

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT MEMBANGUN WISATA AIR TERJUN GUMBU PARK DI NIAS SELATAN

Oleh:

Esta Ningsih Harita ¹⁾

Elok Perwirawati ²⁾

Universitas Darma Agung Medan ^{1,2)}

E-mail:

estaningsihharita123@gmail.com ¹⁾

elokperwirawati@yahoo.com ²⁾

ABSTRACT

This study aims at determining the extent of the communication strategy carried out by the South Nias Regency Tourism Office, and the participation of the people of Hilisataro Nandrisa Village in the development of the Gumbu Park Waterfall tourist attraction. This is considering the development of the tourist attraction has not been able to run. Although crowded with visitors, the available facilities cannot be said to be feasible at all. Previously, Gumbu Park Waterfall was listed in the Master Plan for Tourism Development by the South Nias Regency Government. There is also a research methodology that is used qualitatively, to describe descriptively the social phenomena that are explored and clarified. Selection of informants using non-probability sampling method by providing opportunities for members of the population to be selected as samples based on certain criteria, consisting of key, main and supporting informants, as many as 5 (five) people. Several field findings have answered the obstacles to the construction of Gumbu Park Waterfall, including: unclear land ownership status; no budget allocation from the village government of Hilisataro Nandrisa; and ineffective communication strategies. In conclusion, the communication strategy carried out by the Tourism Office of South Nias Regency as a whole cannot be said to be quite effective. In addition, the participation of the people of Hilisataro Nandrisa Village in the construction of the Gumbu Park Waterfall tourist attraction is still small.

Keywords: *Gumbu Park Waterfall, Tourism Office, Communication Strategy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Nias Selatan, dan partisipasi masyarakat Desa Hilisataro Nandrisa dalam pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park. Hal ini mengingat pembangunan pada objek wisata tersebut belum dapat berjalan. Meskipun ramai dengan pengunjung, akan tetapi fasilitas yang tersedia belum bisa dikatakan layak sama sekali. Sebelumnya Air Terjun Gumbu Park telah tercantum dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata oleh Pemerintah Kabupaten Nias Selatan. Ada pun metodologi penelitian yang digunakan secara kualitatif, untuk menjelaskan secara deskriptif terhadap fenomena sosial yang ter-eksplorasi dan ter-klarifikasi. Pemilihan informan menggunakan metode *non-*

probability sampling dengan memberikan peluang kepada anggota populasi untuk dipilih menjadi sample berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, yang terdiri dari informan kunci, utama dan pendukung, sebanyak 5 (lima) orang. Beberapa temuan lapangan menjadi jawaban terhambatnya pembangunan Air Terjun Gumbu Park, antara lain: ketidakjelasan status kepemilikan lahan; tidak adanya alokasi anggaran dari pemerintah desa Hilisataro Nandrisa; dan strategi komunikasi yang kurang efektif. Pada kesimpulannya strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Nias Selatan secara keseluruhan bukan dapat dikatakan cukup efektif. Selain itu, partisipasi masyarakat Desa Hilisataro Nandrisa dalam pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park masih kecil.

Kata kunci: *Air Terjun Gumbu Park, Dinas Pariwisata, Strategi Komunikasi*

1. PENDAHULUAN

Beragamnya destinasi pariwisata di Kabupaten Nias Selatan yang menjadi Pendapatan Asli Daerah (PAD) telah mendorong upaya pengembangan potensi-potensi pariwisata yang masih tersembunyi, kebanyakan dari potensi ini pun masih belum ter-eksplorasi atau pun disentuh pembangunan. Melalui kebijakan Desa Wisata oleh Pemerintah Kabupaten, peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata terbuka luas. Salah satunya di objek wisata Air Terjun Gumbu Park yang terletak di Desa Hilisataro Nandrisa, Kecamatan Toma. Air Terjun Gumbu Park merupakan air terjun yang memiliki tiga tingkatan air terjun dengan ketinggian sekitar 25 meter. Air terjun ini berasal dari dalam gua yang terbentuk secara alami.

