

MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI DESA SANUR KAUH BALI

¹Ajeng Karisma Afifatus Sholikhah, ²Mohammad Insan Romadhan, ³Nara Garini
Ayuningrum

¹²³Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Ajengkharisma686@gmail.com

Abstract

Indonesian tourism has been undergoing significant development. Especially with the Ministry of Tourism and Creative Economy's "10 New Bali" program, Bali's popularity has been further elevated. Other tourist destinations inspired by Bali are also drawing more attention to Bali as a beautiful island that is a must-visit for both local and foreign tourists. According to Law No. 10 of 2009, the appeal of a tourist destination brings economic benefits. In this context, communication plays a vital role in building relationships with the local community, so that both local residents and tourists respond with support for activities carried out by individuals or communities. This research focuses on tourism communication based on local wisdom. Tourism communication is needed for researchers to engage with the community and communicate the tourism potential. The literature used involves the processes of tourism communication and Community-Based Tourism (CBT). A qualitative research method with a case study approach is employed, focusing on the phenomenon of tourism communication in Sanur Kauh Village. The research findings reveal various roles as primary and supporting communicators in conveying tourism messages to tourists. The primary communicator is the manager of Sanur Kauh Village, engaging in face-to-face communication, while the youth organization (karangtaruna) uses online media and performances. Supporting communicators include vendors around Mertasari Beach, shop owners, and tourists. The development of Sanur Kauh Village has met the three aspects of CBT (tourism, benefits, and community participation).

Keywords: tourism communication, local culture, Sanur Kauh Village

Abstrak

Pariwisata Indonesia belakangan ini sedang mengalami tahap pengembangan. Apalagi dengan adanya program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu 10 Bali Baru, menjadikan Bali semakin unggul ketenarannya. Destinasi pariwisata lain yang terinspirasi pulau Bali menjadikan wisatawan semakin menyorot Pulau Bali sebagai Pulau yang indah wajib dikunjungi. Sesuai dengan UU No 10 Tahun 2009 adanya daya tarik wisata pada suatu daerah memberikan keuntungan, komunikasi berperan penting untuk membangun relasi dengan komunitas lokal agar warga sekitar dan wisatawan memberikan respon berupa dukungan terhadap kegiatan individu atau komunitas. Penelitian ini berfokus pada komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal. Komunikasi pariwisata diperlukan agar peneliti terlibat dengan masyarakat untuk mengkomunikasikan potensi pariwisata. Literatur yang digunakan adalah proses komunikasi pariwisata dan *Community Based Tourism* (CBT), menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana difokuskan pada

fenomena komunikasi pariwisata yang ada di Desa Wisata Sanur Kauh. Hasil penelitian berbagai peran sebagai komunikator utama dan pendukung dalam proses penyampaian pesan pariwisata kepada wisatawan. Komunikator utama dilakukan oleh Pengelola Desa Wisata Sanur Kauh untuk komunikasi secara tatap muka karangtaruna melalui media online dan pertunjukan. Lalu komunikator pendukung melibatkan pedagang sekitar pantai Mertasari, pemilik warung dan wisatawan. Pengembangan Desa Wisata Sanur Kauh telah memenuhi tiga aspek CBT (pariwisata, manfaat dan partisipasi masyarakat).

Pendahuluan

Pariwisata Indonesia belakangan ini sedang mengalami tahap pengembangan yang cukup signifikan. Apalagi dengan adanya program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu 10 Bali Baru, menjadikan Bali semakin unggul ketenarannya. Destinasi pariwisata lain yang terinspirasi pulau Bali menjadikan wisatawan semakin menyorot Pulau Bali sebagai Pulau yang indah dan wajib dikunjungi wisatawan local maupun wisatawan asing. Sesuai dengan UU No. 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa dengan adanya daya tarik wisata pada suatu daerah akan memberikan keuntungan antara lain: meningkatkan pendapatan asli daerah, meningkatkan taraf hidup masyarakat lokal, dan memberikan lapangan pekerjaan bagi pengangguran, meningkatkan produktivitas, serta dapat turut dalam melestarikan alam dan budaya. Indonesia memiliki potensi alam yang indah dan beragam. Terdiri dari banyak pulau yaitu sekitar 17.000 pulau yang ada di Indonesia. Oleh karena itu banyak tempat wisata yang dikembangkan di pulau – pulau Indonesia, salah satu pulau yang sangat berkembang adalah Pulau Bali. Pulau Bali merupakan pulau yang sudah dikenal sebagian masyarakat di seluruh dunia. Banyak wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Bali. Pulau yang dijuluki sebagai pulau dewata ini menyimpan banyak keindahan alam seperti pantai, gunung, danau, dan atraksi atau pertunjukan budaya yang sudah terkenal sejak seratus tahun lalu (Anom, dkk, 2017).

