

HAMBATAN KOMUNIKASI KELOMPOK SADAR WISATA KAMPUNG WISATA CIWALUH, DESA WATES JAYA, KECAMATAN CIGOMBONG DALAM MENARIK KUNJUNGAN WISATAWAN

Siti Najwa Khairunnisa¹⁾, Yogaprasta Adi Nugraha²⁾, Sabila Adinda Puri Andarini³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor
Jl. Pakuan, RT.02/RW.06, Tegallega, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16129

Email: sitinajwa944@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kampung Wisata Ciwaluh dalam menarik kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Kampung Wisata Ciwaluh, Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pokdarwis mengacu pada lima komponen menurut Anwar Arifin, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, memilih metode komunikasi, menentukan media, dan peranan komunikator. Strategi ini dijalankan dengan menyesuaikan karakteristik wisatawan, menggunakan media sosial dan pendekatan interpersonal. Namun demikian, terdapat hambatan komunikasi yang dihadapi Pokdarwis, meliputi hambatan teknis seperti akses jalan dan sinyal yang terbatas, hambatan semantik seperti perbedaan bahasa dengan wisatawan asing, serta hambatan manusiawi yang berasal dari keterbatasan sumber daya manusia dalam hal keterampilan komunikasi dan promosi digital. Kesimpulannya, strategi komunikasi Pokdarwis cukup efektif dalam menarik kunjungan wisatawan, tetapi perlu ditingkatkan melalui pelatihan komunikasi, peningkatan fasilitas, dan penguatan peran media digital sebagai sarana promosi pariwisata.

Kata Kunci: Hambatan komunikasi, kampung wisata Ciwaluh,

Abstract

This research aims to analyze the communication strategy applied by the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) of Ciwaluh Tourism Village in attracting tourist visits. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation. The research location was Ciwaluh Tourism Village, Wates Jaya Village, Cigombong District, Bogor Regency. The results showed that the Pokdarwis communication strategy refers to the five components according to Anwar Arifin, namely knowing the audience, compiling messages, choosing communication methods, determining the media, and the role of the communicator. This strategy is carried out by adjusting the characteristics of tourists, using social media and interpersonal approaches. However, there are communication barriers faced by Pokdarwis, including technical barriers such as limited road access and signals, semantic barriers such as language differences with foreign tourists, and human barriers stemming from limited human resources in terms of communication skills and digital promotion. In conclusion, Pokdarwis communication strategy is effective in attracting tourists, but needs to be improved through communication training, facility improvement, and strengthening the role of digital media as a means of tourism promotion.

Keywords: Communication Barriers, Ciwaluh tourism village

Correspondence author: Siti Najwa Khairunnisa, sitinajwa944@gmail.com, Bogor, and Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Kampung Wisata Ciwaluh merupakan salah satu objek wisata cukup besar dan menarik untuk dikunjungi di Kabupaten Bogor. Kampung Ekowisata Ciwaluh adalah kampung yang terletak di kaki Gunung Pangrango. Berlokasi di Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Di Kampung Ekowisata Ciwaluh terdapat hulu Sungai Cisadane. Kegiatan pariwisata di Kampung Ekowisata Ciwaluh mulai aktif sejak tahun 2009. Pada tahun 2009, dikelola oleh Senadi, kemudian pada tahun 2011, kegiatan pariwisata di kelola oleh Kelompok Tali Bambu. Saat ini pengelolaan pariwisata di Kampung Ekowisata Ciwaluh dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Ciwaluh yang berdiri sejak 15 April 2019.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) adalah komunitas lokal yang terdiri dari para pelaku pariwisata dengan kepedulian tinggi terhadap pengelolaan desa wisata. Sebagai kelompok yang bergerak secara mandiri, Pokdarwis berfokus pada pengembangan pariwisata berbasis potensi lokal dan kreativitas masing-masing desa. Peran mereka terbukti signifikan dalam meningkatkan kualitas atraksi desa serta membangun rasa memiliki masyarakat terhadap kemajuan pariwisata di wilayah mereka. Selain itu, Pokdarwis juga memiliki potensi besar sebagai lembaga sosial yang mampu mendorong kegiatan ekonomi dengan melibatkan masyarakat setempat secara aktif (Wibowo et al., 2022)

Keberadaan Pokdarwis di Kampung Wisata Ciwaluh memegang peranan strategis dalam mengelola dan mengembangkan potensi pariwisata berbasis lokal. Kelompok ini bertanggung dalam pelestarian dan pengelolaan daya tarik alam. Peran Pokdarwis dalam mengelola Kampung Wisata Ciwaluh memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian masyarakat lokal. Melalui keterlibatan aktif warga dalam kegiatan pariwisata, seperti menjadi pemandu wisata, pengelola homestay, atau produsen produk lokal, kelompok ini mendorong terciptanya peluang ekonomi bagi masyarakat.

