

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PANTAI MUTIARA KABUPATEN TRENGGALEK OLEH KELOMPOK SADAR WISATA

Ira Oktavianti

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
iraoktavianti.21008@mhs.unesa.ac.id

Teguh Dwi Putranto

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya
teguhputranto@unesa.ac.id

Abstrak

Dalam pengelolaan objek wisata diperlukan strategi komunikasi pariwisata agar dapat menjadi destinasi yang berkelanjutan. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai pengelola pada objek wisata Pantai Mutiara masih menemukan wisatawan yang tidak mematuhi ketentuan yang telah dibuat ketika menaiki wahana air. Terdapat hal-hal yang harus diperhatikan oleh wisatawan demi keselamatan dan keamanan selama berwisata. Kemudian strategi komunikasi pariwisata dilakukan untuk menyampaikan pesan yang ditujukan dengan cara tertentu agar pesan dapat dipahami oleh audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam mengelola wisata Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus serta komunikasi partisipatif oleh Cohen & Uphoff (1980). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pencocokan pola dari Robert K. Yin. Hasil penelitian ini menunjukkan Pokdarwis menggunakan media sosial instagram dan tiktok untuk mempublikasikan Pantai Mutiara. Kemudian keterlibatan masyarakat dalam Pokdarwis sebagai pengelola yang bekerja sama dengan instansi terkait aturan yang harus dipenuhi serta pengadaan wahana air yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Pokdarwis juga menerapkan sapta pesona dalam mengelola wisata.

Kata Kunci: Komunikasi Partisipatif, Pokdarwis, Strategi Komunikasi Pariwisata

Abstract

In managing tourist attractions, a tourism communication strategy is needed so that it can become a sustainable destination. The Tourism Awareness Group (Pokdarwis) as the manager of the Mutiara Beach tourist attraction still finds tourists who do not comply with the provisions that have been made when riding water rides. There are things that tourists must pay attention to for safety and security while traveling. Then the tourism communication strategy is carried out to convey the message that is intended in a certain way so that the message can be understood by the audience. This study aims to determine the tourism communication strategy carried out by the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in managing the Mutiara Beach tourism in Trenggalek Regency. This study uses a qualitative approach with a case study method and participatory communication by Cohen & Uphoff (1980). Data collection techniques in this study were observation, interviews and documentation. Then the data analysis used in this study was pattern matching from Robert K. Yin. The results of this study show that Pokdarwis uses social media Instagram and TikTok to publicize Mutiara Beach. Then the involvement of the community in Pokdarwis as managers who work together with related agencies, the rules that must be met and the provision of water rides that can be enjoyed by tourists. Pokdarwis also applies the sapta pesona in managing tourism.

Keywords: Participatory Communication, Pokdarwis, Tourism Communication Strategy

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam meningkatkan ekonomi Indonesia sehingga perlu untuk melakukan perencanaan pengembangan pada sektor tersebut. Pengembangan ini dapat dilaksanakan dengan pembangunan infrastruktur, perluasan pemasaran destinasi wisata dan pengembangan sumber daya manusia pariwisata (Sunarto et al., 2022). Pada pariwisata Indonesia, Bali masih menjadi primadona yang telah dikenal oleh dunia. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) menyatakan bahwa pembangunan berkelanjutan pada sektor pariwisata menjadi faktor penting.

Di sisi lain, Indonesia masih banyak memiliki destinasi wisata dengan keindahan alamnya yang juga sangat menarik di luar Bali. Kemudian pemerintah mengembangkan lima Destinasi Super Prioritas (5 DSP) yaitu Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di Nusa Tenggara Barat, Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur, Likupang di Sulawesi Utara, serta Danau Toba di Sumatera Utara. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahudin Uno menyatakan untuk fokus membangun lima destinasi tersebut dan akan diperluas lagi (Kemenparekraf, 2022).

Pariwisata menjadi investasi ekonomi masa depan yang dapat memberikan kemudahan dalam jasa pelayanan pada objek wisata sehingga menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan ekonomi nasional apabila faktor pendukungnya telah dikelola dengan maksimal (Astrama & Mahayasa, 2021). Dalam hal ini, pariwisata berkelanjutan mempertimbangkan kondisi saat ini dan masa mendatang guna memperhatikan kepentingan pengunjung serta usaha pariwisata (BPS, 2024b). Pariwisata adalah sumber pendapatan yang dapat diperbarui dengan bentuk renovasi dan perawatan secara teratur.

Menurut data BPS (2019) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2023 mencapai 11.677.825. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia memiliki alam yang indah serta budaya yang beragam untuk menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Tidak hanya mengeksplor berbagai destinasi wisata yang ada namun para wisatawan juga dapat mengenal beragam budaya Indonesia. Melalui pariwisata, beragam destinasi wisata akan semakin dikenal luas oleh wisatawan lokal dan mancanegara.

Tak hanya wisatawan mancanegara, perjalanan wisatawan nasional atau wisatawan nusantara di tahun 2023 menurut data BPS mencapai 7.515.244 perjalanan. Dalam hal ini, wisatawan nusantara menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik wisata. Di Indonesia masih sangat banyak destinasi wisata menakjubkan yang potensial. Ditinjau dari asal daerah dan tujuannya, provinsi dengan penduduk besar cenderung memiliki jumlah perjalanan wisatawan nusantara yang tinggi. Dalam hal ini, wisatawan nusantara masih didominasi dengan perjalanan antar provinsi (BPS, 2024b).

Daerah yang memiliki potensi wisata dapat didorong perkembangannya juga agar dapat menjadi sarana untuk mengenalkan bahwa setiap daerah di Indonesia memiliki kekayaan dan keindahannya tersendiri (Astrama & Mahayasa, 2021). Jumlah perjalanan wisatawan nusantara tertinggi yaitu dengan maksud utamanya adalah berlibur atau rekreasi. Oleh karena itu, pengelolaan wisata diarahkan agar dapat memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan saat berlibur. Pengalaman berlibur yang berkesan bisa didapatkan dengan menikmati keindahan alam seperti di pantai. Salah satu upaya untuk mendorong keberadaan destinasi wisata tersebut maka perlu dilakukan pengelolaan sehingga dapat menjadi faktor pendukung yang telah

dipersiapkan dengan baik (Astrama & Mahayasa, 2021). Akses wisata dan infrastruktur juga menjadi faktor pendukung pada suatu objek wisata. Dengan adanya destinasi wisata dapat memberikan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian di daerah tersebut. Setiap daerah memiliki potensi dan keunikannya masing-masing, sehingga hal tersebut akan menguntungkan bagi masyarakat setempat jika dikelola dengan maksimal.

Salah satu objek wisata yang potensial dan menjadi tujuan liburan wisatawan adalah pantai. Secara geografis, Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sekitar 17.504 pulau dengan garis pantai sepanjang 95.161 km (Arianto, 2020). Dengan adanya garis pantai tersebut menjadikan Indonesia memiliki banyak pantai, seperti halnya di wilayah Jawa Timur. Menurut data BPS (2024) jumlah perjalanan wisatawan nusantara menurut provinsi tujuan terbanyak adalah Jawa Timur dengan jumlah 17.652.253 pada Juli 2024. Sedangkan menurut data Kemenparekraf jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung tahun 2023 di Provinsi Jawa Timur mencapai 204 juta lebih (Kemenparekraf, 2023).

Bagi negara berkembang yang memiliki budaya beragam, sektor pariwisata dapat menjadi sumber penting pada pemasukan devisa (Opilia Arpiani Putri & Ana Noor Andriana, 2021). Sektor pariwisata memberikan devisa pada negara, peluang lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan bagi pemerintah pusat dan daerah. Pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan masyarakat setempat sehingga dapat menjadi pendorong pembangunan masyarakat lokal (Mahendrayani & Suryawan, 2018). Masyarakat memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan serta menjaga lingkungan agar objek wisata dapat terus berkembang (Maleny Zulaika, 2021).