Di daerah Sanur, salah satu tempat yang mengandalkan pariwisata untuk memajukan daerahnya adalah Desa wisata Sanur Kauh Bali. Secara geografis Sanur Kauh Terletak di Desa Sanur, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar. Tempat ini adalah surga bagi para pencinta alam dan penggemar kegiatan wisata budaya spiritual. Selain itu di kawasan ini juga terdapat destinasi wisata kreatif dan inovatif yang dikenal sebagai Dream Island atau Taman inspirasi Mutig Siokan. Potensi dari desa wisata Sanur kauh lebih banyak mengarah pada potensi wisata alam, budaya, dan spiritual. Potensi alamnya dibuktikan dengan wisata pantai unggulan, Pantai Mertasari. Sedangkan untuk sosial budaya seperti Bebean khas sanur, tradisi sejak tahun 1900-an. Kemudian dari segi spiritual ada situs Pura Dalem Pangembak Mertasari yang terletak di wilayah Banjar tanjung, tepat bersampingan dengan pantai Mertasari. Masih di kawasan pantai Mertasari, terdapat pura yang difungsikan sebagai tempat melukat. Dibanding desa Sanur lainnya, Desa Wisata Sanur Kauh menjadi destinasi yang memberikan pengalaman wisata menarik hingga sangat disayangkan untuk dilewatkan jika berkunjung ke Kota Denpasar. Wisata Sanur Kauh di Bali memberikan banyak perubahan bagi masyarakat setempat yaitu dengan mendorong masyarakat membuka usaha dan meningkatkan perekonomiannya. Namun, meskipun Saur Kauh memiliki potensi yang besar,

kunjungan wisatawan ke Desa Sanur Kauh Situ masih relatif rendah jika dibandingkan dengan potensinya. Apalagi menurut informasi warga setempat, wilayah Sanur sebagian besar diminati wisatawan asing yang sudah beranjak usia. Dibanding dengan Canggu dan Seminyak sebagai wilayah dengan kunjungan wisatawan asing muda terbanyak dibanding Sanur membuat Wisata Sanur Kauh ini kurang dikenal bahkan diminati. Padahal dalam mengembangkan sektor wisata, bukan hanya memperhatikan objek wisatanya saja akan tetapi penikmat wisata itu sendiri. Sehingga ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengurus dan masyarakat Desa Sanur Kauh Bali agar wisatawan baik yang muda atau tua dapat berkunjung ke Sanur Kauh. Menurut Cooper et al dalam Martaleni (2017) terdapat 4 aspek yang harus menjadi perhatian yang penting dalam menawarkan produk wisata yaitu; Attraction (daya tarik), Accessibility (kemudahan akses), Amenities (fasilitas), dan Ancillary Services (kelembagaan) seperti pemandu wisata biro dan lainnya.

