

STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUDAYA DI DESA KOTO SENTAJO

Oleh: Amelia Sukma Dewi

Dosen Pembimbing: Dr. Yasir, M.Si

Email: ameliasukmadewi11@gmail.com

Jurusan Ilmu Komunikasi - Konsentrasi Manajemen Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

This Community Based Tourism (CBT)-based tourism communication strategy involves local communities in the process of developing and promoting cultural tourism objects in Koto Sentajo Village. Local communities have an active role in tourism development. The local community uses a strategy by involving stakeholders in the development of cultural tourism objects in the village of Koto Sentajo, namely the government, academics, business actors, and the community and the media. Each stakeholder has its own role in tourism development. This study aims to find out how the community-based tourism communication strategy in developing cultural tourism objects in Koto Sentajo Village.

This study uses a qualitative descriptive method. The determination of informants using purposive techniques. So that 10 informants were found. The data collection techniques in this study are observation, documentation, and interviews. While the technique of checking the validity of the data in this study is the technique of triangulation and member check. The data obtained were analyzed by reducing the data, presenting the data and drawing conclusions.

The results of this study indicate that a community-based tourism communication strategy in developing cultural tourism objects in the village of Koto Sentajo can provide benefits to the village and can increase income in the village. The strategy carried out by the local community will later help in the welfare of the community and provide opportunities for local people in job opportunities. This community based tourism can provide opportunities for local communities in developing tourism where the local community will directly manage the tourism with the help of stakeholders who have helped Koto Sentajo Village to become a tourist village. The community and village government develop a communication strategy with five stakeholders, namely the government, universities, business people, the community and the mass media. The communication strategy developed by the community and village administration and stakeholders consists of planning, management and evaluation. In this communication strategy, stakeholders who assist in the development of the Koto Sentajo Tourism Village have their respective roles. Community strategies in establishing relationships with stakeholders will later have an effect on increasing tourists and tourism development. Through this community-based tourism strategy, the development of the Koto Sentajo cultural tourism object is running smoothly.

Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan teknologi, aspek komunikasi juga ikut mengalami perkembangan yang cukup pesat. Salah satu perkembangan dari komunikasi tersebut adalah yang mengarah pada bidang pariwisata. Komunikasi pariwisata merupakan salah satu bukti perkembangan komunikasi dalam bidang pariwisata tersebut. Hal ini bisa dapat terjadi karena pariwisata sendiri memiliki potensi yang sangat besar sebagai sarana komunikasi. Komunikasi sendiri sangat mampu membantu pemasaran pariwisata di berbagai elemen pemasaran, baik itu di media komunikasi maupun dalam media lainnya. Pariwisata mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi daerah bahkan Negara terutama Indonesia sendiri dan Negara yang ada di Asia Tenggara serta Asia pada umumnya. Sektor pariwisata sendiri yang dapat menstimulus berbagai sektor produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan-kemajuan setiap daerah, serta mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek sarana budaya, pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya yang dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar (Mazdalifah & Charyani, 2018)

Pengembangan pariwisata merupakan salah satu konsep yang digunakan pada beberapa daerah baik dalam maupun luar negeri untuk mengembangkan potensi yang ada di daerah tersebut serta untuk dapat menambah pemasukan bagi pendapatan daerah setempat. Berbagai jenis pariwisata dapat dikembangkan adalah wisata budaya. Wisata budaya ini merupakan jenis wisata yang menggunakan sumberdaya budaya untuk modal utama dalam melakukan kegiatan kepariwisataan. Perkembangan pariwisata pada dasarnya disebabkan adanya kegiatan yang dilakukan oleh sejumlah orang serta adanya hubungan yang erat antara kawasan wisata dan wilayah sekitarnya. Dengan semakin meningkat serta meluasnya perkembangan sarana dan prasarana transportasi serta jaringan infrastruktur pendukung yang menghubungkan kawasan wisata dengan wilayah sekitarnya maka akan berkembanglah kawasan wisata tersebut. (Ariyaningsih, 2019) Dilihat dari segi budaya industri pariwisata secara tidak langsung

memberikan peranan yang penting bagi perkembangan budaya di Indonesia, karena dengan adanya objek wisata maka akan dapat memperkenalkan keragaman budaya yang dimiliki oleh suatu daerah seperti kesenian tradisional ataupun adat istiadatnya yang akan menarik minat kunjungan para wisatawan lokal maupun luar daerah. Industri pariwisata yang berkembang dengan pesat memberikan pemahaman dan pengertian antar budaya melalui interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal. (Sugiyarto & Amaruli, 2018)

Salah satu jenis pariwisata yang sedang berkembang di Indonesia pada saat sekarang ini adalah wisata budaya. Wisata budaya adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat tertentu ke tempat tempat lain dengan tujuan untuk menikmati tempat bersejarah, upacara adat tradisional, adat istiadat, upacara keagamaan, pertunjukan kesenian dan lain sebagainya. Wisata budaya ini merupakan jenis wisata yang tidak hanya menawarkan keindahan alam namun juga akan mengajak para wisatawan untuk turut merasakan tradisi dan juga budaya lokal yang unik dan bermakna. (Pratama et al., 2021)

Dalam pengembangan pariwisata sendiri kelompok sadar wisata (pokdarwis) dapat membantu serta mengembangkan wisata yang ada pada suatu daerah karena tujuan dari kelompok sadar wisata adalah untuk meningkatkan pengembangan pariwisata daerah dan juga mensukseskan pembangunan pariwisata nasional. Kelompok sadar wisata dapat menjadi mitra pemerintah dalam hal meningkatkan kesadaran masyarakat pada bidang pariwisata, meningkatkan sumber daya manusia, meningkatkan mutu produk wisata dalam rangka meningkatkan daya saing serta memulihkan pariwisata secara keseluruhan. (Andini dan Widiastini, 2017)

Media sosial juga mempunyai peranan penting dalam mengembangkan wisata pada suatu daerah. Penggunaan media sosial sendiri sudah menjadi salah satu kebutuhan primer bagi semua orang. Hal tersebut dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan serta akses pengetahuan yang dapat dilakukan dalam media sosial tersebut. Dengan menggunakan media sosial ini kita bisa mendapatkan informasi mengenai berbagai tempat wisata baik yang berasal dari

luar maupun dalam negeri. Banyak sekali akun-akun media sosial yang mengenalkan serta merekomendasikan tempat liburan atau destinasi wisata yang bagus untuk dikunjungi. Melalui media sosial tersebut orang-orang bisa melihat foto dan video yang memperlihatkan destinasi wisata pada suatu daerah yang telah disajikan dalam akun media sosial tadi. (Marta & Havifi, 2019)

Desa Koto Sentajo menjadi salah satu destinasi wisata yang masuk dalam peta wisata Kabupaten Kuantan Singingi. Desa yang terletak di Kecamatan Sentajo Raya ini memiliki potensi budaya yang sampai saat ini masih dikembangkan menjadi desa atau kampung adat di Kabupaten Kuantan Singingi. Objek wisata rumah godang yang ada di Desa Koto Sentajo merupakan 20 desa wisata terbaik di Indonesia tahun 2020. Desa wisata Koto Sentajo ini masih sangat natural dan apa adanya, karena desa tersebut masih mampu menjaga kearifan lokal daerahnya. Koto Sentajo ini dijadikan desa wisata dikarenakan banyak sekali rumah godang (rumah adat) yang bergaya panggung dengan memakai konsep Melayu, ditambah lagi dengan suasana Desa yang masih sangat alami. Penduduk yang ramah tamah dan masih banyak anak-anak bermain menggunakan permainan tradisional seperti bermain gasing yang mana jarang kita jumpai di kota-kota besar.