Selain menjadi salah satu sumber pendapatan, pariwisata berperan untuk mengenalkan keindahan alam dan budaya kepada para wisatawan (Ramdhani Maulana A & Andriana Noor A, 2023). Hal tersebut dapat memberikan peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar tempat wisata (Ramdhani Maulana A & Andriana Noor A, 2023). Pertumbuhan ekonomi melalui sektor pariwisata dapat diperoleh melalui penciptaan lapangan kerja, kesempatan berusaha, penerimaan devisa dan pembangunan infrastruktur (Amalliah & Katry Anggraini, 2023). Pengembangan pariwisata yang terus diupayakan agar lebih berkualitas dan dapat menguntungkan masyarakat dan wisatawan (Maleny Zulaika, 2021).

Di kawasan pembangunan infrastruktur selatan Jawa Timur terdapat Jalur Lintas Selatan (JLS) untuk mendorong peningkatan ekonomi di wilayah tersebut. Di wilayah Jalur Lintas Selatan ini melewati pesisir pantai sehingga dapat menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di sekitarnya (Sutrismi, 2017). Daya tarik wisata yang tinggi memberikan dampak positif pada destinasi wisata dan masyarakat agar dapat dikelola secara optimal dan memberikan dampak positif pada lingkungan sekitarnya.

Di Kawasan Jalur Lintas Selatan terdapat pantai indah yang menyejukkan mata sehingga ini dapat menjadi pilihan destinasi wisata untuk dikunjungi. Destinasi wisata yang ada di Jawa Timur juga menjadi salah satu daya tarik banyak wisatawan. Adanya Jalur Lintas Selatan ini memberikan keindahan pemandangan di sepanjang jalan sehingga menarik wisatawan untuk berkunjung. Dengan adanya destinasi wisata yang potensial maka perlu dilakukan pemasaran agar dapat mengenalkan objek wisata tersebut, salah satunya di Jalur Lintas Selatan Kabupaten Trenggalek.

Menurut data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, jumlah pengunjung tahun 2024 mencapai 317.428. Salah satu objek wisata potensial di Kabupaten Trenggalek adalah Pantai Mutiara. Pantai ini mulai dibuka dari tahun 2017 yang dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) bersama dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dan Perusahaan Umum Kehutanan Negara (Perhutani). Dalam mengelola pantai tersebut, pengelola membatasi adanya pembangunan secara permanen mempertahankan serta untuk mengutamakan kealamiannya sebagai daya tarik wisata.

Pantai ini juga telah memperoleh penghargaan dari Kemparekraf serta masuk dalam 300 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Dengan adanya perolehan penghargaan tersebut mendorong pengelola agar dapat mempertahankan daya tarik wisata sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung. Selain keindahan alamnya pantai ini juga menyediakan beragam wahana air yang menarik seperti perahu, jet ski, banana boat, snorkeling dan rolling donuts. Selain itu juga terdapat homestay dan menyediakan perlengkapan untuk camping yang mendorong peningkatan kunjungan wisatawan. Dengan mempertahankan daya tarik tersebut diharapkan dapat menarik wisatawan baru serta mempertahankan wisatawan lama.

Dengan mengelola komunikasi antar anggota Pokdarwis maka dapat menciptakan kinerja yang baik sehingga dapat mencapai tujuan dalam pengembangan objek wisata. Komunikasi yang baik dapat dilakukan dengan melaksanakan kerja sama, setiap anggota saling berpartisipasi serta memiliki kemauan dan memiliki pemahaman yang sama untuk mencapai tujuan bersama. Ketika eksistensi dari objek wisata sudah tercipta namun penting untuk menjaga keberlanjutannya dari sisi wisatawan

sehingga mereka juga dapat merekomendasikannya kepada orang terdekat.

Strategi komunikasi yang tepat dilakukan agar eksistensi dari Pantai Mutiara terus bertahan dan dapat menjadi daya tarik wisatawan ketika berkunjung ke Kabupaten Trenggalek. Melihat wisatawan yang telah berkunjung sebelumnya, mereka banyak yang berasal dari luar kota baik keluarga maupun rombongan dari agen travel. Beberapa agen travel tersebut sudah ada yang beberapa kali atau bahkan sering kembali ke Pantai Mutiara. Dari supir agen travel tersebut yang sudah beberapa kali berkunjung maka akan menjadi lebih tepat apabila informasi disampaikan ke agen travel untuk menjangkau wisatawan lainnya.

Tidak hanya wisatawan lokal yang berkunjung namun wisatawan mancanegara pernah datang di pantai ini. Hal tersebut dikarenakan terdapat rencana perjalanan atau itenary wisata dari agen travel maupun dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek turut mempromosikan Pantai Mutiara kepada wisatawan. Di sisi lain dari apabila dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek terdapat kegiatan atau tamu akan merekomendasikan untuk berkunjung ke Pantai Mutiara.

Wisatawan dapat mengetahui informasi objek wisata melalui media sosial. Dengan demikian mereka dapat mengetahui bagaimana keindahan dan aktivitas apa saja yang dapat dilakukan di Pantai Mutiara. Konten tersebut diunggah pada akun Instagram dan tiktok Pantai Mutiara. Dalam membuat konten yang diunggah di media sosial terdapat kendala yang dihadapi seperti perencanaan ide konten agar tidak membosankan. Melalui media sosial tidak hanya sebagai media informasi namun juga untuk membangun interaksi dan hubungan jangka panjang dengan wisatawan. Melalui media sosial wisatawan dapat mengetahui lebih lanjut

wahana yang dapat dinikmati ketika berwisata di lokasi.

Dengan berbagai wahana yang dimiliki maka perlu adanya pengawasan dan ketentuan untuk keselamatan wisatawan. Hal tersebut menjadi perhatian serius bagi pengelola guna menjaga keamanan serta citra dari objek wisata. Akan tetapi pada saat di lapangan tidak semua wisatawan memperhatikan dengan serius arahan yang telah diberikan oleh petugas maka etika ketika berwisata terutama ketika naik wahana masih menjadi perhatian khusus.

Kemudian berkaitan dengan wisatawan yang berkunjung cukup banyak maka timbul permasalahan lingkungan seperti sampah yang menumpuk. Pengelola wisata masih terkendala dengan adanya sampah yang cukup banyak. Rencana untuk ke depannya sampah tersebut dapat dikelola lebih baik sehingga tidak mengganggu kenyamanan wisatawan maka permasalahan ini juga menjadi perhatian bagi pengelola wisata.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi pada objek wisata Pantai Mutiara yang dilakukan oleh pengelola. Dengan demikian, perlu untuk menganalisis upaya komunikasi yang telah dilakukan serta rencana selanjutnya untuk menjadikan wisata berkelanjutan. Oleh karena itu, dilakukan penelitian pada strategi komunikasi pariwisata pada Pantai Mutiara oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai pengelola objek wisata tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dari Robert K. Yin menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dengan pengelola Pantai Mutiara Trenggalek, observasi dan dokumentasi. Fokus pada

penelitian ini adalah memahami secara mendalam terkait makna serta pengalaman yang terlibat dalam suatu fenomena (Nartin, et al., 2024). Penelitian kualitatif adalah penelitian tanpa menggunakan statistik untuk memperoleh suatu hasil (Putra et al., 2023).

Melalui penelitian ini peneliti dapat mengetahui secara mendalam terkait strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak pengelola Pantai Mutiara dalam mengelola agar menjadi wisata berkelanjutan. Pada penelitian kualitatif terdapat beberapa prosedur metode yang dapat digunakan yaitu wawancara, observasi, pertanyaan terbuka, dokumen, data audiovisual serta analisis gambar dan teks (Creswell, 2003). Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus untuk mengetahui bagaimana strategi Komunikasi yang dilakukan oleh pengelola yaitu Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) pada Pantai Mutiara Kabupaten Trenggalek.

