

Kebijakan komunikasi dalam membangun destinasi dan masyarakat sadar wisata di kabupaten bengkalis

Yasir^{*)}, Nurjanah, Noor Efni Salam, Nova Yohana

Universitas Riau

Jalan HR Soebrantas KM 12.5 Pekanbaru, Indonesia

E-mail: yasir@lecturer.unri.ac.id, Phone +628126894456

How to Cite This Article: Yasir, Y., Et.All., (2019). Kebijakan komunikasi dalam membangun destinasi dan masyarakat sadar wisata di kabupaten bengkalis. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(3). doi: 10.25139/jsk.3i3.1548

Received: 20-04-2019,
Revision: 17-06-2019,
Acceptance: 21-06-2019,
Published online: 08-11-2019

English Title: *Communication Policy in Developing Tourism Awareness Communities and Destination in Bengkalis Regency*

Abstract *Tourism development policies requires the active community participation. This study aims to understand the policy and communication tourism in developing community tourism awareness in Bengkalis Regency. The research method used in this study is a case study. The results show the tourism policy in Bengkalis Regency is based on the laws and regulations of the central government in synergy with the government of Riau Province. The communication tourism of government is done by forming and mobilising some groups in the community as tourism awareness groups. Tourism development requires good communication policy, because both have an inseparable relationship in building a sustainable tourist destination. The government should coordinate and evaluate all the communication activities regularly not only within the internal service of the government, but also carried out together with the stakeholders involved.*

Keywords: *tourism communication; communication policy; communication development; tourist destination; empowerment*

Abstrak Kebijakan pembangunan wisata membutuhkan partisipasi aktif masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kebijakan dan komunikasi pariwisata dalam membangun kesadaran wisata masyarakat di Kabupaten Bengkalis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan pariwisata di Kabupaten Bengkalis didasarkan pada undang-undang dan peraturan pemerintah pusat yang bersinergi dengan pemerintah Provinsi Riau. Komunikasi pariwisata pemerintah dilakukan dengan membentuk dan menggerakkan kelompok-kelompok yang ada di masyarakat dengan sebutan kelompok sadar wisata (Pokdarwis). Pembangunan pariwisata membutuhkan

*) Corresponding Author

pengembangan kebijakan komunikasi yang baik, karena keduanya memiliki hubungan yang tidak terpisahkan dalam membangun sebuah destinasi wisata yang berkelanjutan. Pemerintah hendaknya berkoordinasi dan mengevaluasi kegiatan komunikasi pariwisatanya secara rutin tidak hanya dalam internal dinas pemerintah, namun dilakukan bersama dengan stakeholder yang terlibat.

Kata kunci: komunikasi pariwisata; kebijakan komunikasi; komunikasi pembangunan; destinasi wisata; pemberdayaan

PENGANTAR

Pemerintah Indonesia saat ini menempatkan pembangunan pariwisata sebagai sektor prioritas karena pengembangan pariwisata memiliki potensi penyumbang devisa terbesar. Salah satu fokus kebijakan pemerintah di era pemerintahan Joko Widodo adalah pembangunan daerah terluar dan pulau-pulau kecil. Kebijakan pembangunan pariwisata dibuat untuk mendorong agar para pelaku di sektor pariwisata dapat mempercepat pembangunan pariwisata. Potensi pulau-pulau kecil dari segi keanekaragaman hayati, keindahan alam dan budayanya dapat dimanfaatkan untuk mendukung kemajuan pariwisata di Indonesia. Pembangunan pariwisata pulau-pulau kecil pada dasarnya bentuk dari pelibatan masyarakat (Budianto & Susilo, EdiIndrayani, 2013).

Pengelolaan kekayaan alam, budaya dan pariwisata dalam pengembangannya membutuhkan dan harus mengakomodasi keterlibatan masyarakat tidak hanya sebagai objek tapi juga sebagai subjek pembangunan, melalui pendekatan sistemik yang utuh dan terpadu (Budianto & Susilo, EdiIndrayani, 2013). Sebagaimana dijelaskan Easterling (2004) bahwa kesadaran dan keterlibatan warga sangat penting karena akan berdampak langsung pada keberhasilan pembangunan pariwisata (Sinclair-Maragh, 2017). Penduduk lokal sebagai pemangku kepentingan kunci dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan dalam pariwisata (Lundberg, 2017). Oleh karena itu, pembangunan pariwisata di suatu daerah tidak dapat dilepaskan dengan pembangunan masyarakat sebagai pelaku utama.

Dalam hal ini, penyusunan kebijakan komunikasi harus mempertimbangkan keserasian program nasional yang memerlukan dukungan komunikasi yang menyeluruh dan berkelanjutan (Cangara, 2013). Demikian pula dengan kebijakan komunikasi dalam pariwisata yang berkelanjutan, ini juga memerlukan inovasi baik dalam pengertian teknologi maupun kelembagaan. Pembangunan pariwisata melibatkan banyak hal terutama dalam berinovasi dan berkreasi dalam hal baru serta pemeliharaan warisan budaya kearifan lokal dan kelestarian alam. Kehadiran wisatawan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), kalau dikemas dengan baik ia bahkan dapat menjaga kawasan alam untuk keberlangsungan wisata alam itu sendiri. Tanpa keindahan dan konservasi lingkungan tidak akan ada aktivitas wisata, dan itu berarti tidak ada manfaat ekonomi bagi masyarakat (Vibriyanto, Ismail, & Ekayani, 2016).

Dalam hal ini, desentralisasi telah memberi legitimasi kepada setiap daerah di Indonesia untuk menghasilkan berbagai kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan daerah, termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016). Sejak disahkannya Undang-Undang (UU) Nomor 25 Tahun 2002 tentang Pembentukan Provinsi Kepulauan Riau, maka Riau tidak memiliki brand destinasi pariwisata yang diunggulkan. Penyebabnya adalah konsentrasi daerah wisata yang lebih dominan terpusat di Pulau Batam dan sekitarnya yang memang secara geografis sangat strategis dekat dengan Singapura (Haris, Soekmadi, & Susilo Arifin, 2017). Oleh karena itu, Provinsi Riau membuat kebijakan untuk menata kembali destinasi wisata unggulan agar dapat menjadi salah satu sektor yang menyumbangkan pendapatan asli daerah, baik wisata berbasis kekayaan alam maupun budaya.

Dalam hal ini, pergeseran kekuasaan pasca reformasi tahun 1998 dari sentralistik ke desentralisasi memberi harapan baru kepada setiap daerah untuk membangun daerahnya dengan segala potensi yang dimiliki. Desentralisasi memberi legitimasi kepada setiap daerah untuk memproduksi atau menghasilkan berbagai kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan daerah, termasuk di bidang pariwisata (Jupir, 2016). Dengan berkembangnya tren industri pariwisata, pemerintah tentu memerlukan kreatifitas untuk menghasilkan kebijakan komunikasi yang tepat.

Kebijakan komunikasi yang berorientasi pasar sangat penting di sektor pariwisata, karena dapat meningkatkan kapasitas pasar pariwisata yang ada. Karena sifat persaingan pasar global yang ketat, maka tujuan wisata harus dapat dikembangkan melalui komunikasi dan cara yang lebih inovatif sehingga cenderung disukai oleh wisatawan, karena permintaan wisatawan bahkan lebih bervariasi bila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (Genç & Genç, 2017).