Koto Sentajo merupakan desa yang masih sangat kental dengan nilai-nilai tradisi. Selain disambut dengan ramah-tamah masyarakatnya ketika bertamu biasanya para tamu kehormatan juga akan disambut dengan Silat Pendekar Bertuah. Silat ini biasanya dilakukan di sosoran, yaitu lapangan yang dipagari dengan kayu di sekelilingnya. Setiap adanya kegiatan yang bersangkutan dengan adat dan budaya, tentunya silat pendekar akan ditampilkan pada acara tersebut, dengan tujuan menyambut kedatangan tamu yang datang ke desa Koto Sentajo tersebut.

Dalam melihat objek wisata rumah godang di Desa Koto Sentajo ini, kita bisa berjalan menyusuri kampung dan mengantarkan kita pada pemandangan-pemandangan penuh tradisi. Yang mana kita bisa melihat sebanyak 27 rumah godang (rumah adat) yang masih terawat dengan baik. Rumah adat tersebut merupakan rumah yang berasal dari beberapa suku Melayu,

suku Caniago, Suku Paliang dan juga suku Patopang. Dai satu rumah godang tersebut bisa menampung sebanyak 125 hingga 150 orang. Kata “godang” dari rumah godang tersebut diambil dari bahasa masyarakat setempat yang artinya adalah “besar” yang mampu menampung ratusan orang di dalamnya.

Desa wisata di anggap menjadi salah satu model dalam rangka pembangunan nasional yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu desa dan juga sekaligus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dengan tujuan menekan angka urbanisasi atau perpindahan penduduk dari desa ke kota. Desa wisata merupakan sebuah wilayah administrative yang memiliki potensi wisata yang berasal dari kearifan lokal desa tersebut, seperti adat istiadat, budaya, komoditas yang dihasilkan masyarakat. Kearifan lokal sendiri merupakan suatu kekayaan intelektual atau pengetahuan lokal yang memiliki ciri khas yang telah berkembang sangat lama. Kearifan lokal tersebut muncul sebagai hasil dari hubungan timbal balik antara penduduk dengan lingkungan sekitarnya. (Irhandayaningsih, 2019)

Pengembangan dari desa wisata sendiri dapat memberikan efek yang positif bagi masyarakat sekitarnya, hal ini dikarenakan adanya lahan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat sehingga dapat menurunkan angka pengangguran yang ada di desa tersebut. Dengan adanya objek wisata mengenai kampung adat ini membuat desa tersebut dapat mempertahankan kelestarian alam dan juga budaya desanya. Masyarakat pada saat ini tentu harus mampu mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pariwisata yang ada di daerahnya. Pariwisata berbasis komunitas (*community based tourism*) adalah sebuah konsep yang menekankan bahwa masyarakat harus mampu untuk mengelola serta mengembangkan objek wisata dengan konsep mereka sendiri. Sebagai aktor utama pembangunan, masyarakat Koto Sentajo memiliki tradisi dan adat istiadat yang menjadi sarana melestarikan dan mempertahankan tradisi dan identitas budaya sebagai aspek spiritual, sumber kehidupan ekonomi dan pengembangan desa wisata. Dengan kata lain, pengembangan desa wisata berbasis masyarakat dapat melestarikan lingkungan, sistem sosial dan nilai budaya masyarakat.

(Yasir et al., 2021)

Desa wisata adalah komunitas atau masyarakat yang terdiri dari penduduk suatu daerah yang saling berinteraksi secara langsung dibawah sebuah pengelolaan dan juga memiliki kesadaran dalam pengelolaan pariwisata. Desa wisata sendiri dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku dalam meningkatkan kepedulian mengenai pariwisata. Tujuan dibentuknya desa wisata ini adalah untuk meningkatkan posisi masyarakat sebagai pelaku utama dalam sektor pariwisata.

Community Based Tourism (CBT) merupakan bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengelola dan juga terlibat langsung dalam manajemen dan pembangunan dari pariwisata tersebut. Ketika masyarakat sekitar desa wisata tersebut dapat terlibat langsung dalam proses pengelolannya maka dari hasil tersebut mereka juga bisa mendapatkan keuntungan. Destinasi wisata berbasis masyarakat menekankan pada usaha pelestarian keanekaragaman hayati dengan menciptakan kerjasama yang erat antara masyarakat yang tinggal di sekitar wisata dengan industri pariwisata. Hal yang mendasar dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat berdasarkan konsep destinasi wisata adalah meningkatnya kualitas sumber daya manusia dalam keterampilan masyarakat lokal di sekitar kawasan wisata tersebut.

Pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* ini adalah suatu pariwisata dimana masyarakat sebagai obyek utama pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat memiliki peranan yang sangat penting dalam semua sektor pembangunan baik sebagai perencana maupun investor serta pengelola (Hadiwijoyo, 2013). *Community Based Tourism* dikembangkan berdasarkan prinsip keseimbangan antara berbagai pihak yang terlibat di dalam pembangunan pariwisata termasuk pemerintah, swasta serta masyarakat. Secara konsep, prinsip pembangunan pariwisata berbasis masyarakat merupakan salah satu konsep yang menjelaskan mengenai pentingnya peranan komunitas dalam pembangunan pariwisata atau biasa disebut dengan *Community Based Tourism* (CBT). Secara konsep, prinsip dasar

pariwisata berbasis masyarakat merupakan penempatan masyarakat sebagai komponen utama yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat dalam berbagai macam kegiatan kepariwisataan, sehingga manfaat dari kepariwisataan tersebut dapat ditujukan kepada masyarakat dimana masyarakat tersebut memiliki peranan utama dan yang paling penting dalam mengambil keputusan mempengaruhi dan memberikan manfaat bagi kehidupan dan lingkungan mereka.

Bedasarkan paparan dan temuan penelitian diatas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana berbasis Masyarakat sebagai upaya pengembangan objek wisata budaya di desa Koto Sentajo. Yang mana konsep *Community Based Tourism* ini adalah pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal sebagai pengelola utama dari pariwisata tersebut. Dan dengan konsep tersebut tentunya akan mengurangi pengangguran serta meningkatkan ekonomi masyarakat yang ada di Kawasan wisata budaya yang ada di Desa Koto Sentajo.

Tinjauan Pustaka

1. Teori Stakeholder

Stakholder pertama kali dikenalkan oleh Stanford Research Institute pada tahun 1963 yang menjelaskan *stakeholder* sebagai kelompok-kelompok yang tidak akan adat tanpa dukungan oerorganisasi. Awal muncul konsep ini adalah untuk mengklarifikasikan dan juga mengevaluasi konsep kerja uatu perusahaan. *Stakeholder* sendiri dapat dimaknai sebagai individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan dan terlibat atau dipengaruhi oleh suatu kegiatan pembangunan. (Nugroho, 2015). Pembangunan kepariwisataan pada dasarnya melibatkan tiga *stakeholder*, yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat. Masing-masing dari *stakeholder* tersebut memiliki peran dan fungsi yang berbeda-beda dalam pengembangan wisata di suatu daerah yang dapat terlaksana dengan baik.