Dalam melakukan penelitian penting untuk menentukan subjek penelitian. Hal ini dikarenakan subjek penelitian menjadi sumber utama data. Pada penelitian ini terdapat teknik pengambilan sampel yaitu nonprobability sampling. Teknik ini merupakan cara pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih (Abdussamad, 2021). Pada nonprobability sampling pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan melakukan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini dilakukan untuk memberikan kemudahan kepada peneliti dalam mengeksplor objek yang diteliti (Abdussamad, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wisata Pantai Mutiara

Wisata Pantai Mutiara terletak di Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten

Trenggalek, Jawa Timur. Pantai Mutiara terletak di Kawasan teluk sehingga memiliki ombak yang tenang. Pantai ini mulai dibuka dari tahun 2017 yang diawali dengan adanya sekelompok masyarakat setempat melihat adanya pantai yang berpotensi untuk dikembangkan sehingga mereka membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Kelompok masyarakat ini awalnya saling bekerja sama dan gotong royong untuk mulai membuka hutan dan merintis akses jalan ke pantai tersebut.

Pengelola juga memperhatikan akan kealamian dari Pantai Mutiara seperti kerindangan pohon dan tanaman masih terjaga di pantai ini serta tidak banyak adanya bangunan permanen. Kemudian ada hal yang membedakan Pantai Mutiara dengan pantai lainnya yaitu lokasinya berada di teluk sehingga ombaknya kecil dan lebih tenang sedangkan pantai lainnya memiliki ombak besar karena berada di laut lepas sehingga tidak diperbolehkan untuk berenang atau main air. Di Pantai Mutiara ini tidak hanya dapat menikmati pemandangan laut namun terdapat beberapa wahana air seperti perahu, jet ski, banana boat, rolling donut dan snorkeling. Wahana tersebut dapat menambah daya tarik wisatawan ketika berkunjung ke Pantai Mutiara.

Pengelolaan wahana air di Pantai Mutiara dilakukan oleh Kelompok Masyarakat Pengawas (Pokmaswas). Adanya wahana air perahu dan banana boat mulai ada di tahun 2017. Kemudian rolling donut dan jet ski di tahun 2019, lalu snorkeling itu sudah ada lebih lama. Pokmaswas bertugas sebagai pengawas pantai dan pengelola wahana air. Dalam pelaksanaannya mengelola Pantai Mutiara Pokmaswas dan Pokdarwis berjalan bersama namun dari segi keuangannya terpisah. Salah satu perkembangan prosedur dari penggunaan wahana adalah pengisian data oleh masing-masing wisatawan. Hal ini baru dilakukan di bulan Desember 2024 untuk meminimalisir adanya kesalahan informasi dan keamanan wisatawan.

Konsep Pantai Mutiara sendiri adalah perpaduan hutan dan laut sehingga menonjolkan kealamiannya. Di sisi lain untuk menjaga kelestarian hutan, laut serta terumbu karangnya maka pembangunannya juga dibatasi. Pantai Mutiara ditujukan untuk semua kalangan sehingga akses jalan yang dulunya sangat ekstrim, masih berupa jalan setapak maka sekarang sudah dilebarkan sehingga dapat mudah diakses maka cocok untuk keluarga dan anak muda. Dengan adanya wahana air juga menambah daya tarik wisata dan mengeksplor Pantai Mutiara. Di sisi lain perlu biaya yang besar untuk mengadakan wahana tersebut maka perlu kerjasama dengan investor atau mitra yang saling menguntungkan.

Kemudian dalam proses penentuan harga tiket masuk pada wisata Pantai Mutiara dilakukan dengan musyawarah bersama antara Pokdarwis dan LMDH. Tiket yang awalnya RP 10.000 menjadi Rp 15.000 yang terkadang dipertanyakan oleh wisatawan. Akan tetapi sekarang terdapat ketentuan dalam peraturan daerah biaya senilai Rp 15.000. Wisata pantai ini fokusnya ke keindahan alamnya karena ketika dilakukan evaluasi lebih banyak yang menikmati suasana laut maka itu menjadi daya tarik utamanya. Lalu dengan adanya beberapa wahana air juga dapat menambah daya tarik di wisata Pantai Mutiara.

Strategi Komunikasi Pariwisata Kelompok Sadar Wisata Pantai Mutiara

Strategi merupakan upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam mencapai suatu tujuan maka komunikasi menjadi salah satu cara untuk menyampaikan pesan. Komunikasi merupakan penyampaian pesan agar dapat diterima oleh komunikan dan mendorongnya untuk melakukan sesuatu dari tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi dilakukan agar tujuan yang telah disusun sebelumnya dapat

tercapai. Pesan tersebut diharapkan dapat diterima dan dipahami oleh sasaran yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi yang digunakan dapat menyesuaikan dengan kondisi yang ada sehingga akan menjadi efektif.

Strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam bidang pariwisata untuk membangun destinasi wisata yang potensial. Objek wisata tersebut dikelola agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitarnya. Masyarakat yang mengelola wisata tersebut merupakan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang saling bekerja sama untuk membangun dan mengenalkan ke khalayak sehingga memberikan dampak positif pada pengelolanya. Pokdarwis berperan untuk mengembangkan wisata yang berada di wilayahnya dan meningkatkan peran masyarakat dalam melihat peluang dari wisata.

Pariwisata merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan dampak positif pada perkembangan ekonomi masyarakat. Seperti halnya masyarakat yang mengelola wisata di wilayahnya maka untuk mendorong hal tersebut perlu adanya strategi yang dilakukan. Dalam hal ini pokdarwis merupakan salah satu contoh bentuk kesadaran masyarakat setempat akan adanya potensi wisata. Dalam pengelolaan wisata maka masyarakat perlu untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan untuk mengenalkan wisata tersebut kepada khalayak luas. Salah satu wisata yang banyak dikunjungi adalah pantai.

Wisata Pantai Mutiara merupakan objek wisata yang terletak di Desa Tasikmadu Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. Wisata ini telah dibuka dari tahun 2017 dan memiliki keunikan yaitu terletak di wilayah teluk sehingga ombaknya lebih tenang tidak seperti di laut lepas. Pantai Mutiara merupakan salah satu destinasi wisata yang dinilai potensial oleh masyarakat setempat sehingga akhirnya dikelola dan berjalan sampai saat ini.

Dalam menyusun perencanaan ketika membuka wisata ini maka perlu adanya musyawarah bersama antar masyarakat setempat dalam mengelola objek wisata tersebut. Kemudian pengelolaan wisata oleh masyarakat juga perlu segera dilakukan agar ke depannya dapat semakin berkembang. Lalu strategi Komunikasi yang tepat juga menjadi faktor penting untuk mempublikasikan kepada khalayak.

Strategi komunikasi merupakan aspek penting dalam proses mengembangkan objek wisata. Pesan yang menarik akan membuat wisatawan ingin berkunjung sehingga berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Akan tetapi, fokus dari Pokdarwis bukan hanya untuk mengenalkan wisata Pantai Mutiara namun juga mengelolanya agar dapat objek wisata yang berkelanjutan. Dengan mewujudkan wisata berkelanjutan maka dapat memberikan dampak positif bagi pengelola dan masyarakat sekitar. Kemudian pantai ini merupakan objek wisata yang ditujukan kepada khalayak luas sehingga pengelola semaksimal mungkin untuk membangun akses yang ramah bagi semua kalangan.

Pihak pengelola yaitu Pokdarwis mengatur strategi promosi saat ini dengan media sosial. Pihak Pokdarwis sendiri jarang untuk membuat video konten sendiri. Akan tetapi untuk keseharian lebih sering repost dari pengunjung. Melalui media sosial di Instagram dan tiktok kebanyakan repost dari wisatawan untuk menarik wisatawan lainnya. Pihak pengelola biasanya membuat video jika akan ada festival atau penghargaan. Ketika wisatawan mention Instagram Pantai Mutiara maka akan memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, Pokdarwis beberapa upload di Instagram mayoritas konten video yang dikolaborasikan dengan akun wisatawan.