Berdasarkan aspek tersebut salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan adalah tingkat efektivitas komunikasi pariwisata untuk mendapatkan daya tarik wisatawan. Dalam hal ini, komunikasi berperan penting untuk membangun relasi yang konstruktif dengan komunitas lokal agar warga sekitar dan wisatawan asing dapat memberikan respon berupa dukungan terhadap kegiatan individu atau komunitas yang dilakukan di lingkup wisata tersebut. Tidak hanya itu feed back yang dirasakan desa wisata pun banyak seperti rasa bangga masyarakat terhadap Desa mereka, maka terbentuknya citra dan reputasi Desa agar bisa menjadi lebih dikenal banyak orang. Berdasarkan penjelasan tersebut, Mohammad Insan, Bagus Cahyo dalam jurnal yang berjudul *Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Adat Segunung Berbasis Pemberdayaan Masyarakat* menjelaskan pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* (CBT) berkonsep mengembangkan wisata dengan upaya memberdayakan masyarakat dalam hal pengelolaan pariwisata dan sebagai sarana menampung aspirasi masyarakat yang seringkali bersinggungan dengan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai proses komunikasi yang disampaikan pengelola objek wisata, dinas pariwisata Bali untuk menarik para wisatawan lokal maupun mancanegara. Peneliti juga tertarik melihat bagaimana Desa Sanur Kauh berkembang dan sejauh mana komunikasi pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat ini dilakukan oleh komunitas setempat.

Pada penelitian serupa berjudul "*Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Komunikasi Efektif Berbasis Potensi Wisata dan Kearifan Lokal*" menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap pentingnya komunikasi efektif dalam bentuk pengemasan pesan beserta teknik publikasinya bagi pelaku UMKM dan kelompok sadar wisata di desa Bongas. Kesimpulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa potensi keragaman pariwisata akan semakin terkelola dengan baik apabila dilakukan dengan penyampaian pesan secara efektif mengenai objek wisata ke masyarakat melalui skema pemberdayaan masyarakat yang partisipatif (Aat Ruchiat Nugraha, Susie Perbawasari, Feliza Zubair, Evi Novianti, 2019). Disamping itu perlu ditunjang dengan sarana prasarana pendukung sehingga menjadikan subak lestari secara produktif dan berkelanjutan.

PEMERINTAH KOTA DENPASAR DINAS PARIWISATA		PERKEMBANGAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE DAYA TARIK WISATA DI KOTA DENPASAR TAHUN 2019 - 2023														
BULAN																
TAHUN	JANUARI	FEBRUARI	MARET	APRIL	MAY	JUNI	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	TOTAL	GROWTH (%)		
2019	69.521	57.609	58.888	65.576	53.056	57.841	66.752	61.492	647.384	627.116	564.386	255.781	2.186.192	12,24		
Mancanegara	30.044	24.219	26.046	35.382	35.588	31.386	33.086	41.920	326.477	422.347	226.426	119.422	1.354.023			
Domestik	30.477	33.390	32.832	30.294	17.468	26.475	22.866	19.572	218.907	104.769	137.965	137.339	812.168			
2020	149.385	124.327	99.585	1.846	0	3.792	6.163	16.025	28.232	22.834	20.367	45.312	478.688	-77,90		
Mancanegara	59.203	43.699	18.420	2	0	81	469	59	481	637	637	1.201	124.699			
Domestik	90.162	80.428	32.135	1.844	0	3.541	5.634	15.966	27.751	22.197	26.729	44.311	353.789			
2021	43.368	33.939	35.833	36.859	45.489	59.817	6.889	10.990	33.526	51.961	57.172	68.899	474.381	-6,90		
Mancanegara	1.877	1.788	1.486	1.470	1.913	1.360	299	391	985	1.430	1.430	1.911	15.028			
Domestik	41.491	32.171	34.347	35.388	43.585	49.457	6.590	10.599	32.541	49.571	55.734	67.178	458.753			
2022	94.180	73.367	79.851	91.377	141.828	117.884	191.169	132.086	155.932	154.124	115.849	140.285	1.439.894	202,90		
Mancanegara	1.367	1.380	1.788	3.892	9.318	18.095	25.153	24.724	26.274	27.797	15.639	20.640	176.035			
Domestik	92.813	71.977	77.895	77.485	132.511	99.889	126.007	107.332	129.658	126.367	100.210	119.655	1.263.859			
2023	131.777	127.225	126.824	121.685	134.958	141.223	127.997	128.474	126.764	142.722	125.795	149.851	1.317.478	10,48		
Mancanegara	20.129	16.919	20.185	20.295	19.848	22.011	27.052	25.834	26.148	25.906	20.724	25.789	269.760			
Domestik	111.648	110.306	106.639	101.310	115.110	119.212	100.945	102.640	100.616	117.716	105.074	124.162	1.047.718			