Istilah *stakeholder* atau pemangku kepentingan adalah kelompok atau individu yang dukungannya sangat diperlukan demi kesejahteraan dan kelangsungan hidup sari suatu organisasi. Pemangku kepentingan tersebut merupakan seseorang, organisasi atau kelompok dngan kepentingan terhadap suatu sumber daya alam tertentu. Pemangku kepentingan tersebut mencakup semua pihak

yang terlibat dalam sumber daya. (Fairuza, 2019)

Stakeholder pariwisata melibatkan orang-orang pilihan untuk menggerakkan perkembangan pariwisata itu sendiri. Dalam bidang pariwisata tersebut tentu diperlukan juga sumber daya manusia yang berkualitas atau yang mempunyai kemampuan mengenai pengelolaan objek wisata. Peran *stakeholder* sangat dibutuhkan dalam pengembangan objek wisata. Apabila dapat dikembangkan dengan baik, tentunya akan menjadi suatu potensi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah. Oleh karena itu diperlukan peran *stakeholder* dalam pengembangan dari suatu objek wisata tersebut. Konsep *stakeholder* mengakui dalam organisasi apapun, ada berbagai individu dan kelompok yang mendukung dan saling mempengaruhi organisasi. Dalam penyelenggaraan kepariwisataan tidak hanya melibatkan satu aspek saja, tidak semata hanya bergantung satu peran *stakeholder*, namun adanya korelasi dan kerjasama masyarakat dari berbagai kelompok juga menjadi faktor penentu keberhasilan pariwisata. Karena itu, sudah selanjutnya *stakeholder* mengimplementasikan kemitraan baik dalam perencanaan maupun implementasi program kerja. Peran *stakeholder* dalam pariwisata memberikan kontribusi yang besar dalam mendorong pengembangan pariwisata. (Mengwi et al., 2018)

Stakeholder yang ikut andil dalam pembangunan pariwisata adalah masyarakat, sesuai dengan amanat dalam peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Pembangunan Induk Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 bahwa pengembangan pariwisata dilakukan dengan meningkatkan kapasitas sumber daya masyarakat dan meningkatkan kesadaran serta peran masyarakat. (Hidayah et al., 2019)

2. Model Penta Helix

Pengelolaan sektor pariwisata tidak bisa terlepas dari peran masyarakat serta pemerintahan dalam proses pengembangannya. Model *Penta helix* ini dirancang oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Arief Yahya yang kemudian dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan karena

untuk menciptakan kualitas, fasilitas serta pelayanan seta untuk menciptakan nilai dan manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Tidak semua desa bisa mendapatkan predikat sebagai desa wisata, karena mewujudkan desa wisata diperlukan adanya tahapan-tahapan. Dalam mewujudkan desa wisata tersebut tentunya diperlukan adanya Kerjasama yang baik antara *stakeholder* untuk membantu dalam mengembangkan suatu potensi wisata di suatu desa. Peran *penta helix* merupakan hal yang sangat berpengaruh di mana *stakeholder* akan menjadi acuan utama yang dapat membantu suksesnya desa wisata dalam mengembangkan potensi yang ada pada daerah tersebut. Strategi *penta helix* merupakan strategi dalam dunia pariwisata yang melibatkan unsur-unsur masyarakat serta Lembaga non-profit untuk mewujudkan suatu inovasi yang didukung dengan sumber daya dan juga potensi wisata yang ada. (Yunas, 2019)

Konsep *penta helix* sangat efektif dalam mengembangkan serta memajukan pariwisata. Dalam *penta helix* sendiri akademis berperan memberikan solusi dan kajian sehingga nantinya dapat menghasilkan solusi untuk perkembangan di sector pariwisata tersebut. Pelaku bisnis berperan sebagai menghasilkan strategi bagaimana pariwisata tersebut bisa meningkatkan perekonomian rakyat dengan berbagai strategi marketing. Sedangkan komunitas dalam model *penta helix* ini berperan sebagai menggerakkan pariwisata seperti *GenPI* (Generasi Pesona Indonesia) komunitas ini bersifat rewalan termasuk juga blogger dan youtuber yang menyukai pariwisata. Kemudian peran pemerintah adalah untuk mendukung pariwisata dalam hal koordinasi. (Soemaryani, 2016)

3. Strategi Komunikasi

Komunikasi menjadi peranan yang penting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari. Komunikasi adalah upaya bertujuan untuk mencapai tujuan bersama. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling ditukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh kedua belah pihak. (Littlejohn, 2016)

Strategi merupakan cara mengerjakan sesuatu untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Strategi ini merupakan sebuah rencana permanen untuk sebuah kegiatan. Dalam strategi komunikasi itu sendiri apabila sudah memahami sifat komunikasi, dan juga memahami apa saja efek yang akan ditimbulkan mereka, maka sangatlah penting dalam memilih cara yang baik untuk berkomunikasi, karena hal tersebut akan berkaitan dengan media apa saja yang kita gunakan. (Effendy, 2017)

Strategi komunikasi adalah salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi merupakan salah satu aspek yang sangat memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan dalam suatu program pembangunan.

4. Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata adalah bagian dari ilmu komunikasi yang berfokus pada individu atau masyarakat yang menangani masalah yang berkaitan dengan pariwisata. Fokus dalam komunikasi pariwisata ini adalah proses khusus pada isu-isu yang berkaitan dengan faktor-faktor pariwisata. Proses dari komunikasi pariwisata ini dapat terjadi baik secara verbal maupun nonverbal, lisan atau tulisan, pribadi atau impersonal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi pariwisata adalah aplikasi dari konsep dan teori komunikasi yang terjadi antara individu dan kelompok. (Paramita, 2015)

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang sangat potensial dan juga mempunyai peran yang sangat besar dalam membangun perekonomian pada saat kekarangan ini. Apabila pengembangan pariwisata dikalukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan luar dan lokal untuk datang berkunjung ke tempat wisata tersebut. (Pratama et al., 2021)

Komunikasi pariwisata dalam pengembangan destinasi wisata suatu daerah dapat dilakukan dengan cara melibatkan partisipasi masyarakat sekitar kawasan wisata. Hal ini dapat dilakukan dengan cara perencanaan komunikasi pariwisata dikawasan wisata Kampung Adat yang ada di Desa Koto Sentajo tersebut. Pengembangan pariwisata bertujuan untuk mendorong pemerataan kesempatan dalam menjalankan setiap usaha dan juga memperoleh manfaat

yang diperoleh dari perubahan kehidupan lokal, nasional dan tantangan global. (Yasir et al., 2021)

5. *Community Based Tourism (CBT)*

Community Based Tourism (CBT) merupakan strategi yang berfokus pada tujuan masyarakat sebagai peranan utama dalam pemanfaatan pariwisata yang ada disekitar kawasan tempat tinggal nya. Dalam konsep *community based tourism* ini setiap masyarakat didorong untuk mampu mengidentifikasi tujuan dan arah pariwisata tersebut untuk meningkatkan kehidupan mereka. Dengan hal ini tentunya masyarakat memiliki peranan yang sangat besar dalam pembangunan serta pengembangan pariwisata yang ada di desa tempat tinggal mereka.