Pokdarwis memutuskan untuk menggunakan media sosial karena dirasa lebih efisien. Dengan demikian sampai saat ini strategi

yang digunakan adalah melalui media sosial. Apabila melalui event dari Pokdarwis belum pernah mengadakannya namun pernah mengikuti apabila dari Dinas Pariwisata maka masih dapat ikut serta. Hal ini dikarenakan apabila untuk event sendiri akan lebih baik jika skalanya adalah nasional. Apabila event yang dibuat hanya skala kecil maka nanti yang datang biasanya hanya warga setempat sendiri sehingga tidak menguntungkan. Jika menggunakan media sosial akan lebih mudah dengan membuat video. Dari wisatawan ketika membagikan video di media sosial juga dapat menjadi review untuk yang lainnya sehingga memberikan dampak positif bagi pihak pengelola.

Saat ini pengelola Pantai Mutiara menggunakan media sosial sebagai media promosi. Menurut Pokdarwis, dengan media sosial maka akan lebih mudah dalam menjangkau khalayak lebih luas. Kemudian karena dari wisatawan biasanya posting melalui Instagram atau tiktok mereka maka dari Pokdarwis akan repost postingan mereka. Dengan repost konten yang telah diupload oleh wisatawan juga menguntungkan bagi pengelola. Dengan demikian saat ini strategi yang digunakan dalam mempublikasikan wisata Pantai Mutiara adalah dengan menggunakan media sosial. Wahana air yang dapat dinikmati oleh wisatawan juga dapat dilihat pada media sosial Pantai Mutiara maka mereka mengetahui aktivitas saja yang bisa dilakukan di pantai tersebut.

Dengan menerapkan strategi komunikasi yang tepat maka menjadi faktor penting dalam mengembangkan objek wisata Pantai Mutiara. Strategi komunikasi tersebut dapat dilakukan dalam bentuk penyampaian pesan kepada wisatawan terkait objek wisata Pantai Mutiara. Dengan demikian dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan dikenal lebih luas. Selain itu dengan adanya Pantai Mutiara maka dapat memberikan dampak positif pada ekonomi pengelola dan penduduk

sekitar. Kemudian dalam mengelola wisata Pantai Mutiara setiap anggota memiliki tugasnya masing-masing. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan menjadi fleksibel apabila terdapat posisi yang kosong agar dibantu dengan anggota lainnya.

Pada perkembangannya terdapat Standard Operating Procedure (SOP) yang dilakukan. Seperti halnya pelaksanaan screening ketika akan naik wahana. Kemudian saat akan wahana air tersebut tidak selalu tersedia karena menyesuaikan cuaca di hari tersebut. Ketika cuacanya tidak mendukung maka tidak bisa dilakukan. Salah satunya adalah snorkeling maka harus melihat cuaca, jika tampak cerah maka snorkeling dapat dilakukan sehingga air di bawah laut tampak jernih. Dengan demikian untuk terdapat wahana air perlu menyesuaikan cuaca dahulu agar dapat dilakukan.

Ketika melihat media sosial wisatawan hanya mengetahui wahana seperti banana boat, jet ski, rolling donut dan perahu wisata. Akan tetapi sebenarnya terdapat snorkeling yang juga dapat dilakukan ketika wisatawan berkunjung ke Pantai Mutiara. Jadi tidak semua selalu tersedia ketika wisatawan ingin snorkeling namun ternyata pada saat itu tidak dapat dilakukan karena faktor cuaca. Akan tetapi karena terdapat berbagai wahana maka wisatawan dapat mencoba yang lain. Dari petugas biasanya juga menawarkan kepada wisatawan untuk naik wahana. Mereka telah membagi tugas masing-masing seperti ada yang menjadi driver, pengecekan screening dan perlengkapan keselamatan. Petugas juga membantu wisatawan untuk mendokumentasikan ketika naik wahana tersebut.

Kemudian terkait pengelolaan media sosial oleh Pokdarwis tidak rutin dalam membuat konten. Akan tetapi biasanya akan membuat konten ketika terdapat peringatan hari besar dan ketika ada event tertentu. Dalam pelaksanaannya terdapat kendala yang ditemui yaitu kebersihan lingkungan serta screening ketika akan naik wahana saat

ketentuan usia yang berbeda dengan aslinya dikarenakan wisatawan yang tidak jujur. Apabila tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka tidak diperbolehkan untuk naik namun jika sudah terjadi maka resiko menjadi tanggung jawab wisatawan. Hal tersebut tentunya untuk meminimalisir kejadian yang dapat membahayakan dan untuk keselamatan bersama.

Hal yang dapat ditingkatkan pada pengelolaan wisata Pantai Mutiara adalah kerjasama antar anggota. Setiap anggota memiliki pendapat yang berbeda untuk membangun wisata menjadi lebih baik namun kemudian dapat diperbaiki bersama. Terdapat pelatihan yang diikuti oleh anggota Pokdarwis yang biasanya diadakan 4 kali dalam 1 tahun mengenai pengelolaan wisata. Pelatihan tersebut diadakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek untuk memberdayakan masyarakat sekitar terkait pariwisata. Dengan adanya pelatihan tersebut menjadi bekal untuk membangun Pantai Mutiara menuju objek wisata berkelanjutan.

Dalam pelaksanaannya Pokdarwis juga membangun hubungan baik dengan instansi terkait seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek. Seperti halnya memberikan pelatihan dalam pengelolaan wisata. Kemudian apabila dari Dinas Pariwisata ada kunjungan atau kegiatan, Pantai Mutiara menjadi salah satu tempat yang direkomendasikan. Karena Pokdarwis juga tidak dapat terlepas dari instansi atau mitra terkait maka membangun komunikasi yang baik juga menjadi kunci yang harus dijaga sehingga Pantai Mutiara dapat terus berkembang dan berkelanjutan di masa mendatang.

Dalam mewujudkan wisata berkelanjutan maka salah satu aspek penting yang diperhatikan adalah pengelolaan wahana yang dilakukan setiap turun di lokasi. Wahana tersebut dilakukan perbaikan secara rutin pada mesinnya setiap 3 bulan

sekali. Kemudian kendala yang ditemui biasanya adalah cuaca dan faktor dari wisatawan sendiri seperti halnya dengan ketika menaiki wahana namun sengaja menjatuhkan diri sehingga perlu di arahkan lagi. Pengelola sendiri merupakan masyarakat setempat yang awal mulanya masih belum mengerti bagaimana cara mengelola wisata. Hal ini dikarenakan masyarakat yang belum mengetahui apa saja yang perlu dilakukan terkait hal tersebut.

Dalam menjaga eksistensi Pantai Mutiara maka diperlukan koordinasi dan kerjasama pihak pengelola. Kemudian anggota juga perlu untuk selalu mencari ilmu yang kemudian dapat diterapkan dalam mengelola objek wisata. Lalu evaluasi juga tetap dilakukan secara rutin untuk monitoring perkembangan dan berjalannya kegiatan wisata. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa wisatawan yang menginginkan diskon dari tiket masuk karena datang dengan rombongan banyak. Kemudian dari pihak pengelola memberikan diskon gratis tiket 1 orang dengan ketentuan minimal 10 orang. Kemudian wahana yang ada juga harus dilakukan pengecekan serta perawatan rutin agar tetap berfungsi dengan baik.

Tidak hanya pengecekan pada wahana namun petugas juga perlu memiliki skill. Evaluasi mengenai hal tersebut yaitu sampai saat ini, petugas wahana masih otodidak dalam menangani keselamatan. Akan tetapi mereka merupakan warga setempat dengan profesi sebelumnya adalah nelayan namun dapat cepat beradaptasi untuk terus belajar terkait keselamatan pada wisatawan serta keamanan berbagai wahana yang ada. Lalu untuk meningkatkan keamanan tersebut maka pengunjung wajib untuk mengisi screening berupa data diri untuk memastikan sudah sesuai dengan ketentuan.