Kampung Ekowisata Ciwaluh memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam dan pengalaman edukatif bagi para pengunjung. Salah satu daya tarik utamanya adalah keberadaan dua air terjun, yaitu Curug Ciawitali dan Curug Cisadane, yang masing-masing menawarkan tantangan serta keunikan tersendiri. Mayoritas penduduk Ciwaluh memiliki mata pencaharian sebagai petani. Dengan keindahan alamnya, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Ciwaluh menginisiasi dan mengelola Ciwaluh sebagai kampung ekowisata. Pengelolaan Kampung Ekowisata Ciwaluh mempunyai tujuan untuk memajukan perekonomian warga namun tanpa merusak alam dan tidak menimbulkan banyak sampah. Menurut penuturan Pokdarwis Ciwaluh, jumlah pengunjung belum mencapai target yang diharapkan oleh pengurus, jumlah pengunjung setiap bulannya mencapai 100-500 wisatawan. Selain itu, bentuk pemasarannya belum dilakukan secara profesional, sehingga menjadikan desa wisata tersebut belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Pemasaran yang dilakukan lebih banyak melalui mulut ke mulut saja, sehingga jangkauan promosinya sangat terbatas. Selain itu, perlu adanya dukungan dari pemerintahan setempat untuk memperkenalkan Kampung Wisata Ciwaluh kepada wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang baik ditandai dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik yang semakin meningkat tiap tahunnya. Salah satu kabupaten yang terdapat di Provinsi Jawa Barat yaitu Kabupaten Bogor. Berdasarkan data dari BPS (2016), Kabupaten Bogor menempati posisi ketiga dari 27 kabupaten/kota se-Provinsi Jawa Barat yang sering dikunjungi

oleh para wisatawan mancanegara maupun domestik. Kabupaten Bogor memiliki total 43 objek wisata. (Mahardika et al., 2019)

Keberhasilan sebuah organisasi tidak lepas dari adanya peran humas. Sebab, pada hakikatnya kegiatan humas adalah kegiatan komunikasi. Berbeda dengan jenis komunikasi lainnya, komunikasi yang dilancarkan oleh humas mempunyai ciri-ciri tertentu yang disebabkan peran dan fungsi humas, faktor intern dan ekstern yang mempengaruhi, dan sebagainya. Selain itu, ciri khas dari humas adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two ways communication*) antara instansi atau perusahaan dengan publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi terciptanya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi atau pelayanan jasa dan sebagainya demi kemajuan instansi atau perusahaan bagi lembaga yang bersangkutan. Dalam hal ini humas pokdarwis berperan dalam menarik kunjungan wisatawan. Komunikasi yang dibangun oleh humas dapat membantu memperkenalkan potensi wisata yang ada di Kampung wisata Civaluh, Melalui komunikasi timbal balik, humas dapat mengelola persepsi publik dan membangun hubungan yang positif dengan wisatawan serta pemangku kepentingan, sehingga mendukung upaya untuk meningkatkan kunjungan wisata dan memajukan Kampung Wisata Civaluh sebagai destinasi pilihan.

Penelitian ini harus dilakukan karena Kampung Wisata Civaluh memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata, namun belum mendapatkan perhatian dan kunjungan wisatawan yang optimal. Peran humas dalam mempromosikan dan mengelola citra destinasi sangat penting untuk meningkatkan daya tarik wisata dan memperkenalkan potensi secara luas. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Kelompok Sadar Wisata Kampung Wisata Civaluh, Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong dalam Menarik Kunjungan Wisatawan

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan serangkaian aktivitas yang teratur, berkelanjutan, dan saling terkait, yang dilaksanakan secara strategis, yang memungkinkan pemahaman dari kelompok pendengar yang dituju, mengenali media yang efektif, serta menciptakan dan menyebarkan gagasan dan pandangan melalui media tersebut untuk mendorong dan mempertahankan tindakan tertentu. Pengertian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk merubah perilaku dan membutuhkan perencanaan agar tujuan dari strategi komunikasi dapat tercapai. (Pratiwi et al., 2018)

Menurut (Arifin, 2016) dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas” ada empat faktor yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode, pemilihan penggunaan media, dan peranan komunikator.

