



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor Tahun 2024 Page 1597-1610

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Komunikasi Kim Malapeaka Dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala Di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro

Muhamad Rasid Aldiano^{1✉}, Ansar Suherman², Wa Nurfida³

Universitas Muhammadiyah Buton

Email: lnong.aldiano@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone, Kecamatan Batupoaro, serta mengidentifikasi hambatan yang dihadapi. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa KIM Malapeaka mengadopsi strategi komunikasi seperti media sosial, papan iklan, kolaborasi dengan wartawan, dan kerjasama dengan influencer, yang efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Namun, keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia menjadi hambatan yang perlu diatasi untuk mendukung pertumbuhan wisata jangka panjang.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, KIM Malapeaka, Promosi Wisata, Budaya Haroana Andala*

Abstract

This This research aims to analyze KIM Malapeaka's communication strategy in promoting Haroana Andala Cultural Tourism in Bone-Bone Village, Batupoaro District, and identify the obstacles faced. Using descriptive qualitative methods, data was collected through observation, interviews and documentation. The results show that KIM Malapeaka adopted communication strategies such as social media, billboards, collaboration with journalists, and collaboration with influencers, which were effective in increasing public awareness. However, limited infrastructure and human resources are obstacles that need to be overcome to support long-term tourism growth.

Keywords: *Communication strategy, KIM Malapeaka, Tourism promotion, Haroana Andala Culture*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah suatu kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Di era globalisasi saat ini, sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia menjadi industri yang mengglobal. Industri pariwisata di suatu daerah dijadikan sebagai prioritas utama dalam mengembangkan perekonomian di daerah tersebut sekaligus sebagai sarana promosi untuk mengenalkan daerahnya kepada dunia luar. Dampaknya tidak hanya pada kunjungan wisatawan, tapi juga citra orisinil daerah asal yang melekat pada produk-produk yang dihasilkan akan ikut meningkat (Suharyanti dkk., 2015).

Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, provinsi, kabupaten/kota, yang merupakan bagian integral dari pembangunan jangka panjang nasional. Pemerintah daerah memiliki wewenang dalam pengembangan potensi dan ciri khas suatu daerah dengan melaksanakan kerwenangannya serta tidak melanggar ketentuan hukum perundang-undangan yang berlaku dalam pelaksanaannya (Rani, 2014)

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi wisata budaya yang unik adalah di Kota Baubau. Kota Baubau sebagai salah satu wilayah administratif yang terdapat di Provinsi Sulawesi Tenggara, merupakan daerah yang memiliki cukup banyak potensi-potensi daerah yang dapat dikembangkan untuk kegiatan wisata, baik untuk kegiatan wisata alam, wisata buatan, maupun wisata budaya.

Kota Baubau di Sulawesi Tenggara memiliki potensi wisata budaya unik, seperti tradisi Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone. Ritual doa bersama di pesisir pantai ini, yang bertujuan memohon perlindungan dari fenomena alam, belum dikembangkan secara optimal. Haroana Andala berpotensi besar sebagai daya tarik wisata budaya yang dapat mendukung perekonomian lokal.

Meski Kota Baubau memiliki banyak potensi wisata, banyak yang belum dikembangkan secara optimal, termasuk wisata budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone. Tradisi ini merupakan warisan budaya lokal yang kaya nilai kearifan dan berpotensi menjadi daya tarik wisata budaya, serta dapat mendorong perekonomian lokal.

Haroana Andala adalah ritual doa bersama yang dilakukan di pesisir pantai oleh masyarakat nelayan Kelurahan Bone-Bone. Ritual ini dilatarbelakangi oleh kondisi sulit yang dihadapi nelayan saat mengalami fenomena alam seperti angin kencang dan ombak besar yang menghambat aktivitas melaut. Dalam upaya untuk mengatasi masa sulit tersebut, masyarakat menggelar doa bersama yang disebut "Ritual Haroana Andala," dengan

mengedepankan nilai-nilai etika, estetika beragama, dan keyakinan terhadap Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Pencipta.

