BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengembangan dalam sektor pariwisata merupakan langkah strategis yang terus dikedepankan oleh pemerintah Indonesia. Sebagai salah satu sektor penting dalam mempercepat pemerataan pembangunan, pariwisata Indonesia bersifat sangat potensial. Sebagai pilar pembangunan, meningkatnya aktivitas pariwisata tidak hanya memberikan pengaruh pada pendapatan devisa negara tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Sejalan dengan yang diungkapkan Presiden Joko Widodo dalam rapat terbatas bahwa "pariwisata harus menjadi motor untuk peningkatan devisa, menciptakan *multiplier effect* yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kita" (PRESIDEN, 2019). Pengembangan sektor pariwisata Indoensia semakin giat digaungkan pemerintah sejak disahkan regulasi pendukung berupa PP RI No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025.

Upaya nyata yang telah dijalankan pemerintah pusat adalah dengan menetapkan pengembangan 10 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional atau KSPN. Dalam PP No. 50 Tahun 2011 dijelaskan bahwa KSPN merupakan kawasan yang memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata nasional yang berpengaruh penting pada satu atau lebih aspek (KEMENPAREKRAF, 2011). Aspek-aspek tersebut meliputi pemberdayaan sumber daya alam, ekonomi, sosial dan budaya, pertahanan dan keamanan, serta daya dukung lingkungan hidup. Kesepuluh kawasan yang dimaksud meliputi Bromo (Jawa Timur),

Borobudur (Jawa Tengah), Danau Toba (Sumatera Utara), Mandalika (NTB), Wakatobi (Sulawesi Tenggara), Labuan Bajo (NTT), Morotai (Maluku Utara), Kepulauan Seribu (Jakarta), Tanjung Kelayang (Bangka Belitung), dan Tanjung Lesung (Banten) (BPIW, 2020). Kemudian, 5 dari 10 KSPN ini ditetapkan sebagai KSPN Super Prioritas oleh pemerintah yaitu Labuan Bajo, Borobudur, Danau Toba, Likupang, dan Mandalika (Ekonomi & Kreatif, 2019).

Kemenparekraf saat ini tidak hanya mengejar taget kunjungan wisatawan ke Indonesia tetapi juga fokus pada usaha mempromosikan dan mendorong pariwisata berkelanjutan di Indonesia (Kemenparekraf, 2021). Konsep pariwisata berkelanjutan *(sustainable tourism)* pada dasarnya adalah sebuah strategi yang memiliki tujuan untuk mencapai distribusi pembangunan yang merata di Indonesia antara generasi saat ini dan generasi yang mendatang (Arida, 2016, h. 3). Pariwisata berkelanjutan menurut *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* adalah jenis pariwisata yang mempertimbangkan dampaknya terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan sekarang dan masa mendatang, dengan memperhatikan kebutuhan wisatawan, alam, industri pariwisata, lingkungan, dan warga lokal (UNWTO, 2024). Pedoman pengelolaan pariwisata berkelanjutan dapat diadaptasikan ke dalam berbagai jenis pariwisata dan destinasi, mencakup pariwisata massal dan segmen-segmen khusus. *Sustainable Tourism Development* atau Pembangunan pariwisata berkelanjutan memiliki prinsip-prinsip keberlanjutan yang meliputi pertimbangan lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi dalam pengembangan

pariwisata, dengan menekankan pentingnya mencapai keseimbangan yang tepat (Kemenparekraf, 2012, h. 30).

Kesadaran akan urgensi pariwisata berkelanjutan meningkat karena dampak negatif yang ditimbulkan sektor ini terhadap alam, budaya dan penduduk semakin nyata. Saat ini pariwisata berkelanjutan menjadi sebuah keharusan dan didorong oleh kebijakan global yang dikenal sebagai *SDGs* dari PBB. *Sustainable Development Goals (SDGs)* PBB menetapkan bahwa pada tahun 2030, industri parwisata harus berperan dalam pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan pelestarian lingkungan *(SDG 8* dan *SDG 12)* (undp.org, 2018). Di samping pengaruh kebijakan global, trend dan kesadaran wisatawan juga menjadi faktor penting lain yang mengharuskan pariwisata berkelanjutan. Menurut laporan survei Booking.com (2023) sebanyak 76% wisatawan global lebih memilih destinasi yang menerapkan praktik parwisata berkelanjutan. Meningkatnya atensi terhadap isu lingkungan dan sosial membuat wisatawan semakin tertarik pada destinasi yang mengutamakan *sustainable.*

Sebagai salah satu KSPN Super Prioritas, Labuan Bajo telah menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan. Mengingat, Labuan Bajo memiliki kekayaan alam, budaya, adat, dan seni yang beragam. Kekayaan-kekayaan tersebut tampak dalam keanekaragaman objek wisata seperti gugusan pulau kecil, pantai pasir putih dan *pink*, goa, dan wisata bawah laut. Selain itu, kekayaan lainnya adalah keberadaan Labuan Bajo yang dikenal khalayak dunia saat komodo *(Varanus Komodoensis)* ditetapkan sebagai salah satu dari tujuh keajaiban

dunia baru versi Organisasi New7Wonders pada tahun 2011 silam. Belum lagi kekayaan budaya yang saat ini menjadi atraksi wisata.

