

Komunikasi Pariwisata Berbasis Komunitas untuk Pengembangan Desa Wisata Budaya di Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis

Noor Efni Salam^{1*}, Yasir², Muhammad Firdaus³, Rusmadi Awza⁴, Evawani Elysa Lubis⁵

Universitas Riau, Indonesia

*Email: noor.efni.salam@lecturer.unri.ac.id

Diterima : 22 Januari 24

Disetujui : 08 Maret 2024

Diterbitkan : 17 Maret 2024

Abstrak

Desa Bukit Batu Kabupaten Bengkalis memiliki banyak daya tarik sebagai destinasi wisata baik dari sisi budaya maupun alam. Namun komunikasi maupun branding yang dilakukan oleh komunitas belum melibatkan stakeholder secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan model komunikasi pariwisata berbasis komunitas dalam pengembangan desa wisata Bukit Batu. Kajian ini menggunakan pendekatan komunikasi pariwisata berbasis komunitas (CBT). Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pariwisata dalam pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu dilakukan oleh kelompok sadar wisata (Pokdarwis)/ Relawan Wisata Bukit Batu. Kelompok Sadar Wisata ini berkontribusi dalam menyusun banyak program dan mengimplementasikan kegiatannya untuk memajukan desa wisata budaya bukit batu sehingga meraih banyak penghargaan. Komunikasi Pokdarwis dalam pengembangan pariwisatanya dilakukan dengan bekerjasama dengan pemerintah daerah, perusahaan, dan komunitas lainnya seperti: fotografer dan Ekraf. Dan Penggiat usaha mikro kecil menengah (UMKM). Model komunikasi pariwisata dalam pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu dilakukan komunitas sebagai penggerak utama, swasta pendukung pendanaan, dan pemerintah sebagai fasilitator dan regulator. Namun demikian hendaknya komunikasi dapat dilakukan secara berkelanjutan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat..

Kata Kunci: Komunikasi Pariwisata; Wisata Berbasis Komunitas; Wisata Budaya; Pemangku Kepentingan

Abstract

Bukit Batu Village, Bengkalis Regency has many attractions as a tourist destination, both in terms of culture and nature. However, communication and branding carried out by the community do not yet involve stakeholders optimally. This research aims to explain the community-based tourism communication model in developing the Bukit Batu tourist village. This study uses a community-based tourism communication (CBT) approach. The research method used is qualitative with descriptive analysis. The research results show that tourism communication in the development of the Bukit Batu cultural tourism village is carried out by the tourism awareness group (Pokdarwis)/Bukit Batu Tourism Volunteers. This Tourism Awareness Group contributed to preparing many programs and implementing activities to advance the Bukit Batu cultural tourism village so that it won many awards. Pokdarwis' communication in tourism development is carried out in collaboration with local governments, companies and other communities such as: photographers and Creative Economy. And Activists of micro, small and medium enterprises (MSMEs). The tourism communication model in developing the Bukit Batu cultural tourism village is carried out by the community as the main driver, the private sector funding support, and the government as facilitator and regulator. However, communication should be carried out on an ongoing basis in order to improve community welfare.

Keywords: Tourism Communication; Community-Based Tourism; Culture Tourism; Stakeholder

PENDAHULUAN

Bukit Batu merupakan salah satu desa, yang terletak di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Desa ini juga memiliki warisan budaya yang layak untuk dikembangkan menjadi sebuah destinasi yang unik. Desa Bukit Batu ini memiliki kaitan dengan sejarah kejayaan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Kawasan Bukit Batu merupakan tempat Datuk Laksamana Raja Dilaut sebagai kesatria Melayu yang menjaga keamanan selat Malaka. Hal ini dibuktikan dengan peninggalan artefak yang cukup beragam seperti rumah peninggalan Datuk Laksamana Raja Dilaut, Makam Laksamana Raja Dilaut, Masjid, Meriam, hingga Rumah Orang Kaya Raja Negara, stempel bertuliskan bahasa Arab, dan jejak-jejak sejarah lainnya.

Berbagai potensi wisata yang dimiliki Desa Bukit Batu telah dikembangkan oleh masyarakat terutama kelompok sadar wisata (pokdarwis). Pokdarwis yang dinamai Relawan Desa Wisata Bukit Batu merupakan kelompok yang berperan dalam mengembangkan desanya bergiat menjadikan wilayahnya sebagai desa wisata budaya. Pada dasarnya motif pelancong yang menyenangi budaya dan pelancong religi berkunjung ke tempat wisata untuk mencari ketenangan, kesenangan, ketertarikan pada sejarah, dan juga untuk berkumpul dengan keluarga (Bakti et al., 2018).”

Desa wisata Bukit Batu telah diikutkan dalam perlombaan sebagai Desa Wisata yang diakui oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Keberadaannya semakin menarik sebagai destinasi saat dikemas melalui festival Sungai Bukit Batu pada tahun 2022. Kegiatan ini dicetus oleh Pokdarwis dengan berbagai komponen di dalamnya seperti, komunitas fotografer, Ekonomi kreatif dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang didukung oleh pemerintah daerah. Pokdarwis ini saling berinteraksi secara langsung di bawah sebuah pengelolaan yang memiliki kepedulian dalam meningkatkan kesadaran masyarakat, agar berperan sesuai dengan potensi, keterampilan dan kemampuan masing-masing secara kondusif, yang bertujuan untuk mengembangkan desa wisata di wilayahnya. Berbagai upaya yang telah dilakukan oleh komunitas tersebut menjadikan desa wisata ini banyak mendapat penghargaan dan terpilih sebagai salah satu desa wisata terbaik dalam ajang desa wisata (ADWI) dari tahun 2021 hingga 2023 oleh Kemenkraf RI.

Pokdarwis bersama berbagai stakeholder lain berperan sebagai pelaku dalam pengembangan desa wisata. Hal ini nampak dari perkembangan desa wisata yang telah mendapatkan beberapa kali penghargaan dari kemenparekraf bahkan anggotanya aktif melakukan studi banding ke desa wisata lain. Untuk mendalami masalah ini diperlukan sebuah kajian yang lebih mendalam untuk menemukan model komunikasi pariwisata sebagai role model untuk pengembangan desa wisata yang berkelanjutan bagi daerah lain. Untuk menganalisis fenomena komunikasi pariwisata ini pendekatan *community-based tourism* (CBT) yang didukung oleh teori pemangku kepentingan dianggap sangat penting sebagai kerangka berpikir untuk menjelaskan bagaimana Pokdarwis sebagai subjek yang berperan dalam pengembangan desa wisata budaya (Yasir et al., 2021).