Pariwisata berbasis masyarakat ini adalah sebuah pariwisata yang direncanakan, dikembangkan dn juga dikelola oleh masyarakat untuk masyarakat, dipimpin dengan tanggung jawab, akses, kepemilikan dan manfaat. Asal usul dari konsep *Community Based Tourism* ini dapat ditelusuri Kembali pada pendekatan pengembangan alternatif, bentuk pengembangan strategi alternatif dan pengembangan pariwisata *Community Based Tourism* ini seperti pemberdayaan, kemandirian dan keberlanjutan. Selian itu konsep CBT dapat membantu menyadarkan masyarakat lokal terhadap potensi daerahnya dan para wisatawan lebih menghargai kehidupan pada masyarakat lokal. (Juardi et al., 2020)

Community Based Tourism pada prinsipnya merupakan salah satu gagasan yang penting penting dan kritis dalam perkembangan teori pembangunan kepariwisataan konvensional. Pada hakikatnya pembangunan kepariwisataan tidak akan bisa lepas dari sumber daya serta keunikan komunitas lokal, baik berupa elemen fisik maupun non fisik (tradisi dan budaya), yang merupakan unsur penggerak utama kegiatan wisata tersebut. (Prabawati, 2019)

Communtiy Based Tourism memiliki berbagai prinsip dan karakteristik, terutama ditujukan untuk melawan, menentang dan mengurangi ketimpangan penguasaan sumber daya pariwisata. Partisipasi dan kesetaraan masyarakat dalam perencanaan, pengambilan keputusan, pengelolaan, kepemilikan dan pembagian manfaat menjadi milik masyarakat. *Community Based Tourism* merupakan sarana

untuk memastikan industri pariwisata bermanfaat bagi penduduk yang akan meningkatkan standar dan kualitas hidup masyarakat setempat. *Community Based Tourism* dapat dianggap sebagai sarana untuk mengintegrasikan tujuan pembangunan berkelanjutan, yaitu meminimalkan kerusakan lingkungan dan budaya, mengoptimalkan kepuasan pengunjung, dan memaksimalkan pertumbuhan ekonomi. (Yasir et al., 2021)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini peneliti pilih dikarenakan peneliti ingin mengetahui secara mendalam Strategi Komunikasi Pariwisata Berbasis Masyarakat Sebagai Upaya Pengembangan Objek Wisata Budaya di Desa Koto Sentajo.

Pemilihan subjek dalam penelitian ini yaitu dengan menentukan informan menggunakan teknik *Purposive* yang mana dalam menentukan informan dalam penelitian ini ketentuan-ketentuan tersebut diatur dan dipertimbangkan sendiri oleh peneliti. Dengan kriteria informan yang peneliti tentukan dan setelah melakukan pra-riset maka peneliti menemukan 10 orang yang memenuhi kriteria dan akan menjadi informan dalam penelitian ini, adapun kriteria informan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Masyarakat desa Koto Sentajo yang memahami tentang wisata budaya dan rumah adat
- b. Kepala Desa Koto Sentajo
- c. Pengurus rumah adat koto sentajo
- d. Kelompok sadar wisata desa koto sentajo
- e. Mahasiswa kuliah kerja nyata di desa koto sentajo
- f. Admin kuansing promotion community, terkhusus yang mengelola desa wisata koto sentajo

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data yang dipopulerkan oleh Huberman dan Miles, yaitu model analisis data interaktif yang terdiri dari tiga hal utama, seperti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Lalu setelah data yang peneliti peroleh sudah

dianalisis maka untuk memeriksa keabsahan data tersebut maka peneliti melakukan triangulasi dan mengadakan *membercheck* untuk memeriksa keabsahan dari data tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Masyarakat merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam mengembangkan suatu pariwisata. Apabila dapat dikembangkan dengan baik maka akan menjadi suatu potensi yang dapat meningkatkan pendapatan pada daerah tersebut. Pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang harus terencana secara menyeluruh, sehingga nantinya dapat diperoleh manfaat yang berguna bagi masyarakat, baik itu dari segi ekonomi, social dan kultural. Peran masyarakat sangat diperlukan dalam mengembangkan pariwisata di suatu daerah.

Dalam mengembangkan objek wisata budaya koto sentajo memerlukan strategi komunikasi pariwisata berbasis masyarakat (CBT) sehingga masyarakat lokal dapat berperan untuk mengembangkan wisata tersebut. Pada penelitian ini, masyarakat lokal merupakan peranan utama dalam pengembangan wisata budaya. Tujuan utama dari pengembangan wisata budaya koto sentajo ini adalah untuk melestarikan budaya dan tradisi yang ada di desa koto sentajo, dan disisi lain pengembangan pariwisata berbasis masyarakat ini memberikan peluang bagi masyarakat lokal untuk kesejahteraan mereka. Pariwisata berbasis masyarakat merupakan konsep yang menekankan kepada pemberdayaan masyarakat untuk menjadi lebih memahami nilai-nilai dan juga tradisi yang telah dimiliki, seperti kebudayaan, kuliner, bahkan kerajinan tangan. Dalam pengembangan wisata budaya koto sentajo, masyarakat berperan sangat aktif hal ini dikarenakan pada dasarnya masyarakat lokal memiliki pengetahuan mengenai fenomena alam dan juga budaya yang ada di sekitarnya.

Bersadarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat lokal untuk

mengembangkan objek wisata budaya di desa Koto Sentajo. Dengan penjelasan hasil penelitian sebagai berikut:

a. Strategi Komunikasi Pariwisata Masyarakat Lokal Dalam Mengembangkan Objek Wisata Budaya di Desa Koto Sentajo

Masyarakat merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam mengembangkan suatu pariwisata. Apabila dapat dikembangkan dengan baik maka akan menjadi suatu potensi yang dapat meningkatkan pendapatan pada daerah tersebut. Pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang harus terencana secara menyeluruh, sehingga nantinya dapat diperoleh manfaat yang berguna bagi masyarakat, baik itu dari segi ekonomi, social dan kultural. Peran masyarakat sangat diperlukan dalam mengembangkan pariwisata di suatu daerah.

Pembangunan di bidang pariwisata memberikan manfaat bagi masyarakat, dikarenakan sektor pariwisata merupakan salah satu sector pembangunan di bidang ekonomi. Strategi pengembangan pariwisata pada daerah terutama desa dapat dilakukan dengan cara memberikan serta memperhatikan sarana dan prasarana yang ada, dan juga menerapkan sapta pesona pariwisata yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan dan ketenangan. Ada beberapa strategi komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat lokal untuk mengembangkan wisata budaya yang ada di Desa Koto Sentajo yaitu:

1. Perencanaan

Dalam proses perencanaan pada pariwisata budaya Koto Sentajo masyarakat beserta pemerintah desa membentuk tim Kelompok Sadar Wisata, kemudian masyarakat bersama pemerintah desa merancang pembangunan rumah adat baru untuk menunjang adanya desa wisata, dan pemerintahan desa juga melakukan sosialisasi desa wisata kepada masyarakat lokal yang ada di Desa Koto Sentajo. Dalam proses perencanaan ini masyarakat lokal turut berpartisipasi dan merancang pembuatan inovasi pada Kawasan wisata. Dan pada perencanaan ini pihak universitas juga ikut membantu dengan menjadikan Koto Sentajo sebagai desa binaannya.