Pada 12 November 2023, telah dilakukan pengukuran indikator pariwisata berkelanjutan di Labuan Bajo. Meskipun hasilnya masih bersifat sementara, namun taksirannya cukup kuat. Staf Ahli Menparekraf, Frans Teguh, menyampaikan bahwa masih ada beberapa bukti dan informasi yang perlu ditambahkan lagi untuk membuat indikator pariwisata berkelanjutan sesuai dengan standar yang ditetapkan *Global Suistainable Toursm Council* (GSTC), dan dijalankan oleh ISTC, serta Kemenparekraf (Kemenparekraf, 2023). Frans juga menjelaskan bahwa pengembangan Labuan Bajo sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan membutuhkan waktu yang tidak sedikit.

Setelah teridentifikasi sebagai destinasi pariwisata Super Prioritas di tingkat nasional, Labuan Bajo diharapkan untuk memenuhi standar pariwisata berkelanjutan (Astuti, 2023). Hal ini bertujuan untuk meminimalisir dampak negatif dinamika pariwisata yang terus mengalami lonjakan terhadap lingkungan dan budaya lokal, sambil memaksimalkan manfaatnya bagi masyarakat setempat. Implementasi prinsip-prinsip dalam pariwisata berkelanjutan sangat krusial untuk memastikan bahwasannya pengembangan yang dilakukan mendatangkan manfaat jangka panjang bagi Labuan Bajo dan masyarakatnya. Labuan Bajo sebagai KSPN Super Prioritas sedang mengalami pertumbuhan pariwisata yang pesat.

Data kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo sepanjang 2023 sebanyak 423.847 wisatawan, jumlah ini naik drastis dari tahun-tahun sebelumnya

(Ardin, 2024). Awalnya pemerintah telah menargetkan sebanyak 260 ribu wisatawan pada tahun 2023, seperti jumlah kunjungan sebelum pandemi *Covid-19.* Sementara itu, data terbaru dari Kementerian Pariwisata menunjukan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo kembali mengalami peningkatan pada tahun 2025 sebanyak 500.008 wisatawan, yang terbagi dalam 158.053 wisatawan nusantara dan 341.955 wisatawan mancanegara (Kemenpar.go.id, 2025).

Melihat tingginya angka wisatawan yang datang ke Labuan Bajo, maka idealnya penerapan pariwisata berkelanjutan juga harus berjalan secara efektif dalam jangka panjang, jika pemerintah selaku pihak pengelola dan para *stakeholder* turut berperan secara aktif. Secara praktis, strategi komunikasi dapat digunakan untuk mengelola destinasi pariwisata secara berkelanjutan. Strategi komunikasi dibutuhkan untuk menjembatani berbagai stakeholder tersebut. Strategi komunikasi diartikan sebagai sesuatu proses perencanaan yang terstruktur dan optimal dengan mengkombinasikan berbagai unsur komunikasi dalam rangka mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan (Ummah, 2021, h. 109). Perencanaan strategi komunikasi menjadi tahapan penting dan membutuhkan pertimbangan serta penanganan dengan cermat. Adapun strategi komunikasi dalam mengelola tempat periwisata melalui promosi, koordinasi dengan berbagai stakeholder, pengelolaan wisatawan dan masyarakat, pemberdayaan budaya lokal, pemeliharaan kualitas destinasi, dalam jangka panjang serta adanya mitigasi dampak negatif seperti sampah atau kerusakan ekosistem. Karena dengan strategi yang tepat, pemerintah sebagai komunikator

dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan akan diinterpretasikan dengan tepat oleh target audiens.

Strategi komunikasi yang efektif memungkinkan terciptanya jalur informasi yang transparan dan meminimalisir potensi miskomunikasi. Lebih lanjut, implementasi strategi komunikasi yang terstruktur berpotensi memperkuat relasi antar *stakehoder,* membangun kepercayaan, dan pada akhirnya mendorong realisasi tujuan komunikasi secara keseluruhan. Apabila strategi yang dirancang tidak tepat dapat berdampak negatif. Dampak negatif paling utama yaitu pemborosan waktu, sumber daya materi, dan upaya yang telah dikeluarkan. Strategi komunikasi dapat memfasilitasi proses partisipatif untuk memastikan keterlibatan semua pihak dalam pengembangan pariwisata.

Oleh karena itu, pembahasan penelitian ini mengarah pada aspek bagaimana cara pemerintah merancang strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan KSPN Super Prioritas Labuan Bajo. Di samping itu, peneliti mengunakan tahapan-tahapan strategi komunikasi alur tanda "?" untuk menganalisis strategi komunikasi tersebut, mulai dari identifikasi target audiens sampai evaluasi perubahan. Penelitian ini menerapkan pendekatan studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan dan mengkaji secara mendalam topik penelitian yang dibahas.