Disamping itu, dengan adanya berbagai wahana air dapat mendongkrak wisatawan untuk berkunjung. Hal ini karena ketika wahana maka wisatawan memiliki beberapa pilihan sehingga

mereka dapat menikmati Pantai Mutiara dengan berbagai wahana yang ada. Akan tetapi, di sisi lain pada wahana ini juga terdapat kemungkinan terjadinya kerusakan yang menjadi tanggung jawab pengelola sendiri. Meskipun kerusakan tersebut terjadi dari wisatawan tetap ditanggung sendiri oleh pengelola karena prioritas yang diutamakan adalah keselamatan wisatawan tersebut.

Dalam mengelola wisata ditemukan tantangan tersendiri untuk mengelola objek wisata. Seiring berjalannya waktu pembangunan dilakukan sedikit demi sedikit untuk membuat akses lokasi wisata Pantai Mutiara lebih baik dan nyaman. Akan tetapi pembangunan tersebut tidak dibuat terlalu mencolok karena Pantai Mutiara sendiri yang diutamakan adalah kealamiannya. Terdapat beberapa masalah yang ditemukan dalam mengelola objek wisata bagi pengelola diantaranya adalah pengelolaan sampah dan kurangnya kesadaran pengunjung akan kebersihan. Lalu kesadaran akan etika dalam berwisata seperti ketika menaiki wahana untuk keselamatan bersama.

Komunikasi Partisipatif oleh Pokdarwis

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memperoleh keseluruhan informasi. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara serta dokumentasi di lapangan. Komunikasi partisipatif adalah aktivitas yang direncanakan untuk mendukung kepentingan bersama dari berbagai pihak terkait suatu permasalahan agar memperoleh solusi. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka selanjutnya peneliti menganalisis data dengan tahapan partisipasi dari John Cohen and Norman Uphoff (1980) yang mendukung pengelolaan objek wisata Pantai Mutiara yakni sebagai berikut:

a. Decision Making (Pengambilan Keputusan)

Pada proses komunikasi, komunikator berperan sebagai pengirim pesan. Awalnya

terdapat penduduk yang berinisiatif untuk membuka jalur menuju pantai yang akan dijadikan sebagai objek wisata. Kemudian bersama dengan penduduk lainnya bersama-sama untuk saling gotong royong membuka jalan tersebut. Pantai Mutiara berada di kawasan Jalur Lintas Selatan Kabupaten Trenggalek. Awalnya kawasan ini merupakan hutan yang kemudian akhirnya dibuka menjadi destinasi wisata. Dalam prosesnya untuk membuka kawasan hutan ini telah melewati proses panjang. Masyarakat yang pada awalnya mencoba untuk mulai sedikit demi sedikit membuka hutan agar akses jalan menuju ke pantai lebih mudah.

Kemudian akhirnya mereka mengajukan proposal kepada Perum Perhutani saat itu untuk menindaklanjuti pembukaan objek wisata Pantai Mutiara sehingga masyarakat setempat dapat terbantu yang selanjutnya dapat berkoordinasi dengan pihak tersebut. Dengan demikian, masyarakat dapat mengelola dengan wisata yang berada di wilayahnya bersama dengan instansi terkait serta mematuhi segala peraturan yang ada. Pada awalnya masyarakat masih belum mengetahui bagaimana cara untuk mengelola wisata. Seiring berjalannya waktu mereka belajar dan juga difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek dengan mengikuti pelatihan pengelolaan wisata maka masyarakat dapat terus belajar dan mengembangkan potensi yang dimiliki.

Masyarakat setempat dapat melihat akan potensi yang ada di wilayahnya sehingga diharapkan kedepannya dapat memberikan dampak positif maka mereka mencoba sebisa mungkin untuk saling membantu agar dapat direalisasikan. Pemilihan kawasan ini terlihat akan ombaknya yang lebih tenang karena

berada di teluk. Akan tetapi karena pada saat itu masih di area hutan maka sulit bagi masyarakat untuk membuka jalan menuju tempat yang akan dibuka untuk menjadi wisata pantai. Kemudian mereka akhirnya berusaha semaksimal mungkin untuk membuka hutan meskipun masih terkendala dengan peralatan yang seadanya. Seiring berjalannya waktu masyarakat membentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Mutiara yang sekarang menjadi pengelolanya.

Pokdarwis yang beranggotakan masyarakat lokal menjadi pengelola Pantai Mutiara. Pokdarwis Pantai Mutiara menjadi kunci akan keberlanjutan dari objek wisata tersebut di masa mendatang. Pokdarwis yang memiliki peran utama akan wisata tersebut agar dapat terus berjalan dan juga berkembang. Kemudian dalam pelaksanaannya, Pokdarwis dibantu oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang juga membantu dalam pengelolaan karena pantai ini lokasinya berada di Kawasan hutan sehingga peran LMDH juga turut hadir. Kemudian Perusahaan Umum Kehutanan Negara (Perum Perhutani) juga menjadi pihak yang mengelola akan ketentuan dari pengelolaan kawasan hutan. Akan tetapi seiring berjalannya waktu terdapat perubahan pada pengelolaan Pantai Mutiara seperti bagian tersendiri dari Perum Perhutani yang menaungi serta LMDH yang sedang bertransformasi menjadi gabungan kelompok hutan.

Terlibatnya masyarakat dalam pengambilan keputusan, Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek juga berkoordinasi dengan Pokdarwis. Keterlibatan masyarakat dalam berdialog dengan pemerintah mendorong adanya pembangunan

infrastruktur. Dari Dinas Pariwisata mengadakan pelatihan pengelolaan pariwisata sehingga sumber daya manusia diharapkan dapat memahami dengan baik seperti halnya pelatihan digitalisasi, mitigasi dan lainnya. Dalam hal ini Dinas Pariwisata mendukung dari sisi sumber daya manusia sehingga yang sebelumnya masyarakat belum memahami bagaimana pengelolaan objek wisata kemudian dapat menerapkannya dengan baik. Dengan demikian, masyarakat berkontribusi secara langsung di lapangan ketika berinteraksi dengan wisatawan.

Dalam pengelolaannya apabila terdapat hal-hal yang perlu didiskusikan maka biasanya diadakan musyawarah bersama dengan pihak terkait. Seperti halnya pada penetapan harga tiket masuk yang menyesuaikan dengan peraturan daerah. Kemudian keamanan juga poin penting bagi pengelola untuk keselamatan pengunjung yang menjadi prioritas. Pada pelaksanaannya secara operasional sehari-hari Pokdarwis yang menjadi pengelolanya dan juga berkoordinasi dengan berbagai pihak pada beberapa hal dengan instansi terkait. Dalam hal ini Pokdarwis telah mengambil keputusan untuk membuka wisata dan mengelolanya dengan konsep yang ditentukan. Melalui kerjasama dengan berbagai pihak juga membantu untuk menangani pengelolaan yang tepat sehingga diharapkan ke depannya dapat menjadi wisata berkelanjutan yang tetap diminati oleh banyak orang tidak hanya di waktu tertentu namun hingga seterusnya.

b. Implementation (Implementasi)

Implementasi menjadi bagian inti dari pembangunan dimana terdapat sumbangan pemikiran, materi maupun ide. Dengan adanya Pokdarwis yang beranggotakan

masyarakat setempat maka diharapkan dapat membangun dan mengelola Pantai Mutiara bersama dengan instansi terkait. Kemudian Pokdarwis dalam mengelola wisata Pantai Mutiara juga penting dilakukan seperti halnya pada pemasaran, keramahan, pelayanan serta mitigasi. Pokdarwis memanfaatkan media sosial seperti instagram dan tiktok sebagai media pemasaran secara online. Dari media sosial wisatawan dapat dengan mudah mengetahui informasi terkait Pantai Mutiara. Ketika wisatawan telah mengetahui Pantai Mutiara maka selanjutnya mereka ingin mengetahui lebih lanjut.