2. Pengelolaan

Strategi kedua yang dilakukan adalah pengelolaan, yang mana masyarakat dan pemerintahan desa melakukan renovasi rumah adat yang sudah tidak layak dan membangun satu rumah adat lagi di sekitar Kawasan masjid Raudhatul Jannah. Pada proses perencanaan ini terbentuklah tim pokdarwis yang telah direncanakan sebelumnya yang menjadi anggota dalam pokdarwis ini tentunya masyarakat tempatan. Dengan berbagai kegiatan dan upaya yang dilakukan masyarakat serta pemerintahan mampu membawa Desa Koto Sentajo pada Ajang Pesona Indonesia di tahun 2021. Dan Desa Koto Sentajo mendapatkan penghargaan desa nominasi desa terbaik II, dengan penghargaan tersebut Koto Sentajo mendapatkan bantuan promosi wisata dari komunitas yaitu Kuansing Promotion Community.

3. Evaluasi

Strategi yang terakhir adalah evaluasi, dalam hal ini pokdarwis dan pemerintahan desa melakukan inovasi berupa pemasangan lampu led di sekitar Kawasan wisata. Pemerintah dan juga masyarakat lokal masih membutuhkan pihak akademis untuk membina desa wisata tersebut. Kemudian pada proses pengembangan ini masyarakat beserta pemerintah akan mengajukan permohonan untuk pembuatan museum kepada dinas pariwisata dengan mengandalkan dana APBD.

Perencanaan pariwisata perlu dilakukan karena banyaknya perubahan dalam industry pariwisata pada saat sekarang ini. Pariwisata melibatkan banyak pihak, maka dibutuhkan strategi tertentu dalam perencanaan kegiatan pariwisata sehingga dapat berlangsung dengan baik. Melakukan perencanaan pariwisata yang baik tentunya dapat memberikan manfaat. Suatu perencanaan dan pertumbuhan pembangunan yang tidak direncanakan akan mengakibatkan penurunan daya tarik wisata. Pentingnya perencanaan dalam pengembangan pariwisata sebagai industry agar perkembangan industry sesuai dengan apa yang telah disusun berhasil mencapai sasaran yang dikehendaki. (Febriandhika et al., 2020)

Dalam pengelolaan pariwisata tentu membutuhkan pengelolaan yang memiliki

keahlian dan pengalaman dalam bidang pariwisata agar dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pariwisata. Pengelolaan pariwisata harus mengacu kepada prinsip-prinsip pengelolaan yang menekankan pada nilai-nilai kelestarian lingkungan, komunikasi dan nilai social yang memungkinkan wisatawan menikmati kegiatan wisata serta bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan masyarakat desa koto sentajo Bernama Nurdiyana, strategi komunikasi masyarakat dalam pengembangan wisata budaya ini adalah sebagai berikut:

“Sebagian besar masyarakat desa koto sentajo ini sadar akan fenomena budaya dan juga alam sekitar kami, namun terkadang kami sebagai masyarakat lokal belum memiliki begitu banyak pengalaman untuk mengelola langsung desa wisata koto sentajo ini. Akan tetapi kepala desa beserta Dinas Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi mengadakan sosialisasi mengenai gambaran untuk pengembangan ini, salah satunya yaitu sebagai masyarakat lokal kami harus mampu mengelola usaha lokal seperti makanan tradisional dan kerajinan tangan”. (hasil wawancara dengan Nurdiyana, 26 Agustus 2022)



Pengembangan dan pembangunan pariwisata di desa Koto Sentajo bertujuan untuk meningkatkan sektor pariwisata menjadi sector andalan yang mampu

menggalakkan kegiatan ekonomi masyarakat sekitar Kawasan wisata serta kegiatan sektor lain yang terkait sehingga dapat mengembangkan meratakan kesempatan usaha dan kerja. Dengan adanya peningkatan wisatawan dan evaluasi pembangunan wisata seiring dengan perkembangan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah yang diperoleh dari desa wisata. Pariwisata meliputi berbagai macam usaha bisnis besar maupun kecil. Sehingga nantinya diharapkan setiap stakeholder dan masyarakat dapat bekerjasama dalam mengelola dan juga mengembangkan potensi pariwisata untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat setempat.

Dalam pengembangan wisata selanjutnya peneliti melakukan wawancara dengan Heprianto, yang mana bentuk pengembangan wisata lain yang dilakukan oleh masyarakat lokal yang ada di desa koto sentajo adalah mempromosikan desa wisata budaya ini melalui media social yang mereka punya, sebagai berikut:

“Pengembangan lain dari kami sebagai masyarakat tempatan adalah dengan menggunakan teknologi dengan mengupload, kami menggunakan media untuk dijadikan fasilitas sebagai alat promosi rumah adat. Beberapa media yang digunakan adalah facebook dan youtube. Dengan adanya Sarana ataupun media ini rumah adat koto sentajo dapat dikenal oleh banyak orang”. (hasil wawancara dengan Heprianto, 26 Agustus 2022)

Mengenai konten yang dibuat di media social yaitu mengenai nilai-nilai tradisi dan seni-seni yang ada pada rumah adat koto sentajo, sebagai berikut:

“Kami mengupload konten di Instagram dan facebook bahkan youtube itu tentang tradisi yang dilakukan di rumah adat misalnya,bersilaturahmi Ketika hari raya idul fitri. Selain itu kami juga menyorot seni ukiran yang ada pada masing-masing rumah adat.” (hasil wawancara dengan Sasmito, 26 Agustus 2022)

Peran masyarakat lokal dalam pengembangan wisata budaya sangat diperlukan, karena dengan keterlibatan masyarakat dalam wisata ini tentunya memberikan peluang usaha bagi mereka yang sangat membutuhkan pekerjaan. Dan masyarakat lokal tentunya juga

memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan langsung dari wisatawan yang datang. Peran masyarakat lokal dapat dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan cara :

1. menyewakan lahan pengelolaan pariwisata
2. bekerja sebagai pemandu wisata
3. serta bisa membuat usaha lokal seperti kerajinan tangan.

Sejak zaman dahulu masyarakat sudah sangat konsisten untuk mengembangkan budaya tersebut. Yang mana dapat dilihat bahwa masyarakat desa koto sentajo masih menjunjung tinggi adat istiadat dan juga tradisi. Tradisi yang ada di Desa Koto Sentajo masih sangat kental, dapat dilihat pada hari raya kedua idul fitri masyarakat kenegrian sentajo mengunjungi rumah adat untuk bersilaturahmi bersama cucu dan kemnakan di rumah adat. Seorang tengganai atau ketua adat yang ada di desa koto sentajo masih aktif, tugas dari tengganai ini adalah untuk mengurus rumah adat.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Heprianto dalam mewujudkan desa koto sentajo menjadi desa wisata budaya masyarakat, pemerintahan dan juga pokdarwis melakukan berbagai hal untuk dapat mengikuti Ajang Pesona Indonesia pada tahun 2021, sebagai berikut:

“untuk mengikuti Ajang Pesona Indonesia (API) ini masyarakat bersama pemerintah dan juga pokdarwis nya melengkapi syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh panitia API, dalam ajang ini desa koto sentajo juga dibantu oleh dinas pariwisata kabupaten Kuantan Singingi. Dalam ajang ini masyarakat melakukan renovasi rumah adat yang rusak dan juga melakukan gotong royong sekitar Kawasan rumah adat tersebut.” (hasil wawancara dengan Heprianto, 26 Agustus 2022)

Dengan wawancara yang dilakukan bersama Heprianto ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat sangat penting dan juga berperan aktif dalam hal pembangunan serta pengembangan desa wisata. Banyak hal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan desa wisata, diantaranya factor kemauan, kesempatan dan juga kemampuan dari masyarakat itu sendiri. Hal inilah yang sudah dimiliki oleh

masyarakat koto sentajo, karena dengan kemauan dan juga kemampuan masyarakatnya desa koto sentajo bisa meraih penghargaan di Ajang Pesona Indonesia dengan kategori kampung adat.

