

STRATEGI KOMUNIKASI KEPALA DESA DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA AIR TERJUN AEK MARTOLU DI RAMPA KECAMATAN SITAHUIS TAPANULI TENGAH

Oleh:

Rasli B P Manalu ¹⁾

Besti Rohana Simbolon ²⁾

Shabrina Harumi Pinem ³⁾

Universitas Darma Agung ^{1,2,3)}

E-mail:

raslymanalu26@gmail.com ¹⁾

rohanasimbolon@gmail.com ²⁾

shabrinaharumi@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

The aim of the study was to find out the Communication Strategy of the Village Head in Developing the Tourism Potential of Aek Martolu Waterfall in Rampa, Sitahuis Tapanuli Tengah District and to find out the supporting and inhibiting factors in developing tourism potential. This study used a qualitative method, the informants in this study consisted of village heads, village officials, communities and visitors. The data used are primary and secondary data. The data collection was carried out by interviews, observation and documentation. The results of the study show that parties related to the development of Aek Martolu Waterfall tourism have carried out a communication strategy by using personal social media as online marketing, communicating directly and working closely with North Sumatra travellers. Local community support through active participation and public awareness of the importance of Aek Martolu Waterfall tourism in helping the economy. However, there are inhibiting factors such as limited budget for infrastructure improvements and conflicts with the community regarding location permits, making it difficult for the village head in further development and improvement.

Keywords: *Communication Strategy, Tourism Development, Village Head*

ABSTRAK

Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui Strategi Komunikasi Kepala Desa Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Air Terjun Aek Martolu Di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan potensi wisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Informan dalam penelitian ini terdiri dari Kepala Desa, Aparat Desa, Masyarakat dan pengunjung. Pada data yang digunakan ialah data primer dan sekunder. Pada pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak-pihak terkait perkembangan wisata Air Terjun Aek Martolu telah melakukan strategi komunikasi dengan menggunakan media sosial pribadi sebagai *online marketing*, melakukan komunikasi langsung dan bekerja sama dengan *treveller* Sumatera Utara. Dukungan masyarakat setempat melalui partisipasi aktif dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya wisata Air Terjun Aek Martolu dalam membantu perekonomian. Namun terdapat faktor penghambat seperti keterbatasan anggaran untuk perbaikan insfastruktur dan adanya konflik terhadap masyarakat terkait ijin lokasi sehingga menyulitkan kepala desa dalam pengembangan dan perbaikan lebih lanjut.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Pengembangan Wisata, Kepala Desa*

1. PENDAHULUAN

Tapanuli tengah adalah kabupaten di Provinsi Sumatera Utara yang dikenal dengan Negeri Sejuta Pesona. Tapanuli Tengah terletak di pesisir Pantai Barat Pulau Sumatera. Selain itu kabutapen ini dikenal dengan keindahan alamnya seperti Pulau-Pulau kecil dan pantai yang indah sehingga sering dikunjungi oleh masyarakat dalam maupun luar, serta Air Terjun yang tidak kalah menariknya untuk dikunjungi.

Air Terjun Aek Martolu yang terletak di Desa Rampa, Kecamatan Sitahuis Kabupaten Tapanuli Tengah yang dikelola oleh Pemerintah Desa dengan aliran Dana Desa Tahun 2017-2018 dan diresminakan pada tahun 2018. Sekitar 20 menit dari Kota Sibolga dan melewati jalan berkelok kelok yang menjadi ciri khas perjalanan menuju kota sibolga. Akses menuju objek wisata Air Terjun Aek Martolu ada dua yaitu, perjalanan dari Jalan Rampa Poriaha yang merupakan jalan baru pada tahun 2020, dalam mencegah longsor digunakan geotekstil berwarna hijau sehingga dikenal dengan tebing hijau dan menjadi *spot* foto bagi yang melaluinya. Kemudian akses yang kedua Jalan Sibolga Tarutung sepanjang perjalanan wisatawan di suguhi pemandangan Laut dan kota sibolga serta melewati terowongan yang dikenal dengan sebutan Batu Lobang. Air Terjun Aek Martolu memiliki bentuk yang unik, terdiri dari tiga tingkatan yang dikelilingi pepohonan hijau sehingga menciptakan udara sejuk, serta air yang sangat jernih sehingga wisatawan dapat berenang dan melihat ikan air tawar secara dekat.

Aek Martolu memiliki potensi yang sangat besar karena letaknya yang strategis dan memudahkan wisatawan berkunjung.