Sumber : Penelusuran Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar

Sumber : Pengelolan Daya Tarik Wisata di Kota Denpasar



Gambar 1.1

Sumber: www.pariwisata.denpasarkota.go.id

Dari gambar 1.1 di atas bersumber dari data Dinas Pariwisata Kota Denpasar bahwa jumlah wisatawan domestik di tahun 2023 sebanyak 1.317.718 orang sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 269.760 orang. Pada tabel tersebut menunjukkan peningkatan pada jumlah pengunjung dari tahun 2019-2023. Data jumlah pengunjung paling sedikit di tahun 2021 yaitu wisatawan domestik sejumlah 458.753 orang. Dari data tersebut, menunjukkan terdapat penurunan jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara di kota Denpasar. Covid-19 adalah faktor utama penyebab menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata yang ada di kota Denpasar, tak terkecuali Desa Wisata Sanur Kauh Bali.

Penelitian ini menggunakan *Community Based Tourism(CBT)* sebagai *Grand Theory* dikarenakan peneliti ingin mengetahui sejauh mana proses dan model komunikasi pariwisata dalam pengembangan Desa Wisata Sanur Kauh Bali. *Community Based Tourism (CBT)* umumnya dikenal dengan komunikasi pariwisata berbasis masyarakat adalah konsep pengembangan pariwisata yang dalam aktivitasnya berupaya memberdayakan masyarakat dalam ikut andil untuk mengelola wisata dan sebagai sarana untuk mewujudkan harapan masyarakat yang berhubungan dengan kesejahteraan, pembangunan, ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam penelitian ini dilatarbelakangi Desa Sanur Kauh dan Kelompok Sadar Wisata (PokDarWis) sebagai media yang dimanfaatkan untuk mengumpulkan informasi seputar penelitian.

Peneliti akan melakukan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan komunikasi dalam organisasi. Dengan merujuk dari mengenai komunikasi dan organisasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah pengaturan dan penyusunan bagian tertentu hingga menjadi satu kesatuan, sehingga menjadi satu kesatuan yang teratur dan gabungan kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan berbagai macam potensi atraksi wisata dan pariwisata berkonsep pemberdayaan masyarakat yang sudah dilakukan, Desa Wisata Sanur Kauh ini dapat secara intens dan rutin untuk dikunjungi oleh wisatawan. Dari wisatawan yang berkunjung tersebut juga belum diketahui dari mana informasi yang mereka dapatkan mengenai Desa Wisata Sanur Kauh.

Metode Penelitian

Penelitian kualitatif atau paradigma interpretif atau perspektif subjektif perludukung sejumlah teori. Walaupun demikian, Faisal menyebutkan (Faisal, 1990:38) bahwa “secara konseptual-paradigmatis, peneliti kualitatif justru harus membebaskan dirinya dari ‘tawanan’ suatu teori”. Hal tersebut didasarkan pada suatu tradisi bahwa fokus atau masalah penelitian diharapkan berkembang sesuai dengan kenyataan di lapangan. Penelitian kualitatif mementingkan perspektif emik, dan bergerak dari fakta, informasi atau peristiwa menuju ke tingkat abstraksi yang lebih tinggi (apakah itu konsep atautkah teori) serta bukan sebaliknya dari teori atau konsep ke data/informasi. Sedikit berbeda dengan pendapat Faisal tetapi masih relevan, Moleong menjelaskan bahwa orientasi teoretis atau perspektif teoretis sering disebut sebagai paradigma yang diartikan sebagai kumpulan longgar tentang asumsi yang secara logis dianut bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan cara penelitian (Moleong, 2017).