Desain penelitian ini juga menggunakan dua penelitian terdahulu sebagai rujukan. Penelitian pertama dari arikel jurnal berjudul: "Strategi Komunikasi dalam Upaya Penerapan *Sustainable Tourism Development* di Pulau Derawan". Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi Dinas Pariwisata

Prov. Kaltim bersama Kab. Berau belum optimal dalam upaya penerapan *Sustainable Tourism Development* di KSPN Pulau Derawan (Sandra & Althalets, 2020). Masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya komunikasi dan koordinasi rutin untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang sudah dijalankan.

Artikel jurnal kedua berjudul: "Strategi Pengelolaan Wisata Pada Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) di Kelurahan Mendut, Kecamatan Mungkid, Kabupaten Magelang". Hasil penelitan ini menyatakan bahwa sebagai bagian dari KSPN Borobudur, Kelurahan Mendut berhasil menerapkan strategi program pengabdian yang mendorong SDM masyarakat dalam hal tata kelola kolaboratif, kesadaran hukum, dan strategi pariwisata kreatif berbasis kearifan lokal. Namun, masyarakat masih membutuhkan pendampingan berkelanjutan dalam hal pengembangan wisata kreatif (Christiani, 2022, h. 85). Kedua penelitian di atas dilakukan pada KSPN berstatus reguler, sehingga belum mengungkap pola strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan pada kawasan dengan kerumitan tata kelola yang jauh lebih besar, seperti yang terjadi di KSPN Super Prioritas Labuan Bajo. Di KSPN Super Prioritas ini, pihak-pihak yang terlibat jauh lebih beragam sehingga berpeluang memunculkan dinamika komunikasi yang tidak ditemukan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Kemudian, penelitian berkaitan dengan strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan yang dianalisis menggunakan teori strategi komunikasi alur tanda "?" belum banyak dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Super Prioritas Labuan Bajo?"

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Super Prioritas Labuan Bajo.

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

   Penelitian ini dapat memberi andil terhadap literatur ilmu komunikasi dengan mengembangakan teori yang berasosiasi dengan desain strategi komunikasi dalam pariwisata berkelanjutan *(sustainable tourism)*.

2) Manfaat Praktis

   a. Penelitian ini membantu pemerintah daerah dalam mengembangkan dan mengaplikasikan strategi komunikasi yang efektif dalam pengembangan suatu wilayah, secara khusus dalam konsep pariwisata berkelanjutan.

   b. Dengan desain strategi komunikasi yang efektif dapat membantu pemerintah membangun reputasi positif.

E. Kerangka Teori

Teori digunakan untuk menjelaskan alasan di balik terjadinya suatu gejala atau proses tertentu. Sementara itu, kerangka dijadikan dukungan bagi teori dalam memperkuat kebenaran masalah yang dianalisis. Fungsi teori dalam penelitian ilmiah adalah untuk mememberikan panduan serta menjelaskan gejala yang diamati. Dengan kata lain, teori dapat digunakan sebagai alat analisis untuk menyelesaikan rumusan masalah.

1. Strategi Komunikasi

   Menurut Roger (1982) (dalam Cangara, 2014, h. 64) memberikan pengertian bahwa strategi komunikasi adalah sebuah rancangan sistematis melalui tranfer ide-ide baru untuk mengubah perilaku manusia dalam skala yang lebih besar. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi dipahami sebagai proses perencanaan yang sistematis dan terstruktur sehingga penelitian ini memfokuskan strategi komunikasi sebagai suatu proses perencanaan yang sistematis dan terstruktur. Oleh karena itu, analisis penelitian diarahkan pada tahapan perencanaan strategi komunikasi sebagaimana dikemukakan oleh Cangara, yaitu identifikasi khalayak, penetapan tujuan komunikasi, penyusunan pesan, pemilihan media, penentuan komunikator, serta evaluasi. Membahas tentang strategi komunikasi berarti melibatkan proses komunikasi yang mengintegrasikan elemen-elemen komunikasi seperti komuniktor, pesan, media, komunikan, dan efek (Guntara, 2023, h. 5). Ada tiga tujuan individu melakukan kegiatan komunikasi, yaitu: mendapatkan informasi, memberikan informasi, dan

membuat orang lain melakukan sesuatu atau mengubah pikiran mereka terhadap sesuatau.

Maka, efektivitas transmisi pesan dari komunikator kepada komunikan dikatakan berhasil apabila saluran yang digunakan menimbulkan efek tertentu kepada penerima (Triwicaksono & Nugroho, 2021, h. 136). Hal ini juga sejalan dengan gagasan Middleton yang menyatakan, strategi komunikasi merupakan suatu pendekatan yang dirancang dengan menggabungkan secara optimal komponen dalam proses komunikasi meliputi komunikator, pesan, saluran, penerima, dan efek yang dihasilkan untuk mencapai tujuan komunikasi (Cangara, 2014, h. 64).

Sementara itu, Effendy Uchjana mendefinisikan strategi komunikasi sebagai integrasi antara proses perencanaan komunikasi *(communication planning)* dengan pengelolaan komunikasi *(communication management)* yang ditujukan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukann (Effendy, 2011, h. 31).