Cara yang digunakan oleh Pokdarwis juga melalui video yang diunggah melalui Instagram. Pada video yang diunggah tidak hanya menampilkan keindahan alam dan laut namun juga memperlihatkan daya tarik lainnya yaitu aktivitas yang dapat dilakukan melihat keindahan bawah laut dengan snorkeling dan aktivitas lainnya seperti jet ski, banana boat, rolling donut dan perahu wisata. Selain itu wisatawan juga dapat menginap di homestay maupun camping di tepi pantai. Kemudian wisatawan juga dapat memancing dengan membawa peralatan sendiri. Petugas yang ada di lapangan dapat mengantarkan di tempat memancing yang biasanya berada di rumah apung. Rumah apung tersebut biasanya dapat menjadi tempat bagi wisatawan yang sedang snorkeling. Setelah mengetahui berbagai wahana yang ada melalui media sosial wisatawan dapat tanya secara langsung kepada petugas untuk mengetahui informasi lebih lanjut sehingga dapat berwisata dengan puas dan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan.

Pesan tersebut disampaikan oleh Pokdarwis melalui Instagram atau tiktok

mereka sehingga wisatawan dapat dengan mudah menemukan informasi tersebut. Selain itu wisatawan juga akan mencari tahu terkait informasi tarif yang dikenakan mulai dari tiket masuk serta berbagai wahana yang ada. Dengan mengetahui informasi tersebut akan memudahkan wisatawan dalam menyiapkan budget ketika berwisata. Kemudian dengan menunjukkan daya tarik lainnya Pokdarwis dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi maupun membuat mereka ingin berkunjung kembali. Ketika wisatawan berkunjung dari mulai pintu masuk petugas di lapangan maka akan sebaik mungkin memberikan keramahan sampai di dalam seperti bagian wahana dan pos informasi.

Dari awal wisatawan masuk ke Kawasan Pantai Mutiara maka keramahan sudah dirasakan hingga mereka selesai berwisata. Ketika petugas melayani dengan baik seperti halnya wisatawan yang ingin menaiki wahana air serta menanyakan terkait kehilangan barang atau informasi tertentu di pos informasi sehingga dari setiap sudut petugas memberikan pelayanan yang terbaik. Saat wisatawan berkunjung mereka juga berinteraksi dengan petugas maka keramahan dan pelayanan juga perlu diperhatikan. Dengan demikian, sehingga wisatawan dapat menikmati baik dari sisi keindahan alamnya serta pelayanan yang diberikan oleh Pokdarwis yang bertugas.

Kemudian terdapat ketentuan yang harus diperhatikan oleh wisatawan khususnya ketika mereka akan menaiki wahana air. Petugas akan memberikan arahan kepada wisatawan hal apa saja yang dilarang karena telah dibuat untuk keamanan dan keselamatan. Apabila wisatawan melanggar maka konsekuensi menjadi tanggung jawab

masing-masing. Hal ini menjadi perhatian khusus bagi pengelola karena keselamatan menjadi prioritas mereka. Dalam hal ini petugas juga selalu melakukan pengecekan pada wahana yang akan digunakan seperti bagaimana kondisinya layak atau tidak sehingga meminimalisir adanya hal-hal yang tidak diinginkan. Seperti halnya setiap wisatawan wajib melakukan screening atau pengisian data. Ketentuan tersebut telah menjadi keharusan yang telah dikoordinasikan dengan pihak kepolisian setempat. Pada bagian wahana ini terdapat lembaga yang mengurusnya yaitu Kelompok Masyarakat Pengawas (Pokmaswas).

Pokmaswas merupakan lembaga yang terpisah dengan Pokdarwis namun bekerjasama pada bagian wahana air ini. Wahana air tersebut menjadi salah satu daya tarik wisata Pantai Mutiara karena di pantai ini bisa menikmati berbagai wahana dan juga aktivitas lainnya. Kemudian wisatawan juga dapat menginap di homestay yang juga dikelola oleh masyarakat setempat. Wisatawan dapat menikmati keindahan pantai, menaiki wahana air, menginap di homestay atau camping, serta menikmati berbagai hidangan. Masyarakat setempat menjadi pengelola dari kerjasama dengan berbagai pihak, menjalankan pemasaran wisata, wahana air, membuka homestay dan tempat makan. Hal tersebut membuat masyarakat dapat terjun secara langsung dalam mengelola Pantai Mutiara yang diharapkan menjadi wisata berkelanjutan sehingga tidak hanya ramai di waktu tertentu saja namun bisa sampai seterusnya.

c. Benefits (Manfaat)

Setelah adanya pembangunan pada Pantai Mutiara seperti akses jalan yang dulu sulit

sekarang sudah lebih baik. Dari yang awalnya jalannya bergelombang dan setapak kemudian sekarang dapat diakses dengan mudah sehingga bisa dilewati kendaraan besar seperti bus dan memiliki area parkir yang cukup luas. Suasana pantai yang rindang dan sejuk memberikan kesan alami dari Pantai Mutiara. Akses yang mudah dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung sehingga tidak khawatir untuk menuju ke tempat tujuan. Kemudian hal tersebut memberikan dampak positif pada masyarakat setempat seperti halnya memberikan kehidupan yang lebih baik.

Pendapatan masyarakat meningkat dengan adanya objek wisata Pantai Mutiara. Ada yang membuka usaha tempat makan, homestay, penyewaan tenda sehingga keterlibatan masyarakat memberikan dampak positif pada perekonomian mereka. Pendapatan yang dihasilkan juga dapat dimanfaatkan untuk pengelolaan Pantai Mutiara sehingga dapat digunakan untuk pembangunan sarana dan prasarana dan juga memberikan manfaat untuk masyarakat. Lalu dengan adanya kerjasama dengan instansi terkait seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek maka Pantai Mutiara menjadi tempat pelaksanaan kegiatan sehingga secara tidak langsung mempromosikan Pantai Mutiara.

Dengan pengelolaan media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas juga mendorong peningkatan kunjungan wisatawan. Wisatawan dapat dengan mudah memperoleh informasi terkait Pantai Mutiara kemudian akses jalannya yang mudah diakses sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh Pokdarwis. Kemudian Pantai Mutiara juga dapat menjadi destinasi tujuan wisata wisatawan ketika berkunjung ke Kabupaten

Trenggalek. Wisatawan akan mencari ulasan mengenai objek wisata seperti pengalaman wisatawan lain ketika berkunjung. Objek wisata Pantai Mutiara merupakan destinasi yang dapat dijadikan tempat rekreasi, bersantai dan menikmati berbagai aktivitas lainnya.

Mereka juga dapat memberikan ulasan dan merekomendasikan destinasi wisata ke teman atau orang terdekatnya. Ketika mereka memberikan ulasan yang positif maka akan memberikan dampak yang positif juga terhadap objek wisata Pantai Mutiara. Dengan demikian, hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi pengelola karena dapat memberikan citra yang baik akan objek wisata Pantai Mutiara. Kemudian dampak tersebut dapat membawa wisatawan lain untuk berkunjung. Selain dapat menikmati keindahan alamnya, wisatawan dapat naik berbagai wahana air seperti banana boat, perahu, rolling donut, jet ski dan snorkeling. Informasi tersebut juga dapat diketahui dari media sosial Pantai Mutiara Trenggalek. Lokasi pantai ini juga dapat ditemukan dengan mudah melalui google maps yang disertakan di Instagram Pantai Mutiara Trenggalek.

Tidak hanya melalui media sosial mereka namun wisatawan juga dapat memberikan ulasan seperti di google maps. Ulasan yang diberikan oleh wisatawan dapat berupa teks, foto maupun video dari pemandangan pantai. Mereka juga dapat membagikan terkait harga tiket masuk, tarif wahana, makanan dan lainnya. Pengalaman tersebut dapat menjadi gambaran bagi wisatawan lainnya ketika mereka akan berkunjung ke Pantai Mutiara. Ketika terdapat berbagai fasilitas atau wahana dapat menjadi bekal informasi untuk

mempersiapkan baik budget, perlengkapan maupun mengajak teman yang lainnya agar dapat berwisata.