Dalam upaya mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala, dibentuklah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai penyedia informasi publik. KIM, yang dikelola oleh masyarakat, melayani kebutuhan informasi dan pemberdayaan masyarakat serta menjadi jembatan antara masyarakat dan pemerintah dalam pemenuhan informasi, terutama layanan publik. Di Kota Baubau, terdapat 14 KIM di berbagai kelurahan dan kecamatan, termasuk KIM "Malapeaka" di Kelurahan Bone-Bone, Kecamatan Batupoaro. KIM Malapeaka merupakan revitalisasi kelompok pencari informasi yang disesuaikan dengan prinsip pembangunan, demokrasi, dan tata kelola yang baik.

Peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Malapeaka sangat vital dalam mempromosikan wisata budaya seperti Haroana Andala. Sebagai lembaga komunikasi berbasis masyarakat, KIM Malapeaka bertugas menyebarluaskan informasi tentang potensi daerah di era digital. Untuk memaksimalkan promosi, diperlukan strategi komunikasi yang efektif, termasuk pemilihan media yang tepat, pesan yang menarik, dan target audiens yang sesuai, sambil menjaga keseimbangan antara promosi wisata dan pelestarian nilai-nilai budaya asli.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro. (2) Untuk mengetahui apa saja hambatan strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam mempromosikan wisata budaya Haroana Andala. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang kaya dan kontekstual, serta memahami perspektif dan pengalaman para partisipan dalam konteks sosial dan budaya mereka.

Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci fenomena yang diteliti dalam konteks alamiahnya. Dengan menggunakan jenis penelitian ini, peneliti dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang strategi komunikasi yang digunakan, tantangan yang dihadapi, dan dampak dari upaya promosi wisata budaya Haroana Andala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan dipaparkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh KIM Malapeaka dalam upaya mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone, Kecamatan Batupoaro. Hasil penelitian ini diperoleh melalui serangkaian pengumpulan data, observasi, dan wawancara dengan pihak-pihak terkait. Pembahasan akan berfokus pada strategi-strategi yang diterapkan oleh KIM Malapeaka, serta hambatan-hambatan yang dihadapi dalam proses implementasi strategi tersebut.

Strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, KIM Malapeaka telah menerapkan beberapa strategi komunikasi dalam upaya mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone, Kecamatan Batupoaro. Strategi-strategi ini dirancang untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap keberadaan dan daya tarik wisata budaya tersebut. Berikut ini akan diuraikan secara rinci mengenai strategi-strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh KIM Malapeaka:

Pemanfaatan Media Sosial

KIM Malapeaka memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. Di Instagram, mereka rutin mengunggah foto-foto menarik dan informasi event, dengan hashtag #HaroanaAndala dan #WisataBudayaBoneBone untuk meningkatkan visibilitas. Facebook digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, berbagi artikel dan video pendek tentang wisata budaya. Di YouTube, mereka mengunggah video promosi yang lebih panjang, seperti virtual tour dan liputan event budaya.



Gambar 2. Promosi Haroana Andala melalui Media sosial KIM Malapeaka

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemanfaatan media sosial oleh KIM Malapeaka, peneliti melakukan wawancara dengan ketua KIM

Malapeaka yaitu Muh Vicram. Berikut adalah pernyataan langsung dari ketua KIM Malapeaka mengenai strategi media sosial mereka:

"Media sosial menjadi ujung tombak promosi kami untuk Wisata Budaya Haroana Andala. Kami fokus pada konten yang autentik dan menarik, menampilkan keunikan budaya lokal yang belum banyak diketahui publik. Setiap platform media sosial kami manfaatkan secara berbeda, menyesuaikan dengan karakteristik penggunanya." (Hasil wawancara ketua KIM Malapeaka 12-07-2024)

Berdasarkan wawancara, dapat disimpulkan bahwa KIM Malapeaka memiliki pendekatan terstruktur dan strategis dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. Mereka tidak hanya fokus pada penyebaran informasi, tetapi juga menciptakan konten autentik dan menarik untuk masing-masing platform. Strategi ini menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya kualitas konten dan segmentasi audiens dalam pemasaran digital.