Cangara (2014, h. 100) dalam bukunya "Perencanaan & Strategi Komunikasi" menjabarkan tahapan-tahapan strategi komunikasi alur tanda "?" yang terdiri atas tujuh langkah, meliputi:

a. Identifikasi target audiens *(Stakeholder Mapping)*

   Tujuan identifikasi target audiens adalah untuk mengetahui audiens yang menjadi target sasaran tipe perorangan atau kelompok. Posisi audiens menentukan strategi komunikasi yang akan diimplementasikan.

b. Menetapkan tujuan *(Achieve)*

Setelah pemetaan target sasaran sudah ditentukan, selanjutnya perencana menetapkan tujuan strategi yang ingin dicapai. Dalam hal ini, penetapan tujuan harus jelas *(clear vision)* dan perubahan yang diharapakan dapat dibaca *(change redness)*.

c. Pemilihan pesan *(Message)*

Selanjutnya, perencana harus membuat pesan komunikasi yang sesuai dengan target audiens. Pesan tersebut harus merepresentasikan tujuan strategi.

d. Kurva Komitmen *(Commitment Curve)*

Pada tahap ini, perencana menentukan tindakan yang dibutuhkan agar mencapai audiens. Atau dengan kata lain efek yang di timbulkan, apakah berupa pengetahuan, perubahan perilaku atau sikap. Juga berapa banyak dukungan partisipasi audiens dan unit pendukung lain untuk melakukan program itu.

e. Saluran *(Media Mix)*

Langkah kelima yaitu memilih saluran komunikasi. Media yang dipilih tentu menyesuaikan target audiens sehingga tujuan pesan tersampaikan.

f. Perencanaan Komunikasi *(Communication Plan)*

Seteleh melewati lima langkah sebelumnya, maka selanjutnya adalah membuat perencanaan komunikasi untuk dilaksanakan. Contohnya dengan menyebarluaskan informasi melalui media luar ruangan dan

online, merancang jadwal kegiatan, brosur, pertemuan tatap muka, hingga upaya memperoleh *feedback* dari khalayak.

g. Evaluasi *(Evaluation)*

Langkah terkahir, program yang sudah dijalankan harus dieveluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan strategi program.

Penggunaan teori alur tanda "?" dari Cangara dalam penelitian ini tidak digunakan sebagai pernyataan bahwa proses komunikasi pariwisata berkelanjutan di Labuan Bajo berjalan secara linear. Mengingat bahwa Labuan Bajo merupakan proyek strategis pariwisata nasional yang penuh dengan dinamika kepentingan antaraktor. Oleh karena itu, alur tanda "?" berfungsi sebagai alat bagi peneliti untuk mengidentifikasi dan menguraikan tahapan-tahapan strategi komunikasi yang dijalankan pengelola pariwisata di KSPN Super Prioritas Labuan Bajo dari hasil wawancara, mulai dari tahap identifikasi audiens sampai evaluasi. Alur tanda "?" Cangara bukan sebagai kerangka yang sepenuhnya merepresentasikan kondisi di lapangan.

2. Pariwisata

Pariwisata menjadi salah satu sektor ekonomi yang bergerak secara dinamis dan penting di berbagai negara. Seorang ahli dari Swiss, Hunziger (dalam Isdarmanto, 2017, h. 3) mendefinsikan pariwisata sebagai keseluruhan jaringan dan fenomena yang terkait dengan keberadaan individu atau kelompok asing di suatu tempat tertentu, dengan syarat

mereka tidak terlibat dalam aktivitas utama *(major activity)* yang memberikan keuntungan sementara maupun permanen.

Noval (dalam Razzaq et al., 2019, h. 143) secara sederhana menjelaskan bahwa pariwisata adalah serangkaian aktivitas yang berhubungan dengan masuk, tinggal serta mobilitas penduduk asing di luar atau di dalam suatu negara, kota, atau daerah tertentu. Semetara itu, dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan tertulis bahwa:

> "Pariwisata adalah sebagai macam kegiatan wisata dan didukung sebagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerinta Daerah (DPR, 2009, h. 3)."

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan, pariwisata merupakan serangkaian aktivitas/fenomena yang berhubungan dengan mobilitas seseorang dari satu wilayah ke wilayah lain di luar lingkungan mereka tinggal, dimana aktivitas tersebut juga didukung oleh fasilitas dan layanan yang tersedia di lokasi wisata. Menurut Spillane (dalam Santi, 2018, h. 393) ada enam jenis pariwisata yaitu pariwisata rekrasi *(recreation toursm), pleasure tourism, cultural tourism, business tourism, sport tourism,* dan *conservation tourism.*

Sektor pariwisata saat ini menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan dapat dipahami sebagai pembangunan yang memperhatikan kebutuhan masa sekarang tanpa mengorbankan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya.