Hambatan Strategi Komunikasi

Menurut (Arni (2016) faktor hambatan komunikasi yang biasanya terjadi dalam proses komunikasi, dapat dibagi dalam 3 Jenis yaitu:

1. Hambatan Teknis, muncul karena gangguan lingkungan atau keterbatasan fasilitas komunikasi yang menghambat pengiriman dan penerimaan pesan.
2. Hambatan Semantik, terjadi akibat ketidakjelasan makna pesan. Komunikator harus memilih kata yang tepat agar tidak menimbulkan salah tafsir.
3. Hambatan Manusiawi, disebabkan oleh faktor pribadi seperti perbedaan persepsi, emosi, status, budaya, dan keterampilan komunikasi yang memengaruhi pemahaman pesan.

Konsep *Community-Based Tourism* (CBT)

Menurut Arifin (2017) *Community Based Tourism* adalah konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal, di mana masyarakat ikut berpartisipasi dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan dalam pembangunannya. Lebih lanjut, *Community Based Tourism* bukan sekadar bisnis pariwisata yang bertujuan memaksimalkan keuntungan bagi investor, melainkan lebih menekankan dampak pariwisata

terhadap masyarakat dan sumber daya lingkungan. Perkembangan pariwisata di desa tidak lepas dari pengaruh stakeholder yang bekerja dan bertanggung jawab dalam membangun pariwisata desa. Salah satu stakeholder tersebut adalah Kelompok Sadar Wisata atau Pokdarwis.

Menurut UNEP dan WTO dikutip dari Syafiqah et al., (2022) 5 (lima) prinsip yang merupakan aspek utama dalam pengembangan *communit based tourism* (CBT) diantaranya ekonomi, sosial, budaya, lingkungan, dan politik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena komunikasi dalam pengelolaan pariwisata di Kampung Ciwaluh. Penelitian dilaksanakan di Kampung Ciwaluh, Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, Kabupaten Bogor. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Ketua Pokdarwis, anggota Pokdarwis, serta pihak pemerintah desa. Selain itu, digunakan juga data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, laporan, serta dokumen yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan di Kampung Ciwaluh, wawancara, dan dokumentasi kegiatan. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Subjek	Jumlah	Lembaga/organisasi/pekerjaan	Keterangan
1	Sandi	1	Ketua Pokdarwis Kampung Wisata Ciwaluh	Key Informan
2	Andri	1	Anggota Pokdarwis Kampung Ciwaluh	Member Check
3	Wawan	1	Pemerintah Desa Wates Jaya	Informan
4	Ida	1	Pengunjung Kampung Wisata Ciwaluh	Informan
5	Nafira	1	Pengunjung Kampung Wisata Ciwaluh	Informan
6	Jafar	1	Pengunjung Kampung Wisata Ciwaluh	Informan
7	Arif	1	Pengunjung Kampung Wisata Ciwaluh	Informan

Pada Tabel 1. Terlihat daftar narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini, sementara itu, pada Gambar 1. Peneliti sedang mewawancarai salah satu informan di lokasi penelitian. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dimana cara mendapatkan data melalui wawancara, studi literatur dan observasi (Mukhtar, 2013)



Gambar 1. Wawancara Ketua Pokdarwis Kampung Wisata Ciwaluh (Informan Primer)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Kelompok Sadar Wisata Kampung Wisata Civaluh dalam Menarik Kunjungan Wisatawan



Gambar 2. Kampung Wisata Civaluh

Strategi komunikasi adalah serangkaian tindakan yang dilakukan secara terorganisir, berkesinambungan, dan saling berkaitan dengan tujuan untuk memahami audiens yang dituju, menemukan media yang tepat, serta menciptakan dan menyebarluaskan ide serta pandangan melalui saluran tersebut untuk mendorong dan menjaga perilaku tertentu (Pratiwi et al, 2018). Strategi ini bertindak sebagai panduan dalam proses penyampaian informasi agar apa yang disampaikan tidak hanya diterima oleh audiens, tetapi juga dipahami dan menghasilkan tanggapan yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Pelaksanaan strategi komunikasi membutuhkan perencanaan yang cermat, mulai dari mengenal khalayak yang dituju, menyusun pesan yang sesuai, penentuan metode, penggunaan media, hingga peranan komunikator. Pesan yang disampaikan perlu disesuaikan dengan latar belakang khalayak dan mengadopsi pendekatan yang mengajak, memberikan informasi, dan menarik perhatian. Dengan cara ini, strategi tersebut tidak hanya bertujuan untuk membangun pemahaman, tetapi juga berpotensi mengubah sikap atau tindakan khalayak.