Anggota Pokdarwis yang sebelumnya telah mengawali untuk membuka hutan dan akhirnya sekarang menjadi destinasi wisata, seiring berjalannya waktu posisi tersebut dilanjutkan oleh anak mereka. Dengan demikian terdapat anak muda yang tergabung dan juga ikut mengelola Pantai Mutiara sehingga mereka dapat langsung mengarahkan anak muda setempat untuk terjun langsung. Dengan adanya Pokdarwis dapat mendorong keterlibatan masyarakat setempat dalam mengelola wisata yang ada di wilayahnya. Hal tersebut tidak hanya memberikan pekerjaan namun juga skill sehingga pada pelaksanaannya mereka dapat memahami secara langsung di lapangan dalam mengelola objek wisata Pantai Mutiara.

d. Evaluation (Evaluasi)

Evaluasi menjadi tahap dimana keterlibatan masyarakat dalam memberikan saran untuk perbaikan pada pembangunan di masa mendatang. Pelaksanaan evaluasi dilakukan setiap tiga bulan sekali untuk meninjau perkembangan Pantai Mutiara. Setiap individu dapat menyampaikan masukan untuk perbaikan. Salah satu hal yang dapat ditingkatkan adalah komunikasi antar anggota serta kerjasama antara satu sama lain. Kemudian setiap individu perlu untuk selalu belajar tidak hanya dari bagian atau divisi tertentu namun secara keseluruhan. Dengan rasa ingin untuk selalu belajar serta mengikuti pelatihan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Trenggalek agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusianya.

Kemudian kurangnya kesadaran wisatawan akan keamanan ketika menaiki wahana

menjadi perhatian khusus bagi pengelola. Briefing dari petugas wahana juga merupakan pesan bagi mereka untuk memperhatikan keselamatan ketika naik wahana. Briefing tersebut merupakan hal yang wajib dilakukan oleh petugas agar wisatawan memahami prosedur yang telah ditetapkan oleh pengelola. Salah satu prosedur tersebut adalah pengisian data wisatawan yang dilakukan saat screening sebelum naik wahana air. Kemudian dilanjutkan dengan briefing terkait apa saja yang tidak diperbolehkan saat sedang berada di wahana. Apabila wisatawan tidak melaksanakan arahan dari petugas dan dengan sengaja melakukannya maka pengelola tidak bertanggung jawab akan resikonya. Arahan tersebut menjadi pesan bahwa keselamatan wisatawan menjadi prioritas bagi pengelola.

Selanjutnya Pokdarwis juga menggunakan media sosial seperti Instagram dan tiktok dimana dapat memberikan pesan yang bukan hanya untuk menarik wisatawan berkunjung namun juga mengajak untuk memperhatikan lingkungan sekitar dan keselamatan. Pesan yang telah disusun memiliki tujuan agar penerimanya melakukan apa yang diinginkan. Seperti pesan untuk membuang sampah pada tempatnya dimiliki serta peringatan untuk memperhatikan aturan keselamatan selama berada di lokasi wisata. Pesan tersebut dapat dilihat dari papan peringatan maupun arahan dari petugas ketika akan menaiki wahana.

Pesan-pesan yang telah disusun oleh pengelola diharapkan dapat menjadi perhatian bagi wisatawan. Dengan melakukan apa yang menjadi tujuan pesan tersebut menandakan bahwa pesan tersebut berhasil. Ketika video yang diunggah melalui media sosial dapat mendorong wisatawan berkunjung dan menikmati keindahan serta berbagai fasilitas

yang ada. Akan tetapi pengelola juga tetap memberikan informasi penting yang harus diperhatikan oleh wisatawan ketika berwisata. Tindakan tersebut menandakan bahwa pesan telah dipahami oleh wisatawan dan mereka dapat melakukannya dengan baik.

Dalam suatu kelompok, Pokdarwis mengalami adanya hambatan komunikasi dalam pengelolaan wisata Pantai Mutiara. Dengan adanya hambatan tersebut maka perlu adanya solusi untuk mengatasinya. Seperti halnya adalah kurangnya kerjasama antar anggota sehingga dalam berjalannya proses pengelolaan objek wisata dapat terhambat. Kemudian hambatan lain dapat datang dari wisatawan yang kurang memperhatikan pesan dari Pokdarwis. Pesan tersebut memiliki tujuan agar dapat dipahami oleh wisatawan. Dengan demikian, Pokdarwis dapat mendorong kesadaran wisatawan agar melaksanakan arahan dan informasi penting yang disampaikan.

Pokdarwis memutuskan untuk melakukan evaluasi sehingga dapat membangun komunikasi yang baik antar anggota serta koordinasi satu sama lain. Komunikasi yang baik memberikan dampak positif bagi Pokdarwis dalam mengembangkan objek wisata. Pokdarwis juga memutuskan untuk menggunakan media sosial untuk mengenalkan wisata Pantai Mutiara kepada khalayak. Melihat kurangnya kesadaran wisatawan akan arahan petugas pengelola pada keselamatan ketika naik wahana maka media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk media edukasi. Pokdarwis dapat mengupload video bagaimana mereka harus memperhatikan arahan dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pengelola.

KESIMPULAN

Strategi komunikasi pariwisata oleh Pokdarwis dengan memperhatikan beberapa hal seperti pemasaran, keramahan, pelayanan serta mitigasi. Dari pemasaran Pokdarwis memanfaatkan media sosial Instagram dan tiktok untuk memberikan gambaran visual pada objek wisata dan memudahkan wisatawan untuk mengetahui informasi lebih lanjut. Wisatawan juga dapat mengetahui pengalaman pengunjung lainnya dan kemudian memutuskan untuk berkunjung lalu membagikan pengalamannya melalui media sosial mereka. Kemudian ketika wisatawan merasa senang dan puas mereka akan merekomendasikan wisata tersebut ke orang terdekatnya. Dengan demikian, wisatawan juga memperhatikan untuk bertindak agar memperhatikan keselamatan selama berwisata. Strategi komunikasi Pokdarwis ketika menangani adanya kendala dalam mengelola wisata dengan mengadakan evaluasi serta meningkatkan kerjasama antar anggota.

Kemudian keramahan dan pelayanan juga diperhatikan yang menjadi upaya yang dilakukan oleh Pokdarwis untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Pokdarwis juga dapat memanfaatkan media sosial sebagai media edukasi untuk memberikan informasi penting sehingga wisatawan dapat menyadari pentingnya peraturan yang telah ditetapkan oleh pengelola. Lalu terdapat hal yang dapat ditambahkan untuk meningkatkan pesan edukasi yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan. Hal tersebut untuk mendorong kesadaran wisatawan agar lebih memperhatikan informasi yang diberikan baik melalui media sosial maupun yang disampaikan secara langsung oleh pengelola. Oleh karena itu, media sosial juga dapat digunakan untuk mendorong kesadaran wisatawan agar dapat dilaksanakan dengan seksama. Keterlibatan masyarakat dalam berpartisipasi ketika mengelola Pantai Mutiara dari

pengambilan keputusan, implementasi, menikmati manfaat serta evaluasi dilakukan untuk menjadikan wisata berkelanjutan. Partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan tersebut penting dalam menyusun dan menjalankan strategi komunikasi pariwisata sebagai pengelola yang sadar akan potensi wisata di daerahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (Issue 112). Syakir Media Press.
- Amalliah, & Katry Anggraini. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Penyelenggaraan Event Dan Festival Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi*. *Netnografi Komunikasi*, 2(1), 27–36.
- Arianto, M. F. (2020). *Potensi Wilayah Pesisir di Negara Indonesia*. *Jurnal Geografi*, 20(20), 1–7.
- Astrama, I. M., & Mahayasa, I. G. A. (2021). *Kajian Strategi Pemasaran Obyek Wisata Gunung Kawi Tampaksiring Kabupaten Gianyar Ditinjau dari Persepsi Wisatawan*. *Widya Manajemen*, 3(1), 39–56.
<https://doi.org/10.32795/widyanamanajemen.v3i1.1150>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2019). *Berita resmi statistik*. *Bps.Go.Id*, 27, 1–52. <https://web.api.bps.go.id/download.php?f=i2bruSPzG5J/6uYfIdLmQTQvRnQ5RWIHdS91Z092aDRtYjJ2TUJzMjFTY1h1dHRjRDd0ZE1OWWZjVWR6d3JZVIJZaFBDVUxIbmw1dHk3NjkvOVY2OXdl1FqSHBGYmV6cm1LZTlYaXlhNGU2b2t2WDZTUDc5SXhsWU0yZUJIajNaN3Q5NjJXamtBS3RGTWFDTko5T0Mrb3B4YUtBNEITVF>
- Creswell, John W. Poth, C. N. (2023). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches* (Fifth). SAGE Publications. <https://www.google.co.id/books/edition/Qualitat>