Menurut *United Nations World Tourism Organization (UNWTO),* menjelaskan pariwisata berkelanjutan adalah:

> "*Tourism that takes full account of its current and future economic, social, and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities (UN Tourism, 2024).*"

UNWTO mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan sekarang dan masa depan, dengan memperhatikan kebutuhan wisatawan, industri dan masyarakat lokal. Konsep pariwisata berkelanjutan juga sudah tertera dalam kebijakan pemerintah Indonesia. Pada Permenparekraf No. 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menjelaskan:

> "Pariwisata berkelanjutan merupakan pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat setempat serta dapat diaplikasikan ke semua bentuk aktifitas wisata di semua jenis destinasi wisata, termasuk wisata masal dan berbagai jenis kegiatan wisata lainnya (bpk.go.id, 2021)."

Pedoman dalam kebijkan Permenparekraf ini sesuai dengan gagasan UNWTO tetang pariwisata bekelanjutan. Isdarmanto (2017, h. 167) dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata juga menjelaskan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan memperhatikan keseimbagan ekonomi, sosial dan lingkungan alam sekitar dalam memenuhi kebutuhan seluruh pemangku kepentingan pada masa kini dan masa mendatang. Aktivitas ini mengedepankan upaya untuk meminimalisir dampak negatif sekaligus memaksimalkan manfaat

pariwisata secara berkelanjutan dalam jangaka panjang. Adapun konsep *sustaiable tourism* menurut PBB bahwa konsep pariwisasta berkelanjutan merjuk pada aktivitas wisatawan yang menghasilkan pengelolaan sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan ekonomi, sosial dan estetika dengan tetap menjaga keutuhan budaya, ekologi, dan keanekaragaman hayati (Widari, 2020, h. 3).

Mengenai definisi pariwisata berkelanjutan maka prinsip pariwisata berkelanjutan harus mengacu pada aspek-aspek (UNWTO, 2024):

1. Aspek ekonomi

   Pada aspek ekonomi, pariwisata berkelanjutan harus meningkatkan kesejahteraan ekonomi dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan keberagaman ekonomi lokal. Hal ini dilakukan dengan memastikan bahwa mobilisasi ekonomi pariwisata berlangsung jangka panjang dan layak, dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang adil bagi semua pihak. Konsep pariwisata ini juga diharapkan mampu mengeluarkan masyarakat lokal dari kemiskinan.

2. Aspek sosial

   Pariwisata berkelanjutan harus menghormati dan menjaga keutuhan budaya masyarakat lokal dan mendukung pelestarian warisan budaya. Selain itu, pariwisata berkelanjutan harus mampu mempererat toleransi dan pemahaman perbedaan budaya.

3. Aspek lingkungan

Pada aspek lingkungan, pariwisata berkelanjutan memiliki tujuan untuk melindungi SDA dan lingkungan alamiah. Aktivitas pariwisata harus memanfaatkan sumber daya secara optimal, sehingga tidak boleh menggangu siklus alami dalam ekosistem, aktivitas ini juga harus mambantu melestarikan keanekaragaman hayati dan warisan yang ada.

F. Kerangaka Konsep

Kerangka konsep pada penelitian ini dibagi dalam empat konsep yaitu, pariwisata berkelanjutan, strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan, Kawasan Strategi Pariwisata Nasional (KSPN), dan Super Prioritas. Adapun kerangka konsep penelitian ini sebagai berikut.

GAMBAR 1
Kerangka Konsep



Sumber: Diolah oleh peneliti

1) Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan oleh *World Commision on Environment and Development (WCED)* sebagai bagian dari konsep pembangunan bekelanjutan. WCED menyatakan bahwa pembangunan dan lingkungan yang sekarang terjadi tidak berkelanjutan, sehingga dibutuhkan tindakan baru yang dapat menjamin pembangunan dan lingkungan berkelanjutan dunia di masa mendatang (Khofif, 2021, h. 28). Mengacu pada pernyataan ini, maka *United Nations World Tourism Organization (UNWTO)* menekankan konsep pariwisata berkelanjutan harus mempertimbangkan tiga aspek utama yang saling berkorelasi yaitu, ekonomi berkelanjutan, sosial berkelanjutan, dan dampak lingkungan berkelanjutan.

Tujuan pariwisata berkelanjutan adalah untuk mengurangi kemiskinan dengan menghargai keaslian sosial-budaya, menggunakan sumber daya lingkungan secara bertanggung jawab, serta berupaya memfasilitasi masyarakat lokal agar dapat terlibat daam proses dan mendapat manfaat dari aktivitas pariwisata (Sulistyadi et al., 2021).

2) Strategi Komunikasi Pariwisata Berkelanjutan

Strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan adalah penggabungan dua konsep yaitu strategi komunikasi dan pariwisata berkelanjutan. Cangara (2014, h. 64) menjelaskan bahwa strategi

komunikasi merupakan penggabungan elemen komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek dalam suatu proses komunikasi yang dirancang untuk mencapai tujuan. Sedangkan, pariwisata berkelanjutan adalah periwisata yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan, baik saat ini maupun masa depan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, lingkungan, industri, dan masyarakat, serta dapat diterapkan pada semua jenis kegiatan wisata (bpk.go.id, 2021). Berdasarkan definisi di atas diturunkan sebuah konsep strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan yang dapat dimaknai sebagai sebuah perancangan strategi yang melibatkan semua elemen komunikasi dengan tujuan mencapai sasaran pariwisata berkelanjutan sehingga memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan berkelanjutan saat ini dan masa mendatang. Implementasi pariwisata berkelanjutan dapat berjalan secara efektif dalam jangka panjang saat pemerintah konsisten pada penerapan strategi yang telah dirancang.