Penggunaan Papan Iklan di Jalan

Selain media digital, KIM Malapeaka juga menggunakan papan iklan di lokasi strategis, seperti jalan utama dan area publik, untuk mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. Papan iklan ini ditujukan untuk menjangkau audiens lokal dan wisatawan. Informasi pada papan iklan diperbarui secara berkala, terutama saat ada event khusus atau atraksi baru, agar selalu relevan dan terkini.

Untuk mengetahui lebih lanjut tentang efektivitas strategi ini, peneliti melakukan wawancara dengan ketua KIM Malapeaka yaitu Muh Vicram. Berikut adalah pernyataan langsung dari beliau:

"Penggunaan papan iklan di jalan merupakan strategi yang kami anggap penting, terutama untuk menjangkau masyarakat lokal dan wisatawan yang mungkin belum familiar dengan media sosial. Kami menempatkan papan iklan di titik-titik strategis yang telah kami survei sebelumnya, seperti di jalan masuk Kelurahan Bone-Bone dan beberapa persimpangan utama." (Hasil wawancara ketua KIM Malapeaka 12-07-2024)

Berdasarkan wawancara di atas, dapat dilihat bahwa strategi penggunaan papan iklan di jalan memberikan dampak positif dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. Strategi ini tidak hanya efektif dalam meningkatkan awareness, tetapi juga berperan penting dalam memberikan informasi praktis bagi calon pengunjung.

Kolaborasi Dengan Wartawan

KIM Malapeaka menyadari pentingnya peran media massa dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala ke khalayak yang lebih luas. Untuk itu, mereka secara aktif menjalin kolaborasi dengan wartawan dari berbagai media, baik lokal maupun nasional.

Salah satu pencapaian signifikan dari strategi ini adalah keberhasilan mereka dalam menarik perhatian media nasional, khususnya TV One, untuk meliput Wisata Budaya Haroana Andala. Liputan oleh TV One ini menjadi terobosan penting dalam upaya promosi, mengingat jangkauan siaran TV One yang luas di seluruh Indonesia.



Gambar 3. Liputan TV One Tradisi Haroana Andala

Untuk mendapatkan perspektif lebih lanjut tentang strategi kolaborasi dengan wartawan ini, peneliti melakukan wawancara dengan Lurah Bone-Bone terlebih dahulu, diikuti oleh wawancara dengan ketua KIM Malapeaka. Adapun wawancara dengan Bapak Lurah Bone-bone yaitu Bapak Ramadhan. Berikut adalah hasil wawancaranya:

"Liputan oleh TV One membawa dampak besar bagi Wisata Budaya Haroana Andala dan Kelurahan Bone-Bone. Setelah tayangan tersebut, jumlah wisatawan meningkat signifikan, baik dari dalam maupun luar daerah, yang juga membuka peluang ekonomi baru bagi warga. Kami sangat menghargai upaya KIM Malapeaka dalam bekerja sama dengan media." (Lurah Bone-Bone, 12-07-2024)

Sementara itu, ketua KIM Malapeaka menambahkan:

"Kolaborasi dengan media, khususnya liputan TV One, adalah hasil dari upaya kami membangun relasi dengan wartawan. Kami rutin mengirim press release, mengundang wartawan ke event khusus, dan menyediakan materi menarik untuk berita. Liputan TV One memberikan dampak besar, terbukti dengan banyaknya pertanyaan dari calon wisatawan dari seluruh Indonesia." (Ketua KIM Malapeaka, 12-07-2024)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting mengenai strategi kolaborasi dengan wartawan yang dilakukan oleh KIM Malapeaka dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. liputan oleh TV One menjadi tonggak penting dalam upaya promosi wisata budaya ini. Sebagai media nasional dengan jangkauan luas, TV One berhasil memperkenalkan Haroana Andala ke khalayak yang lebih besar di

seluruh Indonesia. Hal ini terbukti dari peningkatan signifikan jumlah pertanyaan dan kunjungan wisatawan dari berbagai daerah setelah penayangan liputan tersebut.