Keberhasilan pembangunan seperti destinasi wisata berawal dari adanya komunikasi dalam pembangunan (Istiyanto, 2011). Komunikasi pembangunan menjadi dasar penting dalam menyampaikan pesan-pesan untuk melibatkan secara aktif untuk terlibat dalam pembangunan. Inovasi dan kreatifitas dalam bidang pariwisata harus didukung komunikasi untuk menciptakan destinasi wisata. Destinasi wisata yang *smart* adalah tempat untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kualitas hidup semua orang pemangku kepentingan, termasuk warga dan wisatawan (Lundberg, 2017). Sebagian besar penelitian tentang destinasi wisata cerdas berfokus pada penekanan kegiatan pengembangan bisnis dan pengembangan pariwisata secara bersama dan terarah untuk meningkatkan pengalaman wisatawan (Wang et al., 2013; Buhalis dan Amaranggana, 2014; Gretzel et.al., 2015). Menerapkan konsep tujuan wisata cerdas (*smart tourism destination*) menjadi sangat penting karena wisatawan yang terhubung, mendapat informasi lebih baik dan terlibat secara dinamis berinteraksi dengan tujuan, menciptakan produk pariwisata bersama dan memberi nilai

tambah bagi semua orang untuk berbagi (Neuhofer et al., 2012) (dalam Boes, Buhalis, & Inversini, 2016).

Pembangunan pariwisata budaya menjadi tren baru bagi wisatawan, hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya perhatian terhadap perlindungan budaya tradisional dan hubungannya dengan menarik wisatawan (Budianto & Susilo, EdiIndrayani, 2013). Meskipun studi pariwisata sebelumnya memberikan kontribusi signifikan terhadap penjelasan tentang bagaimana pariwisata budaya meningkatkan pembangunan ekonomi lokal, mereka mengabaikan fakta bahwa perlindungan dan perluasan budaya juga memerlukan pemahaman, kesadaran pemberdayaan masyarakat lokal (Jupir, 2016).

Komunikasi yang efektif, kolaborasi yang baik dengan pemangku kepentingan, dan sikap keterbukaan menjadi syarat penting untuk mengembangkan interaksi sinergis antar pemangku kepentingan pariwisata (Heslinga, Groote, & Vanclay, 2017). Hal inilah yang menjadi dasar tulisan ini dibuat. Kebijakan komunikasi yang kurang maksimal mengurangi pemahaman dan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan daerahnya sebagai destinasi wisata. Kebijakan komunikasi menurut UNESCO sebagai kumpulan prinsip-prinsip dan norma-norma yang sengaja diciptakan untuk mengatur perilaku sistem komunikasi (Aritonang, 2011)(Aritonang, 2011).

Sementara itu, Sean McBraid (Cangara, 2013) mengungkapkan bahwa kebijakan komunikasi adalah prinsip-prinsip, aturan-aturan, atau pedoman di mana sistem komunikasi dibangun sehingga menjadi kerangka kerja yang dapat digunakan untuk mengordinasi kegiatan, memilih pendekatan, dan keputusan-keputusan yang berpengaruh terhadap aktivitas komunikasi. Alih-alih membangun sistem komunikasi yang baik, pemerintah masih kurang mengadopsi teknologi, kebijakan tak berorientasi jangka panjang, kebijakan berubah-ubah, fasilitas dan sarana prasarana juga masih bermutu rendah. Selain itu, manajemen komunikasi lemah dalam menganalisa pasar, kesalahan *positioning* destinasi, dan rendahnya kualitas, kuantitas serta efektifitas bentuk komunikasi pemasaran. Ini semua adalah sederet permasalahan komunikasi pariwisata di Kabupaten Bengkalis.

Implementasi kebijakan pariwisata cenderung *top-down* sehingga partisipasi masyarakat rendah, promosi atau komunikasi masih terbatas, kinerja belum optimal, kuantitas dan kualitas yang terbatas, dan ego sektoral yang kuat antar dinas (Jupir, 2016). Kenyataan ini tergambar pada kebijakan pemerintah Kabupaten Bengkalis terkait komunikasi pariwisata dalam pembangunan destinasi wisata belum berorientasi pada pembangunan yang berkelanjutan.

Tulisan ini memfokuskan pada komunikasi pariwisata dan kebijakan komunikasinya dalam mengembangkan destinasi dan kesadaran masyarakat untuk membangun objek wisata. Dalam hal ini, komponen utama pariwisata adalah terdiri dari; (1) aksesibilitas, (2) akomodasi, (3) atraksi. Adapun menurut Ramesh komponen pariwisata terpenting adalah: (1) akomodasi, (2) aksesibilitas, (3) fasilitas, (4) atraksi dan (5)

aktivitas (Burhan, 2015). Komponen dan elemen-elemen pariwisata itu terus akan berkembang sesuai dengan kreatifitas *stakeholder* pariwisata di suatu destinasi wisata. Kemajuan teknologi informasi dan transportasi saat ini menyebabkan berbagai destinasi dapat berinteraksi dan dengan mudah saling bertukar pengalaman, sehingga perkembangan destinasi disesuaikan dengan kekuatan modal destinasi pariwisata.

Komunikasi yang terintegrasi sangat berperan penting membantu pemasaran destinasi pariwisata (Wang, Wu, & Yuan, 2009). Komunikasi pariwisata memiliki beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan sebagai bidang-bidang kajian yang menarik. Bidang-bidang ini akan terus berkembang di waktu-waktu yang akan datang sejalan dengan berkembangnya kompleksitas kajian di komunikasi pariwisata. Negara memiliki kepentingan terhadap komunikasi dan pembangunan destinasi pariwisata. Destinasi wisata sebagai ruang publik bagi warga negaranya, bukan saja sebagai ruang rekreasi, namun juga sebagai ruang melepaskan tekanan-tekanan psikologis warga negara dari berbagai kesibukan hidup dan kesulitan hidup. Sehubungan dengan itu semua, peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran komunikasi bukan hanya pada komponen pemasaran saja, akan tetapi mencakup juga mengkomunikasikan aksesibilitas, destinasi dan sumber yang tersedia kepada wisatawan dan pemangku kepentingan pembangunan pariwisata (Burhan, 2015).

Oleh karena itu, komunikasi pariwisata perlu melibatkan masyarakat dalam mendukung pembangunan pariwisata. Dalam proses komunikasi pariwisata tersebut perlu dilakukan pendekatan pemberdayaan masyarakat agar proses dan tujuan komunikasi yang direncanakan dapat tercapai. Komunikasi pemberdayaan masyarakat (KPM) merupakan entitas yang tidak dapat terlepas dari komunikasi pembangunan (KP). KPM merupakan salah satu strategi pembangunan yang mengedepankan pembangunan yang terpusat pada manusianya (*people centered*), pengoptimalan partisipasi masyarakat, dan komunikasi dialogis yang berlangsung dua arah (Yasir, Nurjanah, & Yesicha, 2017).

Komunikasi dan masyarakat merupakan dua sisi yang saling melengkapi (Hamijoyo, 2005). Dinamika sosial yang berlangsung dalam suatu masyarakat akan mempengaruhi perilaku komunikasi yang diperankan oleh setiap individu dalam masyarakat tersebut. Demikian pula sebaliknya, proses komunikasi akan mempengaruhi sekaligus mencerminkan corak kehidupan suatu masyarakat. Karena komunikasi memang tidak pernah terjadi dalam ruang sosial-kultural yang vakum. Komunikasi antar manusia selalu berlangsung dalam suasana yang sarat nilai, seperti tradisi, adat, budaya, agama ideologi dan orientasi politik (Hamijoyo, 2005).

