

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan komunikasi dalam bidang pariwisata sangat penting, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peranan komunikasi, baik dalam bentuk komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Komunikasi dalam dunia pariwisata diperlukan untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan aksesibilitas, mengkomunikasikan destinasi dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh *stakeholder* termasuk membentuk kelembagaan pariwisata.

Pariwisata adalah seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan berupa perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggal ke suatu atau beberapa daerah tujuan. Salah wujud pariwisata adalah dengan berkunjung ke desa wisata, yaitu desa dengan segala bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam satu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993).

Sektor pariwisata saat ini sedang berkembang pesat. Ada berbagai konsep objek wisata yang dikembangkan, mulai yang *artificial*, wisata alam, budaya, dan salah satu yang terus berkembang adalah objek wisata berbasis kearifan lokal. Konsep pariwisata ini menjadi bahan promosi wisata yang dijual kepada masyarakat sebagai daya tarik objek wisata. Kearifan lokal memiliki daya tarik tersendiri, karena yang di tawarkan adalah pengalaman menikmati keunikan dan kekhasan dari asal daerah pariwisatanya.

Seperti yang dilakukan oleh Kawasan *Geoculture Treck* Lembang yang mengangkat bagian dari nilai-nilai kearifan lokal sebagai bagian dari daya tarik pariwisata. Kawasan ini dikembangkan oleh komunikasi pecinta budaya Lembang dengan menampilkan seni budaya yang ada dalam naungan Lembaga dan Kabuyutan, seperti calung, karinding, silat, musik kontemporer, seni patung, dan

lainnya. Para wisatawan yang berkunjung dapat menikmati dan merasakan pergelaran budaya yang diselenggarakan (Aat Ruchiat dkk, 2017).

Berita-berita di media massa atau media sosial sudah mulai menunjukkan keinginan masyarakat baik dalam negeri maupun luar negeri untuk berkunjung ke objek wisata minat khusus, seperti agrowisata, ekowisata, yang mengangkat kearifan lokal. Ini dikuatkan dengan pernyataan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahudin Uno bahwa perkembangan ekowisata menari minat masyarakat, terutama karena adanya pergeseran dari pariwisata massal ke pariwisata minat khusus (Twitter @Sandiuno, 2021).

Berdasarkan Radmila yang dikutip oleh Kriyantono (2014: 345), kearifan lokal merupakan pemikiran atau ide setempat yang mengandung nilai-nilai bijaksana, kearifan, kebaikan, yang terinternalisasi secara turun temurun sehingga diikuti oleh anggota masyarakatnya. Istilah kearifan lokal berarti kemampuan kebudayaan setempat dalam menghadapi pengaruh kebudayaan asing pada waktu kedua kebudayaan itu berhubungan. *Local* berarti setempat dan *wisdom* sama dengan kebijaksanaan. Jadi *local wisdom* merupakan gagasan-gagasan, nilai-nilai-nilai, pandangan-pandangan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya (Rosidi dalam Kriyantono, 2014: 346).

Kearifan lokal itu berkaitan dengan budaya lokal yang terwakili dalam cara hidup masyarakat lokal, khususnya terkait dengan pengetahuan lokal. Budaya lokal bersifat otentik dan asli, hal ini mengacu pada budaya yang berakar pada wilayah yang relatif kecil di mana masyarakat berinteraksi satu sama lain setiap hari. Fokusnya adalah pada aspek rutin, kebiasaan, dan berulang dari budaya sehari-hari—ritual, simbol, dan ritus yang menyatukan orang-orang dengan tempat dan kesamaan sejarah—yang bertahan sepanjang waktu. Selain itu, kearifan lokal juga memberikan peluang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan cita-cita tersebut tanpa mengorbankan norma-norma sosial yang mampu beradaptasi terhadap perubahan keadaan dan lingkungan sekitar (Romarina, 2016).

Objek wisata yang dikembangkan dengan memperhatikan kearifan lokal merupakan alternatif yang dapat mendorong daerah untuk lebih kreatif dan mandiri.