Dalam hal ini, komunikasi pariwisata merupakan penyatuan konsep ilmu komunikasi dan pariwisata (Bungin, 2015). Komunikasi juga merupakan proses multidimensional atas *meaning making* yang bersifat interaktif dan partisipatoris (Blichfeldt & Smed, 2015). Komunikasi pariwisata merupakan proses penyampaian informasi tentang berbagai jenis

wisata alam, sejarah, budaya dan lain- lainnya yang bertujuan agar para wisatawan mengunjunginya (Sembiring, 2016). Di sini komunikasi pariwisata diartikan sebagai salah satu kegiatan individu dalam menginformasikan terkait dengan perjalanannya dari suatu tempat atau ojek wisata ke daerah lain yang dikunjunginya, dengan menceritakan keunggulan- keunggulan wisata tersebut, agar masyarakat tertarik untuk mengunjunginya.

Komunikasi pariwisata dikatakan strategis jika melibatkan *deliberate spread of information, ideas, principles, doctrines etc.* Konsep ini juga merupakan tema yang biasa dipakai oleh organisasi dan institusi seperti pemerintahan, agen-agen nasional, bisnis, organisasi non- profit dan lain-lain untuk mengembangkan wisata. (Blichfeldt & Smed, 2015), dalam konteks penelitian ini sebagai sumber penggerak adalah pokdarwis dan komunitas lain yang terlibat untuk pengembangan desa wisata budaya bukit batu.

Dalam pelaksanaannya konsep *Community based tourism* (CBT) merupakan salah satu pendekatan yang dapat digunakan bagi masyarakat lokal sebagai penentu baik dalam pengembangan maupun pengelolaan kegiatan kepariwisataan di desa (Nicolau & Más, 2005). Oleh karena itu, komunikasi dan kegiatan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat juga bermanfaat bagi pengembangan sosial, budaya dan lingkungan (Susiana, 2018). Konsep CBT ini juga berfungsi sebagai wadah yang memperkuat potensi masyarakat dan melindungi masyarakat dari berbagai ancaman pihak luar (Fitrianti et al., 2014). Jadi berdasarkan dari karakter CBT ini dapat dipakai sebagai salah satu model komunikasi pariwisata dalam mengembangkan desa wisata budaya di Desa Bukit Batu, Bengkalis. Pendekatan komunikasi pariwisata melalui CBT sangat relevan digunakan untuk pengembangan wisata dengan memaksimalkan peran masyarakat lokal (Yasir et al., 2021). Dengan demikian keberhasilan dalam pengembangan desa wisata adalah dengan terbentuknya tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal (Wearing & McDonald, 2002).

Pengembangan desa wisata budaya yang menjadi fokus dalam penelitian ini juga tidak terlepas dari keseriusan pemerintah yang selalu mendorong agar desa wisata mampu berkembang secara maksimal (Prihastha & Suswanta, 2020) sebab membahas usulan peraturan daerah hampir tidak pernah terlepas dari unsur tantangan dan permasalahan (Gemiharto, 2023). Selain itu, hal ini perlu mendapatkan dukungan dengan kesadaran yang tinggi dari masyarakatnya. Hal ini sesuai dengan undang-undang kepariwisataan yang bertujuan agar tercapainya peningkatan kesejahteraan masyarakat desa yang tumbuh baik pengetahuan maupun keterampilan, sehingga menjadi masyarakat yang mandiri (Undang-Undang Nomor 6, Tahun 2014).

Keberadaan kelompok sadar wisata atau Pokdarwis yang didukung pemerintah setempat memiliki peran penting dalam mengembangkan desa wisata. Pengembangan desa melalui kesadaran masyarakat sangat dibutuhkan dalam mengelola wilayahnya menjadi desa wisata (Rochman, 2016). Jadi keunikan budaya dan potensi sumber daya alam yang dimiliki Desa Bukit Batu serta kepedulian masyarakatnya menjadi modal dasar bagi pengembangan desa wisata budaya melalui pemberdayaan masyarakatnya.

Desa wisata menunjukan kepada kita sebuah wilayah yang memiliki kehidupan bermasyarakat yang jauh dari kehidupan perkotaan yang serba modern, namun memiliki

daya tarik baik pada aspek budaya maupun lingkungan alamnya (Hadiwijoyo, 2012) Jadi desa wisata memiliki kekhasan dan keunikan sebagai sebuah desa yang menuntut masyarakatnya mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya (Kusumah Admaja & Anggraini, 2020). Dalam hal ini, pengembangan desa wisata didorong oleh potensi alam dan budaya, tradisi serta topografi yang serasi dan lingkungan alam yang asli ini, dapat dilakukan melalui berbagai strategi, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat yang bersangkutan (Damanik, 2013). Jadi peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat dengan mengembangkan desa wisata budaya dengan memanfaatkan partisipasi masyarakat (Rochman, 2016).

Partisipasi masyarakat merupakan sebuah format pembangunan sebuah wilayah, sehingga menjadi tumpuan pembangunan ekonomi (Syarifuddin, 2018). Desa wisata juga sebuah penerapan pembangunan pariwisata melalui masyarakat yang mampu mendorong perekonomian masyarakat (Wahyuningsih & Pradana, 2021).

Partisipasi komunitas dalam pengembangan desa wisata yang didukung oleh keseriusan pemerintah dalam mengelolanya, berarti memaksimalkan sumber daya manusia (SDM), agar dapat meningkatkan kemampuan dalam berpartisipasi di lingkungan masyarakatnya (Adisasmita, 2006). Kesadaran masyarakat ini menjadi salah satu komponen komunikasi pariwisata dalam mengelola desa wisata (Adisasmita, 2006). Masyarakat yang aktif ini memiliki kemampuan dalam mengelola, menjaga, mempertahankan lingkungan dan berperan dalam mengembangkan desanya (Andrianto & Damayanti, 2018).