Untuk memungkinkan masyarakat memiliki kemampuan memecahkan masalahnya sendiri, hal yang dibutuhkan adalah bentuk komunikasi yang mengkondisikan mereka bebas berpendapat dan

mengungkapkan diri secara terbuka sesuai nilai yang mereka miliki. Model komunikasi pemberdayaan ini memiliki anggapan bahwa manusia bukanlah komunikan yang pasif, tetapi merupakan hasil dari lingkungan sosialnya (Sulistiyowati, 2005).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Kasus yang dipilih bertempat di Kabupaten Bengkalis terkait dengan kebijakan komunikasi pariwisata dan kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat untuk memiliki kesadaran wisata. Penelitian ini berusaha untuk mengumpulkan, menyusun dan menginterpretasikan data yang ada dan menganalisa objek yang diteliti dengan merujuk pada prosedur-prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif (Moleong, 2010). Adapun fokus penelitian ini adalah kebijakan komunikasi pembangunan destinasi pariwisata dan kesadaran masyarakat yang dikembangkan pemerintah Kabupaten Bengkalis.

Subjek penelitian ini adalah beberapa aparatur pemerintah di dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bengkalis, kepala desa yang dijadikan sebagai desa wisata dan beberapa anggota kelompok-kelompok masyarakat sadar wisata (Pokdarwis) di Kabupaten Bengkalis. Informan tersebut sebagai subjek dipilih secara purposif sesuai kebutuhan data dari penelitian ini. Objek dari penelitian ini adalah kebijakan komunikasi pariwisata di Kabupaten Bengkalis. Teknik pengumpulan datanya yaitu dengan melalui wawancara, observasi langsung dan dokumentasi. Data dianalisis dengan komponen analisis data interaktif (Miles dan Huberman) (Moleong, 2010). Untuk mendapatkan keabsahan data (*data trust worthiness*) maka diperlukan teknik pemeriksaan sesuai kondisi yang ada. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu antara lain adalah adanya derajat kepercayaan/kredibilitas (Moleong, 2010). Teknik untuk memeriksa atau mengukur tingkat kredibilitas penelitian ini maka peneliti menggunakan beberapa hal: ketekunan pengamatan, triangulasi, dan pengecekan sejawat melalui diskusi.

TEMUAN DAN DISKUSI

Kebijakan Pembangunan Destinasi Wisata di Kabupaten Bengkalis

Kebijakan publik dan komunikasi pemasaran merupakan faktor penentu kompetisi dalam pariwisata. Dengan membuat kebijakan publik, produk dan destinasi wisata dapat ditingkatkan melalui tujuan yang terukur untuk memperkuat kualitas pelayanan dan mengelola destinasi secara tepat (Martínez, Galván, & Lafuente, 2014). Pemerintah Kabupaten Bengkalis menjalankan kebijakan kepariwisataan sesuai dengan amanat Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. Pasal 4 dalam undang-undang tersebut menyatakan bahwa tujuan pariwisata adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi; meningkatkan kesejahteraan rakyat; menghapus kemiskinan;

mengatasi pengangguran; melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya; memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antarbangsa. Selain itu, Pasal 5 ayat (e) menjelaskan bahwa kepariwisataan harus diselenggarakan dengan prinsip memberdayakan masyarakat setempat (Negara Republik Indonesia, 2009).

Dalam hal ini, pembangunan pariwisata memerlukan dukungan kebijakan komunikasi, yang dalam hal ini formulasinya harus mempertimbangkan keserasian program nasional (Cangara, 2013). Pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Bengkalis memang diatur berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional (RIPARNAS), namun komunikasinya belum terintegrasi. Untuk mendukung kebijakan pariwisata ini pemerintah membuat peraturan pemerintah RI nomor 50 tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional 2010-2025. Pasal 2 menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan nasional meliputi: destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata dan kelembagaan pariwisata.

Peraturan pemerintah ini juga memuat bahwa arah kebijakan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan meliputi, diantaranya adalah: pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat melalui pembangunan kepariwisataan; perluasan akses pasar terhadap industri kecil dan menengah dan usaha pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal; peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait mewujudkan sapta pesona untuk menciptakan iklim kondusif kepariwisataan setempat.

Terait dengan ini, Pulau Rupa sebagai sebuah destinasi wisata merupakan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah (PP) nomor 50 Tahun 2011. Sebagai daerah yang telah ditetapkan untuk menjadi prioritas rencana induk pariwisata nasional, Pulau Rupa juga ditetapkan pemerintah Provinsi Riau menjadi bagian kawasan strategis provinsi (KSP). Kawasan ini diharapkan menjadi pusat pertumbuhan pembangunan ekonomi di Provinsi Riau pada khususnya dan ekonomi regional umumnya.

Kedudukan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Rupa Utara juga menjadi pedoman arah kebijakan RTRW Kabupaten Bengkalis 2011 – 2031, dimana Tanjung Medang Rupa Utara menjadi Kawasan Strategis Kabupaten (KSK). Untuk mengembangkan kawasan ini sebagai destinasi wisata, pemerintah Kabupaten Bengkalis terus berupaya membangun sarana dan prasarana untuk mendukung pengembangan kawasan ini.

Terkait dengan ini, destinasi wisata yang dilengkapi sarana yang lengkap dapat menjadi komponen vital dalam pengelolaan dan pemasaran tujuan wisata (Boes et al., 2016). Destinasi wisata yang baik juga bertujuan untuk merevolusi pembuatan pengalaman wisata, serta

praktik bisnis pariwisata dan pemasaran destinasi wisata” (Wang et al., 2009).

Arah kebijakan pembangunan pariwisata di Kabupaten Bengkalis berbasis pada pariwisata budaya tradisional dan keindahan alam. Objek wisata di daerah Rupa Utara dikembangkan menjadi destinasi wisata potensial karena memiliki pantai pasir putih sepanjang 17 kilometer. Penetapan Pulau Rupa ini memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup serta pertahanan keamanan. Oleh karena itu, dinas pariwisata Kabupaten Bengkalis sebagai perpanjangan tangan pemerintah kabupaten berkoordinasi dengan pemerintah provinsi membuat suatu perencanaan strategis untuk mengembangkan kawasan pariwisata Rupa Utara. Pemerintah kabupaten berupaya untuk mengembangkan pantai di Rupa Utara untuk menjadi objek wisata andalan. Pantai Pesona yang terletak di Desa Teluk Rhu memiliki tidak hanya alam pantainya yang indah, namun budaya masyarakatnya yang atraktif sebagai destinasi wisata.

Untuk mendukung kebijakan pembangunan destinasi wisata tersebut, pemerintah menyusun kebijakan dan kegiatan komunikasi melalui pemanfaatan media komunikasi seperti: media sosial, website, radio, surat kabar dan komunikasi tatap muka seperti: mengikuti pameran, memberi pelatihan dan pembinaan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan lain-lain. Kebijakan komunikasi pariwisata sangat penting keberadaannya dalam membantu dalam koordinasi kerja sama antar lembaga, organisasi pemerintah, dan swasta dalam penyebarluasan informasi ke arah terciptanya partisipasi masyarakat (Cangara, 2013). Kebijakan komunikasi ini dilakukan untuk mendukung rencana induk pemerintah yang telah ditetapkan dan untuk dilaksanakan. Dalam pelaksanaan program pembangunan pariwisata ini, komunikasi pemerintah untuk mendukung kebijakan ini belum sepenuhnya didukung oleh masyarakat.