Dimana, daerah memiliki produk-produk yang mencerminkan budayanya masing-masing. Hal ini merupakan potensi yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata berbasis kearifan lokal yang dengan kemajuan teknologi informasi sehingga memiliki keunikan atau kekhasan tersendiri.

Pengaruh pergeseran minat pengunjung terhadap tempat wisata yang berbeda inilah yang mendorong tumbuhnya wisata pedesaan. Karena kesibukan kota, wisatawan menjadi semakin tertarik pada pengalaman yang akan membantu mereka melepaskan tekanan dan berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan setempat untuk mendapatkan wawasan tentang cara hidup mereka. Dengan demikian, kearifan lokal yang dikemas menarik mempunyai daya tarik tersendiri. Oleh karena itu, daya tarik wisata mempunyai pengaruh besar terhadap bagaimana industri pariwisata berkembang. Roger dan Slinn (1998) menyatakan bahwa daya tarik adalah segala sesuatu yang terdapat pada suatu daerah tujuan wisata yang menjadi daya tarik agar orang mengunjungi tempat tersebut. Sejalan dengan pendapat Crouch dan Ritchie (1999) bahwa daya tarik merupakan elemen daya tarik utama dari sebuah

Sedangkan Suwantoro (2000) menjelaskan bahwa daya tarik wisata yang melekat pada keindahan dan keunikan alam dari pencipta yang mana terdiri atas keindahan alam (*natural amenities*), iklim, pemandangan, fauna dan flora yang aneh (*uncommon vegetation & animals*), hutan (*the sylvan elements*), dan sumber kesehatan (*health centre*) seperti sumber air panas belerang, dan mandi lumpur. Selain itu, masih terdapat destinasi wisata lain yang sengaja dibangun oleh orang, seperti candi, monumen, galeri, festival, perayaan seremonial, ritual perkawinan adat, dan lain sebagainya.

Salah satu daerah yang memiliki daya tarik wisata dengan mengangkat kearifan lokal ada di Kabupaten Kerinci, yaitu Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur. Dimana secara kebudayaan desa ini masih memelihara tradisi dan nilai-nilai tradisional masyarakat setempat, sementara itu secara alam berupa hutan menyimpan banyak potensi. Istilah Lekuk 50 Tumbi Lempur ini merupakan penamaan kesatuan wilayah adat yang ada di Lempur, mulai dari Desa Lempur Tengah, Lempur Mudik, Desa Baru Lempur, Lempur Hilir dan Manjuto Lempur.

Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur memiliki objek wisata yang lengkap, mulai dari wisata alam, bangunan cagar budaya, ritual adat istiadat, sejarah, kuliner, serta kesenian berupa tari dan nyanyian tradisional. Desa wisata Lempur tidak hanya memiliki keindahan panorama alam, namun masyarakat di kawasan ini juga memiliki kekayaan budaya, adat istiadat dan peninggalan sejarah seperti Benteng Depati Parbo, Batu Meriam, Batu Kursi, Batu Bersurat dan beberapa Masjid Kuno.

Objek wisata alam yang dimiliki desa lekuk 50 tumbi berupa danau lingkar, Danau Nyalo, Danau Duo, Danau Kaco, Danau Kecil, Gunung Kunyit dan Hutan Adat Lekuk 50 Tumbi atau disebut *Ulu Air Forest*. Selain itu desa ini juga memiliki situs sejarah berupa dua unit masjid kuno yang termasuk dalam cagar budaya dan artefak dalam bentuk menhir yang menjadi objek studi dan edukasi sejarah. Pengunjung yang datang ke desa ini suguahkan pemandangan dan lingkungan yang indah didukung dengan beragam objek wisata alam. Untuk berkunjung di desa ini, pengunjung juga dilengkapi dengan fasilitas dasar berupa penginapan, sarana peribadatan dan rumah makan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung.