Namun dalam kunjungan yang dilakukan oleh penulis di objek wisata Air Terjun ini, tampak belum disentuh pembangunan, padahal Desa Hilisataro Nandrisa sendiri telah menjadi salah satu Desa Pariwisata dengan prioritas pengembangan pariwisata. Walau tetap banyak pengunjung di akhir pekan, secara fisik fasilitas penunjang pariwisata di air terjun ini terbelang jauh dari harapan. Misalnya tidak layaknya kamar mandi yang ada, kemudian tidak tersedianya tempat bersantai seperti pondok kursi, kedai makan, serta tempat pembuangan sampah. Sehingga telah menjadi penyebab dari tidak terawatnya tempat ini. Sisa-sisa makanan dan minuman tampak bertebaran di mana-mana dapat mengurangi minat wisatawan yang berkunjung di sana. Masalah yang

lain yang terdapat di objek wisata ini adalah tidak adanya penerangan atau pencahayaan. Para pengunjung merasa tidak nyaman ketika masih mau menikmati objek wisata ini ketika waktu sore menjelang malam. Begitu juga dengan akses jalan menuju objek wisata ini belum ditunjang pembangunan jalan aspal.

Berbagai permasalahan yang dikemukakan di atas seharusnya menjadi perhatian serius dari Dinas Pariwisata Kabupaten Nias Selatan dalam melakukan langkah-langkah pengembangan objek pariwisata Air Terjun Gumbu Park, terkhusus melalui strategi komunikasi yang mereka lakukan dengan pihak Desa Hilisataro Nandrisa. Dengan adanya strategi komunikasi yang baik antara pihak-pihak terkait dengan pengembangan ini, maka upaya pembangunan objek pariwisata Air Terjun Bumbu Park dapat terlaksana dengan baik, tanpa adanya hambatan. Adanya pengembangan pariwisata melalui pembangunan diharapkan akan meningkatnya jumlah pengunjung dari yang ada saat ini. Berbagai dampak positif dari pembangunan ini nantinya tidak hanya dapat dirasakan bagi para pengunjung yang merasa nyaman dengan fasilitas pendukung, tetapi juga bagi warga desa Hilisataro Nandrisa. Pengembangan pariwisata ini akan memberikan manfaat secara ekonomi bagi warga desa dengan berjualan, makanan, produk kerajinan lokal, atau menawarkan jasa pemandu wisata lokal.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikianlah pula strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. Dengan demikian, strategi komunikasi baik secara makro (*planned multi-media strategy*) maupun secara mikro (*single communication medium strategy*) mempunyai fungsi ganda :

1. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
2. Menjembatani “*cultural gap*” akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan pengoperasian media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Dalam strategi komunikasi peranan komunikator sangatlah penting. Strategi komunikasi harus luwes sedemikian rupa sehingga komunikator sebagai pelaksana dapat segera mengadakan perubahan apabila ada suatu faktor yang mempengaruhi. Suatu pengaruh yang menghambat komunikasi bisa datang sewaktu-waktu., lebih-lebih jika komunikasi dilakukan melalui media massa. Faktor-faktor yang berpengaruh bisa terdapat pada komponen media atau komponen komunikasi, sehingga efek yang diharapkan tak kunjung tercapai.

Para ahli komunikasi cenderung untuk sama-sama berpendapat bahwa dalam melancarkan komunikasi lebih baik mempergunakan pendekatan apa yang disebut *A-A Procedure* atau *from Attention to Action Procedure*. *A-A Procedure* ini sebenarnya penyederhanaan dari suatu proses yang disingkat AIDDA. Lengkapnya adalah sebagai berikut :

A : *Attention* (Perhatian)

I : *Interest* (Minat)

D : *Desire* (Hasrat)

D : *Decision* (Keputusan)

A : *Action* (Kegiatan)

Proses penahapan komunikasi ini mengandung maksud bahwa komunikasi hendaknya dimulai dengan membangkitkan perhatian. Dalam hubungan ini komunikator harus menimbulkan daya tarik. Pada dirinya harus terdapat faktor daya tarik komunikator (*source attractiveness*) (Effendy, 2007:299).