Kebijakan pengembangan destinasi wisata di Rupa Utara belum didukung infrastruktur yang baik terutama jalan untuk menuju objek wisata, sehingga pengembangan destinasi wisata ini tidak mampu menarik investor. Padahal kebijakan yang baik dan tepat semestinya dapat menarik investor dan menciptakan kenyamanan wisatawan untuk betah tinggal lama. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur dan komunikasi yang terintegrasi menjadi sangat penting dan mendesak untuk dikembangkan. Sarana transportasi dan telekomunikasi serta jaringannya sama pentingnya dengan dukungan keramahan masyarakatnya. Hal ini sejalan dengan kebijakan komunikasi pariwisata yang memberdayakan masyarakat lokal dapat membangun destinasi wisata yang berkelanjutan.

Pemerintah Bengkalis juga sudah melakukan kajian untuk menemukan daerah-daerah yang memiliki potensi wisata untuk

dikembangkan. Langkah ini dilakukan dengan menyusun Dokumen Perencanaan Desa Wisata. Setelah diputuskan memiliki potensi, kegiatan berikutnya adalah membentuk Pokdarwis di daerah tersebut. Pembentukan Pokdarwis ini didasarkan pada instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 16 tahun 2005 tentang kebijakan pembangunan kebudayaan dan pariwisata. Selain itu juga didukung oleh peraturan menteri kebudayaan dan pariwisata nomor PM.04/UM.001/MKP/08 Tentang Sadar Wisata. Pokdarwis ini dibentuk untuk melakukan pengembangan potensi daerah atau Desa Wisata yang ada di Kabupaten Bengkalis. Pembinaan Pokdarwis merupakan salah satu upaya pembangunan objek wisata daerah dan upaya peningkatan peran masyarakat untuk kampanye sadar wisata. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Sekretaris Dinas pariwisata:

“...Untuk beberapa desa sudah ada Pokdarwis yang kita bina untuk mengurus pariwisata di daerah. Pokdarwis yang aktif seperti di Pulau Rupa, Kalau yang di Selat Baru memang belum aktif, sudah terpikir untuk membuat mereka lebih aktif yang di Selat Baru. Dan masih ada di beberapa daerah yang sudah kita coba bina, di Rupa, kelompok sadar wisatanya nomor dua terbaik di Riau”.

Kebijakan pembangunan destinasi wisata dengan peningkatan sumber daya manusia (SDM) memang sangat penting untuk menunjang pembangunan pariwisata. Namun kebijakan ini tidak didukung oleh kebijakan atau program komunikasi yang baik dan menyeluruh dan bersinergi dengan dinas perikanan dan dinas lingkungan hidup. Dinas Perikanan misalnya membangun ekowisata mangrove di di beberapa desa tapi tidak ada jalinan komunikasi dengan dinas pariwisata.

Pelaksanaan program untuk memberdayakan masyarakat melalui Pokdarwis dan membangun desa wisata pada dasarnya akan memajukan budaya masyarakat itu sendiri. Pokdarwis Tanjung Lapin sudah membuktikan bahwa kegiatan komunikasi pariwisata dapat dilakukan masyarakat secara mandiri, karena potensi pantai dan budaya di daerah ini yaitu dengan tradisi mandi safar dan pantainya yang indah. Jadi kesadaran kelompok masyarakat ini dapat dikembangkan dan ditularkan kelompok kemasyarakatan lainnya terutama dalam mengembangkan destinasi wisata. Di tahun 2016, Pokdarwis Tanjung Lapin mendapat penghargaan sebagai Pokdarwis terbaik kedua di Provinsi Riau.

Oleh karena itu, untuk mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan, pemerintah dalam menyusun kebijakan pembangunan pariwisata semestinya tidak berorientasi pada pendekatan ekonomi belaka namun diarahkan ke pendekatan kebudayaan dan kearifan lokal. Pendekatan pemberdayaan masyarakat ini penting untuk menggali potensi keunikan, kearifan, nilai-nilai dan kebudayaan masyarakat lokal. Oleh karena itu, kebijakan menjadikan Pulau Rupa sebagai destinasi wisata harus didukung dengan infrastruktur dan kebijakan komunikasi yang tepat sesuai potensi masyarakat. Jadi kebijakan pariwisata akan

terimplementasi dengan baik jika didukung kebijakan, program serta kegiatan komunikasi pariwisata tepat. Komunikasinya tentu membutuhkan sentuhan-sentuhan pesan yang unik dan kreatif melalui pendekatan psikologis, sosiologis, dan kultural atau berdasarkan kearifan lokal setempat.

Kebijakan Komunikasi dalam Membangun Kesadaran Wisata Masyarakat

Kebijakan pemerintah sangat berperan dalam menentukan segala aktivitas masyarakat, termasuk dalam kegiatan kepariwisataan seperti yang tercantum dalam undang-undang kepariwisataan. Pada dasarnya kebijakan komunikasi bertujuan untuk memperlancar komunikasi (Aritonang, 2011). Di sinilah pentingnya kebijakan komunikasi untuk mendukung program-program pembangunan dan pemberdayaan masyarakat (Cangara, 2016). Pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Bengkalis tidak akan mendapatkan dukungan bila tidak ada kebijakan komunikasi yang tepat untuk melibatkan pemangku kepentingan yang ada. Kesadaran dan keterlibatan masyarakat menjadi modal utama sehingga perlu adanya pemberdayaan masyarakat melalui Pokdarwis. Sebagaimana dijelaskan bahwa pembangunan pariwisata dapat berdampak bagi kesejahteraan penduduk lokal dan dukungan dari penduduk setempat juga sangat penting bagi perkembangan industri pariwisata (Boes et al., 2016). Penduduk lokal merupakan pemangku kepentingan utama dalam proses pencapaian pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata (Lundberg, 2017).

Memang hanya ada sedikit Pokdarwis yang aktif dari sekian banyak yang sudah di SK-kan oleh pemerintah daerah, yaitu delapan Pokdarwis sesuai SK Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bengkalis nomor: 12a/KPTS/I/2016. Pokdarwis ini terus bertambah sejalan dengan keinginan masyarakat untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi wisata daerahnya. Pemerintah Bengkalis menginginkan Pokdarwis ini dapat mendorong dan memotivasi masyarakat untuk mendukung kegiatan kepariwisataan; menciptakan lingkungan dan daya tarik wisata setempat; meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota Pokdarwis; mengumpulkan atau mengelola informasi kepariwisataan; dan memberikan masukan kepada pemerintah atau pihak yang terkait. Pokdarwis dilibatkan dalam pembangunan destinasi wisata di Bengkalis sebagai strategi komunikasi memberdayakan masyarakat setempat. Pelibatan masyarakat secara aktif oleh Badan Pengelolaan Wisata Kabupaten Bengkalis menjadi mudah bagi pemerintah untuk memberikan pengawasan dan evaluasi dalam pengembangan Destinasi Wisata.