Kerjasama Dengan Influencer

Dalam upaya memperluas jangkauan promosi dan menarik minat generasi muda, KIM Malapeaka menerapkan strategi kerjasama dengan influencer. Strategi ini dipilih mengingat besarnya pengaruh influencer di media sosial dan kemampuan mereka dalam menciptakan konten yang menarik dan relateable bagi target audiensnya. KIM Malapeaka secara selektif memilih influencer yang sesuai dengan karakteristik Wisata Budaya Haroana Andala. Mereka fokus pada influencer lokal dan nasional yang memiliki minat di bidang travel, budaya, dan fotografi.



Gambar 4. Postingan akun @luvtrip.id Tradisi Haroana Andala

KIM Malapeaka mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala dengan bekerja sama dengan influencer Instagram @luvtrip.id untuk memperluas jangkauan. Kolaborasi ini efektif menarik perhatian audiens lebih luas dengan menampilkan acara dan budaya lokal, sehingga meningkatkan visibilitas dan minat wisatawan. Promosi di media sosial juga membantu mendokumentasikan budaya dan membangun citra positif.

Berikut adalah hasil wawancara dengan ketua KIM Malapeaka tentang strategi kerja sama dengan influencer:

"Kerja sama dengan influencer efektif menjangkau milenial dan Gen Z. Setelah mereka membagikan pengalaman di Haroana Andala, engagement dan kunjungan meningkat. KIM Malapeaka memilih influencer yang sesuai dengan nilai budaya, fokus pada edukasi dan pelestarian budaya, bukan hanya jumlah followers." (Ketua KIM Malapeaka, 12-07-2024)

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi kerjasama dengan influencer memberikan dampak positif dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala, terutama di kalangan generasi muda. Strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga membantu membangun citra yang lebih modern dan relevan bagi destinasi wisata budaya ini.

Untuk memahami dampak kerjasama KIM Malapeaka dengan influencer, peneliti mewawancarai Dewi, salah satu followers akun @luvtrip.id. Berikut adalah pernyataan Dewi:

"Saya pertama kali tahu tentang Haroana Andala dari postingan @luvtrip.id di Instagram. Foto dan video yang mereka bagikan sangat menarik dan membuat saya penasaran. Saya terkesan dengan keindahan alam dan budaya yang ditampilkan. Yang meyakinkan saya untuk berkunjung adalah review detail dari @luvtrip.id. Mereka tidak hanya menunjukkan keindahan tempatnya, tapi juga memberikan informasi praktis seperti cara ke lokasi, tempat menginap, dan aktivitas budaya. Ini sangat membantu dalam merencanakan perjalanan saya." (Dewi, Followers akun @luvtrip.id, 12-07-2024)

Berdasarkan wawancara dengan Dewi, strategi KIM Malapeaka bekerja sama dengan influencer seperti @luvtrip.id terbukti efektif dalam menarik minat calon wisatawan. Konten informatif dan menarik dari kolaborasi ini meningkatkan kesadaran dan mendorong kunjungan. Namun, meskipun berbagai strategi komunikasi telah diterapkan, tantangan dan hambatan tetap ada. Identifikasi dan analisis kendala ini penting untuk menemukan solusi yang tepat guna meningkatkan efektivitas promosi wisata budaya di masa depan.

Hambatan komunikasi KIM Malapeaka dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro

Meskipun KIM Malapeaka telah menerapkan strategi komunikasi yang inovatif untuk mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala, pelaksanaannya menghadapi sejumlah hambatan yang memengaruhi efektivitas strategi tersebut.