Langkah-Langkah Strategi Komunikasi

Ada beberapa langkah dalam menerapkan strategi komunikasi. Langkah-langkah ini disusun oleh Arifin, agar komunikasi dapat dilakukan secara efektif. Berikut ini langkah-langkah strategi komunikasi:

1) Mengenal Khalayak

Ketika akan berkomunikasi, sangat penting untuk mengetahui dengan siapa kita berbicara. Mengapa? Hal ini dikarenakan segala komponen komunikasi yang akan kita gunakan, disesuaikan dengan khalayak yang akan menerima pesan kita. Misalnya saja, kamu diberi kesempatan untuk berpidato di depan anak-anak SD. Anak-anak memiliki karakteristik yang mudah bosan, terlebih lagi jika cara penyampaiannya tidak menarik. Hal ini bisa menjadi hambatan sehingga pesan yang akan kamu sampaikan menjadi susah untuk diterima oleh anak-anak. Selain itu, kamu juga harus memilih kata-kata yang tepat agar pesan yang

kamu sampaikan mudah diterima oleh khalayakmu.

Ada tiga hal yang perlu kamu ketahui tentang karakteristik khalayak. Pertama, kamu perlu ketahui pengetahuan khalayakmu terkait pokok permasalahan yang akan kamu sampaikan. Kedua, kamu perlu memikirkan media apa yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Ketiga, perbendaharaan kata khalayakmu, agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima.

- 2) Menentukan Tujuan
Tentukan tujuan komunikasi yang kamu lakukan. Beberapa tujuan komunikasi di antaranya untuk memberikan informasi, menyelesaikan masalah, mengevaluasi perilaku, dan menolong orang lain. Tujuan ini nantinya akan memengaruhi penyusunan komponen komunikasi lainnya.
- 3) Menyusun pesan
Setelah mengenali khalayak dan karakteristiknya serta menentukan tujuan komunikasi, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan. Hasil dari pengamatanmu tentang pengetahuan dan karakteristik khalayak dijadikan sebagai acuan untuk menyusun pesan. Memilih kata-kata apa yang mudah dimengerti oleh khalayak. Menggunakan berbagai simbol atau pernak-pernik untuk menarik perhatian khalayak dan lain-lain.
- 4) Menetapkan Metode dan Memilih Media yang digunakan
Setelah tiga langkah di atas telah dilakukan, maka kita baru bisa menentukan metode dan media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan. Pemilihan metode dan media ini disesuaikan dengan karakteristik khalayak, tujuan komunikasi, dan rangkaian pesan yang sudah disiapkan.

Pariwisata

Secara etimologi kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu ‘Pari’ berarti banyak, berkali-kali, sedangkan ‘Wisata’ berarti perjalanan atau bepergian. Jadi, kata pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain.

Dapat disimpulkan definisi pariwisata adalah sebagai berikut (Yoeti dalam Perwirawati, 2019:876) : “Pariwisata merupakan suatu pergerakan yang dilakukan oleh manusia secara sadar untuk menikmati pelayanan Public Relation secara bergantian diantara wisatawan dalam maupun luar negeri. Yang meliputi pendiaman wisatawan -wisatawan dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dari tempat asalnya yang hanya terfokus dengan rutinitas di pekerjaan tetapnya”.

Partisipasi Masyarakat

Bornby misalnya, mengartikan partisipasi sebagai tindakan untuk “mengambil bagian” yaitu kegiatan atau pernyataan untuk mengambil bagian dari kegiatan dengan maksud memperoleh manfaat (Webster). Sedang di dalam kamus sosiologi disebutkan bahwa, partisipasi merupakan keikutsertaan seseorang di dalam kelompok sosial untuk mengambil bagian dari kegiatan masyarakatnya di luar pekerjaan atau profesinya sendiri (Theodorson). Keikutsertaan tersebut, dilakukan sebagai akibat dari terjadinya interaksi sosial antara individu yang bersangkutan dengan anggota masyarakat yang lain (Raharjo).

Verhagen menyatakan bahwa, partisipasi merupakan suatu bentuk khusus dari interaksi dan komunikasi yang berkaitan dengan pembagian kewenangan, tanggung jawab, dan manfaat. Tumbuhnya

interaksi dan komunikasi tersebut, dilandasi oleh adanya kesadaran yang dimiliki oleh yang bersangkutan (Mardikanto & Soebiato, 2013:81):

- 1) Kondisi yang tidak memuaskan, dan harus diperbaiki
- 2) Kondisi tersebut dapat diperbaiki melalui kegiatan manusia atau masyarakatnya sendiri
- 3) Kemampuannya untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dapat dilakukan.