Kesadaran wisata masyarakat membantu pengembangan potensi daerahnya untuk menjadi objek wisata. Keterlibatan masyarakat secara aktif diperlukan untuk mendorong dan mensukseskan program pembangunan pariwisata yang sudah dicanangkan pemerintah. Komunikasi melalui pemberian motivasi, pembinaan dan pelatihan

kepada masyarakat memang masih terbatas. Penentuan khalayak sasaran masih kurang tepat dan pesan tidak menyebar ke seluruh *stake holder*. Tidak aneh bila kesadaran wisata yang masih rendah menjadi masalah utama dalam pembangunan komunikasi pariwisata. Meskipun Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkalis sudah berupaya meningkatkan sumber daya manusia melalui Pokdarwis, tetap saja sambutan masyarakat masih kurang. Komunikasi pemerintah masih bersifat formalitas, belum menyentuh kebutuhan masyarakat.

Kebijakan komunikasi pemerintah belum bersinergi dengan stakeholder untuk membangun destinasi wisata yang ada. Hal ini bisa terlihat tidak adanya koordinasi antar dinas dalam pembangunan ekowisata mangrove di desa Sebauk, Desa Teluk Pambang dan Desa Deluk. Selain itu, Penetapan dan pengalokasian dana untuk sumberdaya komunikasi pendukung kegiatan pariwisata juga belum berorientasi pada pembangunan destinasi wisata, terutama destinasi wisata pantai Rukat Utara dan Selat Baru sebagai unggulan Kabupaten Bengkalis. Penggunaan sumber daya komunikasi belum melibatkan komunikasi dengan pihak-pihak pemangku kepentingan seperti masyarakat, pihak swasta, dan yang lainnya.

Dalam implementasi kebijakan pembangunan, komunikasi menjadi hal yang sangat penting (Yasir et al., 2017). Pemerintah harus mampu membangun komunikasi yang partisipatif untuk dapat menciptakan kesadaran wisata masyarakat. Pada dasarnya kesadaran wisata harus melibatkan unsur-unsur yang membentuk satu-kesatuan komunikasi yaitu sumber daya manusia sebagai komunikator utama di dalamnya, pesan yang disebar, khalayak sasaran komunikasi dan pengunjunnya, pilihan media dan saluran komunikasi yang digunakan bahkan efek atau perubahan yang diinginkan.

Pengembangan destinasi wisata di Kabupaten Bengkalis masih belum didukung komunikasi yang gencar untuk memberikan kesadaran wisata masyarakat, terutama mengkampanyekan program pembangunan nasional yang menjadikan Rukat Utara sebagai destinasi wisata. Pembangunan objek wisata dengan menetapkan beberapa desa sebagai objek wisata seperti Desa Meskom, Sepahat, Teluk Rhu, Muntai, dan beberapa desa lainnya umumnya kurang berjalan lancar karena kurangnya kesadaran masyarakat. Desa wisata dikembangkan karena memang memiliki karakteristik potensi pariwisata dengan ciri khas kearifan lokal daerah masing-masing. Pariwisata di Kabupaten Bengkalis berorientasi pada wisata bahari sebagai unggulan dengan didukung wisata budaya, dan wisata rekreasi atau kuliner khas Bengkalis. Sehingga *branding* yang ingin ditanamkan di benak khalayak adalah "Melayu Bahari". Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Kepala bidang Pariwisata di Dinas Pariwisata Bengkalis:

"Fokus atau unggulan Bengkalis ini sebenarnya memang wisata budaya, faktor budaya melayu. Kalau di sini wisatanya memang tidak akan menawarkan kemewahan, tapi nilai tradisional, seni dan budayalah yang memang menjadi unggulan. Karena budaya itulah

yang sudah ada di sini. Selain itu, wisata kita juga keunggulannya pada wisata bahari, di sini ada pantai seperti Pantai Selat Baru dan juga Pulau Rupa.”

Destinasi wisata di Kabupaten Bengkalis memang tidak menawarkan kemewahan, seperti mal, tempat belanja atau industri hiburan lainnya. Wisatanya menawarkan kesederhanaan yang terkandung alam nilai-nilai tradisi masyarakat melalui festival-festival budaya masyarakat yang rutin ditampilkan. Objek wisata ini menunjukkan warisan budaya dan alam pikiran tradisi nenek moyang mereka, seperti makanan, permainan, kesenian, hingga perlombaan-perlombaan yang diadakan. Tradisi budaya Melayu dengan keramah-tamahan masyarakatnya dengan dicampur beberapa tradisi suku Jawa dan etnis Tionghoa ini mendukung destinasi wisata pantai yang indah. Pemerintah berusaha membenahi situs-situs sejarah dan budaya untuk mengembangkan pariwisata di Kabupaten Bengkalis. Beberapa contoh pengembangan Destinasi pariwisata di daerah ini dilakukan dengan cara mengembangkan atraksi budaya lama seperti: Zapin Api, Mak Yong, Joged Dankong, Sepak takraw, dll. Pengembangan destinasi juga dilakukan dengan cara membuat konservasi hutan mangrove dan memelihara situs sejarah dan budaya.

Pengembangan destinasi wisata atau desa wisata dalam implementasinya membutuhkan dukungan stakeholder, terutama kesadaran masyarakat setempat. Pemahaman dan pengetahuan tentang sikap kelompok masyarakat lokal sangat penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan sehingga dapat membantu proses perencanaan destinasi wisata (Lundberg, 2017). Pelibatan kepentingan stakeholder komunitas lokal penting karena mereka berkontribusi untuk menciptakan sebuah proses perencanaan yang *legitimate*. Dukungan komunikasi menentukan keberhasilan program pembangunan pariwisata, dan ini akan berjalan jika didukung oleh kebijakan dan metode komunikasi yang tepat. Sebagaimana dijelaskan bahwa kebijakan komunikasi lahir untuk memperlancar proses berjalannya sistem komunikasi (Aritonang, 2011). Jadi kebijakan pengembangan destinasi wisata memerlukan kreatifitas dan keterlibatan masyarakat secara aktif. Pembangunan pariwisata tidak hanya melibatkan dan memberdayakan masyarakat yang ada saja, tapi juga harus bersinergi dengan semua stakeholder.

Upaya pembangunan kesadaran wisata ini secara umum dapat dimulai dari perencanaan yang dituangkan dalam penganggaran dana melalui kegiatan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD). Kegiatan ini dilakukan secara menyeluruh disusun oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) dengan berkoordinasi dan kerjasama dengan instansi pemerintah (dinas terkait) dan berusaha bersinergi dengan pihak swasta. Kegiatan inilah yang menentukan kebijakan yang tepat bagi komunikasi dan promosi wisata di Bengkalis.

Dalam praktiknya, kebijakan komunikasi di lapangan lebih banyak dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Kelompok inilah yang

kemudian bersinergi dengan penyuluh, aparat pemerintah yang ditugaskan oleh Dinas Pariwisata di setiap kecamatan yang ada di Bengkalis untuk mengembangkan potensi wisata daerahnya. Sesuai ketentuan yang ada dalam (Keputusan Kepala Dinas Pariwisata), kelompok sadar wisata ini memiliki tugas yaitu: 1) memotivasi masyarakat agar menjadi tuan rumah yang baik dalam mendukung kegiatan kepariwisataan; 2) mendorong masyarakat untuk meningkatkan lingkungan dan daya tarik wisata setempat; 3) meningkatkan pengetahuan dan wawasan para anggota Pokdarwis dalam bidang kepariwisataan; 4) meningkatkan keterampilan para anggota dalam mengelola bidang usaha pariwisata; 5) mengelola dan memberikan pelayanan informasi kepariwisataan kepada wisatawan dan masyarakat setempat; 6) memberikan masukan kepada aparat pemerintah maupun pihak terkait dalam mengembangkan kepariwisataan.