Proses strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan mengikuti tahapan-tahapan strategi komunikasi Cangara (2014, h. 100):

a. Melakukan stakeholder mapping untuk mengidentifikasi pihak-pihak kunci yang menjadi terget strategi komunikasi.
b. Menetapkan tujuan strategi, seperti pentingnya mewujudkan prinsip-prinsip periwisata berkelanjutan.
c. Tahap merancang pesan kunci yang mencerminkan tujuan strategi komunikasi.

d. Tahap selanjutanya kurva komitmen, langkah ini untuk memahami tingkat dukungan stakeholder terhadap pariwisata berkelanjutan.
e. Pemilihan media menjadi tahapan kelima, media yang di pilih dapat mencakup kombinasi media/media mix dalam menyebarkan pesan dari strategi komunikasi yang dirancang.
f. Tahapan perencanaan komunikasi, pada rencana ini akan diurakan mulai dari alokasi sumber daya, timeline, hingga upaya perolehan *feedback* khlayak terhadap penerapan konsep pariwisata berkelanjutan.
g. Tahapan terakhir ialah evaluasi untuk mengukur keberhasilan program strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan.

3) Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN)

Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) adalah program prioritas nasional yang memiliki tujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Christiani et al., 2022, h. 85). Konsep KSPN telah diatur dalam Peraturan Pemerintah RI No. 50 Tahun 2011 tentang Rancana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025. Peraturan Pemerintah RI No. 50 Tahun 2011 Pasal 1 Ayat 6 menjelaskan bahwa KSPN adalah kawasan yang difokuskan atau berpotensi untuk mengembangkan pariwisata nasional, memiliki dampak signifikan dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, sumber daya alam, lingkungan, serta pertahanan dan kemanan (bpk.go.id, 2011)

Pasal tersebut menekankan fungsi KSPN sebagai kawasan pariwisata yang berpotensi memberikan dampak pada berbagai aspek kehidupan guna mewujudkan pembangunan pariwisata nasional di tahun 2010-2025. Wilayah yang masuk dalam zona KSPN memiliki peranan penting dalam pengembangan pariwisata nasional dari berbagai aspek termasuk memiliki fungsi strategis dalam upaya melestarikan dan memanfaatkan aset budaya (Christiani et al., 2022, h. 80). Adanya program KSPN memunculkan jalur pariwisata baru yang bahkan belum dikenal sebelumnya, karena pada mulanya periwisata hanya berfokus pada destinasi-destinasi terkenal.

4) Super Prioritas

Konsep super prioritas merupakan bentuk pengembangan pariwisata dalam mewujudkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 yang telah diatur dalam PP Republik Indonesia No. 50 Tahun 2011 (bpk.go.id, 2011). Destinasi pariwisata yang di kategorikan super prioritas menjadi bagian dari program “10 Bali Baru”. Adapun kesepuluh destinasi terebut adalah Borobudur di Jawa tengah, Mandalika di NTB, Bromo di Jawa Timur, Labuan Bajo di NTT, Tanjung Lesung di Banten, Morotai di Maluku Utara, Kepulauan Serubu di Jakarta, Danau Toba di Sumatra Utara, Wakatobi di Sulawesi Uatara, dan Tanjung Kelayang di Kepulauan Bangka Belitung. Pembangunan pada 10 destinasi ini telah dipertegas

melalui Surat Sekretariat Kabinet No: B-652/Seskab/Maritim/11/2015.

Pemerintah pusat memfokuskan pembangunan ke lima tempat destinasi super prioritas yakni, Labuan Bajo, Borobudur, Mandalika, Danau Toba, dan Likupang. Terdapat enam poin pokok pembangunan guna membenah masing-masing destinasi yaitu, pengaturan tata ruang, pembangunan akses dan koneksi, pembangunan fasilitas, pemasaran produk lokal, peningkatan SDM, dan promosi destinasi (Kemenparekraf, 2024).

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif melihat objek sebagai hal yang dinamis, merupakan hasil dari konstruksi persepsi dan interpretasi terhadap gejala yang diamati (Sugiyono, 2013). Penelitian kualitatif digunakan dalam sebuah penelitian untuk memahami fenomena/peristiwa tertentu. Fenomena ini dapat mencakup pengalaman subjek penelitan, seperti persepsi, perilaku, tindakan, motivasi, dan lainnya. Secara keseluruhan semua hal tersebut dideskripsikan dalam rangkaian kata yang menggambarkan kondisi sebenarnya.