Adanya kepercayaan diri, bahwa ia dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kegiatan yang bersangkutan.

3. METODE PELAKSANAAN

Penelitian deskriptif biasa juga disebut penelitian taksonomik. Metode deskriptif dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Ardal, 2014:262).

Peneliti dalam hal ini mengambil teknik *sampling* untuk menentukan siapa saja sumber informasi, teknik *sampling* sendiri bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai populasi tersebut maka penting sekali diusahakan agar individu-individu yang dimasukkan dalam sampel itu merupakan contoh yang representatif, yang benar-benar mewakili semua individu yang di dalam populasi (Hikmawati, 2019:66).

Informan dalam penelitian adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi, maka dari itu peneliti mengambil kesimpulan bahwa terdapat 3 (tiga) orang narasumber di dalam kantor Dinas Pariwisata untuk selanjutnya diperoleh hasil wawancara, kemudian peneliti juga memilih 2 (tiga) orang di objek wisata Air Terjun Gumbu Park sendiri, yang di mana dari total kelima informan ini akan mampu memberikan informasi tentang bagaimana

pihak Dinas Pariwisata meningkatkan partisipasi masyarakat untuk meningkatkan wisata air terjun tersebut.

Analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif kualitatif adalah analisis yang menggunakan tolak ukur. Analisis deskriptif kualitatif sejajar dengan penilaian karena mengarah pada predikat. Penelitian yang banyak menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah penelitian evaluasi yang bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel yang diteliti telah sesuai dengan tolak ukur yang ditentukan (Hikmawati, 2019:94).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Terkait Partisipasi Masyarakat Dalam Pengambilan Keputusan Pembangunan Air Terjun Gumbu Park

Berdasarkan hasil wawancara di atas, maka penulis menyimpulkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park, lebih didominasi oleh Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga, meskipun bukan berarti partisipasi masyarakat tidak ada. Pada dasarnya, Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga sangat mengharapkan adanya masyarakat. Terdapat dua hal yang mendasari perlunya partisipasi masyarakat, antara lain: 1) Masyarakat adalah subjek pembangunan pariwisata yang harus menjadi pelaku utama dari pariwisata itu sendiri; 2) Wilayah Kabupaten Nias Selatan sangat luas, sehingga tidak mungkin bagi Dinas Pariwisata untuk bekerja sendiri tanpa pelibatan masyarakat. Bahkan objek wisata Air Terjun Gumbu Park telah masuk dalam Peraturan Daerah (Perda) terkait pengembangan objek wisata. Pengembangan tersebut mencakup pembangunan fisik (Infrastruktur) dan pembangunan Sumber Daya Masyarakat (SDM). Masuknya Air Terjun Gumbu Park

dalam kebijakan pengembangan, menegaskan bahwa lokasi objek wisata itu sangat strategis dari akses jalan provinsi dan Kota Kabupaten, Teluk Dalam. Dan mengharapkan bahwa adanya peran aktif dari pihak desa untuk menginisiasi kebutuhan masyarakat dari dinas-dinas terkait seperti Dinas Pariwisata dan Dinas Pekerjaan Umum dalam membangun objek wisata Air Terjun Gumbu Park. Pelibatan masyarakat perlu, ada dua hal mendasari: Pertama, dengan wilayah kabupaten Nias Selatan mencakup 35 kecamatan, dan 280 desa dengan masing-masing objek wisata, akan sangat sulit bagi Dinas Pariwisata untuk bekerja, bila masyarakat tidak dilibatkan di dalamnya. Kedua, karena masyarakat adalah subjek dari pengembangan pariwisata, yang harus di dorong menjadi pelaku utama pariwisata di daerahnya masing-masing.

Sejak awal pengajuan objek wisata Air Terjun Gumbu Park untuk masuk dalam Peraturan Daerah (Perda) tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata, yang diajukan Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga. Secara prosedural pengajuan objek wisata seharusnya diajukan oleh pemerintah desa atau owner dari objek wisata tersebut atau secara *bottom up*.