Dalam konteks promosi sektor pariwisata, strategi komunikasi sangat penting untuk memperkenalkan tempat wisata, menciptakan citra positif untuk destinasi, dan menarik perhatian wisatawan potensial. Hal ini juga berlaku untuk Kampung Wisata Civaluh, sebuah wisata yang berfokus pada masyarakat dengan memanfaatkan kekayaan alam setempat. Dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), perlu menerapkan rencana komunikasi yang baik agar informasi tentang desa ini dapat tersebar luas, diterima secara positif oleh masyarakat, dan meningkatkan jumlah pengunjung. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang sesuai, Kampung Wisata Civaluh mampu mengakses lebih banyak calon pengunjung, menjalin hubungan yang kuat dengan para wisatawan, serta memperkuat posisinya sebagai alternatif destinasi wisata yang mengutamakan nilai-nilai lokal dan partisipasi masyarakat.

Mengenal Khalayak

Langkah awal strategi komunikasi Pokdarwis Kampung Wisata Civaluh adalah mengenali karakter pengunjungnya. Berdasarkan wawancara dengan Ketua Pokdarwis dan beberapa pengunjung, mayoritas wisatawan berasal dari wilayah Jabodetabek dengan rentang usia 16–35 tahun, terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda yang aktif serta gemar berbagi aktivitas wisata di media sosial. Pengunjung terbagi menjadi dua kelompok utama: wisatawan lokal yang lebih menyukai aktivitas santai seperti bersantai dan makan bersama keluarga, serta wisatawan luar daerah yang mencari pengalaman baru seperti trekking, camping, dan eksplorasi alam.

Berdasarkan hasil wawancara, pokdarwis telah menerapkan segmentasi audiens berdasarkan minat dan perilaku pengunjung. Pendekatan ini membantu mereka menyusun program dan pesan komunikasi yang lebih tepat sasaran misalnya, promosi visual di media sosial untuk anak muda, dan pesan tentang kenyamanan untuk keluarga. Pemahaman ini menunjukkan bahwa Pokdarwis Civaluh telah menerapkan strategi komunikasi berbasis khalayak yang efektif dalam menarik wisatawan. Strategi ini juga menunjukkan bahwa Pokdarwis memiliki pemahaman dasar mengenai pentingnya menyesuaikan penawaran wisata dengan kebutuhan dan harapan pengunjung, yang merupakan bagian penting dari strategi komunikasi berbasis komunitas.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Hajar & Syaesti (2024) yang menegaskan bahwa mengenali khalayak tidak hanya terbatas pada aspek demografis seperti usia dan asal daerah, tetapi juga harus mencakup aspek psikografis, yaitu minat, motivasi, dan gaya hidup. Dengan mengenali karakteristik khalayak secara menyeluruh, komunikator dapat menyesuaikan pilihan kata, gaya penyampaian, serta media yang digunakan agar pesan dapat diterima secara lebih efektif dan mudah dipahami.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pokdarwis Kampung Wisata Civaluh menunjukkan pendekatan yang melibatkan banyak pihak dan didasarkan pada pemahaman yang baik terhadap para pengunjung. Dengan pemahaman ini, Pokdarwis bisa membuat program dan menyampaikan pesan yang lebih tepat sasaran. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mengenal pengunjung secara mendalam, baik dari segi usia, pekerjaan, maupun minat dan motivasinya, menjadi dasar penting dalam strategi komunikasi yang efektif. Dengan membagi pengunjung ke dalam kelompok-kelompok tertentu berdasarkan minat dan kebutuhannya, Pokdarwis bisa menyesuaikan penawaran wisata dan pesan komunikasi yang disampaikan. Pendekatan ini tidak hanya membuat pengunjung lebih puas, tapi juga membantu Kampung Wisata Civaluh semakin dikenal sebagai tempat wisata yang mengerti kebutuhan para pengunjungnya.

