi keselamatan pengunjung dengan memantau kondisi cuaca dalam penyeberangan menuju wisata kepulau dua. Harapannya inovasi tersebut dapat menarik lebih banyak lagi wisatawan dan membangun citra baik wisata pulau dua pada kalayak ramai. Inovasi ini dapat berjalan dengan baik juga tidak terlepas dari kerja sama dengan masyarakat sekitar yang ikut adil dalam pengelolaan wisata pulau dua itu sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian dan hasil penyajian data yang sudah dituangkan secara lengkap maka kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kabupaten Aceh Selatan Dalam Meraih Predikat Destinasi Kreatif Pada Objek Wisata Pulau Dua menggunakan implementasi dari bidang kajian-kajian komunikasi pariwisata yang sifatnya berupa perencanaan dan pengelolahan serta diiringi dengan pemanfaatan

digitalisasi, seperti komunikasi pemasaran pariwisata, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, dan komunikasi online pariwisata. Pemerintah Aceh Selatan juga memenuhi kriteria atau indikator penilaian yang sudah ditetapkan diajang API Tahun 2022 Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber, pemerintah Aceh Selatan juga melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan, perencanaan dan pengimplementasian strategi komunikasi pariwisata yang telah ditentukan dan dirancang oleh Pemerintah Aceh Selatan bersama dengan masyarakat sekitar.

Daftar Pustaka

- Aprilia, pratiwi yudi, & Dedeh, S. (2018). *Kelelahan Dan Kesehatan Kerja Nelayan*. 2(2).
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata Toursim Communication Pemasaran dan Brand Destinasi*. PRENAMEA GROUP.
- Defhany, D. defhany, Edlina, R., & Eriend, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat Dalam Meningkatkan Brand Image Objek Wisata Di Sumatera Barat*. 5(1), 96–110. <https://doi.org/10.33884/commed.v5i1.1508>
- Edi, S. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktisi di Era Global*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Gunawan, I. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara.
- Khairul, A., & Agus, R. (2017). *Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan*. 6(3), 204–208.
- Lingga, S., & Vany, O. (2020). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alvabeta,CV.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). *Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid - 19*. 1039–1045.
- Rahardjo, M. (2014). *Antara Konsep, Proposisi, Teori, Variabel dan Hipotesis*

dalam Penelitian.

Rahman, M. K., Ahyuni, & Purwaningsih, E. (2018). Pemetaan Potensi Kawasan Wisata Pantai Pulau Dua Kecamatan Bakongan Timur Kabupaten Aceh Selatan. *Buana*, 3(3), 451–465.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta, Cv.

Tanjung, I. S., Tanjung, H., & Wibowo, Y. S. (2021). *Development of Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in Padangsidempuan*. 9877–9885.

Tunggala, S., & Saadjad, K. A. (2019). Strategi Komunikasi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Kabupaten Banggai. *Jurnal Komunikasi*, 11(2), 197. <https://doi.org/10.24912/jk.v11i2.2714>

Uhar, S. S. (2018). *Metode Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. PT Refika Aditama.

Waani, H. F. (2016). Sosial Budaya Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kelurahan Bunaken Kecamatan Bunaken Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2), 1–9.

Wijaya, I. S. (2015). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan*.