Adapun beberapa masalah dari pengamatan peneliti antara lain, pembangunan infrastruktur yang belum sepenuhnya selesai dan perlunya pembatas jalan menuju puncak Air Terjun untuk menunjang keselamatan pengunjung, serta kurangnya promosi kepala desa dalam

mengenalkan Wisata Air Terjun Aek Martolu di masyarakat luas. Dari permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui strategi komunikasi kepala desa dalam mengembangkan potensi wisata di air terjun Aek Martolu sehingga menarik untuk dikunjungi.

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana strategi komunikasi Kepala Desa dalam mengembangkan potensi wisata Air Terjun Aek Martolu di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi Kepala Desa dalam mengembangkan potensi wisata air terjun Aek Martolu ?

Tujuan

1. Untuk mengetahui Strategi komunikasi Kepala Desa dalam mengembangkan potensi wisata di Air Terjun Aek Martolu Desa Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat strategi komunikasi kepala desa dalam mengembangkan potensi objek wisata air terjun Aek Martolu.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Strategi

George Stainner dan Jhon Minner dalam Munarika (2018:15) berpendapat bahwa strategi mengacu pada penempatan misi dan sasaran organisasi dengan mempertimbangkan kekuatan eksternal. Ini melibatkan perumusan kebijakan kebijakan tertentu untuk mencapai tujuan dan memastikan implementasinya, sehingga tujuan utama organisasi tercapai. Dari segi etimologi strategi berasal dari kata Yunani *strategos* merujuk pada hal militer dan kepemimpinan.

Henry Mintzberg mengemukakan yang dikutip Liliweri (2011), menyatakan bahwa istilah strategi digunakan dengan

beberapa cara yang berbeda, tetapi pada umumnya memiliki empat makna :

- a) Strategi adalah sebuah rencana tentang bagaimana mencapai tujuan dari titik A ke titik B.
- b) Strategi adalah pola tindakan yang berbentuk dari waktu ke waktu.
- c) Strategi adalah posisi yang mencerminkan keputusan untuk menawarkan produk atau layanan.
- d) Strategi adalah posisi perspektif yang terkait dengan visi dan arah yang diinginkan.

b. Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berkaitan dengan dua makna lainnya, "communion" atau "community" yang berasal dari bahasa Latin "communicare" yang berarti membuat sesuatu menjadi bersama-sama atau membagi, yang artinya diperluas menjadi komunikasi adalah tindakan mengalihkan pesan dari sumber ke penerima melalui saluran meskipun ada gangguan. Definisi ini dapat lebih lanjut diperluas menjadi transmisi pesan yang bertujuan untuk mengubah makna tertentu. Konsep berkomunikasi juga berakar dari kata "common" yang berarti berbagi, menukar, mengirimkan, berbicara, isyarat, menulis, menggunakan, dan menghubungkan. (Liliweri, 2011:31).

c. Strategi komunikasi

Strategi komunikasi adalah rangkaian perencanaan, taktik, dan metode yang digunakan oleh sebuah kelompok atau organisasi untuk mengatur komunikasi dengan mempertimbangkan semua elemen dalam proses komunikasi, dengan tujuan mencapai hasil yang diharapkan (Arni, 2014).

d. Indikator Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi juga memperhitungkan kondisi dan situasi audiensnya. Langkah-langkah untuk mengenali audiens dan target (Suprpto, 2011:8).

1. Memahami Khalayak
Memahami khalayak adalah langkah pertama yang penting bagi

komunikato untuk mencapai efektivitas dalam komunikasi. Khalayak tidak hanya penerima pasif melainkan memiliki peran aktif, ini menciptakan interaksi saling memengaruhi antara komunikator dan khalayak, serta membutuhkan kesamaan kepentingan.

2. Merangkai pesan
Dalam strategi komunikasi, merangkai pesan berarti memilih materi yang disampaikan mempengaruhi audiens.
3. Menentukan Pendekatan
Dalam komunikasi pendekatan penyaluran pesan terdiri dari dua aspek, yaitu metode pelaksanaan dan isi pesan.
4. Penggunaan media
Media digunakan sebagai alat untuk menyampaikan ide dan mempengaruhi masyarakat.
5. Tantangan
Ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, sering muncul hambatan yang mengakibatkan efektivitas penyampaian pesan terganggu.

e. Pariwisata

Parawisata adalah serangkaian perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang, mengunjungi berbagai tempat dari satu lokasi ke lokasi lain, dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "tour" (Novi, 2021)

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi pengamatan, wawancara, dan dokumentasi.

Metode penelitian kualitatif sering disebut *naturalistic* karena dilakukan dalam kondisi alamiah, yaitu obyek yang berkembang secara alami tanpa campur tangan manipulatif dari peneliti. Sugiyono (2019:17)

Subyek Penelitian

Subyek penelitian atau informan adalah individu yang memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi

latar penelitian. Partisipasi informan dalam penelitian bersifat sukarela, meskipun bisa juga bersifat informal.