- ive_Inquiry_and_Research_Design/pwjMEAA
AQBAJ?hl=id&gbpv=1
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. In SAGE Publication (Second). <https://doi.org/10.7591/9781501721144-016>
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktel*. PT Remaja Rosdakarya. https://www.scribd.com/document/481330337/LMU_KOMUNIKASI-Teori-dan-Praktik-Prof-Drs-Onong-Uchjana-Effendy-pdf
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Hanana, A., Elian, N., & Marta, R. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*,6(1), <https://doi.org/10.22202/mamangan.v6i1.1886> 34–46.
- Haryono, C. G. (2020). *Ragam Metode penelitian Kualitatif Komunikasi*. CV Jejak. https://www.google.co.id/books/edition/Ragam_Metode_Penelitian_Kualitatif_Komun/7RwREAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=penelitian+kualitatif+creswell&printsec=frontcover
- John M. Cohen, N. U. (1980). *Participation's Place in Rural Development: Seeking Clarity Through Specificity*. https://www.researchgate.net/publication/4897194_Participation's_Place_in_Rural_Development_Seeking_Clarity_Through_Specificity
- Kemenparekraf. (2022). 5 Destinasi <https://info5dsp.kemenparekraf.go.id/>
- Kemenparekraf. (2023). <https://kemenparekraf.go.id/> Kemenparekraf.
- Khotimah, K. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tiktok @risyard_bay. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73938/1/VIRA_YUNITA-FDK.pdf
- Mahendrayani, I. G. A. P. S., & Suryawan, I. B. (2018). Strategi Pemasaran Daya Tarik Wisata Untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Sangeh Kabupaten Badung Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(2), 240. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i02.p09>
- Maleny Zulaika, F. A. T. (2021). *Community Based Ecotourism Partisipasi Pokdarwis Dalam Mengembangkan Objek Wisata Pantai Pelawan Kabupaten Karimun*. [http://www.cbet-timorleste.com/cbt7/3\(5\),295–305](http://www.cbet-timorleste.com/cbt7/3(5),295-305).
- Nartin, Faturrahman, ... (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=43EJEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA71&dq=penelitian+kualitatif&ots=DD9LXRPxPx&sig=NhtygMG_Bud9fnyHRXdDofCQZe8&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian+kualitatif&f=false
- Opilia Arpiani Putri, & Ana Noor Andriana. (2021). Analisis Atraksi Amenitas dan Aksesibilitas dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan (Studi Kasus Pantai Biru Kersik Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.49> 2(1), 51–58.
- Paramitha, A. (2022). Analisis potensi wisata dan strategi pengembangan daya tarik wisata pantai blue lagoon bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan* <https://doi.org/10.22334/paris.v1i1.1>
- Pitasari, D. N., & Dewi, N. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Wisata

- Cikolelet. *Techno-Socio Ekonomika*, 17(2), 200–211.
<https://doi.org/10.32897/techno.2024.17.2.3847>
- Purnawati, L. (2021). Pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dan Pengembangan Wisata Di Pantai Gemah. *Publiciana*, 14(02),
<https://doi.org/10.36563/publiciana.v14i02.372> 293–206.
- Putra, S., Tuerah, P. R., Mesra, R., Sukwika, T., & Sarman, F. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Panduan Praktis Analisis data Kualitatif) (Issue May 2024).
- Ramdhani Maulana A, & Andriana Noor A. (2023). Strategies For Developing Tourist Attractions At Pantai Biru Kersik In Increasing Interest In Tourist Visits Using SWOT Analysis Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Biru Kersik Dalam Meningkatkan Minat Kunjungan Wisatawan Menggunakan Analisis S. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5),
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/6674-6687>.
- Ratnaningtyas, E. M., Saputra, N., Zaini, M., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). Metodologi Penelitian Kualitatif (Issue May).
- Rifa'i, M., & Darajat, D. M. (2021). Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran Pokdarwis Desa Jurug Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Di Desa Wisata Jurug Kecamatan Sooko Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Heritage*, 9(1), 20–35.
<https://doi.org/10.35891/heritage.v9i1.2570>
- Salmah, M. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Sadar Wisata Pantai Bagedur Dalam Meningkatkan Pengunjung Wisatawan. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara Dan Hukum*, 1(1), 203–208. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.202>
- Sari, G. G., & Firzal, Y. (2020). POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Koto Sentajo Mempromosikan Objek Wisata Budaya Rumah Godang. *Journal of Servite*, 1(2), 1.
<https://doi.org/10.37535/102001220191>
- Sarjono, & Muiz, A. (2022). Strategi Komunikasi Oleh Kelompok Sadarwisata (Pokdarwis) Dalam Mempromosikan Wisata Mangrove Di Pangkal Babu Desa Tungkal I Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 12(Juni),
www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id
- Statistik, B. P. (2024a). BPS.
<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwMSMy/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-menurut-provinsi-tujuan--perjalanan.html>
- Statistik, B. P. (2024b). Statistik Wisatawan Nusantara 2023. Biro Pusat Statistik, 6, 142.
- Suhendri, A., Dewi, B., Andiana, L., Suci, B., Ningrum, O., Safitri, A., Studi, P., Pembangunan, E., Dan, E., Universitas, B., Al Azhar, I., & Com, H. (2024). Tourism Potential Development Strategy In Labuhan Haji Beach, East Lombok Regency Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Di Pantai Labuhan Haji Kabupaten Lombok Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 3078–3086.
<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sukarni, N. F. (2018). Peran Komunikasi Partisipatif Masyarakat Dalam Upaya Memperkenalkan Kampung Inggris Di Desa Pare Kediri Jawa Timur. *Pustaka Komunikasi*, 1(2), 289–301.
- Sunarto, I., Saputra, D., & Haya, A. F. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Puncak Rembangan Remuning Lor Arjasa Kabupaten Jember. In

- Prosiding SEMINALU 2023 pendatang (Issue Aziz, pp. 347–352).
- Surendra, G. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Di Era Digital (Studi Kasus Desa Wisata Kubu Gadang Di Padang Panjang). *Accounting Information System, Taxes, and Auditing*, 2(1), 46–54. <https://akuntansi.pnp.ac.id/aista>
- Suryadinatha Gorda, A. A. N. O., Widya Hadi Saputra, W. H. S., & Yunita Anggreswari, N. P. (2020). Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital (Studi pada Desa Sambangan Kabupaten Buleleng). *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), <https://doi.org/10.37329/ganaya.v3i1.418>
- Sutrismi, S. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Di Sepanjang Pembangunan Jalur Lintas Selatan Di Kabupaten Tulungagung. *MAGISTRA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 22–42. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/mgs/article/view/467>
- Trenggalek, D. P. dan K. K. (2024). Jumlah Wisatawan Kabupaten Trenggalek. https://datawisata.trenggalekkab.go.id/front/main?v=rekap_pengunjung
- Wulandari, S., Hadi, A., Zitri, I., Subandi, A., Studi, P., & Pemerintahan, I. (2024). Pengembangan Obyek Wisata Pengembangan Obyek Wisata Dengan Model Pentahelix (Studi Kasus Pantai Wane Kabupaten Bima). 13.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications Design and Methods* (6th ed.). SAGE Publications.