Tujuan penelitian kualitatif untuk menganalisis dan menginterpretasikan temuan fakta, masalah, dan fenomena yang tengah terjadi di lapangan pada konteks waktu tertentu (Waris, 2022). Terutama dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus *(case study)*. Studi kasus merupakan sebuah pendekatan dengan mengeksplorasi suatu atau beragam kasus dari waktu ke waktu yang dilakukan melalui pengumpulan data mendalam dari berbagai sumber informasi (Assyakurrohim et al., 2022). Tipe studi kasus yang digunakan dalam penelitian adalah eksplanatori. Tipe ini memiliki tujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian "mengapa" atau "bagaimana". Kelebihan pendekatan studi kasus mampu memberikan gambaran secara holistik dan terperinci mengenai satu kasus spesifik (Waris, 2022).

Pada penelitian ini, studi kasus eksplanatori akan digunakan sebagai metode, termasuk dalam membuat pedoman wawancara, memaparkan hasil, dan pembahasan penelitian. Tipe pertanyaan yang digunakan akan banyak memakai kata tanya "bagaimana" dan "mengapa". Contoh pertanyaan eksplanatori seperti "bagaimana pemahaman anda tentang konsep pariwisata berkelanjutan?". Jawaban yang dihasilkan dapat lebih medalam dan terperinci, sehingga menjawab rumusan masalah penelitian ini.

3. Tempat dan Waktu Penelitian

Pemilihan tempat dan lokasi penelitian yang tepat turut mendukung keberhasilan suatu penelitian. Oleh karena itu, peneliti memilih Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur sebagai tempat penelitian. Ada tiga alasan utama Labuan Bajo dipilih sebagai tempat penelitian. Pertama, lokasi ini memiliki relevansi langsung dengan tema

penelitian. Fokus tema penelitian pada strategi komunikasi pemerintah dalam pengembangan KSPN, di mana Labuan Bajo sudah ditetapkan sebagai KSPN Super Prioritas. Kedua, dari segi aksesibilitas Kota Labuan Bajo lebih mudah diakses peneliti. Ketiga keterjangkauan, Lokasi ini mampu memfasilitasi data-data yang dibutuhkan peneliti selama proses pengumpulan data seperti wawancara dan observasi lapangan, sehingga penelitian menjadi lebih efisien. Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Oktober 2024 hingga Mei 2025.

4. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Meleong (dalam Guntara, 2023, h. 6) mendefinisikan subjek penelitian sebagai informan, yang merujuk pada individu yang berperan sebagai sumber data primer untuk menyediakan informasi tentang kondisi dan situasi di lokasi penelitian. Terdapat tiga informan dalam penelitian ini, yaitu Kepala Divisi Komunikasi Publik BPOLBF, Kepala Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Kab. Manggarai Barat, dan Praktisi Pariwisata Labuan Bajo.

Kriteria utama pemilihan informan penelitian adalah informan terlibat langsung dalam dinamika pariwisata di Labuan Bajo, informan memiliki pengetahuan mendalam tentang konsep pariwisata berkelanjutan, dan informan memiliki pengalaman langsung dalam perencanaan dan implementasi strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan di Labuan Bajo. Pemilihan tiga informan yang berasal

dari kalangan pengelola karena sesuai dengan fokus rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana strategi komunikasi dirancang oleh pengelola pariwisata. Dengan demikian, subjek penelitian ini adalah perancang strategi, bukan seluruh aktor dalam ekosistem pariwisata berkelanjutan di KSPN Super Prioritas Labuan Bajo.

b. Objek Penelitian

Sementara itu, Guntara (2023, h. 7) juga menjelaskan bahwa objek penelitian merupakan hal yang ingin dipelajari oleh peneliti tentang topik tertentu dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi yang objektif, valid, dan sesuai fakta. Objek dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan.

5. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian skripsi ini terbagi dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer atau data utama pada penelitian bersumber dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder digunakan peneliti sebagai data pendukung yang memperkuat hasil penelitian. Sumber data sekunder diperoleh peneliti dari hasil tinjauan pustaka seperti buku, literatur ilmiah, regulasi pemerintah, laporan BPOLBF, publikasi Kementerian Pariwisata, penelusuran berita secara *online,* dan dokumentasi yang berhubungan

dengan penelitian strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan di KSPN Super Prioritas Labuan Bajo.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi dalam dua jenis yaitu wawancara dan studi pustaka.

a. Wawancara Mendalam *(In-depth Interview)*

Wawancara mendalam merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi penelitian melalui tanya jawab dengan atau tanpa *guide interview* sambil bertatap muka antara peneliti dengan informan (Adiputra et al., 2021, h. 96). Jenis *In-depth Interview* yang digunakan adalah wawancara semi tersrtuktur. Tujuan dari wawancara semi terstuktur adalah untuk mengungkap permasalahan secara lebih terbuka, di mana informan yang diwawancarai diminta untuk berbagi pandangan dan gagasan mereka (Sugiyono, 2013, h. 233).