Penelitian mengungkap beberapa hambatan utama, seperti infrastruktur, akomodasi, dan tantangan dalam produksi konten promosi. Mengidentifikasi hambatan-hambatan ini sangat penting untuk merumuskan solusi yang tepat guna meningkatkan efektivitas strategi komunikasi di masa depan. Berikut ini adalah uraian singkat mengenai hambatan-hambatan yang dihadapi oleh KIM Malapeaka dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala:

Keterbatasan Infrastruktur Pendukung

KIM Malapeaka menghadapi hambatan signifikan dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala akibat keterbatasan infrastruktur. Masalah utama meliputi kondisi jalan menuju lokasi wisata yang memerlukan perbaikan, terutama saat musim hujan, yang menghambat aksesibilitas dan mengurangi minat pengunjung. Fasilitas pendukung seperti area parkir, toilet umum, dan pusat informasi wisata juga masih sangat terbatas, berdampak negatif pada kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Keterbatasan infrastruktur ini menjadi tantangan besar dalam upaya mempromosikan dan mengembangkan destinasi wisata budaya tersebut.

Untuk mendapatkan perspektif lebih lanjut tentang hambatan infrastruktur ini, peneliti juga melakukan wawancara dengan ketua KIM Malapeaka. Berikut adalah pernyataan langsung dari beliau:

"Kami menyadari bahwa infrastruktur menjadi salah satu tantangan terbesar kami. Meskipun kami telah berupaya maksimal dalam promosi, keterbatasan infrastruktur ini terkadang menghambat pengalaman wisatawan. Kami sedang aktif berkoordinasi dengan pemerintah daerah untuk mendapatkan dukungan dalam perbaikan dan pengembangan infrastruktur pendukung." (Hasil wawancara Ketua KIM Malapeaka, 12-07-2024)

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa keterbatasan infrastruktur pendukung merupakan hambatan serius dalam promosi Wisata Budaya Haroana Andala. Masalah ini mempengaruhi kenyamanan dan aksesibilitas pengunjung, serta berdampak pada efektivitas strategi promosi digital KIM Malapeaka. Perbaikan infrastruktur menjadi prioritas utama untuk meningkatkan daya tarik dan kualitas pengalaman wisata di Haroana Andala.

Permasalahan Akomodasi

Salah satu hambatan utama dalam pengembangan Wisata Budaya Haroana Andala adalah keterbatasan fasilitas akomodasi di Kelurahan Bone-Bone. Jumlah penginapan di sekitar lokasi masih sangat terbatas, kualitasnya sering kali tidak memenuhi harapan wisatawan, terutama dari luar daerah atau mancanegara, dan pilihan akomodasi kurang bervariasi. Selain itu, banyak penginapan belum dilengkapi dengan fasilitas pendukung, seperti restoran dan layanan laundry, yang mengurangi kenyamanan bagi wisatawan.

Untuk mendapatkan perspektif lebih mendalam tentang permasalahan ini, peneliti melakukan wawancara dengan ketua KIM Malapeaka. Berikut adalah pernyataan beliau:

"Masalah akomodasi memang menjadi salah satu kendala utama kami dalam mengembangkan wisata di sini. Banyak wisatawan yang ingin menginap lebih lama untuk menikmati budaya kami, tapi terpaksa harus mencari penginapan di kota terdekat karena keterbatasan akomodasi di sini. Ini tentu berdampak pada lama kunjungan dan potensi pendapatan dari sektor pariwisata." (Hasil wawancara ketua KIM Malapeaka 12-07-2024)

Peneliti juga mewawancarai Lurah Bone-Bone untuk mendapatkan pandangan dari sisi pemerintah setempat. Berikut pernyataan beliau:

"Kami menyadari bahwa pengembangan akomodasi adalah kunci dalam memajukan sektor pariwisata di Kelurahan Bone-Bone. Saat ini, kami sedang menggalakkan program pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan homestay. Kami juga sedang berupaya menarik investor untuk membangun hotel atau penginapan yang lebih memadai di sekitar area wisata." (Hasil wawancara dengan Lurah Bone-bone 12-07-2024)

Ketua KIM Malapeaka menyebutkan bahwa keterbatasan akomodasi membuat banyak wisatawan mencari penginapan di kota terdekat, yang mengurangi lama kunjungan dan potensi pendapatan pariwisata. Lurah Bone-Bone menekankan pentingnya pengembangan akomodasi untuk kemajuan pariwisata. Pemerintah setempat sedang menggalakkan program pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan homestay dan menarik investor untuk membangun penginapan yang lebih baik. Upaya ini memberikan harapan positif dalam mengatasi hambatan tersebut dan mendukung pertumbuhan Wisata Budaya Haroana Andala.

Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

KIM Malapeaka menghadapi tantangan signifikan terkait keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. Meskipun timnya bersemangat, mereka kesulitan dalam aspek yang memerlukan keahlian khusus di bidang pariwisata dan teknologi informasi. Terbatasnya anggota tim dengan pelatihan formal di pariwisata mempengaruhi kemampuan mereka dalam merancang strategi promosi sesuai standar industri. Selain itu, keterbatasan kemampuan bahasa Inggris menghambat komunikasi dengan calon wisatawan mancanegara.

Untuk mendapatkan perspektif lebih lanjut tentang masalah ini, peneliti melakukan wawancara dengan ketua KIM Malapeaka berikut adalah hasil wawancaranya:

"Kualitas SDM adalah kunci dalam pengembangan dan promosi wisata. Saat ini, kami masih bergantung pada beberapa individu dengan kemampuan di bidang pariwisata dan teknologi digital. Kami berupaya meningkatkan kapasitas anggota tim melalui pelatihan, namun proses ini memerlukan waktu dan sumber daya yang tidak sedikit. Kami aktif mencari dukungan dari pihak eksternal, termasuk pemerintah daerah dan lembaga pendidikan, untuk membantu meningkatkan keterampilan anggota tim." (Hasil wawancara Ketua KIM Malapeaka, 12-07-2024)

Berdasarkan wawancara di atas, KIM Malapeaka mengakui bahwa kualitas SDM merupakan faktor kunci dalam pengembangan dan promosi wisata. Saat ini, mereka masih sangat bergantung pada sejumlah kecil individu yang memiliki kemampuan di bidang pariwisata dan teknologi digital. Hal ini mengindikasikan adanya kesenjangan keterampilan di antara anggota tim KIM Malapeaka.

PEMBAHASAN

Strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro.

Pemanfaatan Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala efektif dan sejalan dengan teori difusi inovasi. Mereka memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dengan konten menarik dan autentik, serta memiliki tim khusus untuk pengelolaan media sosial. Strategi ini mendukung temuan Rahman et al. (2019) dan Hays et al. (2016) tentang efektivitas media sosial dan pentingnya customisasi konten. Dengan memahami "*relative advantage*" dan "*communication channels*," KIM Malapeaka memaksimalkan jangkauan dan interaktivitas di era digital.

Penggunaan Papan Iklan di Jalan

KIM Malapeaka menggunakan papan iklan sebagai bagian dari strategi komunikasi multi-channel untuk mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala. Selain media sosial, papan iklan di lokasi strategis meningkatkan visibilitas sesuai dengan konsep "observability" dan memudahkan pemahaman dengan desain yang menarik. Pembaruan berkala mendukung "trialability," sementara efektivitas papan iklan dalam memicu keputusan spontan didukung oleh penelitian Bhati dan Chang (2020). Pendekatan multi-channel ini mencerminkan pemahaman yang baik terhadap teori difusi inovasi dan efektif dalam promosi wisata budaya.

Kolaborasi Dengan Wartawan

KIM Malapeaka berhasil menerapkan konsep "opinion leadership" dari teori difusi inovasi dengan mendapatkan liputan dari TV One. Mereka memanfaatkan media massa sebagai opinion leader untuk mempercepat penyebaran informasi tentang Wisata Budaya Haroana Andala. Strategi mereka mencerminkan pemahaman terhadap "*communication channels*" dengan aktif membuka berbagai saluran komunikasi. Dampak liputan TV One menunjukkan keberhasilan dalam tahap "*knowledge*" dan "*persuasion*" dari proses difusi inovasi. Pernyataan Lurah Bone-Bone tentang dampak ekonomi menggambarkan tahap "*implementation*" dan "*confirmation*". Strategi ini sejalan dengan penelitian tentang peran media massa dalam pembentukan citra destinasi wisata.