Strategi masyarakat lokal dalam mengembangkan objek wisata budaya koto sentajo sudah sangat efektif dengan keikutsertaan mereka masyarakat lokal. Pengembangan wisata yang mereka lakukan adalah sebagai berikut:

1. Berbentuk usaha dagang atau pelayanan jasa
2. Menyediakan penginapan atau homestay
3. Menyediakan usaha makanan dan minuman tradisional
4. Menyediakan kerajinan tangan atau cinderamata daerah
5. Menyediakan jasa pemandu wisata
6. dan yang terakhir adalah menjadi fotografer di Kawasan wisata tersebut

Kegiatan usaha ini tentunya dapat menciptakan lapangan pekerjaan, dan pada akhirnya mendorong masyarakat untuk ikut berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar Kawasan wisata. Sehingga nantinya perkembangan kegiatan pariwisata ini ikut membantu kesejahteraan masyarakat.

b. Strategi Komunikasi Pariwisata Masyarakat Lokal Menjalin Hubungan Dengan Stakeholder (Pemerintah, Universitas, Komunitas & Media Massa

Di desa Koto Sentajo sendiri peran *Stakeholder* sangat dibutuhkan oleh masyarakat tempatan untuk membantu mereka dalam mengelola desa wisata yang ada di desa tersebut. Ada lima *stakeholder* yang berperan dalam pengembangan desa wisata ini, yaitu pemerintah, akademis atau universitas, pelaku bisnis, komunitas dan juga media. Namun pemerintah sebagai *stakeholder* disini tidak begitu berperan aktif dalam proses pengembangan, hanya saja pihak pemerintah memantau bagaimana proses pengembangan dari desa wisata yang ada di Desa Koto Sentajo tersebut.

Stakeholder merupakan individu atau kelompok yang secara aktif terlibat dalam kegiatan atau dipengaruhi oleh positif dan negatif dari hasil kegiatan. Peran *stakeholder* dibutuhkan untuk mengoptimalkan pelaksanaan pembangunan termasuk pembangunan dibidang pariwisata. Peran

stakeholder dalam pembangunan pariwisata bertugas membuat kebijakan dan perencanaan yang sistematis.

Pariwisata dianggap sebagai salah satu sector ekspor yang disukai oleh banyak negara-negara berkembang. Sebagai suatu industry, pariwisata terhubung dengan banyak sektor dan juga stakeholder dari berbagai latar belakang kepentingan. Di desa wisata Koto Sentajo ini memiliki lima stakeholder yang membantu dalam proses pengembangan desa wisata yaitu, pemerintah, akademis, pelaku bisnis, komunitas serta media. Stakeholder yang paling berperan penting dalam pengembangan desa wisata Koto Sentajo adalah akademis, komunitas dan pemerintah. Ketiga stakeholder tersebut banyak mengambil peran dalam pengembangan desa wisata dengan berbagai cara. Ketiga stakeholder tersebut banyak serta mampu menciptakan serta pengelolaan yang efektif serta mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan. Desa wisata budaya Koto Sentajo ini dikelola dengan cara yang tradisional tanpa menghilangkan budaya dan tradisi khusus desa tersebut.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Rida, strategi yang dilakukan oleh masyarakat untuk menjalin hubungan dengan pemerintah adalah dengan melakukan kerjasama berupa gotong royong dan membuat informasi beserta promosi di media social, sebagai berikut:

“untuk menjalin hubungan dengan pemerintahan, kami sebagai masyarakat tempatan melakukan kerjasama bersama pemerintahan desa yaitu berupa gotong royong untuk rumah adat. Selain itu dalam pemerintahan desa juga memerlukan persetujuan dari ninik mamak suku adat dalam membuat surat pernikahan. Kemudian jalinan Kerjasama yang lain adalah berupa membuat informasi dan promosi wisata melalui media social.” (hasil wawancara dengan Rida, 29 Agustus 2022)



Masyarakat Koto Sentajo Gotong Royong
Sekitar Kawasan Desa Wisata
(Dokumentasi Peneliti, 2022)

Selain itu ada masyarakat lokal yang juga berpengaruh dalam pengembangan wisata budaya ini, yang mana masyarakat lokal menjalin Kerjasama dengan pemangku kepentingan tersebut dengan menggunakan strategi komunikasi pariwisata. Adapun bentuk komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat lokal bersama stakeholder adalah sebagai berikut:

1. Melakukan gotong royong bersama pemerintahan desa untuk menjalin silaturahmi
2. Menjalinkan silaturahmi dengan pemangku kepentingan pada hari raya idul fitri
3. Melakukan promosi melalui social media untuk pengembangan objek wisata budaya Koto Sentajo
4. Berpartisipasi dalam promosi Ajang Pesona Indonesia tahu 2021
5. Melakukan koordinasi bersama mahasiswa Kuliah Kerja Nyata mengenai promosi desa wisata
6. Membentuk kelompok sadar wisata dan telah di SK kan oleh pemerintah daerah
7. Menjalinkan kerja sama dengan Universitas Riau dan telah dijadikan sebagai desa binaan oleh Universitas Riau

Peran Stakeholder Pariwisata Desa Wisata Koto
Sentajo
(Olahan Peneliti, 2022)

	Stakeholder	Peran
1	Pemerintah	1. memberikan sosialisasi dan pelatihan bagi masyarakat pelaku wisata 2. Memantau perkembangan wisata budaya koto sentajo 3. Mengalokasikan anggaran (APBD)
2	Akademis	1. Memberikan pembinaan pada desa koto sentajo 2. Melakukan sosialisasi kepada masyarakat lokal 3. Membantu proses pengembangan wisata budaya
3	Pelaku Bisnis	1. Memberikan peluang kerja bagi masyarakat lokal

		2. Dapat mempromosikan hasil kerajinan serta masakan local
4	Komunitas	1. Membantu mengembangkan objek wisata budaya koto sentajo 2. Mempromosikan wisata di desa koto sentajo
5	Media	1. Mempromosikan objek wisata di desa Koto Sentajo kepada masyarakat luar daerah li berbagai social media yang ada

Pariwisata dianggap sebagai salah satu sector ekspor yang disukai oleh banyak negara-negara berkembang. Sebagai suatu industry, pariwisata terhubung dengan banyak sektor dan juga stakeholder dari berbagai latar belakang kepentingan. Di desa wisata Koto Sentajo ini memiliki lima stakeholder yang membantu dalam proses pengembangan desa wisata yaitu, pemerintah, akademis, pelaku bisnis, komunitas serta media. Stakeholder yang paling berperan penting dalam pengembangan desa wisata Koto Sentajo adalah akademis, komunitas dan pemerintah. Ketiga stakeholder tersebut banyak mengambil peran dalam pengembangan desa wisata dengan berbagai cara. Ketiga stakeholder tersebut banyak serta mampu menciptakan serta pengelolaan yang efektif serta mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan. Desa wisata budaya Koto Sentajo ini dikelola dengan cara yang tradisional tanpa menghilangkan budaya dan tradisi khusus desa tersebut.