Keberadaan Pokdarwis ini di Kabupaten Bengkalis dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Dinas Pariwisata. Sebagai contoh kelompok sadar wisata Pantai Tanjung Lapin di Kecamatan Rupert Utara dibentuk dengan tujuan menghimpun potensi yang ada bersama-sama mengupayakan kesejahteraan anggota menunjang pemerintah dalam menagani isu-isu di bidang kepariwisataan yang ada ditingkat lokal dan masyarakat. Tujuan lainnya antara lain yaitu berpartisipasi aktif dalam mengembangkan terciptanya masyarakat yang trampil, menciptakan kader-kader berwawasan luas, membantu pemerintah dalam mempromosikan pariwisata di Pulau Rupert; membantu pemerintah dalam mengembangkan potensi pariwisata serta membantu meningkatkan pelaksanaan pembangunan objek wisata di Pulau Rupert. Pokdarwis pantai Tanjung Lapin Desa Tanjung Punak berbentuk perkumpulan yang tujuannya juga untuk mempererat persatuan dan mengembangkan kepedulian diantara para anggotanya, memelopori pengembangan beragam potensi wisata di lingkungan terdekat atau di tingkat desa dan melestarikan nilai-nilai seni, budaya, adat, dan sejarah lokal yang mendukung kemajuan di bidang kepariwisataan yang berdampak positif secara ekonomi dan sosial pada masyarakat.

Untuk mencapai tujuan organisasi, Pokdarwis Pantai Tanjung Lapin menyelenggarakan berbagai usaha-usaha yang terkait dengan pengembangan beragam potensi di bidang kepariwisataan di tingkat lokal dan mendorong terlaksananya event-event yang menjadi wahana apresiasi dan promosi potensi pariwisata yang ada di Pulau Rupert, seperti: menyelenggarakan pesta Mandi Safar, Festival permainan rakyat, festival kegiatan bahari, perlombaan seni dan olah raga, pameran/bazar, perkemahan, dan pertunjukan. Pokdarwis ini memiliki kegiatan yaitu membina dan memberikan pelatihan kualitas masyarakat khususnya generasi muda dalam bidang pariwisata; menghimpun, merumuskan, memperjuangkan dan mendayagunakan segala potensi generasi muda; membuat prasarana dan melaksanakan jasa pendukung

lainnya untuk memberdayakan bakat/keahlian pemuda dalam bidang pariwisata; melaksanakan kerjasama dan membina hubungan baik dengan lembaga pemerintah maupun swasta serta organisasi-organisasi formal maupun nonformal guna terwujudnya program; melakukan pembersihan peningkatan bidang usaha keterampilan, produk makanan, souvenir dan usaha-usaha lainnya; mengadakan kegiatan pendidikan dan pelatihan memberdayakan sumber daya manusia dan turut berperan aktif menciptakan keamanan.

Terkait dengan ini, kebijakan komunikasi pemerintah dalam pembangunan industri pariwisata di Kabupaten Bengkalis adalah dengan cara. *Pertama*, membangun struktur industri pariwisata dilakukan dengan cara didampingi, dimodali, dan diberi pelatihan. *Kedua*, membangun daya saing wisata dilakukan dengan cara: memberi pelatihan usaha pariwisata, memberi pelatihan produksi produk, memberi pelatihan pemasaran produk, dan memberi pelatihan manajemen produk. *Ketiga*, menjalin kemitraan yang dilakukan untuk mengembangkan kelompok masyarakat seperti pengerajin, pengusaha kuliner, pemilik akomodasi dan pengusaha usaha perjalanan Wisata (UPW). *Keempat*, untuk menjamin bisnis pariwisata terjaga kualitasnya, pemerintah berusaha menjaga kredibilitas bisnis pariwisata dengan cara: melakukan sertifikasi pariwisata, menjaga keamanan lingkungan wisata, menjaga keamanan atraksi dan hiburan serta melakukan mendapatkan sertifikat BPOM untuk menjaga kelayakan makanan. *Kelima*, tanggung jawab terhadap lingkungan dikelola oleh Badan Lingkungan Hidup; Lembaga Sosial, Adat dan Budaya; keamanan (Kepolisian Satpol PP, dll; dan Lembaga Swadaya Masyarakat Lingkungan).

Kebijakan komunikasi pariwisata pemerintah dalam memberdayakan masyarakat merupakan bagian tak terpisahkan dari mempromosikan destinasi pariwisata itu sendiri. Namun di sinilah letak kelemahan pembangunan komunikasi pariwisata dalam membangun kesadaran wisata masyarakat yang hanya mengandalkan pada pemerintah (Jupir, 2016). Sementara Komunikasi pariwisata pemerintah hanya mengandalkan pada Pokdarwis. Sementara Pokdarwis sering mengandalkan pada anggaran dan bantuan pemerintah. Hal ini membuat masyarakat kurang mandiri untuk mengembangkan potensi mereka sendiri.

Komunikasi Pariwisata dalam Pembangunan Destinasi Wisata

Komunikasi pariwisata pemerintah Kabupaten Bengkalis menyesuaikan pada ketentuan kebijakan pemerintah pusat. Kebijakan publik dalam pariwisata memang harus melibatkan tindakan kolektif agar dapat diimplementasikan dan diperkuat di masyarakat. Kebijakan ini akan menjadi kerangka yang memandu tindakan dan strategi pembangunan, yang tercantum dalam hukum, regulasi dan panduan dalam promosi destinasi (Martínez et al., 2014). Perencanaan pembangunan pariwisata di daerah ditentukan berdasarkan kebijakan

pemerintah melalui penentuan kawasan strategis pariwisata nasional (KSPN). Kebijakan komunikasi pendukung pembangunan destinasi wisata yaitu dengan pemberdayaan masyarakat didasarkan pada kebijakan pemerintah yaitu dengan membina Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pokdarwis dibentuk dan dibina untuk membantu kesuksesan objek wisata unggulan dan desa-desa wisata yang sudah ditetapkan.

Pemegang kendali kebijakan komunikasi dalam pengembangan wisata ada pada Dinas Pariwisata Kabupaten Bengkalis. Namun demikian pada dasarnya komunikasi pariwisata alam mengembangkan destinasi wisata dapat dilakukan oleh siapapun bahkan termasuk wisatawan itu sendiri. Pemerintah desa, pemerintah kecamatan dan dinas pariwisata punya tanggungjawab yang lebih dalam membangun destinasi wisata. Kegiatan komunikasi pariwisata masih menghadapi kendala terutama dalam pembagian wewenang dan tugas antar dinas-dinas yang ada. Padahal komunikasi menjadi komponen penting dalam menarik pengunjung, terutama yang kreatif dan interaktif untuk membangun hubungan yang baik dengan destinasinya (Štefko, Királová, & Mudrík, 2015).

