

**STRATEGI KOMUNIKASI DINAS PARIWISATA DALAM
PENGEMBANGAN DANAU MATANO SEBAGAI DESTINASI WISATA
DI KECAMATAN NUHA KABUPATEN LUWU TIMUR**

***THE COMMUNICATION STRATEGY OF THE TOURISM OFFICE IN
DEVELOPING LAKE MATANO AS A TOURIST DESTINATION IN NUHA
DISTRICT EAST LUWU REGENCY***

Oleh Nirvana

nirpaaa18@gmail.com

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Ahdan.S

ahdan.s@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin

andimuttaqin@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the Communication Strategy of the Tourism Office and the Concept of Tourism Destination Development. This study used a qualitative descriptive method, with five (5) informants in this study. The data collection technique was through observation, interviews and documentation. The results of this study indicate that the communication strategy carried out by the Tourism Office in the development of Lake Matano is to inform the public through social media or directly to the community to be involved in the development of Lake Matano. The concept of developing Lake Matano is to make Lake Matano a geogical park or geo park because Lake Matano is the deepest lake in Southeast Asia.

Keyword : Communication strategy, Development, Tourism, Matano Lake

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Konsep Pengembangan destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan informan dalam penelitian ini sebanyak lima (5) orang, Teknik pengumpulan data melalui observasi wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano yaitu dengan menginformasikan kepada masyarakat melalui media sosial maupun mengajak langsung masyarakat agar ikut terlibat dalam pengembangan Danau Matano. Adapun konsep pengembangan Danau Matano yaitu dengan menjadikan Danau Matano sebagai taman geologi atau geo park sebab Danau Matano merupakan danau terdalam di Asia Tenggara.

Kata kunci : Strategi komunikasi, Pengembangan, Pariwisata, Danau Matano

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan adalah pengembangan pariwisata yang berkontribusi tinggi terhadap ekonomi masyarakat setempat, dengan kata lain pengembangan tersebut hendaknya dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan tetap mempertahankan kelestariannya. Pentingnya pengembangan pariwisata merupakan suatu alasan utama pengembangan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, baik secara lokal, regional, atau ruang lingkup nasional pada suatu negara tersebut

Luwu Timur sangat terkenal akan kekayaan alam nikelnya dan berbagai keindahan alamnya salah satunya yaitu destinasi Danau Matano. Danau Matano secara langsung di Kelola oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Luwu Timur. Matano atau yang dikenal sebagai Danau Matano terletak di Kecamatan Nuha, Kabupaten Luwu Timur, Sulawesi Selatan, tepatnya berada di Kota Sorowako, berseblahan dengan Danau Towuti dan Danau Mahalona. Danau Matano merupakan danau terdalam di Indonesia, bahkan di Asia Tenggara dan berada di urutan ke-8 dunia dengan kedalaman 590 meter.

Eksistensi pariwisata, suasana hati seseorang dapat berganti menjadi lebih baik serta dapat menambah wawasan kita tentang wisata yang ada dan juga kecintaan kita terhadap alam. Dari penjelasan definisinya dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kebutuhan bagi manusia untuk menjaga kesehatan jiwanya. Berdasarkan latar belakang tersebut menjadi alasan peneliti untuk meneliti tentang **”Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano sebagai Destinasi Wisata di Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano sebagai destinasi wisata di Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur?
2. Bagaimana Konsep Pengembangan destinasi wisata Danau Matano di Kabupaten Luwu Timur?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano sebagai destinasi wisata di Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur.
2. Untuk mengetahui Konsep Pengembangan destinasi wisata Danau Matano di Kabupaten Luwu Timur

Pengertian Strategi

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara actual dalam bisnis, Jhon A. Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.

Strategi merupakan sejumlah Tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulannya yang ada saat ini.

Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi jika dimaknai secara definisi menurut para ahli tentunya sudah banyak tetapi dalam praktiknya strategi tersebut tidaklah sederhana sebagaimana yang banyak didefinisikan melalui pengertian-pengertian tertulis. Dari sejumlah praktik-praktik komunikasi yang selama ini berkembang dan dilakukan oleh para pelaku komunikasi, sebenarnya dapat dianalisis sejumlah strategi-strategi nyata yang dapat dipelajari secara pragmatis. Sebagai contoh upaya pembuktian atas sejumlah kebenaran maupun kesalahan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari antara yang direncanakan dengan realita bisa dilakukan. Itulah salah satu gambaran dari sebuah strategi komunikasi yang dilakukan secara individu maupun kelompok.

Pada dasarnya baik maknanya kiasan maupun makna-makna praktis sebuah rencana yang dilaksanakan dengan baik dalam konteks kehidupan individu manusia secara umum dapat dipandang sebagai sebuah strategi komunikasi. Kenapa demikian? Mengingat makna kata dari “komunikasi” sudah tentu individu tersebut melakukan proses komunikasi dengan lingkungannya, dengan individunya, dan dengan cara-cara dan instrumen atau pendukung lainnya. Inilah yang dibutuhkan seorang untuk melakukan proses komunikasi. Maka dari “strategi” adalah cara-cara aktivitas, interaksi, kegiatan-kegiatan, dan arah serta jalan yang ditempuh agar tujuan-tujuan dan maksud seseorang ini dapat tercapai.

Dinas Pariwisata

Salah satu Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Luwu Timur yaitu melaksanakan urusan pemerintahan dan pariwisata berdasarkan asas otonomi daerahnya. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan atau yang disingkat Disparbud ini memiliki Tugas pokok yaitu sebagai pelaksana urusan pemerintah daerah pada bidang pariwisata dan pelestarian budaya di wilayah kerjanya. Fungsi Disparbud adalah merumuskan kebijakan bidang pariwisata, kesenian, kebudayaan dan perfilman, penyelenggara pariwisata dan kebudayaan, pembinaan dan pembimbingan pada pelaku

pariwisata dan budaya di wilayah kerjanya, koordinator UPTD, hingga pelaporan dan koordinasi urusan pariwisata dan budaya.

Destinasi Wisata

Destinasi wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar wisatawan asing maupun wisatawan lokal mau datang dan berkunjung ke tempat tersebut. Hal inilah yang harus menjadi motivasi bagi kita semua untuk memperkenalkan kepada publik setiap titik daerah asal kita yang memiliki keindahan alam meliputi keindahan alam meliputi pemandangan, gunung, pantai, air terjun, flora, fauna dan segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai destinasi wisata untuk semua kalangan.

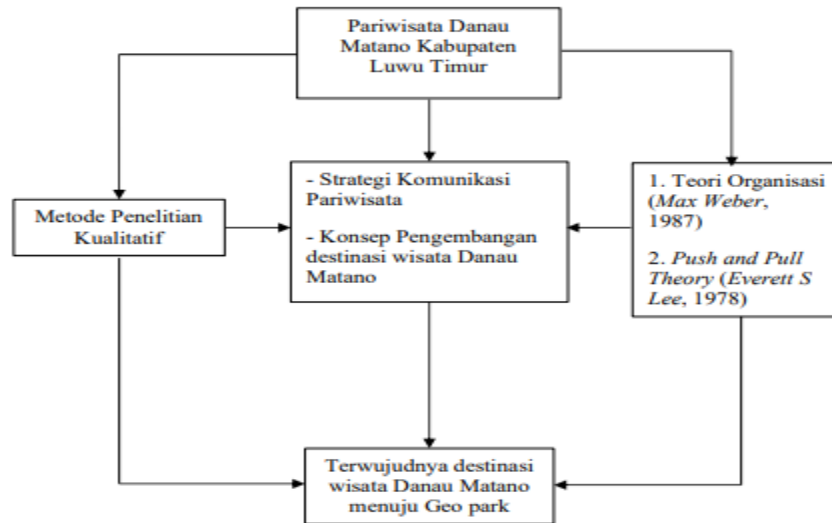
Di zaman sekarang teknologi semakin berkembang sehingga setiap informasi dapat diakses dan dipublikasikan dalam waktu singkat. Maka dari itu kita di tuntut agar dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan sebaikbaiknya untuk hal yang bermanfaat, salah satunya dengan mempublikasikan semua keindahan alam yang berada disekitar kita. Berbicara tentang destinasi wisata pasti berkaitan erat dengan peningkatan sumber daya alam dan peningkatan ekonomi suatu daerah atau negara. Keseimbangan antara ekonomi dan ekologi merupakan prinsip dasar dalam pengelolaan tempattempat wisata sehingga manfaat pembangunan berkelanjutan juga menjadi hal nyata yang dirasakan oleh semua orang