Menyusun Pesan

Menurut Arifin (2016) penyusunan pesan merupakan proses merumuskan tema dan materi komunikasi untuk menarik perhatian, membangkitkan minat, serta mendorong tindakan khalayak. Pesan yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan pengaruh psikologis dan kedekatan emosional. Meitaliza (2018) menambahkan dua aspek penting dalam penyusunan pesan, yaitu penekanan pada inti pesan dan pengorganisasian yang sistematis agar mudah dipahami.

Pokdarwis Kampung Wisata Civaluh menerapkan prinsip tersebut dengan menonjolkan karakter utama destinasi seperti suasana alam yang asri, ketenangan, dan pengalaman menantang. Pesan disesuaikan dengan kebutuhan khalayak, khususnya masyarakat urban dan generasi muda, melalui konten foto dan video aktivitas wisata seperti trekking, berkemah, serta panen kopi melalui sosial media seperti Instagram dan tiktok

Konten promosi disusun secara runtut, mulai dari suasana alam, aktivitas wisata, hingga ajakan berkunjung. Namun, pengorganisasian pesan masih perlu ditingkatkan agar lebih konsisten dan informatif. Meski demikian, strategi ini dinilai efektif karena banyak wisatawan luar kota mengenal Kampung Wisata Civaluh melalui media sosial, terutama Instagram. Secara keseluruhan, Pokdarwis telah mampu menyusun pesan yang menekankan keaslian alam dan pengalaman wisata, sejalan dengan teori Arifin (2016) yang menekankan pesan sebagai sarana membangun ketertarikan dan mendorong tindakan khalayak.

Menentukan Metode

Dalam strategi komunikasi Pokdarwis Kampung Wisata Civaluh, metode yang digunakan disesuaikan dengan tujuan untuk menarik minat pengunjung. Berdasarkan teori Anwar Arifin (2016), terdapat lima metode komunikasi efektif, yaitu *redundancy* (pengulangan pesan), *canalizing* (penyesuaian pesan dengan karakter khalayak), *informatif* (penyampaian informasi faktual), *persuasive* (membujuk secara halus), dan *edukatif* (memberikan nilai pendidikan).

Pokdarwis menerapkan *redundancy* dengan mengunggah konten di berbagai platform media sosial, serta *canalizing* dengan menyesuaikan pesan untuk anak muda melalui visual yang menarik. Pendekatan *informatif* terlihat dari penyampaian informasi kegiatan dan fasilitas, sedangkan *persuasive* tampak dari penggunaan testimoni dan penawaran khusus yang membangun kepercayaan. Adapun *edukatif* dilakukan melalui papan informasi di area wisata, meski belum dikembangkan secara digital.

Secara keseluruhan, metode *canalizing* dan *persuasive* menjadi yang paling efektif dalam menarik perhatian khalayak. Namun, *redundancy*, *informatif*, dan *edukatif* masih perlu ditingkatkan agar strategi komunikasi Pokdarwis lebih konsisten dan berdampak luas.

Pemilihan Penggunaan Media

Pemilihan media komunikasi berperan penting agar pesan dapat tersampaikan secara efektif kepada khalayak sasaran. Menurut (Ardana, 2022) media harus disesuaikan dengan karakteristik audiens dan tujuan komunikasi, terutama dalam promosi pariwisata yang menuntut media mampu menjangkau target secara tepat. Sejalan dengan itu, (Arifin, 2016) menjelaskan bahwa media komunikasi berfungsi sebagai alat penyampai pesan dari komunikator kepada komunikan, yang terbagi menjadi tiga jenis: media cetak, elektronik, dan online.

Pokdarwis Kampung Wisata Civaluh memilih media sosial sebagai saluran utama promosi, dengan fokus pada platform Instagram dan TikTok. Kedua media ini dianggap paling efektif dalam menarik minat generasi muda karena bersifat visual dan interaktif. Konten yang ditampilkan meliputi foto pemandangan, video kegiatan wisata, serta aktivitas pengunjung yang dikemas secara estetik agar memperkuat daya tarik destinasi. Fitur algoritma seperti For You Page (FYP) juga membantu memperluas jangkauan audiens secara organik.

Selain media online, Pokdarwis juga memanfaatkan media offline seperti papan informasi, spanduk, dan petunjuk arah di area wisata untuk memberikan panduan langsung kepada pengunjung. Namun, pengelolaan media sosial masih belum optimal karena keterbatasan sumber daya manusia dan konsistensi unggahan yang rendah. Meskipun demikian, media sosial terbukti menjadi sumber utama informasi wisata bagi calon pengunjung yang mencari referensi sebelum datang.