Pemerintah sebagai perencana komunikasi dan pembuat kebijakan pariwisata setidaknya harus memperhatikan profil penduduk lokal yang mendukung pembangunan pariwisata. Penduduk lokal yang berusia muda antara umur 18 hingga 25 lebih kuat dukungannya dalam pembangunan wisata. Perencana pariwisata hendaknya dapat fokus pada kelompok muda ini (Sinclair-Maragh, 2017). Komunikasi pariwisata saat ini didominasi oleh penggunaan media internet dan media sosial, dimana yang paling banyak penggunaannya adalah anak muda. Pelibatan anak muda ini sebagai pelopor komunikasi pariwisata di Bengkalis dapat ditemukan adanya Generasi Pesona Indonesia (GenPI). Di samping itu, komunikasi pemerintah yang langsung melibatkan masyarakat melalui tenaga penyuluh atau pegawai yang diperbantukan di unit pelayanan di kecamatan (UPT) dan di desa-desa objek wisata juga sangat penting, meski perlu pembinaan dan peningkatan perannya.

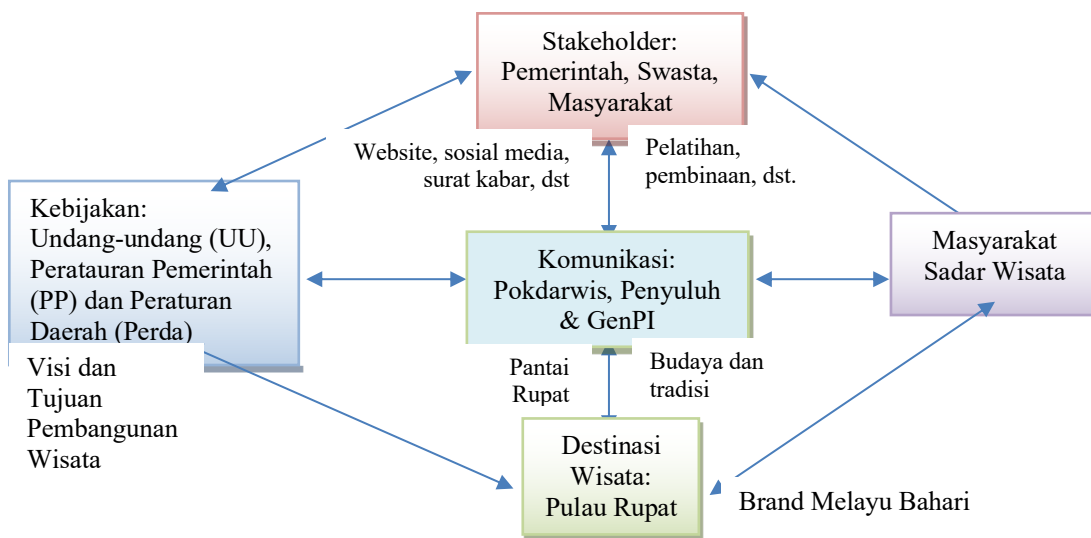
Kegiatan komunikasi melalui pembinaan dan kontrol terhadap pegawai penyuluh dan Pokdarwis masih belum membantu. Kalau pun ada penambahan penyuluh sering kali keahlian yang dimiliki tidak sesuai bidangnya. Evaluasi kegiatan komunikasi pariwisata dalam pembangunan destinasi wisata tidak banyak dilakukan sehingga kesadaran masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata pun kurang. Pembangunan destinasi wisata dan program komunikasinya harus saling mendukung. Kegiatan komunikasi masih terbatas pada menjalankan agenda pertemuan rutin pemerintahan, termasuk membuat acara-acara pelatihan atau sosialisasi kebijakan pemerintah terkait kepariwisataan.

Proses komunikasi dalam pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Bengkalis cenderung dilakukan searah, bukan timbal balik. Komunikasinya bersifat *top down* bukan *bottom up*. Banyak kegiatan

komunikasi pariwisata untuk membangun destinasi dan sadar wisata masyarakat lebih banyak didominasi oleh peran pemerintah, tanpa melibatkan masyarakat secara aktif. Komunikasi pemerintah sangat formalistik dan hanya berpedoman pada aturan-aturan yang ada, mengikuti anggaran yang ditetapkan dan kegiatan yang monoton.

Padahal komunikasi pembangunan kepariwisataan harus melibatkan masyarakat sebagai unsur utama sebagai pencerminan hak-hak demokratis individu untuk melibatkan diri dalam pembangunan (Istiyanto, 2011). Pelibatan masyarakat ini memerlukan kreatifitas gagasan pemerintah dan kreatifitas bentuk komunikasinya. Komunikasi pemasaran pariwisata dan penggunaan media sosial menarik digunakan, tidak hanya dalam mengembangkan objek wisata namun penting dalam memelihara destinasi wisatanya dalam membangun citra *brand destination*. Penyebaran informasi melalui media sosial dapat menumbuhkan minat wisata dan menjalin kedekatan emosional untuk menumbuhkan kesadaran wisata masyarakat (Hamzah et al., 2013).

Gambar 1. Kebijakan Komunikasi dalam Membangun Destinasi Wisata Pulau Rupert



Komunikasi dalam pengembangan Pulau Rupert sebagai destinasi wisata utama di Kabupaten Bengkalis melibatkan banyak aspek. Namun komunikasi antar lembaga pemerintah dan masyarakat masih bersifat formalitas. Hal ini karena terikat pada budaya birokrasi pemerintahan yang kaku. Selain itu, kegiatan pemerintah dari tingkat kabupaten hingga di tingkat desa masih mengandalkan pada anggaran yang ada. Bentuk kegiatan komunikasi pariwisata yang seperti ini menyebabkan pihak swasta sulit masuk untuk berinvestasi. Padahal pelibatan swasta ini akan memberi nilai tambah bagi kemajuan destinasi wisata di daerah ini dan mempercepat pembangunan pariwisata daerah apabila pemerintah lebih kreatif.

Destinasi wisata yang mengandalkan pantai sebagai unggulan dan seni dan tradisi budaya memerlukan komunikasi yang terintegrasi (Wang et al., 2009). Infrastruktur penunjang destinasi wisata berperan

penting dalam pembangunan destinasi wisata. Sarana penunjang yang kurang dan komunikasi yang tidak tepat membuat destinasi wisata yang diunggulkan menjadi kurang menarik. Keberadaan media sosial dan keaktifan masyarakat alam menggunakan dapat dimanfaatkan untuk menutupi kekurangan komunikasi pemerintah ini. Hal ini bagian menciptakan kesan dan pesan bahwa destinasi dan objek wisata yang dikembangkan dapat mudah beredar luas.

Dari sini dapat ditegaskan bahwa komunikasi yang tidak dikelola dengan baik tentu akan menghambat pencapaian target kedatangan wisatawan dan menurunkan "citra" suatu destinasi wisata. Kebijakan dan program-program strategis pariwisata adalah komunikasi itu sendiri, dan ini harus direncanakan dan dilaksanakan dengan tepat. Adapun kebijakan komunikasi pembangunan pariwisata untuk mewujudkan sasaran tersebut dapat dilakukan dengan upaya seperti memberdayakan masyarakat lokal, memanfaatkan media sosial dan penggunaan sumber daya komunikasi yang lainnya secara terintegrasi.