Lebih lanjut Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga mengajurkan Pemerintah Desa Hilisataro yang sudah berstatus desa wisata, melakukan musyawarah untuk mengidentifikasi potensi wisata di desanya yang akan dikembangkan melalui pembangunan, misalnya objek wisata Air Terjun Gumbu Park untuk diajukan kepada Pemerintah Daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata.

Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga dalam strateginya membangun komunikasi dengan masyarakat dan Pemerintah Desa Hilisataro Nandrisa mengenai objek wisata Air Terjun Gumbu Park yang telah masuk melalui mekanisme kebijakan pengembangan pariwisata, yang mencakup pembangunan fisik dan non-

fisik. Terlebih, lokasi objek wisata ini bertempat di lokasi yang sangat strategis.

Maka dengan ada kebijakan ini, Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga mencoba mendorong Pemerintah Desa Hilisataro untuk menyampaikan kebutuhan pembangunan Air Terjun Gumbu Park kepada dinas terkait, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Dinas Pekerjaan Umum.

Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Kegiatan Pembangunan Objek Wisata Air Terjun Gumbu Park

Dari berbagai keterangan yang dihimpun dari berbagai narasumber, partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park dapat dikatakan telah dilakukan. Pelibatan masyarakat dalam pembangunan sumber daya manusia melalui Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) menjadi wadah pelatihan untuk mentransfer dan membangun pengetahuan mengenai pengelolaan pariwisata di desa Hilisataro Nandrisa.

POKDARWIS, juga bertujuan agar masyarakat bisa menjadi pemandu wisata, dan mendapatkan nilai ekonomi dari kegiatan itu. Dalam hal pemasaran pihak Dinas Pariwisata bisa mempromosikannya melalui situs resmi pemerintah. Sehingga nantinya masyarakat desa Hilisataro Nandrisa dapat berdaya sendiri dalam mendapatkan pemasukan dari kegiatan kepariwisataan ini. Dinas Pariwisata juga sudah melakukan beberapa kali survei di lokasi Air Terjun Gumbu Park, yang terakhir dilakukan pada bulan Agustus 2020, yang bertujuan untuk membangun fasilitas di tempat itu.

Dalam komitmen-nya Dinas Pariwisata siap memfasilitasi pengembangan pariwisata di samping memperhatikan kelestarian lingkungan di sekitar objek wisata Air Terjun Gumbu Park, termasuk dalam promosi objek pariwisata ini di situ resmi pemerintah.

Terbuka ruang inovasi bagi anak-anak muda untuk berperan mengembangkan objek pariwisata ini dengan inovasinya.

Selain itu, masyarakat desa Hilisataro berinisiatif melakukan gotong-royong setiap minggu atau setiap bulannya di objek wisata Air Terjun Gumbu Park. Mengingat bahwa masih belum terlaksananya pembangunan di lokasi objek wisata tersebut. Perkembangan mengenai pembangunan sejauh ini masih pada kegiatan survei dan pelatihan kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata.

Partisipasi Masyarakat Dalam Evaluasi Pembangunan Air Terjun Gumbu Park

Pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park dalam mendorong partisipasi masyarakat mengenai evaluasinya belum dapat berjalan. Hal ini dikarenakan sejumlah masalah mengenai perbedaan interpretasi yang ditemukan oleh penulis di lapangan. Masalah tersebut antara lain:

- 1) **Status Kepemilikan Lahan**
Menurut Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga, status kepemilikan lahan objek wisata Air Terjun Gumbu Park yang masih berada di lahan pribadi dan belum beralih ke tangan pemerintah daerah menjadi masalah utama. Jadi intervensi pemerintah untuk melakukan pembangunan tidak dapat dilaksanakan yang pada prinsipnya dilaksanakan untuk kepentingan umum. Karena Air Terjun Gumbu bukan milik pemerintah daerah, maka tidak dapat dilakukan intervensi dalam pembangunan objek wisata tersebut. Pemerintah Desa dalam hal ini memiliki peran untuk bermusyawarah dengan pemilik lahan, agar memindahkan status kepemilikan lahannya kepada pemerintah. Keterangan ini justru berbeda dari pendapat pihak Pemerintah Desa