Penelitian ini berupaya untuk memfokuskan pada kajian komunikasi pariwisata yang menekankan pariwisata berbasis komunitas di desa Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Hal ini diasumsikan bahwa masyarakat lokal memiliki kontribusi penting dalam proses pengambilan keputusan, dan manfaat yang diterima oleh masyarakat dari pembangunan destinasi wisata. Oleh karena, kajian ini akan memetakan dan membranding destinasi wisata Desa Bukit Batu yang khas dan unik sebagai daya tarik wisata budaya, menganalisis peran komunitas dalam mengembangkan wisata budaya Bukit Batu, dan menganalisis model komunikasi pariwisata berbasis komunitas dalam pengembangan wisata budaya Bukit Batu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mendalam terhadap kondisi lapangan berdasarkan pandangan informan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara, yakni melakukan wawancara kepada Ketua Pokdarwis sekaligus ketua Relawan, Kepala Desa Bukit Batu, beberapa ibu-ibu sebagai penggiat UMKM dan beberapa pengunjung wisata pada saat tim peneliti berada di lokasi wisata tersebut. Selain wawancara langsung peneliti juga melakukan *focus group discussion* (FGD) terhadap sejumlah warga, yang terdiri dari pihak kecamatan, perangkat desa, pihak swasta/*corporate social responsibility*, penggiat UMKM, dan Pokdarwis yang merupakan penggerak utama pengembangan desa wisata ini.

Selanjutnya melakukan observasi terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakatnya, mulai dari bagaimana cara membuat dan memasarkan kuliner serta kerajinan tradisional kepada pengunjung. Peneliti juga menyelenggarakan *Focus Group Discussion* (FGD). FGD yang dilakukan melibatkan berbagai unsur antara lain: komunitas yang tergabung dalam

pokdarwis, *pihak Corporate Social Responsibility* dari perusahaan yang berdiri disekitar desa bukit batu, dan pihak pemerintah daerah, baik dari kecamatan maupun desa setempat. serta didukung oleh dokumen-dokumen yang tersedia, dan literatur dan jurnal ilmiah sebagai pendukung dalam melengkapi penelitian ini.

Teknik pemilihan informan menggunakan teknik purposive, yakni pemilihan berdasarkan kriteria tertentu (Moleong, 2018). Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive* yakni pemilihan berdasarkan kriteria tertentu yang menjadi pertimbangan dalam memberikan informasi, karena informan yang terpilih ini yang mengetahui, sehingga informasi sesuai dengan yang diperlukan (Creswell, 2015). Informan atau narasumber dari penelitian ini terdiri dari pihak pemberi dukungan dalam pengembangan desa wisata Bukit Batu yaitu pemerintah Kabupaten Bengkalis, pihak swasta sebagai pengembang dan masyarakat lokal (Pokdarwis) yang secara langsung berpartisipasi dalam melaksanakan, pengawasan dan implementasinya. Sebab, wisata berbasis masyarakat memberikan kekuatan kepada masyarakat lokal dalam segala aspek pengelolaan pariwisata (He et al., 2021). Selain itu, wisata berbasis masyarakat juga merupakan salah satu strategi dalam mengentaskan kemiskinan serta meningkatkan keberlanjutan wilayah dan komunitas yang terpinggirkan (Juma & Khademi-Vidra, 2019). Selain itu juga peneliti bisa menemukan realitas sesuai dengan fakta yang inquiry dari kehidupan bermasyarakat, dan memberikan kesempatan kepada informan untuk lebih terbuka dalam menyampaikan pandangannya (Ritchie & Lewis. J., 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Destinasi Wisata Budaya Bukit Batu yang Unik

Desa wisata Bukit Batu memiliki keunikan pada pemukiman penduduk, kerajinan tradisional berupa tenun songket dan kuliner sebagai makanan khas Bukit Batu. Pemukiman penduduk berada di pinggir laut/selat Bengkalis, berada tersusun di atas air yang hanya disanggah oleh tiang-tiang yang terbuat dari kayu dan pelataran untuk sampai ke rumah-rumah mereka. Kemudian daya tarik pada kerajinan tradisionalnya berupa tenun songket yang mereka produksi masih manual, yakni dikerjakan oleh tangan manusia tanpa mesin. Jadi mereka menenun songket langsung dikerjakan di rumah penduduk masing-masing.

Hal ini sejalan dengan amanat Undang Undang No 10 tahun 2009 bahwa destinasi pariwisata harus memiliki daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Mengacu pada undang-undang ini masyarakat Desa Bukit Batu memiliki kepedulian yang tinggi dalam membangun wilayahnya sebagai desa wisata budaya. Dalam pengembangannya tidak terlepas dari komponen-komponen pendukungnya, seperti aksesibilitas (sarana transportasi yang memudahkan pengunjung menuju lokasi wisata). Amenitas (fasilitas wisata yang memadai untuk memudahkan pengunjung berada di tempat wisata, produk-produk wisata yang ditawarkan sebagai daya tarik wisata itu sendiri) dan atraksi (daya tarik yang dapat memberikan kesan bagi pengunjungnya berupa kepuasan dan kenyamanan dalam kegiatan pariwisata, baik melalui daya tarik alam, budaya, maupun buatan manusia).

Untuk menuju Desa Wisata Bukit Batu menggunakan transportasi darat, dan jarak tempuh dari ibu kota provinsi sekitar 4 jam. Selain itu, fasilitas pelayanan wisata yang

tersedia di Desa Bukit Batu ini telah memiliki *homestay* yang cukup layak, sekaligus melayani kebutuhan pangan pengunjung. Artinya pemilik *homestay* juga menjual makanan untuk kebutuhan pengunjung. Beberapa aspek yang menjadi daya tarik Desa Wisata Budaya Bukit batu ini, terletak pada kekhasan dan keunikan dari sosial budaya masyarakatnya. Desa wisata merupakan perpaduan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang yang ditampilkan oleh komunitas tertentu yang menampilkan tata cara dan tradisi kehidupan masyarakat tersebut (Dewi, 2013). Berikut yang menjadi kekhasan sekaligus keunggulan yang dimiliki Desa Wisata Bukit Batu terurai di bawah ini.

Di sini pengunjung tidak hanya melihat hasilnya tapi juga dapat belajar cara menenun songket tersebut, karena proses kerajinan buatan manusia ini yang menjadi ciri khas daerah ini, seperti yang disampaikan pengelola berikut ini:

“Tidak hanya sekedar melihat, wisatawan juga dapat belajar langsung dan merasakan bagaimana cara memproduksi kerajinan berupa tenun, kerupuk sagu dan leko. Jika ada rombongan wisatawan dalam skala yang cukup besar maka akan diadakan pertunjukan seni dan tradisi dari desa bukit batu laut ini.”