Kombinasi antara media online dan offline menjadi strategi komunikasi yang efektif bagi Pokdarwis Kampung Wisata Civaluh. Media sosial berperan dalam menarik perhatian dan membangun citra wisata, sedangkan media offline membantu memberikan informasi langsung di lokasi. Kedua jenis media ini saling melengkapi dalam upaya menciptakan pengalaman wisata yang informatif dan menarik.

Peranan Komunikator

Dalam strategi komunikasi pariwisata, komunikator berperan penting dalam keberhasilan penyampaian pesan. Menurut (Arifin, 2016) komunikator harus mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan konsisten agar komunikan memahami serta terpengaruh secara positif. (Ardana, 2022)) juga menekankan pentingnya gaya komunikasi yang mudah dipahami, luwes, dan empatik terhadap khalayak.

Peran komunikator di Kampung Wisata Civaluh dijalankan oleh anggota Pokdarwis yang berfungsi sebagai pemandu wisata dan penghubung dengan pengunjung. Untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, Pokdarwis mengikuti pelatihan dari berbagai lembaga seperti dinas pariwisata dan institusi pendidikan.

Komunikator tidak hanya menyampaikan informasi teknis seperti rute dan fasilitas, tetapi juga berperan edukatif dan persuasif dengan mengenalkan kekayaan alam serta praktik konservasi. Gaya komunikasi mereka yang santai dan informatif membuat pesan lebih mudah diterima, meskipun masih diperlukan peningkatan dalam keaktifan melayani wisatawan.

Dengan demikian, keberhasilan strategi komunikasi Pokdarwis sangat dipengaruhi oleh kualitas komunikator yang mampu berkomunikasi secara jelas, ramah, dan empatik, sekaligus mencerminkan citra positif Kampung Wisata Civaluh.

Identifikasi Penerapan Prinsip *Community-Based Tourism* (CBT)

Pokdarwis Kampung Wisata Ciwaluh telah menerapkan prinsip *Community-Based Tourism* (CBT) dalam pengelolaan wisata berbasis masyarakat. Berdasarkan pedoman UNEP dan WTO, terdapat lima prinsip utama CBT, yaitu manfaat ekonomi, kesejahteraan sosial, pelestarian budaya, kelestarian lingkungan, serta partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan. Prinsip-prinsip tersebut juga tampak diterapkan dalam pengelolaan Kampung Wisata Ciwaluh, di mana masyarakat berperan aktif sebagai pelaku utama kegiatan wisata.

Aspek ekonomi, keberadaan wisata memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Banyak warga yang terlibat sebagai pemandu wisata, pengelola parkir, hingga penjual makanan dan minuman. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan wisata telah berkontribusi pada pemerataan manfaat ekonomi di tingkat lokal. Aspek sosial dan budaya terlihat dari semangat gotong royong serta pelestarian nilai-nilai lokal yang dijaga melalui kegiatan bersama antara warga dan wisatawan. Namun pokdarwis belum memiliki budaya untuk ditonjolkan dalam hal ini. Pada aspek lingkungan, Pokdarwis aktif menjaga kebersihan kawasan wisata, mengelola sampah dengan baik, dan menanam pohon di area wisata sebagai bentuk kepedulian terhadap kelestarian alam. Sementara dari aspek partisipatif (politik), masyarakat dilibatkan dalam proses perencanaan dan musyawarah terkait pengembangan wisata. Keterlibatan ini menciptakan rasa memiliki serta tanggung jawab bersama dalam menjaga keberlanjutan destinasi.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip CBT di Kampung Wisata Ciwaluh berjalan cukup baik. Kegiatan wisata tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan kesadaran lingkungan masyarakat. Namun perlu peningkatan kapasitas sumber daya manusia serta pengelolaan yang lebih sistematis agar penerapan prinsip CBT dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

Hambatan Komunikasi yang Dihadapi Pokdarwis dalam Menarik Kunjungan Wisatawan di Kampung Wisata Ciwaluh Desa Wates Jaya

Dalam pelaksanaan komunikasi, hambatan merupakan bagian yang tak terhindarkan dan dapat mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan. Menurut (Arni, 2016), hambatan komunikasi dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu hambatan teknis, hambatan semantik, dan hambatan manusiawi. Ketiga jenis hambatan ini dapat muncul dalam berbagai situasi dan kondisi, terutama dalam hal komunikasi komunitas seperti yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Kampung Wisata Ciwaluh.