Teknik sampel dalam penelitian ini ialah *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sugiyono (2017:95-96)

Dalam penelitian yang menjadi informan adalah orang-orang yang dianggap memahami dan mengetahui tentang objek penelitian. Adapun informan antara lain ialah Kepala Desa Rampa, aparat desa, tamu/wisatawan yang ada disekitar tempat penelitian, masyarakat yang berdampak akan adanya objek wisata.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono:2017). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Observasi
Observasi merupakan pengamatan / langsung ketempat penelitian dan pengambilan data atau informasi terhadap aspek aspek yang berkaitan langsung maupun tidak langsung terhadap potensi pengembangan objek wisata.
- 2) Wawancara
Wawancara dilakukan dengan Kepala Desa ,aparat desa, masyarakat yang berdampak dengan adanya objek wisata bertujuan untuk menemukan permasalahan secara terbuka terhadap pendapat dan idenya.
- 3) Dokumentasi
Teknik pengumpulan data informasi mengenai hal hal berupa buku, foto atau gambar, catatan, surat kabar, transkrip, majalah, agenda yang berkaitan dengan objek penelitian.

Teknik Analisi Data

Dalam penelitian ini digunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Saat melakukan wawancara , peneliti

menganalisis jawaban yang diperoleh. Jika jawaban tersebut dirasa belum memuaskan , peneliti akan mengajukan pertanyaan tambahan dan berulang.

- a. Data *collection* (pengumpulan data)
Pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketinganya (triangulasi).
- b. Data *reduction* (reduce data)
Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara rinci.
- c. Data *display* (penyajian data)
Sajian data merupakan suatu rakitan organisasi informasi, gambaran dalam bentuk narasi lengkap yang untuk selanjutnya memungkinkan simpulan.
- d. Penarikan kesimpulan
Penarikan simpulan merupakan komponen analisis yang memberikan penjelasan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah. Simpulan yang diperoleh dari penyajian data bersifat sementara sebab masih terus berkembang sejalan dengan penemuan data baru. Hal ini penting untuk mendapatkan simpulan akhir.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan obseversi yang dilakukan terhadap 10 (sepuluh) orang informan, berikut strategi komunikasi Kepala Desa dalam mengembangkan potensi wisata Air Terjun Aek Martolu di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah yang digunakan para informan serta faktor pendukung dan penghambat perkembangan Air terjun Aek Martolu.

Desa Rampa

Desa Rampa merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sitahuis terdiri dari lima desa dan satu kelurahan dengan kode pos 22611. Desa Rampa memiliki luas wilayah 6,42 km² dengan jumlah penduduk 848 jiwa dan terdiri dari tiga dusun, yaitu dusun satu Rampa, dusun dua Aek Maranti, dan dusun tiga Lobunetek.

1. Strategi komunikasi kepala desa dalam mengembnagkan potensi wisata air

terjun Aek Martolu di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah Mengembangkan potensi wisata merupakan sebuah proses untuk meningkatkan dan memaksimalkan serta memperluas potensi pariwisata suatu destinasi.

a. Strategi komunikasi kepala desa dalam mengenal khalayak

Mengenal khalayak adalah langkah awal komunikator dalam mencapai komunikasi yang efektif.

Sebagai komunikator, kepala desa mencoba untuk mengenal siapa khalayak yang akan dihadapi. Khalayak kepala desa adalah masyarakat desa Rampa dan calon wisatawan dapat lebih memahami kebutuhannya. Kepala Desa Rampa melakukan diskusi dengan melibatkan pemuda-pemudi dan tokoh masyarakat dalam mengambil keputusan dan menjelaskan keuntungan apa saja yang didapat oleh masyarakat apabila air terjun ini dikembangkan.

Dengan adanya objek wisata air terjun Aek Martolu dapat menambah lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa Rampa.

b. Strategi komunikasi kepala desa dalam menyusun pesan

Pesan yang ingin disampaikan Kepala Desa Rampa dikemas dalam bentuk yang menarik dan cukup sederhana sehingga mudah dimengerti dan juga jelas. Dengan melibatkan masyarakat dapat membantu berinteraksi terhadap calon pengunjung dan menceritakan hal menarik dari wisata air terjun aek maertolu.

c. Strategi komunikasi kepala desa dalam menyampaikan pesan

Kepala desa melakukan sosialisasi terhadap masyarakat untuk memberi wewenang memberi masukan terhadap pengembangan potensi wisata air terjun aek martolu dan memberi tanggung jawab kepada masyarakat dalam menjaga keamanan dan kenyamanan pengunjung secara berulang-ulang agar masyarakat tidak lupa dengan tanggung jawab itu.