Menariknya Desa Bukit Batu terkenal akan songket tenun melayu yang dibuat menggunakan cara tradisional yang dipertahankan hingga saat ini, sehingga tidak heran sering digunakan sebagai *souvenir* bagi wisatawan yang berkunjung kesini. Berdasarkan potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Bukit Batu ini, peneliti berasumsi bahwa wilayah ini layak dikembangkan sebagai “desa wisata budaya” yang berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakatnya. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan wisata, di antaranya kebiasaan atau yang menjadi ciri, juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal-hal yang bersejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik di masa lampau maupun di masa sekarang (Nugroho & Sugiarti, 2018). Pariwisata berperan dalam mengembangkan, mengelola, dan meningkatkan potensi budaya pada tingkat tertentu karena hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lain (Terkenli & Georgoula, 2022). Terlebih lagi masyarakat pedesaan cenderung memanfaatkan keterampilan tradisional mereka dipadukan dengan sistem budaya, modal sosial, dan akses terhadap tanah adat untuk memastikan kesejahteraan mereka tetap terjaga (Scheyvens et al., 2023).

Daya tarik lainnya yang bisa kita temui di Desa Bukit Batu ini antara lain, wisata mangrove Laksamana Bukit Batu. Kampung di pinggir Sungai, Meriam Laksamana, Rumah Orang Kaya Raja Negara, yang merupakan orang kepercayaan Datuk Laksamana juga merupakan destinasi bagi wisatawan yang ingin melihat juga cerita masa lampaulainnya di Desa Bukit Batu. Rumah ini masih dilengkapi dengan dokumen-dokumen penting pada masa kerajaan yang lalu. Selanjutnya (Nugroho & Sugiarti, 2018) menyatakan bahwa daya tarik atau atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri.

Di sisi lain, keunikan yang kita temui adalah fasilitas *homestay* yang merupakan rumah- rumah warga setempat sebagai lokasi menginap bagi pengunjung, fasilitas ini merupakan salah satu kekhasan jika pengunjung ingin menyatu dengan masyarakat lokal. Ada dua *alasan homestay* menjadi komponen terpenting dalam mengembangkan pariwisata

berbasis komunitas karena wisatawan membutuhkan penginapan dan banyak keluarga desa yang akan terlibat dalam penyediaan tempat (Pasanchay & Schott, 2021). Di samping pengunjung berada di *homestay* selama di Desa Bukit Batu, pemiliknya juga menjual makanan dan minuman sebagai kebutuhan pokok bagi pengunjungnya. Dalam pengembangan desa wisata budaya, seperti yang disampaikan oleh Ketua Pokdarwisnya:

“... untuk homestay, dari awalnya yang diinginkan pemerintah itu bukan homestay yang berdiri mandiri tapi homestay yang melekat di rumah masyarakat dan dengan standar-standar homestay, misalnya tempat tidurnya warna putih dan bantalnya warna putih, di toiletnya ada ini ada itu.”

Dalam hal ini, ada beberapa komponen penunjang yang menjadi daya tarik wisatawan adalah adanya pelayanan wisata yang telah tersedia, berupa penginapan yang memungkinkan berintegrasinya warga masyarakat dengan pengunjung, dan daya tarik wisata yang berupa kehidupan keseharian masyarakat, kondisi geografis yang khas yang memungkinkan menyatu dengan wisatawan (Dewi, 2013). Selain itu Desa Bukit Batu ini terletak di lokasi yang strategis, yaitu di pesisir Selat Bengkalis dan merupakan pemukiman masyarakat Melayu di atas air. Ketika memasuki lokasi, akan terlihat rumah-rumah yang terletak di atas air, berbeda dari rumah yang berada di daratan. Terdapat satu jalan utama di lokasi wisata ini yang berakhir di wilayah mangrove pesisir. Desa ini memiliki sejarah yang bersinggungan langsung dengan Datuk Laksamana Raja Dilaut, yang dikenal sebagai panglima angkatan laut yang menjaga wilayah pesisir kesultanan siak dari serangan lanun ataupun bangsa lain. Situs sejarah yang menjadi ciri khas di lokasi ini adalah rumah Datuk Laksamana, Masjid Jami' Al Haq, rumah Melayu peninggalan Orang Kaya Raja Negara Bukit Batu dan isinya seperti sisa-sisa perabotan, barang-barang antik, tepak sirih, meriam, tombak pengawal, foto-foto lama dan keris. Bahkan ada sebuah stempel dengan tulisan Arab Melayu., serta beberapa meriam (lela rentaka) serta barang-barang peninggalan lainnya.

Daya tarik desa wisata budaya Bukit Batu lainnya terlihat pada keaslian geografis dengan adanya hutan mangrove yang khas, *local heritage* dan berbagai artefak peninggalan zaman dulunya yang dapat digunakan sebagai edukasi dan kajian-kajian ilmiah untuk mengetahui sejarah perjuangan Datuk Laksamana Di Laut Bukit Batu. (Kasih, 2019) pada dasarnya daya tarik desa wisata terletak pada keunikan, kekhasan, dan keaslian alam serta budaya masyarakat tertentu, terkait dengan hubungan manusia dengan lingkungannya, baik geografis maupun sumber daya alamnya. Demikian juga dalam pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu, potensi wisata yang dimiliki antara lain kondisi sosial masyarakat yang masih asli terbentuk dari lingkungan alam yang menjadi ciri khas dan keunggulan sebagai desa wisata budaya.

Pokdarwis Sebagai Pelaku dan Penggerak Pengembangan Desa Wisata Budaya

Ide awal untuk mengembangkan desa wisata budaya Bukit Batu ini merupakan gagasan salah seorang warga, yang saat ini berperan sebagai Ketua Pokdarwis atau dikenal dengan Relawan Desa Bukit Batu. Berangkat dengan membuat serangkaian perencanaan yang dilakukan pokdarwis bersama komunitas pendukungnya, mereka menyusun visi, misi dan *road map* dalam pengembangan wisata tersebut. Berdasarkan pada perencanaan yang telah dirancang, banyak kegiatan yang telah dilaksanakan masyarakat tersebut, diantaranya

menyelenggarakan Festival Budaya, kegiatan yang bersifat ilmiah, melakukan kerja sama dengan pihak perusahaan swasta dan perguruan tinggi yang terdapat di Kabupaten Bengkalis.