Desa Lekuk 50 Tumbi disamping memiliki objek wisata yang beragam juga masih menjaga acara adat istiadat yang turun temurun dilaksanakan, salah satunya ada Kenduri SKO. Selain itu, masyarakat lokal Desa Lekuk 50 Tumbi sering melakukan penampilan kesenian berupa tarian tradisional yang diiringi atraksi silat, syair, dan pantun serta musik yang bersumber dari gong buluh dan gendang. Dengan adanya beragam objek wisata alam, penampilan kesenian yang menarik dan aktivitas wisata yang beragam untuk dilakukan menjadi pesona tersendiri bagi daerah ini.

Pada tahun 2014 Desa Lempur merupakan desa biasa seperti halnya desa lainnya, sebelumnya masyarakat masih belum menyadari bahwa potensi yang dimiliki desa tersebut dapat dikembangkan dan menjadi daya tarik wisata sehingga dapat memajukan wilayah ini. Melihat potensi yang dimiliki oleh Lekuk 50 Tumbi Lempur, awalnya digerakkan oleh kelompok pemuda pecinta alam yang bernama KPA Pencagura. Mereka awalnya mempromosikan Danau Kaco yang langsung banyak dikunjungi wisatawan, dari sinilah mereka merintis pengembangan Desa

Lekuk 50 Tumbi Lempur dengan menjual tidak hanya wisata alam, tetapi juga mengangkat kearifan lokal sebagai objek wisata.

Usaha yang dilakukan oleh para pegiat wisata di desa ini mulai menampakkan hasil dimana pada tahun 2016 Desa Lekuk 50 Tumbi diresmikan sebagai Desa Wisata oleh Gubernur Provinsi Jambi tanggal 20 Agustus (*Antaraneews.com, 2016*). Berdasarkan data yang diperoleh dari M Zaki pada tahun 2016 terdapat kunjungan wisatawan internasional sejumlah 165 orang, sementara itu wisatawan nasional sejumlah 1.177 orang. Kunjungan ini terus meningkat hingga tahun 2018 mencapai 287 orang wisatawan internasional dan 1.800 orang wisatawan nasional. Kemudian pada perkembangannya Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur sebagai objek wisata yang mengangkat kearifan lokal masuk 2 nominasi internasional pada tahun 2016 pada ajang *Nations World Tourism Ogranization* (UNWTO) Award untuk kategori ‘*inovation in no govermental*’ dan Ajang *World Legacy Award* untuk kategori ‘*engaging communities*’ yang diselenggarakan oleh PBB sebagai penghargaan pada inovasi di sektor pariwisata. (*Kalsel.antaraneews.com, 2016*)

Perkembangan pariwisata di Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur ini tidak terlepas dari dukungan *stakeholder* yang ada di Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur dalam mendukung pengembangan pariwisata. Proses komunikasi dalam mengembangkan destinasi pariwisata di Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur merupakan fenomena yang menggambarkan interaksi di antara pemangku kepentingan atau *stakeholder*, baik secara personal, personal dengan kelompok, kelompok dengan kelompok satu sama lainnya bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang Model Komunikasi pada Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur.

1.2 Rumusan Masalah

Penyampaian latar belakang masalah yang telah dipaparkan menjadi dasar bagi peneliti untuk menentukan rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah berupa pertanyaan yang jelas, tegas, dan konkrit tentang masalah yang diteliti.

Untuk itu, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Model Komunikasi pengelola dengan *stakeholder* dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mendeskripsikan komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di Desa Lekuk 50 Tumbi Lempur dalam mendatangkan pengunjung
- b. Untuk menganalisis model komunikasi pengelola wisata dengan *stakeholder* dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di Desa Tekuk 50 Tumbi Lempur.

1.4 Manfaat Penelitian

Ada 3 aspek manfaat dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah uraian- uraian yang bersifat teoritis tentang komunikasi pariwisata, khususnya komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal.

- b. Manfaat Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian tentang komunikasi pariwisata, khususnya komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal.

- c. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian seperti para akademisi dan praktisi. Serta dapat memberikan masukan kepada para mahasiswa, pemerintah, pengelola wisata dan masyarakat dalam mengembangkan Objek Wisata berbasis kearifan lokal.