Hambatan teknis merujuk pada kendala yang bersumber dari lingkungan atau keterbatasan sarana komunikasi, seperti alat komunikasi yang tidak memadai atau kondisi fisik yang mengganggu jalannya komunikasi. Hambatan semantik muncul akibat penggunaan kata-kata atau simbol yang tidak dipahami secara sama oleh komunikator dan komunikan, sehingga pesan yang disampaikan bisa ditafsirkan berbeda. Sementara itu, hambatan manusiawi berkaitan dengan faktor internal individu, seperti perbedaan persepsi, emosi, pengalaman, dan latar belakang budaya yang mempengaruhi proses penerimaan pesan.

Dalam konteks Kampung Wisata Ciwaluh, ketiga jenis hambatan ini ditemukan dalam praktik komunikasi antara Pokdarwis, masyarakat, maupun wisatawan. Untuk itu, pemetaan hambatan-hambatan tersebut menjadi penting agar strategi komunikasi yang diterapkan dapat ditingkatkan dan disesuaikan dengan kondisi riil di lapangan.

Hambatan Teknis

Berdasarkan hasil wawancara, hambatan teknis dalam pengelolaan Kampung Wisata Ciwaluh mencakup gangguan pada komunikasi dan operasional wisata. Salah satu kendala utama adalah lemahnya sinyal komunikasi di sebagian besar area wisata, yang menghambat koordinasi kegiatan, promosi, serta penanganan situasi darurat. Meski sebagian wilayah telah memiliki jaringan Wi-Fi dari warga, jangkauannya masih terbatas dan belum stabil.

Selain itu, keterbatasan fasilitas umum seperti toilet, mushola, dan tempat parkir turut memengaruhi kenyamanan pengunjung serta citra destinasi wisata. Akses jalan yang sempit dan belum diaspal juga menjadi hambatan para pengunjung untuk mencapai lokasi.

Mengacu pada (Arni, 2016) hambatan teknis ini termasuk gangguan dari faktor lingkungan fisik dan keterbatasan sarana komunikasi yang menghambat efektivitas penyampaian pesan. Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur, penambahan fasilitas pendukung, dan optimalisasi teknologi komunikasi menjadi langkah penting untuk memperlancar interaksi dan mendukung pengembangan pariwisata berbasis komunitas secara berkelanjutan.

Hambatan Semantik

Hambatan semantik menurut (Arni, 2016) hambatan jenis ini muncul karena pesan yang disampaikan tidak dapat dipahami secara tepat oleh penerima akibat perbedaan makna bahasa, istilah, atau simbol yang digunakan. Situasi yang dialami Pokdarwis saat menghadapi wisatawan asing mencerminkan bahwa penggunaan bahasa yang tidak dikuasai oleh kedua belah pihak dapat menghambat proses pemahaman pesan. Meskipun telah menggunakan bantuan translator atau bahasa tubuh, tetap saja informasi yang ingin disampaikan tidak dapat diterima secara utuh oleh komunikan.

Hal yang dialami oleh pengunjung lokal juga menggambarkan bahwa kurangnya kejelasan dalam penyampaian informasi. misalnya tentang batas waktu penggunaan fasilitas menunjukkan bahwa pesan tidak tersampaikan dengan efektif, meskipun disampaikan dalam bahasa yang sama. Ini membuktikan bahwa tidak hanya perbedaan bahasa yang bisa menimbulkan hambatan semantik, tetapi juga penyusunan informasi yang kurang jelas atau tidak detail.

Dengan demikian, hambatan semantik yang terjadi di Kampung Wisata Ciwaluh menunjukkan pentingnya penggunaan bahasa yang jelas, mudah dimengerti, serta disesuaikan dengan karakteristik pengunjung. Pelatihan komunikasi yang mencakup kemampuan berbahasa asing dan penyampaian informasi yang sistematis dapat menjadi solusi jangka panjang agar hambatan ini tidak terus berulang.