Kegiatan yang telah dikemas oleh Pokdarwis sebagai upaya untuk mengembangkan desa wisata ini, dengan menyelenggarakan webinar yang bertajuk “Rumah Kreatif Jelita Bukit Batu” dengan menghadirkan seorang dosen/peneliti dari Jepang, segenap Kepala Dinas dari Pemerintah Kabupaten Bengkalis, Perangkat Desa, Pengusaha, yang membahas berbagai materi dalam membangun SDM yang unggul, dan sejahtera, bermaruah, maju dan sejahtera. Pada kegiatan ini juga terlihat tingginya partisipasi masyarakat dalam membangun desa wisata budaya Bukit Batu. Sebenarnya memang sudah banyak negara berkembang yang sadar untuk mengembangkan pariwisata berbasis komunitas, kebijakan terkait kerangka kerja masih menjadi perhatian (Yanes et al., 2019).

Jadi dalam pengembangan desa wisata budaya ini adalah masyarakat dengan segenap komunitas yang telah dibentuk, dan saling berinteraksi secara langsung serta memegang kendali untuk mengelola, juga peduli dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam meningkatkan keterampilan sesuai dengan kemampuan masing-masing secara kondusif. Dukungan masyarakat terhadap pariwisata berperan sangat penting dalam menjembatani hubungan antara pemberdayaan masyarakat dan pariwisata berkelanjutan di daerah setempat (Khalid et al., 2019). Sehingga, pengabaian partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata menjadi awal dari kegagalan tujuan pengembangan desa wisata. Partisipasi masyarakat lokal sangat dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata karena masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Apalagi faktor-faktor penting yang menentukan berhasil atau gagalnya sebuah inisiatif pariwisata berbasis komunitas adalah kondisi operasional, struktural, dan budaya dalam masyarakatnya (Zielinski et al., 2020). Sehingga, partisipasi masyarakat merupakan hak bukan kewajiban sebagaimana dinyatakan dalam deklarasi PBB mengenai hak asasi manusia, bahwa setiap warga negara mempunyai hak untuk berperan serta dalam urusan pemerintahan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Di sisi lain tingginya partisipasi masyarakat dalam mengembangkan desa wisata budaya Bukit Batu ini adalah “Komunitas Fotografer dan Ekraf.” Salah satu Pokdarwis yang berperan dalam mempromosikan desa wisata budaya ini melalui berbagai media online, seperti Instagram dengan akunnya @wisatabukitbatu. Website dengan akunnya desawisatabukitbatu.com, dan facebook dengan akunnya desa wisata bukit batu. Peran komunitas Fotografer dan Ekraf ini terbilang sangat aktif di media sosial, baik menyampaikan berbagai kegiatan event wisata dan informasi-informasi lainnya terkait dengan pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu ini, terutama penggunaan Instagram. Keterlibatan media sosial dalam komunikasi kolaboratif seperti penggunaan Instagram dianggap cukup efektif dan efisien (Adhrianti & Alfarabi, 2023) sebagai wadah untuk melakukan komunikasi publik dan komunikasi strategis (Diniati et al., 2023). Sebab, Instagram menawarkan berbagai fitur menarik yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan wisata (Ikhsano et al., 2023) seperti *ads di timeline* dan *story* agar pengguna merasa lebih dekat (Junawan & Laugu, 2020). Selain itu, memaksimalkan peran influencer di Instagram juga memberikan dampak yang cukup signifikan dalam mengembangkan strategi komunikasi pariwisata (Martínez-Sala et al., 2019). Kendati begitu, cara

mengadaptasi konten *online* untuk promosi wisata budaya di Instagram akan berbeda satu sama lainnya berdasarkan ciri khas budaya masing-masing (Mele et al., 2021) tetapi dengan tujuan yang sama untuk memaksimalkan potensi pariwisata dan pemulihan perekonomian (Purwaningwulan & Ramdan, 2021). Sehingga, peran komunitas Fotografer dan Ekraf melalui Instagram bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas baik lokal, nasional, maupun internasional, bahkan mengajak mereka untuk melihat secara jelas bagaimana potensi wisata budaya yang dimiliki Desa Wisata Bukit Batu ini.

Begitu juga pihak-pihak lainnya yang mendukung pengembangan desa wisata ini seperti dengan Lembaga Adat Melayu Kecamatan/LAMR berpartisipasi secara aktif dalam mendukung pengembangan desa wisata ini, terutama terkait dengan kesenian tradisional pada event budaya. Begitu juga Koperasi yang dimiliki masyarakat setempat juga turut terlibat terutama membantu pendanaan untuk pelaksanaan event budaya. Pemerintah Daerah sebagai fasilitator dan regulator dalam pengembangan Desa Wisata Bukit Batu

Peran atau keterlibatan pemerintah daerah dalam pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu juga cukup tinggi, terlihat dari dukungannya dalam berbagai kegiatan wisata. Sebagai pemegang kuasa di daerah tersebut pemerintah daerah baik dari tingkat provinsi, kabupaten, kecamatan hingga level desa berperan dalam memfasilitasi masyarakat terhadap berbagai pihak untuk pengembangan desa wisata di daerahnya. Apalagi bagaimana pemerintah mengelola suatu wilayah akan mempengaruhi dukungan penduduk sebagai faktor yang berasal dari lingkungan sosial politik (Farmaki et al., 2019). Berbagai fasilitas yang telah diberikan oleh pemerintah setempat, terutama pemerintah Desa Bukit batu terkait dengan masalah perizinan, dan berbagai ketentuan yang membantu Masyarakat dalam mengembangkan Desa Wisata Budaya Bukit Batu. Sebab, umumnya, permasalahan dan peluang dalam industri pariwisata merupakan isu dominan yang menjadi perhatian utama pemerintah di berbagai negara (Liasidou, 2019).

Beberapa dukungan yang telah diberikan oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan wisata Bukit Batu ini antara lain, menjembatani bantuan yang diberikan oleh beberapa perusahaan swasta untuk mengembangkan desa wisata, memfasilitasi penyelenggaraan “Festival Sungai Bukit Batu” yang diselenggarakan pada tahun 2023, dimana pemerintah telah memudahkan memberi izin kepada Pokdarwis baik terkait dengan tempat, waktu dan penyelenggaraannya. Begitu juga kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh pemerintah daerah setempat terutama dalam menerbitkan berbagai ketentuan/keputusan berdasarkan undang-undang yang berlaku dalam pengembangan pariwisata (Prihantoro et al., 2022). *For tourism development, collaboration between the community and the government is needed.* Untuk pengembangan pariwisata diperlukan kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah sehingga dapat menyelaraskan dengan tujuan berkelanjutan untuk menciptakan pengalaman menyenangkan yang inklusif (CockburnWootten & McIntosh, 2020) swasta /perusahaan sebagai pendukung pengembangan Desa Wisata Bukit Batu.