Dalam konteks penelitian ini penelitian berupaya untuk memahami fenomena komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata Sanur Kauh yang melibatkan partisipasi masyarakat sebagai subjek penelitian yang mengalami langsung peristiwa yang akan peneliti kaji. Peneliti menggunakan pendekatan studi kasus untuk mengkaji fenomena ini berdasarkan fakta kasus terkait komunikasi pariwisata dalam konteks masyarakat pedesaan yang tentunya berbeda dengan di lingkup perkotaan. Informan dalam penelitian adalah pengelola Desa Wisata Sanur Kauh sebagai informan utama dan masyarakat yang terlibat dalam pelaksanaan komunikasi pariwisata sebagai informan pendukung. Sedangkan untuk data sekunder, menggunakan dokumentasi sebagai alat pengumpul data. Pada pemberdayaan masyarakat “community based tourism (CBT)” dalam pengembangan Desa Wisata Sanur Kauh dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Karakteristik	Aspek CBT	Desa Wisata Sanur Kauh
Pengelolaan Pariwisata	Kontrol untuk masyarakat lokal dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata	1. Adanya keterlibatan langsung dari pemerintah terkait dengan pengembangan pariwisata di Desa Wisata Sanur Kauh, dibuktikan dengan sumbangsih dana dari pemerintah ketika desa sanur kauh melaksanakan atau membuat acara tahunan yang dibina karangtaruna desa. 2. Masyarakat setempat memiliki kontrol penuh terhadap pengelolaan pariwisata di Desa Wisata Sanur Kauh 3. Pengelolaan pariwisata di Desa Wisata Sanur Kauh dilakukan oleh komunitas dan pengelola Desa setempat
Manfaat	Masyarakat Sekitar dan	1. penjual souvenir dan makanan di area pantai mendapatkan manfaat dari

	wisatawan yang mendapatkan keuntungan walaupun tidak terlibat langsung dalam pengembangan pariwisata	Kehadiran wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Sanur Kauh 2. Para pelaku Open Trip dan Tour Guide mendapatkan manfaat dengan kehadiran wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Sanur Kauh dalam permintaan tour di desa 3. Penyewaan Motor/Mobil mendapatkan manfaat dengan menyewakan motor/ mobil untuk wisatawan yang membutuhkan akses berupa transportasi selain transportasi umum
Partisipasi	Pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal	1. Adanya forum untuk Membahas distribusi keuntungan dari pengelolaan wisata yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Sanur Kauh 2. Distribusi keuntungan Untuk pengembangan Desa Wisata Sanur Kauh

Sumber: Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat “community based tourism (CBT)” yang ada dalam pengembangan destinasi wisata Desa Wisata Sanur Kauh telah memenuhi tiga aspek, baik dari segi pengelolaan pariwisata, manfaat yang diterima dan partisipasi masyarakat. Pada aspek pertama pengelolaan pariwisata, Desa Wisata Sanur Kauh sudah sepenuhnya memiliki kontrol terhadap pengelolaan pariwisata melalui komunitas setempat. Baik itu melalui kelompok pengelola pariwisata maupun karangtaruna. Hal tersebut tertuang dalam kutipan wawancara sebagai berikut: Banyak dari masyarakat setempat berpartisipasi ketika ada acara-acara adat dan acara tahunan yang diselenggarakan oleh komunitas anak muda beserta karang taruna. Dengan adanya kekompakan dan dukungan dari seluruh masyarakat bisa merealisasikan acara-acara yang nantinya bisa lebih banyak membuat wisatawan tertarik untuk datang ke Desa Sanur Kauh Bali.

(Wayan, Kelompok Sadar Wisata, Wawancara, 2024)

Pada narasumber yang lain yaitu wisatawan lokal juga menyebutkan sebagaimana berikut:

Pertama kali datang ke Sanur Kauh karena adanya acara yang luar biasa seperti festival laying-layang besar Rare Angon yang dilaksanakan di Pantai Mertasari, Sanur. Tidak hanya itu pengurus desa juga mempertahankan acara-acara adat dan keagamaan dan memperkenalkan ke kami sebagai wisatawan agar turut memeriahkan

(Wisatawan Lokal asal Gresik, Wawancara, 2024)