Terkait dengan ini, Thomas (1995) menjelaskan bahwa sebuah kebijakan komunikasi tak bisa dilepaskan dari kebijakan publik. Hal ini disebabkan karena kebijakan komunikasi juga merupakan salah satu bagian dari kebijakan publik. Kebijakan publik secara sederhana dapat dipahami sebagai apa yang dipilih oleh pemerintah untuk dikerjakan maupun tidak dikerjakan (Aritonang, 2011). Komunikasi pariwisata yang terintegrasi akan berimplikasi dalam pembangunan destinasi wisata. Penetapan branding "Melayu Bahari" dengan menempatkan Pulau Rupat dan pantainya sebagai unggulan memang pantas dikembangkan menjadi pulau destinasi wisata. Oleh karena itu, komunikasi pariwisata tidak bisa diserahkan sepenuhnya pada dinas pariwisata, melainkan harus melibatkan semua instansi terkait dan melibatkan semua komponen masyarakat dan pemangku kepentingan dalam pariwisata Bengkalis. Sebagai pihak yang berkewenangan, Dinas Pariwisata harus kreatif dalam mengembangkan destinasi wisata dengan mensinergikan pada program-program yang ada dengan dinas atau instansi yang lain.

KESIMPULAN

Kebijakan pembangunan pariwisata di Bengkalis tidak bisa dilepaskan dari kebijakan pemerintah pusat. Kebijakan pariwisata ini kurang didukung dengan kebijakan komunikasi dan aktivitas komunikasi yang baik dan terintegrasi. Kegiatan komunikasi pariwisata pemerintah lebih banyak mengandalkan pada kegiatan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan komunikasi pemerintah yang formalistik. Pemerintah daerah merupakan pemangku kepentingan yang sangat penting dalam bidang pariwisata, namun terkadang malah menghambat dan membatasi pembangunan destinasi wisata karena kurangnya kreatifitasnya kebijakan dan pesan komunikasi yang dihasilkan.

Jadi sudah seharusnya kebijakan komunikasi untuk mendukung program pembangunan pariwisata harus lebih gencar, kreatif dan

terintegrasi untuk dikembangkan dalam membangun destinasi dan kesadaran wisata masyarakat. Komunikasi pariwisata dalam pembangunan destinasi wisata juga harus sejalan dengan kebutuhan masyarakat agar pembangunan berkelanjutan. Untuk bisa berkelanjutan, Pemerintah harus dapat berkoordinasi dan bersinergi dengan berbagai *stakeholder* dalam industri wisata. Kebijakan pembangunan Pantai Rupa sebagai destinasi wisata unggulan harus mendapatkan perhatian masyarakat, sehingga dibutuhkan kebijakan komunikasi yang tepat yaitu dengan menggunakan komunikasi secara terintegrasi terutama dengan menyesuaikan pada teknologi dan kebijakan baru. Penelitian ini akan lebih menarik bila dikaji dengan memfokuskan pada pendekatan etnografi agar lebih memahami konteks budaya dan pandangan hidup masyarakat setempat terhadap kebijakan yang dibuat. Selain itu penelitian akan menarik bila juga dilakukan dengan pendekatan audit komunikasi terhadap keberhasilan komunikasi yang sudah dilakukan oleh pemerintah.

REFERENSI

- Aritonang, A. I. (2011). Kebijakan Komunikasi di Indonesia: *Jurnal Komunikasi*, 1(3), 261–286.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>
- Budianto, P. F., & Susilo, E, E. (2013). Implementasi Pengembangan Pariwisata Di Pulau-Pulau Kecil Terhadap Masyarakat Pesisir Desa Lihunu, Kecamatan Likupang, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara. *Economic and Social of Fisheries and Marine*, 1(1), 10. Retrieved from <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=309973&val=7359&title=IMPLEMENTASI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI PULAU-PULAU KECIL TERHADAP MASYARAKAT PESISIR DESA LIHUNU, KECAMATAN LIKUPANG, KABUPATEN MINAHASA UTARA, PROVINSI SULAWESI UTARA>
- Burhan, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Genç, R., & Genç, E. A. (2017). Market-oriented innovations in tourism. *Research in Hospitality Management*, 7(1), 51–57. <https://doi.org/10.1080/22243534.2017.1355606>
- Hamijoyo, S. . (2005). *Komunikasi Partisipatoris: Pemikiran dan Implementasi Komunikasi dalam Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Hamzah, Y. I., Penelitian, P., Pengembangan, D., Kepariwisata, K., Pariwisata, K., & Kreatif, D. E. (2013). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia. *Jurnal*

- Kepariwisataan Indonesia*, 8(3), 1–9. Retrieved from [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/JKI_Vol_8_No_3_2013 - Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Interaktif Bagi Pariwisata Indonesia.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/JKI_Vol_8_No_3_2013_Potensi_Media_Sosial_Sebagai_Sarana_Promosi_Interaktif_Bagi_Pariwisata_Indonesia.pdf)
- Haris, M., Soekmadi, R., & Susilo Arifin, H. (2017). Potensi Daya Tarik Ekowisata Suaka Margasatwa Bukit Batu Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau. *Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 14(1), 39–56. <https://doi.org/10.20886/jpsek.2017.14.1.39-56>
- Heslinga, J., Groote, P., & Vanclay, F. (2017). Strengthening governance processes to improve benefit-sharing from tourism in protected areas by using stakeholder analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 9582(December), 1–15. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1408635>
- Istiyanto, S. B. (2011). Komunikasi Pemerintah Daerah dalam Program Pembangunan Daerah Wisata Pantai Pascabencana. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 9(No 1), 16–27.
- Jupir, M. M. (2016). Implementasi Kebijakan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal (Studi di Kabupaten Manggarai Barat). *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2013.001.01.05>
- Lundberg, E. (2017). The importance of tourism impacts for different local resident groups: A case study of a Swedish seaside destination. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(1), 46–55. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.02.002>
- Martínez, R. M., Galván, M. O., & Lafuente, A. M. G. (2014). Public Policies and Tourism Marketing. An Analysis of the Competitiveness on Tourism in Morelia, Mexico and Alcala de Henares, Spain. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 146–152. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.028>
- Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Negara Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Kepariwisata*.
- Sinclair-Maragh, G. (2017). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(1), 5–12. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.03.005>
- Štefko, R., Királová, A., & Mudrík, M. (2015). Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 423–430. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1219>
- Sulistiyowati, F. (2005). *Komunikasi Pemberdayaan*. Yogyakarta: APMD Press.
- Vibriyanto, N., Ismail, A., & Ekayani, M. (2016). Manfaat Ekonomi Dan Daya Dukung Kawasan Pantai Lombang Kabupaten Sumenep Provinsi Jawa Timur. *RISALAH KEBIJAKAN PERTANIAN DAN LINGKUNGAN: Rumusan Kajian Strategis Bidang Pertanian Dan Lingkungan*, 2(2), 151.

<https://doi.org/10.20957/jkebijakan.v2i2.10986>

Wang, Y. J., Wu, C., & Yuan, J. (2009). The role of integrated marketing communications (IMC) on heritage destination visitations. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 10(3), 218–231.

<https://doi.org/10.1080/15280080902988048>

Yasir, Y., Nurjanah, N., & Yesicha, C. (2017). A Model of Communication to Empower Fisherman Community in Bengkalis Regency. *MIMBAR, Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 33(2), 226.

<https://doi.org/10.29313/mimbar.v33i2.2135>