Disamping tingginya semangat Pokdawis Desa Bukit Batu dalam mengembangkan wisata budaya ini, komponen lainnya sebagai pendukung yang cukup menentukan keberhasilan dalam pelaksanaannya adalah pihak swasta atau perusahaan yang berdiri di sekitar Bukit Batu. Perusahaan swasta dalam penelitian ini adalah perusahaan swasta yang berada disekitar wilayah tersebut, seperti Pertamina Hulu Rokan (PHR) dan Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP) yang rutin memberikan bantuan dana setiap tahunnya. Seperti yang disampaikan oleh Ketua Pokdarwis bahwa “untuk standar *homestay* kita sudah mendapat *support* dari PHR, yang jelas tiga *homestay* kita sudah di *support*.” Selain itu sejak 1999 pihak CSR Sinar Mas juga berkontribusi memberikan bantuan pendanaan setiap tahunnya, antara lain untuk penyelenggaraan festival tahunan, pembelian mesin kerupuk, ternak dan membantu kebutuhan untuk tenun songket asli kerajaan Bukit Batu. Pemerintah dan swasta dapat mendukung pariwisata berbasis masyarakat dengan melakukan komunikasi yang lebih kolaboratif dan memastikan aksesibilitas yang lebih besar terhadap sumber dukungan sosial (Kim et al., 2022).

Untuk lebih jelasnya berbagai program dan implementasi aktivitas komunitas untuk pengembangan wisata budaya bukit batuterlihat pada tabel berikut ini:

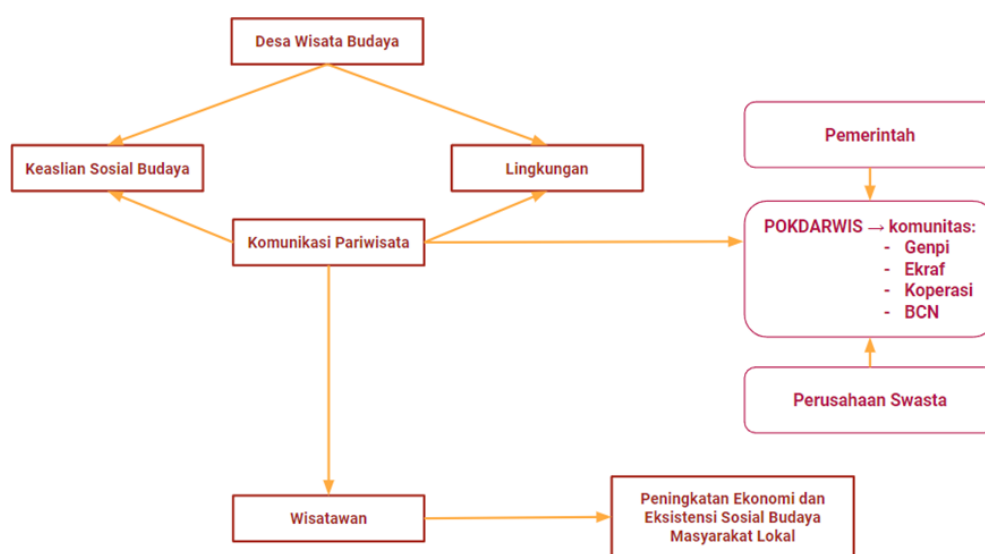
Tabel 1: Pelaku Komunikasi dan Implementasi Pengembangan Desa Wisata

No.	Pelaku Komunikasi	Implementasi Dalam Pengembangan Desa Wisata
1	POKDARWIS - Penggiat UMKM - Bengkalis Creative Network - Komunitas Fotografer (TematuBesantan, Genpi) - Koperasi Tuah Sakato	- Menjadikan komunitas sebagai pelaku dan pemegang kendali aktivitas pariwisata. - Menggali potensi desa wisata budaya dan meningkatkan kesadaran, kepedulian masyarakat dalam pengembangan wisata budaya. - Masing-masing komunitas berperan aktif dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan potensi yang dimilikinya sehingga terjalin komunikasi yang baik dalam mengembangkan wisata budaya - Komunikasi komunitas berjalan dengan efektif dan kondusif dibawah kendali pokdarwis.
2	Pemerintah - Provinsi - Kabupaten - Kecamatan - Desa	- Sebagai fasilitator dan regulator dalam pengembangan desa wisata budaya. - Memberi dukungan serta mempermudah birokrasi dalam melestarikan nilai-nilai lokal dalam pengembangan desa wisata budaya.
3	Perusahaan Swasta - PT. Sakato Pratama Makmur - Pertamina Ru II SungaiPakning - Pertamina Hulu Rokan	Sebagai pendukung pada aspek pendanaan dalam menjaga dan mengembangkan desa wisata budaya.

Model Komunikasi Berbasis Komunitas untuk Pengembangan Desa Wisata

Komunikasi pariwisata berbasis komunitas dalam mengembangkan desa wisata budaya di Bukit Batu didasarkan pada partisipasi yang tinggi dalam pengembangan desa

Komunikasi pariwisata berbasis komunitas ini sebetulnya sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan pemerintah dalam pasal 11 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang “Kepariwisata” di mana pengelolaan dan pengembangan pariwisata memerlukan sebuah strategi yang akan dilakukan serta kerjasama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, dan masyarakat. Dalam perspektif undang-undang ini, kerjasama yang setara menjadi satu kunci penting yang membuat pola komunikasi bisa direalisasikan dengan efektif. Dengan batasan dan pemahaman-pemahaman di atas, maka disusunlah beberapa langkah sebagai model komunikasi berbasis komunitas seperti terlihat pada gambar 1 berikut.