Strategi yang digunakan dalam menyampaikan kepada wisatawan adalah menyampaikan informasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dengan secara langsung dan tidak langsung.

d. Strategi komunikasi kepala desa dalam memilih saluran komunikasi

Media komunikasi yang digunakan adalah media langsung dan tidak langsung. Media komunikasi langsung adalah dua orang yang saling berkomunikasi secara langsung *face to face*. Dalam hal ini calon wisatawan diajak secara langsung oleh kepala desa maupun masyarakat untuk mengunjungi aek martolu.

Media tidak langsung yang digunakan antara lain ialah media sosial, dalam hal ini kepala desa menggunakan akun *facebook* pribadinya untuk membagikan foto dan video untuk dilihat masyarakat luas. Serta membuat petunjuk lokasi di aplikasi maps agar wisatawan lebih mudah mencari lokasinya serta membuat mural dengan tulisan "WELCOME TO AEK MARTOLU" tepat di gerbang masuk objek wisata air terjun aek martolu dan cara penyampaian pesan yang dilakukan masih sangat minim.

e. Hambatan

Selain itu kurangnya promosi yang dilakukan sehingga masih banyak masyarakat yang bertanya-tanya keberadaan air terjun aek martolu, situs website nya tidak ada, akun media sosial tidak ada, dan baliho atau petunjuk untuk menunjukkan lokasi air terjun aek martolu.

2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi kepala desa dalam mengembangkan potensi wisata air terjun Aek Martolu di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah

Dukungan masyarakat setempat melalui partisipasi aktif dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya wisata air terjun ini, pengembangan dapat berjalan lebih lancar dan berkesenambungan. Dukungan dalam hal memelihara lingkungan, membantu promosi, dan menjaga keamanan serta kebersihan lokasi wisata sangat berarti

bagi kesuksesan pengembangan air terjun aek martolu. Namun, terdapat faktor faktor penghambat seperti keterbatasan anggaran untuk pembangunan perbaikan infrastruktur dan adanya konflik dengan masyarakat yang merasa memiliki hak atas lokasi wisata meskipun sebelumnya telah ada kesepakatan yang tidak tertulis, masyarakat tersebut kini mengajukan klaim kembali atas haknya yang menyulitkan kepala desa dalam proses pengembangan dan perbaikan lebih lanjut.

5. SIMPULAN

1. Strategi komunikasi kepala desa dalam mengembangkan potensi wisata Air Terjun Aek Martolu di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah dengan memanfaatkan media sosial probadi (*Online marketing*) seperti *facebook* dan bekerja sama dengan masyarakat dan *treveller* dalam mempromosikan air terjun Aek Martolu.
2. Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi kepala desa dalam mengembangkan potensi wisata Air Terjun Aek Martolu di Rampa Kecamatan Sitahuis Tapanuli Tengah Dukungan masyarakat setempat melalui partisipasi aktif dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya wisata air terjun ini, pengembangan dapat berjalan lebih lancar dan berkesenambungan. Dukungan dalam hal memelihara lingkungan, membantu promosi, dan menjaga keamanan serta kebersihan lokasi wisata sangat berarti bagi kesuksesan pengembangan air terjun aek martolu. Namun, terdapat faktor faktor penghambat seperti keterbatasan anggaran untuk pembangunan perbaikan infrastruktur dan adanya konflik dengan masyarakat yang merasa memiliki hak atas lokasi wisata meskipun sebelumnya telah ada kesepakatan yang tidak tertulis, masyarakat tersebut kini mengajukan klaim kembali atas haknya yang menyulitkan kepala desa dalam proses pengembangan dan perbaikan lebih lanjut.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ahmad Sultra Rustan dan Nurhakki Hakki, 2017, Pengantar Ilmu komunikasi , Yogyakarta: Deepublish
- Liliweri, Alo, 2011, Serba ada serba makna, Jakarta : Kencana prenatal media group
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2019, Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D: Bandung Alfabeta
- Suprpto, Tommy, 2011, Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi : CAPS (*Center For Academic Publishing Service*)

Jurnal

- Christian, Albert Januar, (2020), Strategi Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Guna Penguatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Yang Terdampak Pandemi Coronavirus Disease (Covid-19).- Elibrary Unikom
- Munarika,Nia (2018), Strategi Dalam Meningkatkan kepuasan Anggota Penabung Dengan Akad Wadi'Ah di Kantor Pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulunggalung
- Sitepu, E., & Sabrin, S. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Message: Jurnal Komunikasi*, 9(1),28-44.