Dilihat dari adanya manfaat yang diterima mulai dari wisatawan dan komunitas desa, Pengelola BumDes mendapatkan manfaat dari adanya wisatawan yang berkunjung. Hal tersebut juga tertuang pada kutipan wawancara berikut: Dengan adanya wisatawan yang

berkunjung, juga bisa menjual hasil-hasil dari UMKM Desa Sanur Kauh dan menambah pemasukan untuk Desa kami

(Kondra, Pengelola BumDes, Wawancara, 2022)

Pada aspek ketiga yaitu partisipasi yang terkait dengan perhatian pada masyarakat lokal tentang hasil dari keuntungan yang didapat dari pengembangan pariwisata juga sudah telah terpenuhi, ditandai dengan adanya forum diskusi mengenai distribusi keuntungan untuk pengembangan pariwisata Desa Wisata Sanur Kauh kepada masyarakat lokal setempat. Melihat pemberdayaan masyarakat yang ada di Desa Wisata Sanur Kauh, hal tersebut memang dikondisikan dan Kelola sedemikian rupa oleh pengelola pariwisatanya. Sehingga seluruh masyarakat terlibat di dalam pengembangan Desa Wisata Sanur Kauh tersebut. Baik itu jasa tour guide, pemilik usaha cinderamata, penyewa motor dan mobil untuk wisatawan berkunjung. Semua dikelola menjadi satu kesatuan untuk mendukung pengembangan pariwisata di Desa Wisata Sanur Kauh.

Pada konteks komunikasi pariwisata, banyak lapisan masyarakat di Desa Wisata Sanur Kauh ini yang berperan sebagai komunikator pariwisata yang terlibat dan bersinggungan langsung dengan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Segunung. Dan semua lapisan masyarakat tersebut semuanya dikoordinasikan oleh pengelola Kampung Adat Segunung. Untuk memudahkan mengidentifikasi siapa saja komunikator yang terlibat dalam proses komunikasi pariwisata di Kampung Adat Segunung dapat dilihat pada tabel berikut:

Keterlibatan	Komunikator	Peran
Langsung	Pengurus BumDes	Memberikan pelayanan dan informasi wisata kepada wisatawan yang berkunjung di Desa Wisata Sanur Kauh, Mengkoordinasikan karang taruna, Pokdarwis, Pelaku UMKM, Jasa Tour Guide, Penyewa transportasi
Langsung	Karang taruna	Menyampaikan informasi terkait dengan Desa Wisata Sanur Kauh lewat media online
Tidak Langsung	Wisatawan Lokal	Memberikan Kontribusi dalam bentuk dana pribadi untuk sumbangan kepada fasilitas Desa Wisata Sanur Kauh

Pada komunikator yang utama dalam komunikasi pariwisata Desa Wisata Sanur Kauh adalah kelompok pengelola pariwisata. Kelompok ini menyampaikan informasi-informasi mengenai potensi yang ada di Desa Wisata Sanur Kauh secara langsung kepada wisatawan, dan bertindak sebagai garda terdepan dalam mengkomunikasikan potensi Desa Wisata Sanur Kauh kepada masyarakat luas. Wisatawan yang mencari informasi terkait dengan Desa Wisata Sanur Kauh akan ditangani oleh kelompok pengelola pariwisata tersebut. Baik itu secara langsung maupun melalui telepon. Kelompok pengelola wisata ini juga lah yang menjadi jembatan komunikasi antara wisatawan dengan masyarakat setempat dalam

mengupayakan agar seluruh lapisan masyarakat Desa Wisata Sanur Kauh dapat menerimamamfaatnya. Cara yang dilakukan oleh pengelola wisata Kampung Adat Segung melalui karang tarunanya tersebut menjadi salah satu pendukung dalam mengenalkan atraksi- atraksi wisata yang dimiliki kepada wisatawan.