{169}

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan (Lee & Jan, 2019). Pemberdayaan masyarakat terhadap potensi wisata di daerahnya dapat dimulai pada tingkat partisipasi secara individu dan berlanjut hingga tingkat partisipasi masyarakat secara kolektif (Joo et al., 2020). Partisipasi masyarakat di sini adalah kerja sama atau keterlibatan para komunitas yang dibentuk oleh pokdarwis untuk pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu. Komunitas masyarakat dalam hal ini adalah fotografer, ekraf, lembaga adat, UMKM, sebagai subjek/pelaku dalam mengembangkannya, yang didukung oleh pemerintah daerah sebagai fasilitator dan regulator, dan perusahaan swasta sebagai pihak yang mendukung terutama pada pendanaannya. Pokdarwis merupakan komponen utama dalam mengembangkan pariwisata, baik pada perencanaan, pelaksanaan dan implementasinya, terutama pada aspek merumuskan tujuan, pengoperasian program, mengalokasikan sumber-sumber pendanaan, mendistribusikan manfaat yang diperoleh dan sharing informasi. (Wearing & McDonald, 2002) menyebutkan bahwa dalam pengembangan desa wisata diperlukan kerjasama atau berpartisipasi di antara pemangku kepentingan (Masyarakat, pemerintah, dan swasta) dalam perencanaan, pengawasan dan implementasi untuk pengembangannya.

Model komunikasi pariwisata berbasis komunitas (CBT) adalah suatu bentuk pariwisata yang dikelola dan dikembangkan komunitas di mana komunitas lokal sendiri mempunyai kendali dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata (Yasir et al., 2021). Dalam hal ini, komunikasi pariwisata dengan CBT ini dapat memanfaatkan memanfaatkan pariwisata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang signifikan, pemerintah perlu berperan aktif sebagai penyelenggara negara (*state*), dengan berkolaborasi dengan pihak swasta (*private sector*) yang ada di wilayah tersebut untuk ikut serta mendorong keterlibatan masyarakat (*society*) dalam agenda pembangunan (Zhang & Dong, 2021). Peran pihak swasta dapat menggerakkan kegiatan pembangunan secara lebih sistemik untuk mendukung kegiatan tersebut, sehingga diperlukan identifikasi terhadap potensi lokal dan kebutuhan masyarakat lokal yang harus memiliki posisi tersendiri dalam perencanaan kegiatan.

PENUTUP

Komunikasi pariwisata dalam pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu dilakukan oleh kelompok sadar wisata yaitu Relawan Wisata Bukit Batu. Kelompok ini berkontribusi dalam membranding destinasi wisata budaya Bukit Batu sehingga meraih penghargaan beberapa kali dari Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif. Komunikasi Pokdarwis dalam pengembangan pariwisatanya dilakukan dengan bekerjasama dengan pemerintah daerah, perusahaan, dan komunitas lainnya seperti: fotografer, Ekraf dan penggiat usaha mikro kecil menengah (UMKM). Model komunikasi pariwisata dalam pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu dilakukan komunitas sebagai penggerak utama, swasta pendukung pendanaan, dan pemerintah sebagai fasilitator dan regulator. Namun demikian komunikasi pokdarwis dan *stakeholder* pengembang pariwisata belum dilakukan secara berkelanjutan bahkan belum berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan.

Pengembangan desa wisata bukit batu digagas dan dikembangkan oleh pokdarwis bersama-sama komunitas lainnya, yang didukung oleh perusahaan swasta yang berada di sekitar wilayahnya dan pemerintah daerah. Model komunikasi pariwisata dalam pengembangan desa wisata bukit batu menunjukkan solidaritas masyarakat dalam memajukan wisata budaya yang berkelanjutan. Pengembangan desa wisata budaya Bukit Batu ini masih perlu ditingkatkan terutama pada aspek usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang kuliner dan tenun songket sebagai bagian dari daya tarik wisata. Penelitian ini hendaknya kedepan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan yang berbeda atau penelitian dengan tataran implementatif untuk menerapkan model komunikasi yang lebih tepat.

REFERENSI

- Adhrianti, L., & Alfarabi, A. (2023). Disaster Communication in Reducing the Impact of Regional Losses in Bengkulu City by Local Government. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 14–20. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.779>
- Adisasmita, R. (2006). *Pembangunan pedesaan dan perkotaan*. Graha Ilmu.
- Andrianto, R. H., & Damayanti, M. (2018). Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota) Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata, Studi Kasus : Desa Wisata Pentingsari, DIY. *Jurnal Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Dan Kota)*, 7(4), 242–250. <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/pwk>
- Arymami, D. (2023). Discovering Indonesia: Video Reactions of Jiwa Jagad Jawi Storynomic Tourism. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.715>
- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., Aat, D., & Nugraha, R. (2018). Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kawasan Geopark Pangandaran. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2).
- Blichfeldt, B. S., & Smed, K. M. (2015). ‘Do it to Denmark.’ *Journal of Vacation Marketing*, 21(3), 289–301. <https://doi.org/10.1177/1356766715573652>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata (tourism dan communication): pemasaran dan brand destinasi*. Prenada Media.
- Campillo-Alhama, C., & Martínez-Sala, A. M. (2019). Events 2.0 in the transmedia branding strategy of world cultural heritage sites. *Profesional de La Informacion*, 28(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.09>
- Cockburn-Wooten, C., & McIntosh, A. (2020). Improving the accessibility of the tourism industry in New Zealand. *Sustainability (Switzerland)*, 12(24), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su122410478>
- Creswell, J. W. (2015). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. PustakaPelajar.
- Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia : antara peluang dan tantangan*. Pustaka Pelajar.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2). <https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Diniati, A., Setyawan, K. T., & Lestari, M. T. (2023). Instagram Social Media as Peruri’s Public Relations Strategy in Communicating with the Public. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 250–264. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.743>
- Farmaki, A., Christou, P., Saveriades, A., & Spanou-Tripinioti, E. (2019). Perceptions of Pafos as European Capital of Culture: Tourism stakeholder and resident perspectives.

