



Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Dalam Mengembangkan Potensi Wisata Di Situ Lengkong Panjalu

Tourism Communication Based on Local Wisdom in Developing Tourism Potential in Situ Lengkong Panjalu

Ai Yulianti^{1*}, Hasim²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Sastra

Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Jl. Terusan Halimun No.37, Lkr. Sel., Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat

Corresponding Email : aiyulianty12@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to determine how effective tourism communication is in influencing the level of tourist visits, focusing on the management of the Situ Lengkong Panjalu tourist attraction. Tourism communication is considered an important element in the exchange of messages between marketing agencies and tourism stakeholders. This study uses qualitative descriptive research methods to understand the phenomena experienced by research subjects, especially in conveying messages based on local wisdom that attracts tourist visitors. The results showed that the manager of Situ Lengkong Panjalu tourist attraction emphasized local wisdom in its promotional message, involving aspects of geography, history, and beauty of Situ Lengkong Panjalu. Although promotion through social media has not been optimal, information is still conveyed through the Village's website and social media accounts. The conclusion of this study highlights several aspects, including tourism communication sources, main objectives of communication, the role of culture in tourist attraction, reinforcing local values, limitations of digital promotion, direct promotion efforts, tourism communication strategies, and internal barriers in promotion.*

Keywords: *Tourism Communication, Local Wisdom, Promotion Strategy*

Abstrak. Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektivitas komunikasi pariwisata dalam mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan, dengan fokus pada pengelola objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Komunikasi pariwisata dianggap sebagai elemen penting dalam pertukaran pesan antara lembaga pemasaran dan pemangku kepentingan pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, terutama dalam menyampaikan pesan berbasis kearifan lokal yang menarik pengunjung wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola objek wisata Situ Lengkong Panjalu menekankan kearifan lokal dalam pesan promosinya, melibatkan aspek geografi, sejarah, dan keindahan Situ Lengkong Panjalu. Meskipun promosi melalui media sosial belum optimal, informasi tetap disampaikan melalui website dan akun media sosial Desa. Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti beberapa aspek, termasuk sumber komunikasi pariwisata, tujuan utama komunikasi, peran budaya dalam daya tarik wisata, nilai-nilai lokal yang memperkuat, keterbatasan promosi digital, upaya promosi secara langsung, strategi komunikasi pariwisata, dan hambatan internal dalam promosi.

Kata kunci : Komunikasi Pariwisata, Kearifan Lokal, Strategi Promosi

LATAR BELAKANG

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang sangat berpengaruh di banyak negara, termasuk di Indonesia. Potensi alam, budaya, dan kearifan lokal yang dimiliki oleh berbagai daerah di Indonesia memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat. Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam memajukan ekonomi Indonesia. Hal ini terbukti dengan kontribusinya yang besar terhadap pemasukan devisa negara Martaleni (2017:1). Keberhasilan pengelolaan pariwisata tentunya tidak lepas dari bagaimana konsep dan model komunikasi yang dijalankan baik dalam proses

promosi, citra, manajemen dan kenyamanan Butler dalam (Marizki, Masril, & Pasaribu, 2022). Terutama bagaimana komunikasi pariwisata mempertegas keunikan lokal.

Kearifan lokal adalah segala bentuk kebijaksanaan yang didasari nilai-nilai kebaikan yang dipercaya, diterapkan dan senantiasa dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama (secara turun temurun) oleh sekelompok orang dalam lingkungan atau wilayah tertentu yang menjadi tempat tinggal mereka (R. Njatrijani, 2018). Penerapan kearifan lokal dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata dapat memberikan identitas khas dan nilai tambah bagi pengalaman wisatawan. Pariwisata yang berbasis kearifan lokal, kini sudah menjadi komoditas promosi wisata yang dijual kepada masyarakat sebagai daya tarik objek wisata. Menurut Aat Ruchiat, kearifan lokal itu sendiri apabila dikemas dalam komunikasi pariwisata dapat menjadi unsur terbentuknya local branding suatu tempat (Nugraha, Perbawasari, & Zubair, 2017).

Kabupaten Ciamis Jawa Barat adalah tempat yang penuh dengan beragam pesona alam, termasuk pemandangan indah, danau, serta atraksi lain yang menjadi tujuan wisata. Salah satu destinasi wisata yang menarik di Kabupaten Ciamis adalah Situ Lengkong, yang terletak di Desa Panjalu, Kecamatan Panjalu. Keberadaan desa Panjalu, dikelilingi oleh pegunungan, perbukitan, dan memiliki danau yang menawan. Panjalu merupakan desa yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Potensi ini bisa dilihat dari potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia.

Situ Lengkong merupakan salah satu objek wisata yang memiliki daya tarik unik, termasuk keindahan pemandangan dan kekayaan ekosistemnya didukung dengan keberadaan danau yang indah dan beberapa makam bersejarah di sekitarnya. Hal ini menjadikan Situ Lengkong sebagai tujuan yang menarik, baik untuk wisata maupun ziarah. Dengan pengelolaan yang baik, Situ Lengkong memiliki potensi besar untuk memberikan pendapatan yang dapat meningkatkan kemandirian dan kemajuan Desa Panjalu.

Dahulu, disebutkan bahwa kawasan Situ Lengkong merupakan pusat pemerintahan dari Kerajaan Panjalu Ciamis. Dengan temuan-temuan sejarah tersebut, Panjalu berkembang menjadi sebuah kota destinasi wisata yang menawarkan berbagai jenis wisata, termasuk wisata alam, budaya, dan ziarah. Mengingat pentingnya wilayah Panjalu sebagai akar dari Kerajaan Sunda Kawali, maka pada tanggal 17 Maret 2004, Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengesahkan Panjalu sebagai desa wisata (Mahfuz, 2021).