Keberhasilan KIM Malapeaka menunjukkan pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip teori difusi inovasi, mengintegrasikan berbagai elemen untuk menciptakan strategi promosi yang efektif dan berdampak luas.

Kerjasama Dengan Influencer

Strategi kerjasama KIM Malapeaka dengan influencer dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala menerapkan teori difusi inovasi secara efektif. Influencer berperan sebagai "early adopters" dan "opinion leaders", mempercepat penyebaran informasi ke

generasi muda. Pemilihan influencer yang fokus pada travel, budaya, dan fotografi mencerminkan konsep "homophily", meningkatkan efektivitas adopsi inovasi.

Peningkatan engagement di media sosial dan kunjungan wisatawan muda menunjukkan keberhasilan dalam tahap "knowledge", "persuasion", dan "decision". Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Xu (Woody) dan Pratt (2018) tentang peran influencer dalam pariwisata. Hasilnya meningkatkan visibility, kunjungan wisatawan, dan pelestarian budaya, menunjukkan aplikasi efektif teori difusi inovasi dalam promosi wisata budaya di era digital.

Hambatan komunikasi KIM Malapeaka dalam Mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone Kecamatan Batupoaro
Keterbatasan Infrastruktur Pendukung

Keterbatasan infrastruktur pendukung dalam promosi Wisata Budaya Haroana Andala dapat dilihat sebagai hambatan adopsi inovasi menurut teori difusi inovasi. Infrastruktur seperti akses jalan yang buruk dan fasilitas yang minim mengurangi kesesuaian destinasi ini dengan kebutuhan wisatawan modern, sekaligus mengurangi daya saingnya dibandingkan dengan destinasi lain yang lebih lengkap. Upaya KIM Malapeaka untuk berkoordinasi dengan pemerintah daerah mencerminkan kesadaran mereka akan pentingnya mengatasi hambatan infrastruktur ini, yang berpengaruh besar terhadap efektivitas strategi promosi.

Dalam konteks teori difusi inovasi, peningkatan infrastruktur bisa dianggap sebagai proses adaptasi atau "*re-invention*" untuk membuat Wisata Budaya Haroana Andala lebih sesuai dengan ekspektasi wisatawan. Meskipun perbaikan infrastruktur memerlukan waktu, komitmen pemerintah dan KIM Malapeaka memberikan harapan positif bahwa langkah ini akan meningkatkan adopsi dan keberlanjutan destinasi. Pendekatan holistik yang mencakup pengembangan infrastruktur dianggap kunci dalam mencapai kesuksesan jangka panjang bagi Wisata Budaya Haroana Andala.

Permasalahan Akomodasi

Permasalahan akomodasi dalam promosi Wisata Budaya Haroana Andala menciptakan hambatan dalam adopsi inovasi. Keterbatasan jumlah penginapan, kualitas yang belum memadai, dan minimnya fasilitas pendukung mengurangi kecocokan destinasi ini dengan kebutuhan wisatawan modern. Hal ini juga menambah kompleksitas bagi wisatawan yang harus mencari penginapan di kota terdekat, sehingga pengalaman wisata menjadi kurang nyaman dan daya saing destinasi ini berkurang dibandingkan dengan alternatif lainnya.

Hambatan akomodasi ini juga mempersulit wisatawan untuk sepenuhnya mencoba dan menilai Wisata Budaya Haroana Andala, yang penting dalam proses adopsi inovasi. Meski tantangan ini signifikan, upaya pengembangan akomodasi yang lebih baik merupakan langkah penting dalam meningkatkan adopsi dan keberlanjutan destinasi wisata ini. Pendekatan yang holistik, yang mencakup pengembangan fasilitas akomodasi, akan mendukung keberhasilan jangka panjang promosi Wisata Budaya Haroana Andala.

Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

KIM Malapeaka menghadapi tantangan dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala karena keterbatasan SDM. Kurangnya latar belakang formal di bidang pariwisata, keterbatasan kemampuan bahasa asing, dan penguasaan teknik pemasaran digital menghambat efektivitas komunikasi dengan calon pengunjung, terutama wisatawan mancanegara. Meski demikian, upaya tim untuk meningkatkan keterampilan melalui pelatihan menunjukkan kesadaran akan pentingnya pengembangan kapasitas SDM. Sikap optimis dan komitmen belajar mereka mencerminkan karakteristik inovator yang efektif dalam konteks teori difusi inovasi.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian, strategi komunikasi KIM Malapeaka dalam mempromosikan Wisata Budaya Haroana Andala di Kelurahan Bone-Bone menunjukkan upaya yang komprehensif dan inovatif, namun menghadapi beberapa tantangan signifikan.

KIM Malapeaka telah menerapkan berbagai strategi komunikasi yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan wartawan dan influencer. Upaya ini berhasil meningkatkan visibilitas dan menarik minat audiens, terutama generasi muda. Namun, mereka menghadapi tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, akomodasi, dan Sumber Daya Manusia (SDM). Keterbatasan ini mengurangi kenyamanan dan aksesibilitas wisatawan serta menghambat perkembangan jangka panjang.

Meski begitu, KIM Malapeaka menunjukkan komitmen untuk terus berkembang dengan meningkatkan kapasitas tim dan mencari dukungan eksternal. Kesimpulannya, strategi komunikasi KIM Malapeaka memiliki potensi besar, namun masih memerlukan dukungan lebih lanjut untuk pengembangan infrastruktur, akomodasi, dan peningkatan kapasitas SDM agar Wisata Budaya Haroana Andala bisa berkembang menjadi destinasi wisata budaya unggulan di masa depan.

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa rekomendasi yang disarankan:

1. Saran untuk Peneliti Selanjutnya, Lakukan penelitian mendalam tentang pengalaman dan kepuasan pengunjung terhadap Wisata Budaya Haroana Andala.

2. Saran untuk Mahasiswa Ilmu Komunikasi, disarankan untuk meningkatkan keterampilan dalam penggunaan alat digital dan media sosial.
3. Saran untuk KIM Malapeaka, Fokus pada peningkatan infrastruktur dasar seperti akses jalan dan fasilitas wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z., & Saebani, B. A. (2022). Pengantar sistem sosial budaya (P. Setia, Ed.). CV Pustaka Setia Bandung.
- Bungin, B. (2015). Komunikasi Pariwisata (Tourism dan Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi. Prenada Media.
- Cangara, H. H. (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Edisi Revisi, Cetakan ke-3, Januari 2017 Edisi Revisi, Cetakan ke-2, Oktober 2014). Rajawali Pers.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). Effective Public Relations (Ed. 9. Cet . 5.). Kencana.
- Dharmmesta, B. S., & Sumarwan, U. (2015). Manajemen Pemasaran (Cet.1, Ed. 2). Universitas Terbuka.
- Karim, R. (2021, Mei 3). Teknik Pengumpulan Data, Pengertian dan Jenis [Blogspot]. Buku Deepublish.
- Ismail, N., & Muhaimin, A. G. (2015). Konflik umat beragama dan budaya lokal. Lubuk Agung. Rani,
- D. P. M. (2014). PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). Jurnal Politik Muda, 3, 412–421.
- Suharyanti, S., Wijaya, B. S., & Rostika, M. (2015). Riding the Country, Buying the Brand: How Country-of-Origin Image Drives the Purchase Behavior of Big Motorcycle in Indonesia. Asian Social Science, 11(27), 185.
- Sujarweni, V. W. (2019). Metodologi Penelitian Lengkap Praktis Dan Mudah Dipahami (Jl. Wonosari Km.6 Demblaksari Baturetno Banguntapan Bantul Yogyakarta). Pustaka Baru Press.
- Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. (t.t.). UU No. 10 Tahun 2009. Database Peraturan | JDih BPK. Diambil 15 Juni 2024, dari
- Wahyuni, R. R. (2016). Eksplorasi Potensi Ekowisata di Rokan Hulu. Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika, 6(2), Article 2.