- International Journal of Tourism Research*, 21(2), 234–244.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2257>
- Fitrianti, H., Ekonomi Pembangunan, J., Ekonomi, F., & Negeri Semarang, U. (2014). Economics Development Analysis Journal STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA TALUN MELALUI MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT. *EDAJ*, 204(1).<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Gemiharto, I. (2023). Government Communication of the Regional House of Representatives in the Process of Formulating Regional Regulations in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 217–227.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.784>
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat : (sebuah pendekatan konsep)*. Graha Ilmu.
- He, J., Huang, Z., Mishra, A. R., & Alrasheedi, M. (2021). Developing a new framework for conceptualizing the emerging sustainable community-based tourism using an extended interval-valued Pythagorean fuzzy SWARA-MULTIMOORA. *Technological Forecasting and Social Change*, 171. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120955>
- Ikhsano, A., Sutanto, D. F., & Stellarosa, Y. (2023). Communication Strategy of the Ministry of Communication and Information Technology in Preventing the Spread of Hoax on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 8(1), 208–216.
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i1.750>
- Joo, D., Woosnam, K. M., Strzelecka, M., & Boley, B. B. (2020). Knowledge, empowerment, and action: testing the empowerment theory in a tourism context. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 69–85. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1675673>
- Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019). Community-based tourism and sustainable development of rural regions in Kenya; Perceptions of the citizenry. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174733>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 41–57.
<https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kasih, W. C. (2019). Analisis Pengembangan Destinasi Wisata Religi Pada Islamic Center Kalimantan Timur Di Kota Samarinda. *EJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 424–437.
- Khalid, S., Ahmad, M. S., Ramayah, T., Hwang, J., & Kim, I. (2019). Community empowerment and sustainable tourism development: The mediating role of community support for tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 11(22).
<https://doi.org/10.3390/su11226248>
- Kim, L. E., Oxley, L., & Asbury, K. (2022). “My brain feels like a browser with 100 tabs open”: A longitudinal study of teachers’ mental health and well-being during the COVID-19 pandemic. *British Journal of Educational Psychology*, 92(1), 299–318.<https://doi.org/10.1111/bjep.12450>
- Kusumah Admaja, T., & Anggraini, O. (2020). Desa Wisata Pentingsari; Upaya Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengelolaan Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Publik & Kebijakan Publik*, 2(2).
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can Community-Based Tourism Contribute To Sustainable Development? Evidence From Residents’ Perceptions Of The Sustainability. *Tourism Management*, 70, 368–380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>
- Liasidou, S. (2019). Understanding Tourism Policy Development: A Documentary Analysis. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(1), 70–93.
<https://doi.org/10.1080/19407963.2018.1465063>

- Martínez-Sala, A., Monserrat-Gauchi, J., & Segarra-Saavedra, J. (2019). *The Influencer Tourist 2.0: From Anonymous Tourist To Opinion Leader*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1388en>
- Mele, E., Kerkhof, P., & Cantoni, L. (2021). Analyzing Cultural Tourism Promotion On Instagram: A Cross-Cultural Perspective. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(3), 326–340. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1906382>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nicolau, J. L., & Más, F. J. (2005). Heckit modelling of tourist expenditure: evidence from Spain. *International Journal of Service Industry Management*, 16(3), 271–293. <https://doi.org/10.1108/09564230510601404>
- Nugroho, W., & Sugiarti, R. (2018). Analisis Potensi Wisata Kampung Sayur Organik Ngemplak Sutan Mojosongo Berdasarkan Komponen Pariwisata 6a. *Cakra Wisata: Jurnal Pariwisata Budaya*, 19(2), 35–40.
- Pasanchay, K., & Schott, C. (2021). Community-Based Tourism Homestays' Capacity To Advance The Sustainable Development Goals: A Holistic Sustainable Livelihood Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 37. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100784>
- Powell, R. E., Henstenburg, J. M., Cooper, G., Hollander, J. E., & Rising, K. L. (2017). Patient Perceptions Of Telehealth Primary Care Video Visits. *Annals of Family Medicine*, 15(3), 225–229. <https://doi.org/10.1370/afm.2095>
- Pranata Sembiring, J. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *Jurnal Simbolika April*, 2(1).
- Prihantoro, E., Monata, R. S., Maulana, Y., Pertiwi, A., Widodo, S., & Ramadhani, R. W. (2022). Tourism Communication in The Development of Sustainable Intelligent Tourism Village in East Lombok As A Supporting Area for Mount Rinjani Global Geopark and Mandalika. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(2), 328–339. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i2.730>
- Prihata, A. K., & Suswanta, S. (2020). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Kaki Langit Padukuhan Mangunan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 221. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v07.i01.p10>
- Purwaningwulan, M. M., & Ramdan, T. D. (2021). Digital Promotion Of Local Tourist Destinations In The New Normal Era And Its Effect On The Economy In Indonesia. *Journal Of Eastern European And Central Asian Research*, 8(2). <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i1.873>
- Ritchie, J., & Lewis. J. (2003). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. Sage Publications.
- Rochman, N. (2016). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. In *Jurnal Equilibria Pendidikan* (Vol. 1, Issue 1).
- Scheyvens, R. A., Movono, A., & Auckram, S. (2023). Pacific Peoples And The Pandemic: Exploring Multiple Well-Beings Of People In Tourism-Dependent Communities. *Journal Of Sustainable Tourism*, 31(1), 111–130. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1970757>
- Susiana, S. (2018). Peran Pemerintah Daerah dalam Penyelenggaraan Kesehatan Reproduksi (Studi di Provinsi Jawa Tengah dan Provinsi Kalimantan Barat). *Jurnal Aspirasi*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v7i1.1084>
- Syarifuddin, D. (2018). Nilai Citra Kota Dari Sudut Pandang Wisatawan (Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang). *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13761>

- Terkenli, T. S., & Georgoula, V. (2022). Tourism and cultural sustainability: Views and prospects from cyclades, Greece. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1). <https://doi.org/10.3390/su14010307>
- Wahyuningsih, R., & Pradana, G. W. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari Melalui Pengembangan Desa Wisata Lontar Sewu. *Publika*, 323–334. <https://doi.org/10.26740/publika.v9n2.p323-334>
- Wearing, S., & McDonald, M. (2002). The Development Of Community-Based Tourism: Re-Thinking The Relationship Between Tour Operators And Development Agents As Intermediaries In Rural And Isolated Area Communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(3), 191–206. <https://doi.org/10.1080/09669580208667162>
- Yanes, A., Zielinski, S., Cano, M. D., & Kim, S. Il. (2019). Community-Based Tourism In Developing Countries: A Framework For Policy Evaluation. *Sustainability (Switzerland)*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/su11092506>
- Yasir, Y., Firzal, Y., Sulistyani, A., & Yesicha, C. (2021). Penta Helix Communication Model Through Community Based Tourism (CBT) For Tourism Village Development In Koto Sentajo, Riau, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 851–860. <https://doi.org/10.30892/gtg.37316-718>
- Zhang, J., & Dong, L. (2021). Image Monitoring and Management of Hot Tourism Destination Based on Data Mining Technology in Big Data Environment. *Microprocessors and Microsystems*, 80. <https://doi.org/10.1016/j.micpro.2020.103515>
- Zielinski, S., Kim, S. il, Botero, C., & Yanes, A. (2020). Factors That Facilitate And Inhibit Community-Based Tourism Initiatives In Developing Countries. *Current Issues In Tourism*, 23(6), 723–739. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1543254>