Penelitian Yang Relevan

Adapun beberapa hasil penelitian yang penulis anggap mempunyai relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan antara lain:

No.	Nama Peneliti	Tahun	Judul	Hasil Penelitian	
				Persamaan	Perbedaan
1.	Veni Fitra Meilisa	2018	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, dan Kebudayaan Kabupaten Indragiri Hilir dalam menarik minat pengunjung objek wisata Pantai Solop	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Penelitian ini membahas tentang Strategi Komunikasi yang berfokus untuk menarik minat pelanggan, sedangkan Peneliti yaitu Strategi Komunikasi dalam Pengembangan destinasi.
2.	Angel Purwanti	2020	Penataan objek wisata sebagai Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam	Penelitian ini sama-sama membahas objek Pengembangan destinasi wisata	Penelitian ini mencakup semua jenis destinasi wisata, sedangkan Peneliti berfokus pada objek wisata Danau Matano.

Alur Pikir



Tipe Penelitian

Tipe Penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif. Deskriptif Kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk membedakan suatu fenomena dilapangan. Metode Deskriptif Kualitatif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa penelitian. Deskriptif yaitu penelitian yang memasukkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 2 (dua) bulan mulai April sampai Mei 2022, Adapun Lokasi Penelitian yaitu Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Luwu Timur dan destinasi wisata Danau Matano Kecamatan Nuha.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano sebagai destinasi wisata di Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur menggunakan dua strategi komunikasi yaitu yang pertama, dengan cara mempublikasikan dan menginformasikan kepada masyarakat atau wisatawan melalui media sosial. Sejak awal diciptakan, media sosial diperuntukkan sebagai wadah bagi para pengguna agar dapat dengan mudah berbagi, bertukar informasi dan ide.

Komunikasi merupakan suatu gejala yang kompleks dan oleh sebab itu, setiap individu yang mengamati gejala komunikasi memiliki pendekatan yang berbeda-beda. Komunikasi adalah proses dimana saling berbagi informasi, gagasan antar individu. Dalam hal ini salah satu peran Dinas pariwisata Kabupaten Luwu Timur dalam mengembangkan objek wisata adalah stake holder, dalam hal ini mengatur dan mengkonsepsikan dari suatu kegiatan yang akan dilaksanakan dengan cara mengembangkan potensi objek wisata dengan

bekerjasama dengan investor untuk meningkatkan sarana dan prasarana, serta membangun potensi wisata dan mempromosikan pariwisata. Sarana dan prasarana memiliki peran yang cukup penting dalam pengembangan objek wisata dan dapat menarik para pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut.

Adapun Teori Organisasi yang digunakan peneliti untuk melihat hasil dari penelitian ini bahwa Dinas Pariwisata ingin mencapai tujuan bersama dalam Pengembangan Danau Matano dengan menggunakan dua strategi komunikasi yaitu dengan memanfaatkan media sosial sebagai media untuk menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi langsung yang bertujuan untuk mengajak dan menstimulasi masyarakat, investor dan perusahaan untuk ikut terlibat dalam pengembangan destinasi wisata danau matano. Organisasi memungkinkan orang untuk mencapai suatu tujuan yang biasanya penting secara pribadi, dan yang paling umum dan jelas adalah untuk memperoleh penghasilan, seperti tujuan untuk mengembangkan Danau Matano yaitu untuk menjadikan wisata Danau Matano menjadi lebih indah dan menarik dan juga untuk menginformasikan bahwa danau matano adalah danau purba, sehingga 54 hasilnya akan membuat wisatawan ingin berkunjung ke wisata Danau Matano.