Hilisataro Nandrisa yang menganggap status kepemilikan lahan sudah berada di Pemerintah Daerah Kabupaten Nias Selatan. Alasan belum terlaksananya pembangunan akibat kurangnya anggaran akibat dialihkan untuk penanganan Pandemi Covid-19 di Kabupaten Nias Selatan. Dan berharap jika pembangunan telah dilaksanakan, maka akan mendukung usaha-usaha masyarakat untuk berjualan kopi, roti, dan kue, dengan banyaknya pengunjung di objek wisata tersebut sebagai pendapatan bagi masyarakat desa.

- 2) **Alokasi Anggaran Dana Desa Untuk Pembangunan**
Komitmen Pemerintah Desa Hilisataro Nandrisa dalam pengalokasian anggaran dana desa skala kecil, belum terwujud untuk mendukung pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park.
- 3) **Belum Efektifnya Strategi Komunikasi**
Dari berbagai komunikasi baik, audiensi dan pelatihan yang dilakukan Dinas Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga mendorong partisipasi masyarakat Desa Hilisataro Nandrisa, menyoal pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park dan bagaimana posisi pemerintah daerah dalam belum berjalan dengan lancar.

Tidak efektifnya strategi komunikasi ini kemudian menghambat upaya yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata ketika turun ke lapangan. Misalnya dalam kegiatan survei yang dikonfirmasi oleh Dinas Pariwisata dan juga pihak Pemerintah Desa Hilisataro Nandrisa tetapi kedua belah pihak berbeda pandangan, Pemerintah Desa Hilisataro Nandrisa menganggap Dinas Pariwisata telah melakukan survei dengan tujuan pembangunan. Namun dari keterangan Dinas Pariwisata, kegiatan tersebut dihalangi dengan pemblokiran jalan menuju objek wisata Air Terjun Gumbu Park.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahragadalam membangun Objek Wisata Air Terjun Gumbu Park, secara keseluruhan belum cukup efektif.
2. Partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan mengenai pembangunan Air Terjun Gumbu Park masih kecil. Dari segi partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan pembangunan, telah terbentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dan upaya gotong-royong dari masyarakat desa Hilisataro Nandrisa di Air Terjun Gumbu Park. Partisipasi masyarakat dalam evaluasi pembangunan Air Terjun Gumbu Park belum berjalan karenan adanya masalah, antara lain: a) status kepemilikan lahan; 2) alokasi anggaran dana desa untuk pembangunan; 3) belum efektifnya strategi komunikasi.

Saran

- 1) Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Kepemudaan Olahraga, dapat menggunakan pendekatan yang bersifat lokal, sehingga informasi/atau pesan yang disampaikan dalam pembangunan Sumber Daya Manusia dapat lebih dimengerti dan lebih diterima oleh masyarakat.
- 2) Dalam hal penyelesaian status kepemilikan lahan objek wisata Air Terjun Gumbu Park, Dinas Pariwisata dapat terus berkoordinasi dengan Pemerintah Desa untuk mendorong adanya musyawarah bersama untuk menuntaskan status kepemilikan lahan tersebut, dan dapat juga melibatkan Dinas Pertanahan terkait hal ini.
- 3) Dalam hal dalam hal alokasi anggaran desa, Pemerintah Desa Hilisataro Nandira dapat memanfaatkannya walau pun dalam skala kecil untuk

mendukung percepatan pembangunan objek wisata Air Terjun Gumbu Park.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra
- Aditya Bakti. Bandung.
- Mardikanto, Totok & Soebiarto, Poerwoko. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta. Bandung.
- Ardial, 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Hikmawati Fenti. 2019. *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo. Jakarta.

Jurnal

- Perwirawati, Elok. Peran Publik Relation Dinas Kebudayaan Pariwisata Dan Kepemudaan Olahraga Dalam Meningkatkan Pelayanan Pariwisata Olahraga Dalam Meningkatkan Pelayanan Pariwisata Pantai Sorake Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 05, No. 02 (Desember 2020): 158-166