Hambatan Manusiawi

Hambatan manusiawi dalam komunikasi merujuk pada kendala yang bersumber dari individu, seperti perbedaan persepsi, keterampilan, dan emosi. Hambatan di Kampung Wisata Ciwaluh terlihat dari keterbatasan sumber daya manusia dalam hal kemampuan komunikasi, penguasaan informasi, dan kesiapan pelayanan. Ketua Pokdarwis mengakui bahwa kemampuan komunikasi anggota masih perlu ditingkatkan, terutama dalam penguasaan bahasa asing dan pemanfaatan media sosial. Pelatihan pun belum dilakukan secara rutin. Beberapa pengunjung menilai pelayanan Pokdarwis sudah baik, namun masih ada anggota yang terlihat kaku dan kurang responsif. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan pelatihan komunikasi agar pelayanan lebih konsisten dan profesional.

Menurut Arni (2016) hambatan manusiawi muncul akibat faktor pribadi seperti keterampilan dan kondisi psikologis. Dengan demikian, hambatan manusiawi di Kampung Wisata Ciwaluh menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas individu melalui pelatihan komunikasi, bahasa, dan pelayanan wisata agar penyampaian informasi lebih efektif serta hubungan dengan pengunjung semakin baik.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Pokdarwis Kampung Wisata Ciwaluh di Desa Wates Jaya, Kecamatan Cigombong, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pokdarwis menerapkan strategi komunikasi berdasarkan lima unsur menurut Arifin, yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, menetapkan metode, pemilihan media, dan peran komunikator. Khalayak utama adalah generasi muda pecinta wisata alam. Pesan difokuskan pada keaslian, keunikan, dan suasana desa yang sejuk. Metode yang

digunakan bersifat informatif, persuasif, edukatif, *redundancy*, dan *canalizing*. Media utama adalah Instagram dan TikTok, sedangkan komunikatornya para anggota Pokdarwis melalui komunikasi langsung dan kegiatan guiding. Penerapan strategi ini berhasil membentuk citra positif dalam menarik kunjungan wisatawan.

2. Hambatan komunikasi yang dihadapi meliputi hambatan teknis (jaringan internet dan akses jalan), hambatan semantik (perbedaan bahasa dan kejelasan pesan), serta hambatan manusiawi (keterbatasan SDM dalam komunikasi dan digital). Oleh karena itu, diperlukan pelatihan berkelanjutan, peningkatan fasilitas, dan penguatan kemampuan komunikasi agar strategi yang dijalankan lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, A. (2022). *Strategi Komunikasi Cyber Public Relations The Lawu Park Tawangmangu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Di Masa Pandemi Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah*.
- Arifin, A. (2016). *Ilmu Komunikasi : sebuah Pengantar Ringkas* (Ed. 1., Cet. 11). Rajawali.
- Arifin, A. (2017). *Pendekatan Community Based Tourism dalam Pendekatan Community Based Tourism Dalam Membina Hubungan Komunitas Di Kawasan Kota Tua Jakarta* (Vol. 16, Issue 01).
- Arni, M. (2016). *Komunikasi Organisasi* (Edisi Kedua). Bumi Aksara.
- Hajar, S., & Syaesti, Y. P. (2024). *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif Efektivitas Strategi Komunikasi Dalam Memengaruhi Opini Publik*.
- Mahardika, Aditia D., Arifin, B., & Nugraha, A. (2019). Nilai Ekonomi Objek Wisata Berbasis Jasa Edukasi Pertanian Di Sentulfresh Indonesia Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Bogor (Economic Value of Tourism Destination Based on Agricultural Education Services in Sentulfresh Indonesia Sukaraja Subdistrict Bogor District). In *JIIA* (Vol. 7, Issue 4).
- Meitaliza, Y. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Dalam Mengembangkan Brand Destination Pacu Jalur Oleh: Yeli Meitaliza. In *JOM FISIP* (Vol. 5).
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. GP Press Group.
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjaifrah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1).
- Syafiqah, K. K., Aprilia, D., & Maharani, F. (2022). *Implementasi Konsep Community Based Tourism (CBT) Dalam Mendukung Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan pada Destinasi Wisata Sanghyang Kenit di Kabupaten Bandung Barat* (Vol. 1, Issue 2).
- Wibowo, D. E., Jannah, K., & Permanasari, P. (2022). *Pengembangan Rural Tourism Melalui Pemberdayaan Pokdarwis Menggunakan Life Skill di Kecamatan Petungkriyono Kabupaten Pekalongan*. <https://jurnal.arkainstitute.co.id/index.php/ruang-cendekia/index>