Pada pengelola komunikasi pariwisata Desa Wisata Sanur Kauh khususnya dari mediaonline, pesan yang disampaikan untuk memenuhi kebutuhan informasi pada wisatawan adalah dengan memberikan informasi atraksi yang ada di Desa Wisata Sanur Kauh, memberikan informasi mengenai kegiatan yang sudah dilakukan oleh wisatawan, memberikan informasi kontak person dari pengelola dan memberikan informasi mengenai jadwal kegiatan yang akan dilakukan. Dari pesan yang disampaikan tersebut sudah cukup memberikan beberapa informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan. Kerja sama yang baik dalam perannya sebagai sesame komunikator yang terlibat langsung dalam menyampaikan pesan dalam komunikasi pariwisata Desa Wisata Sanur Kauh secara bersama-sama dapat memenuhi kebutuhan informasi dari komunikan (wisatawan). Hal ini ditunjukkan dengan kesamaan pesan yang disampaikan kepada wisatawan, seperti, destinasi dan produk unggulan desa sanur kauh. Antara komunikator utama dan pendukung menyampaikan pesan yang sama. Sampai juga dengan kesamaan persepsi menanggapi wisatawan. Peran sebagai komunikator tersebut dapat berjalan baik, karena adanya koordinasi yang dilakukan oleh pengelola wisata sebagai komunikator utama, serta tidak adanya hal yang dilebih-lebihkan oleh komunikator utama dalam menyampaikan pesan pariwisata mengenai Desa Wisata Sanur Kauh kepada wisatawan.

Penutup

Komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Pengelola Desa Wisata Sanur Kauh dengan menitikberatkan pada pemberdayaan masyarakat. Penyampaian pesan wisata kepada wisatawan dilakukan dengan berbagi peran sebagai komunikator utama yang dilakukan oleh Pengelola Wisata untuk komunikasi secara tatap muka dan karangtaruna untuk komunikasi melalui media online. Lalu komunikator pendukung yang diperankan oleh masyarakat setempat seperti kelompok atau komunitas, pemilik warung dan oleh-oleh dan pemilik transportasi yang dijadikan sebagai penginapan untuk wisatawan yang memiliki peran untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara langsung dengan wisatawan. Kesamaan penyampaian pesan antara komunikator utama dan pendukung juga menjadi faktor yang membuat wisatawan menjadi puas. Selain itu pengelola wisata di Desa Wisata Sanur Kauh juga dianggap mampu dalam memaksimalkan potensi wisata yang ada dengan bentuk aktivitas komunikasi pariwisata yang menekankan pada pemberdayaan masyarakat setempatnya. Dengan mengenali potensi wisata dan potensi sumber daya manusia yang ada inilah yang membuat Desa Wisata Sanur Kauh ini dapat dikenali oleh wisatawan. Saran secara akademik pada kajian komunikasi pariwisata lebih dapat menitikberatkan analisis pada setiap elemen komunikasinya, karena pada dasarnya penelitian komunikasi adalah penelitian yang mengkaji setiap elemen yang ada pada proses komunikasi, hanya konteks penelitiannya saja yang berbeda. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengurus Desa Wisata Sanur Kauh membenahi dan meningkatkan apa yang kurang dari proses komunikasi pariwisata yang sudah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Little John, S. W., & Foss, K. A. (2014). *Teori Komunikasi*. Salemba Humanika.

Littlejohn, S., & Karen. (2014). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication* (R. Oktafiani (ed.); 9th ed.). Penerbit Salemba Humanika.

Angkasa Ratu, C., Adikampana, I. (2016). "Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana". *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol. 4 (1). Universitas Udayana, Denpasar.

Perwirawati, E., Sihombing, B., & Simamora, P. R.T. (2022). Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Hilisataro Nandisa Menuju Desa Wisata Berbasis Sustainable Tourism Development. *Jurnal Darma Agung* Vol, 30(2).

Insan Romadhan,M, Bagus Cahyo, Garini, N(2023). Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Adat Segunung Berbasis Pemberdayaan Masyarakat

Petra, U. K., Alim, C. A., Komunikasi, P. I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2014).

Internet: <https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/677/545>

<https://ojs.uma.ac.id/index.php/symbolika/article/view/5715>

https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/10796/pdf_151982.