Dalam meningkatkan daya Tarik wisatawan untuk mengunjungi desa wisata budaya ini, masyarakat serta pemerintahan desa mempromosikan melalui social media yang ada, sebagai berikut:

“kami melakukan daya tarik atau peningkatan supaya tamu itu hadir ke desa wisata koto sentajo yaitu dengan menggunakan media social. Kemudian mahasiswa KKN yang telah mengabdikan kita perintahkan untuk mempromosikan keadaan desa koto sentajo terutama pada rumah adat yang telah masuk pada API Award. Kemudian di samping itu ada lembaga-lembaga lain juga mempromosikan mungkin ada jurusan jurusan pariwisata dari berbagai universitas yang langsung mempromosikan ini melalui chanel youtube nya masing

masing.” (hasil wawancara dengan Bahmada, 29 Agustus 2022)

Pada proses pengembangan wisata budaya, pemerintah desa juga terus mendorong seluruh masyarakat kenegrian sentajo terutama desa Koto Sentajo untuk berpartisipasi dalam mempromosikan rumah adat yang sudah masuk dalam Ajang Pesona Indonesia, sebagai berikut:

“pemerintah telah membentuk dan membuat Surat Keputusan (SK) Kelompok Sadar Wisata, tentu dengan adanya pokdarwis ini berarti sudah ada utusan pemerintah desa dalam pengembangan objek wisata budaya melalui pokdarwis ini.” (hasil wawancara dengan Bahmada, 29 Agustus 2022)

Dengan adanya Kelompok Sadar Wisata tentu akan mendorong masyarakat untuk mempromosikan objek wisata yang ada. Kemudian pokdarwis ini akan memberikan pekerjaan bagi mereka yang membutuhkan, yang mana di dalam pokdarwis tersebut akan membentuk beberapa kelompok untuk membangun serta mengembangkan potensi yang ada di desa Koto Sentajo, seperti rumah adat dan hutan lindung yang ada di kawasan desa.

Untuk pengembangan wisata budaya yang ada di Desa Koto Sentajo tidak hanya pemerintah yang ikut untuk mengembangkan serta mempromosikannya, namun pihak akademis atau universitas juga turut mengembangkan dan mempromosikan wisata budaya di Desa Koto Sentajo, sebagai berikut:

“untuk pengembangan atau mempromosikan program di sector pariwisata ini kami di bantu dan di dina oleh Universitas Riau. UNRI membantu mengelola dan mengembangkan objek wisata yang ada, bukan hanya rumah adat saja, tetapi budaya, kuliner serta kerajinan dan juga kearifan lokal. Unri melaksanakan berbagai kegiatan program pemerintahan desa dan melibatkan masyarakat berserta pokdarwis. Kami selaku pemerintahan desa dan masyarakat Desa Koto Sentajo mengucapkan terimakasih kepada UNRI yang sampai hari ini masih diberi binaan.” (hasil wawancara dengan Bahmada dan Madiyusman, 29 Agustus 2022)

Selain itu, peran akademis ataupun universitas untuk membantu wisata budaya yang ada di Desa Koto Sentajo adalah mengadakan pelatihan untuk masyarakat lokal untuk menambah wawasan mereka mengenai

pengembangan objek wisata yang ada, sebagai berikut:

“Lembaga atau universitas mengembangkan dan menjalin kerjasama dengan mitra kepada masyarakat yaitu dengan cara mengadakan pelatihan untuk masyarakat tempatan, masyarakat lokal merasa bersyukur dengan kehadiran unri karena dengan ini menambah wawasan yang mengarah pada kebudayaan termasuk rumah adat.” (hasil wawancara dengan Bahmada, 29 Agustus 2022)



Pemberitaan Kerjasama UNRI dan Kemenparekraf untuk Pariwisata Koto Sentajo (KhabarOnline, 2022)

Kemudian pada pengembangan wisata budaya koto sentajo ini selain universitas mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) juga turut ikut dalam proses pengembangan wisata tersebut. Yaitu dengan cara membuat film dokumenter yang berkaitan yang tujuannya adalah untuk promosi mempopulerkan keberadaan rumah adat. Selain itu, membuat spot foto di sekitar kawasan rumah adat kak dan membuat petunjuk arah untuk rumah adat.



Spot Foto Rumah Adat di Kawasan Desa Wisata Koto Sentajo (Instagram Kuliah Kerja Nyata Koto Sentajo, 2022)

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Madiyusman, masyarakat, pokdarwis beserta pemerintahan desa telah melakukan inovasi agar masyarakat luar datang ke desa wisata budaya Koto Sentajo, sebagai berikut:

“Inovasi yang dikembangkan oleh desa yaitu yang pertama kami telah membuat papan nama atau lampu led yang ada di dekat kantor KUA untuk tahap awal tulisan selamat datang di desa Koto Sentajo itu pertama. “Inshaallah untuk yang akan datang yaitu pada tahun 2023 mungkin tulisan lampu led ini akan kita pasang di sekitaran rumah adat dengan tulisan disana insyaallah akan kita bikin kampung adat kenegrian sentajo. Jadi itu inovasi kita. Dengan adanya tulisan itu nanti orang akan mengetahui bahwa ini adalah kampung adat. Jadi kalau orang setiap lewat akan mengetahui apalagi dengan lampu led pada malam hari itu bagus. Jadi asumsi kita kalau dia melihat lampu itu akan tergambar bahwa kampung adat itu ada. Bahkan dengan lampu led ini disampig promosi orang juga akan tertarik untuk melihat rumah adat tersebut.” (hasil wawancara dengan Madiyusman, 29 Agustus 2022)



Lampu Led Koto Sentajo (Dokumentasi Peneliti, 2022)

Strategi pengembangan yang telah dilakukan bersama stakeholder sudah sangat efektif. Karena startegi yang digunakan sudah sangat jelas tujuannya adalah untuk mempromosikan serta mengembangkan objek wisata yang ada di desa Koto Sentajo, yang mana nantinya akan memberikan hal yang positif bagi masyarakat lokal yaitu dapat meningkatkan taraf hidup, mengurangi angka

penganguaran yang ada di desa tersebut dan juga dapat meningkatkan devisa pada daerah.