Pada penelitian ini, wawancara semi terstruktur yang dimaksud yaitu peneliti tidak hanya bergantung pada pertanyaan yang ada di pedoman wawancara, namun juga dapat berkembang menyesuikan jawaban dari informan. Hal ini bertujuan agar jawaban yang didapatkan bisa lebih holistik dan mendalam.

b. Studi Pustaka

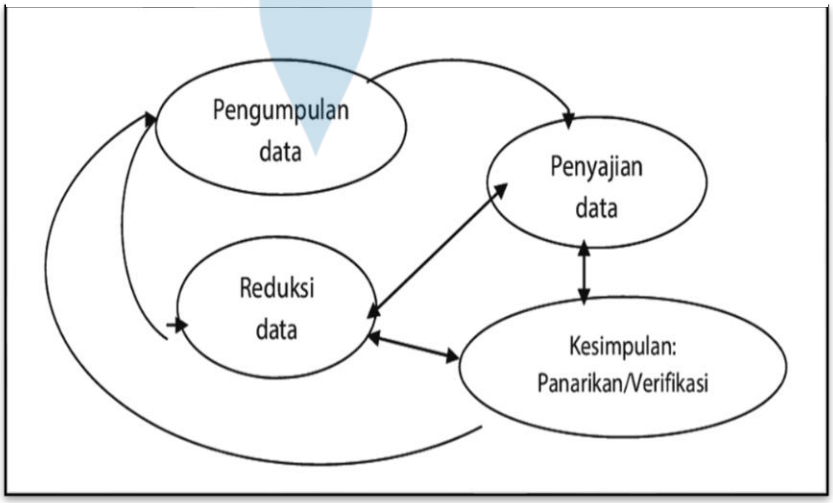
Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data penelitian diperoleh dari berbagai macam sumber tertulis seperti jurnal, buku, dan artikel yang berhubungan dengan penelitian ini (Fadli, 2021). Data studi

pustaka tambahan yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari buku, literatur ilmiah, regulasi pemerintah, laporan BPOLBF, publikasi Kementerian Pariwisata, penelusuran berita secara *online,* dan dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian strategi komunikasi pariwisata berkelanjutan di KSPN Super Prioritas Labuan Bajo.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan langkah sistematis dalam mencari dan menyusun informasi yang diperoleh dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori, pemilahan informasi yang dibutuhkan, serta pembuatan kesimpulan agar dapat dipahami dengan mudah oleh orang lain maupun diri sendiri (Sugiyono, 2013, h. 244). Miles dan Huberman menjelaskan terdapat tiga aktivitas dalam menganalsis data kualitatif di lapangan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan keimpulan.

GAMBAR 2
Komponen dalam analisis data (interactive model)



Sumber: (Sugiyono, 2013, h: 247)

a. Pengumpulan data

Pengumpulan data adalah tahap awal dalam sebuah peneltian. Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data pada penelitian ini dikumpulkan dari wawancara semi terstruktur yang diperoleh dari informan penelitian dan studi pustaka.

b. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses meringkas dan memilih informasi utama dari suatu data, dengan berfokus pada aspek-aspek penting dan mengindetifikasi pola yang muncul. Proses ini bertujuan untuk menyajikan gambaran yang lebih jelas dan tersturktur mengenai data yang dimiliki. Selama proses mereduksi data, peneliti mengacu pada pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai pedoman. Pertanyaan penelitan tersebut menuntut jawaban berdasarkan data (Ahmad, 2021, h. 182). Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan reduksi data yang diperoleh dari hasil *in-depth interview.* Data tersebut kemudian akan disaring dan dianalisis berdasarkan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian.

c. Penyajian data

Setelah proses reduksi data selesai, tahapan selanjutnya adalah penyajian data. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan melalui uraian singkat, bagan, dan sejenisnya. Penyajian data dilakukan dengan memaparkan informasi secara teratur dan

menggambarkan kondisi yang sebenarnya terjadi. Langkah ini memudahkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang tepat berdasarkan data yang disajikan (Ahmad, 2021, h. 184). Pada penelitian ini, peneliti akan menyajikan data dalam bentuk teks naratif yang menjelaskan secara rinci mengenai temuan-temuan yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung.

d. Penarikan kesimpulan

Langkah ketiga yang dijelaskan Miles and Huberman yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan adalah tahap menginterpretasikan data yang telah disajikan, yang kemudian menghasilkan kesimpulan awal. Kesimpulan awal ini perlu diverifikasi dengan mencari data baru atau memperdalam analisis terhadap data yang sudah ada untuk memperkuat kesimpulan tersebut.

8. Uji Keabsahan Data

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengujian keabsahan data dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh dari beberapa sumber (Sugiyono, 2013, h: 274). Sumber-sumber data berasal dari dokumen yang sesuai dengan topik penelitian. Selanjutanya data tersebut dikategorikan berdasarkan pandangan yang sama, berbeda, serta spesifik. Data yang telah dianalisis tersebut menghasilkan suatu kesimpulan lebih akurat terkait topik penelitian ini. Untuk memastikan keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua model triangulasi secara bersamaan, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan

dengan membandingkan data yang diperoleh dari wawancara ketiga informan yang berbeda posisi dan instansi untuk menguji informasi yang diberikan memberi gambaran yang saling melengkapi, konsisten, atau saling bertentangan. Sementara itu, triangulasi meotde dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara terhadap data sekunder untuk menguji data informan memiliki dasar yang dapat diverifikasi.