2. Konsep Pengembangan Destinasi Wisata Danau Matano di Kabupaten Luwu Timur

Adapun konsep dalam pengembangan destinasi wisata Danau Matano seperti hasil yang peneliti dapatkan melalui observasi langsung dan analisis data bahwa Konsep yang digunakan Dinas Pariwisata yaitu dengan menjadikan Danau Matano sebagai taman geologi atau geo park dan akan diusung untuk masuk di UNESCO karena Danau Matano dijuluki sebagai danau terdalam tektonik nomor satu di Asia tenggara dan memiliki kriteria mendukung serta memiliki banyak wisata pantai maupun wisata budaya juga keanekaragaman hayati yang mendukung Danau Matano sebagai *geo park*

Hasil penelitian menggunakan Teori Pendorong dan Penarik (Push and Pull Theory) yaitu dengan adanya faktor pendorong dan penarik dalam konsep pengembangan Danau Matano akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung atau berwisata ke Danau Matano. Dalam berwisata masyarakat akan didasari dengan faktor pendorong dan penarik begitu juga yang terjadi dalam mengunjungi destinasi wisata atau tempat yang bersejarah. Faktor pendorong dan penarik yang mempengaruhi wisatawan yaitu karena adanya atraksi yang dilakukan disekitar Danau Matano seperti menjelajahi pesisir Danau Matano dengan speed boat, mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam event-event yang diselenggarakan, memperbanyak iklan atau brosur terkait danau matano, menyiapkan objek wisata yang sesuai dengan minat wisatawan dan melakukan digital marketing. Komponen-komponen itulah yang menjadi pendorong dan penarik wisatawan dalam berwisata

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian obsevasi yang peneliti dapatkan untuk mengetahui bahwa Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano sebagai destinasi wisata di Kecamatan Nuha Kabupaten Luwu Timur, dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Danau Matano yaitu dengan cara menginformasikan kepada masyarakat melalui media sosial bahwa Danau Matano merupakan danau yang bersejarah dan tempat wisata yang sangat menarik karena dananya yang merupakan danau terdalam di Asia tenggara atau danau terdalam ke delapan (8) di dunia, dan menstimulasi masyarakat, investor maupun perusahaan melalui pendekatan langsung agar ikut terlibat dalam pengembangan Danau Matano dan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata.
2. Konsep Pengembangan Danau Matano yaitu dengan menjadikan Danau Matano sebagai taman geologi atau geo park dan akan dimasukkan kedalam UNESCO. Danau Matano memiliki kriteria yang sangat mendukung untuk dijadikan sebagai taman geologi. Kriteria yang dimiliki Danau Matano yaitu potensi pariwisata seperti keberadaan ikan endemic, pantai ide, pantai kupu-kupu, pantai salonsa, pantai malino, sumber mata air danau, pulau kembar, gua darat dan bawah air, kejernihan air danau, lokasi yang mudah dijangkau, dan memiliki keanekaragaman hayati dan keberagaman budaya. Terkait fasilitas, akomodasi, sarana dan prasarana masih kurang memadai dan pemanfaatan potensi wisata alam yang belum optimal.

Referensi

- Albi & Johan, 2018 : 8. Metodologi Penelitian Kualitatif. Sukabumi : CV Jejak, 2018.
- Arifin Anwar. 2005. Strategi Komunikasi. Armico Bandung : Universitas Hasanuddin.
- Bungin Burhan, 2015. Komunikasi Pariwisata. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Cangara Hafid, 2014. Perencana dan Strategi Komunikasi. Jakarta.
- Eliya Geni. 2005. Kamus Pariwisata. Jakarta : Citra Harta Prima.
- Hadinoto, Kusudianto. 2003. Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Perdana Media.
- Majid, Abdul. Rayudaswati Budi. 2013. Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia. Yogyakarta : Lentika.book.
- Marpaung, Happy. 2010. Pengetahuan Kepariwisata. Jawa Barat : Alfabeta.
- Morissan. 2013. Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Jakarta : Prenadamedia Group.

Pendit, Nyoman Suwandi. 2000. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta : Nv. Sapdodadi.

Sarmanu. 2017. Dasar Meteologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & Statistika. Jawa Timur : Airlangga University Press