Peran stakeholder yang diperlukan pada desa wisata khususnya desa wisata budaya Koto Sentajo ini, dengan adanya kelima stakeholder tersebut desa Koto Sentajo sangat terbantu dalam berbagai hal, salah satunya adalah dalam proses mempromosikan wisata desa Koto Sentajo ini di berbagai media, baik itu media social, koran bahkan televisi nasional. Desa Koto Sentajo merasa sangat beruntung Ketika banyak stakeholder yang mau membantu segala hal dalam proses pengembangan desa wisata tersebut. Kelima stakeholder dalam wisata budaya Koto Sentajo banyak menolong masyarakat tempatan dengan melakukan pelatihan tentang peran masyarakat lokal dalam upaya pengembangan desa wisata. Dengan adaya stakeholder untuk membantu desa wisata ini masyarakat mendapatkan berbagai pengalaman dari masing-masing stakeholder tersebut. Desa Koto Sentajo merupakan desa yang sangat bagus untuk menjadi wisata budaya, dikarenakan desa tersebut memiliki banyak tradisi dan budaya yang bisa ditampilkan dan dilihat oleh khalayak ramai dari berbagai daerah, baik itu luar daerah maupun dalam. Stakeholder memiliki banyak fungsi dan manfaat bagi desa Koto Sentajo sebagai desa wisata budaya yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam mengembangkan objek wisata budaya yang ada di Desa Koto Sentajo masyarakat lokal melakukan berbagai upaya yaitu dengan mempromosikan objek wisata koto sentajo melalui social media seperti instagram, facebook, youtube bahkan tik-tok. Masyarakat lokal mempunyai peranan yang sangat penting pada proses pengembangan wisata budaya Koto Sentajo ini, masyarakat mengetahui lebih banyak fenomena budaya yang ada di sekitarnya. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat lokal adalah dengan melakukan perencanaan, pengelolaan serta evaluasi. Dalam proses perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan adalah membentuk kelompok sadar

wisata di Desa Koto Sentajo, kemudian merancang pembangunan dan renovasi rumah adat serta mengadakan sosialisasi untuk masyarakat lokal mengenai proses pengembangan desa wisata. Sedangkan untuk proses pengelolaannya masyarakat lokal bersama pemerintahan desa mampu membawa Desa Koto Sentajo pada Ajang Pesona Indonesia dan mendapatkan penghargaan terbaik II dengan nominasi desa wisata terbaik pada tahun 2021. Dengan penghargaan tersebut tentunya Desa Koto Sentajo diketahui oleh masyarakat luar daerah dan juga mendapatkan bantuan promosi wisata dari Kuansing Promotion Community. Untuk strategi komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam proses evaluasi adalah dengan melakukan inovasi berupa pemasangan lampu led disekitar Kawasan rumah adat dan jalan raya. Dalam proses evaluasi ini tentunya masyarakat lokal masih membutuhkan Universitas Riau untuk membina desa wisata koto sentajo agar tetap maju dan berkembang. Untuk evaluasi terakhir yang dilakukan adalah melakukan pembangunan museum yang akan diajukan kepada pemerintah daerah dengan menggunakan anggaran APBD. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat lokal tersebut tentunya dibantu oleh lima stakeholder yaitu pemerintah, universitas, pelaku bisnis, komunitas serta media massa.

2. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat Dalam mengembangkan objek wisata budaya di Desa Koto Sentajo masyarakat lokal menjalin Kerjasama dengan lima stakeholder, yaitu pemerintah, akademis, pelaku bisnis, komunitas dan media massa. Beberapa strategi yang dilakukan pada upaya menjalin hubungan dengan stakeholder adalah mendorong masyarakat lokal untuk berpartisipasi yaitu dengan cara mengikuti sosialiasi yang diberikan oleh berbagai stakeholder, yaitu pemerintah dan akademis. Masyarakat lokal mendapatkan berbagai pengetahuan serta pengalaman untuk mengembangkan desa wisata yang telah diberikan oleh lima stakeholder tersebut. Stakeholder yang telah membantu proses pengembangan desa wisata ini memiliki peranan yang

sangat penting yaitu dengan memberikan saran serta masukan kepada masyarakat lokal yang mengelola Desa Wisata Koto Sentajo demi kemajuan wisata budaya. Peran stakeholder sangat berpengaruh pada desa wisata, dikarenakan stakeholder sendiri banyak membantu salah satunya dibidang promosi.

Daftar Pustaka

- Andiani, N. D., & Widiastini, N. M. A (2017). Pengemasan Produk Wisata Oleh Pokdarwis Sebagai Salah Satu Model Pariwisata Alternatif. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 20(11).
- Ariyaningsih, A. (2019). Strategi Pengembangan Wisata Budaya di Kawasan Pecinaan Lasem. *Specta Journal of Technology*, 2(2), 27–38. <https://doi.org/10.35718/specta.v2i2.102>
- Arrozaaq, D. L. C. (2016) Collaborative Governance (Studi Tentang Kolaborasi Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Kawasan Minapolitan Di Kabupaten Sidoarjo). Universitas Airlangga.
- Bungin, Burhan. (2015). Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): *Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Dian Kagungan, Noverman Duadji, I. F. M. (n.d.). Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Kebijakan Pengembangan Industri Pariwisata Di Kabupaten Pesawaran. [http://repository.lppm.unila.ac.id/34746/1/full paper artikel IICIS 2021..pdf](http://repository.lppm.unila.ac.id/34746/1/full%20paper%20artikel%20IICIS%202021..pdf) .
- Fatrisia Yulianie, & Fransiska Flla Hidayana. (2020). Identifikasi Potensi Pariwisata Budaya Di Kampung Adat Prai Ijing, Kecamatan Kota Waikabubak, Sumba Barat Ntt. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(1), 25–38. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i1.14>
- Hadiwijoyo, Suryo S. (2013). Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep) 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayah, A. N., Hutagalung, S. S., & Hermawan, D. (2019). Analisis Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Wisata Talang Air Peninggalan Kolonial Belanda Di Kelurahan Pajaresuk Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Administrasi Publik*, 7(1), 55–71.
- Juardi, J., Handani, D., & Sari, S. N. (2020). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Desa Bukit Telago Dalam Perspektif Community Based Tourism. *Destina : Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(2). <https://doi.org/1031334/jd.v1i2.834>
- Marta, R., & Havifi, I. (2019). Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Pariwisata Sumatera Barat (Studi pada Humas Pemprov Sumatera Barat). *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2), 102–112. <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/index.php/rk/article/view/27>
- Mazdalifah, M., & Charyani, R. (2018). Strategi Komunikasi Pariwisata berbasis Masyarakat Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pariwisata oleh Masyarakat Karo Desa Rumah Galuh, Kecamatan Sei Bingai, Kabupaten Langkat). *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 1(1), 075–078. <https://doi.org/10.32734/lwsa.v1i1.145>
- Mengwi, K., Badung, K., Haryanti, L., & Nugroho, S. (2018). *Sinergi Stakeholder Dalam Mewujudkan Aktivitas Pariwisata Di Desa Wisata Baha* ., 5(2), 195–205.
- Pambudi, S., Sunarto., Prabang S. (2018). Strategi Pengembangan Agrowisata Dalam Mnedukung Pembangunan Pertanian Studi Kasus Di Desa Wisata Kaligano (Dewi Kano) Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo.
- Prabawati, N. P. (2019) Pemuda dalam Kegiatan Pengembangan Pariwisata di Desa Tibuneneng Kabupaten Bandung, Bali. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 13(1), 17-84
- Pratama, A., Sujatna, E. T. S., & Yustikasari, Y. (2021). Strategi Pengembangan Kampung Adat Cireundeu Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Cimahi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(1), 47–56. <https://doi.org/10.47492/jih.v10i1.672>
- Soemaryani Imas. (2016). Pentahelix Model to Increase Tourist Visit to Bandung and its Sorrounding Areas through Huan Resource Development. *Journal*

Academy of Strategic Management.
Volume 15. Special Issues3. 2016

- Yani, E. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Rokan Hilir dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Pulau Jemur. *JOM FISIP*, 8, 1–9.
- 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>