Para pengunjung yang datang ke Panjalu kebanyakan adalah orang-orang yang melakukan ziarah, mengunjungi makam Prabu Hariang Kencana di Nusa tepatnya berada di tengah – tengah Situ Lengkong Panjalu. Selain itu, mereka juga mengunjungi Museum Bumi

Alit dimana benda-benda bersejarah seperti Menhir, Batu Pungsucian, Batu Penobatan, naskah kuno, dan benda – benda lainnya yang menjadi peninggalan dari raja-raja dan Bupati masa lalu disimpan. Terutama, terdapat koleksi benda pusaka Panjalu berupa pedang, cis, dan genta (lonceng kecil) yang berasal dari Prabu Sanghyang Borosngora.

Wisata Situ lengkong di Panjalu memberikan banyak perubahan bagi masyarakat setempat yaitu dengan mendorong masyarakat membuka usaha dan meningkatkan perekonomiannya. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, kunjungan wisatawan ke Situ Lengkong Panjalu masih relatif rendah jika dibandingkan dengan potensinya. Dalam mengembangkan sektor pariwisata tentu menjadi perhatian yang penting menurut Cooper et al dalam Martaleni (2017) terdapat 4 aspek yang harus menjadi perhatian dalam menawarkan produk wisata yaitu : *Attraction* (daya tarik), *Accessibility* (kemudahan akses), *Amenities* (fasilitas), dan *Ancillary Services* (kelembagaan) seperti pemandu wisata biro dan lainnya.

Berdasarkan aspek tersebut salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan adalah tingkat efektivitas komunikasi pariwisata untuk mendapatkan daya tarik wisatawan. Komunikasi pariwisata adalah proses pertukaran pesan dan makna yang dilakukan oleh lembaga di lokasi pemasaran kepada wisatawan dengan pemilik modal, pengelola dan kelompok sadar wisata Deliana (2023:241) Berdasarkan penjelasan tersebut penyampaian informasi, promosi, dan interaksi antara pengelola terkait pariwisata, termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, masyarakat lokal, dan calon wisatawan menjadi hal penting pada komunikasi pariwisata.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai pesan apa yang disampaikan pengelola objek wisata, dinas pariwisata Ciamis untuk menarik para pengunjung melalui komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal dalam meningkatkan potensi wisata. Maka dari itu peneliti memfokuskan untuk meneliti tentang pesan dan media yang digunakan pihak pemerintah dalam melakukan promosi wisata yang berbasiskan kearifan lokal.

KAJIAN TEORITIS

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris adalah *communication*. Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu *communis* yang berarti “sama”. *Communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*), Mulyana (2017:46). Menurut Harold Lasswell dalam Mulyana (2017:69), cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan pertanyaan berikut *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau siapa mengatakan apa, dengan

saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh bagaimana? Berdasarkan penjelasan Lasswell maka dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling berkaitan satu sama lain yaitu komunikator, pesan, media, penerima dan efek.

Komunikasi pariwisata di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat cepat sejak masa reformasi. Dalam perkembangan kajian komunikasi ini, terjadi pertumbuhan yang cepat dan memicu perkembangan cabang-cabang ilmu baru yang mendukung kemajuan disiplin komunikasi. Komunikasi menyumbang teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. Sementara pariwisata menyumbang *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan sumber daya manusia, serta kelembagaan pariwisata (Daulay, 2019).

Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka (Daulay, 2019). Kearifan lokal mengacu pada pengetahuan, nilai-nilai, dan praktik yang tumbuh dan berkembang di dalam suatu masyarakat atau komunitas tertentu. Hal ini sering kali bersifat unik dan mengakar kuat dalam budaya lokal, diwariskan dari generasi ke generasi.

Memasukkan kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata memiliki potensi untuk memberikan manfaat ekonomi, infrastruktur fisik, dan aspek sosial-budaya di area tersebut. Tamaratika dan Rosyidie dalam (Daulay, 2019), menyebutkan manfaat penggabungan kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata berikut :

- a. Ekonomi, antara lain tersedianya kesempatan kerja, terciptanya keragaman lapangan pekerjaan, serta peningkatan pendapatan penduduk maupun daerah.
- b. Fisik lingkungan, antara lain mempertahankan bangunan bersejarah dan pusaka budaya/alam, menciptakan peningkatan infrastruktur, peningkatan upaya konservasi flora fauna dan ekosistemnya.
- c. Sosial budaya, antara lain terciptanya upaya menjaga nilai-nilai budaya setempat, meningkatkan kebanggaan warga, terjadi peningkatan kesempatan akan pendidikan yang lebih tinggi, dan membantu warga memahami diri sendiri (siapa, dimana, dan keunikan yang dimiliki).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Moleong dalam Triyono, (2021 : 40) penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian dengan memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya persepsi, perilaku,

motivasi, tindakan dan yang lainnya. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa penelitian kualitatif diperuntukkan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan, serta menganalisis peristiwa, fenomena, aktivitas sosial, kepercayaan, sikap, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Didukung dengan pernyataan Agus Triyono menyebutkan tujuan dari penelitian kualitatif yaitu pertama “*to describe and explore*” (menggambarkan dan mengungkapkan) dan kedua “*to describe and explain*” yakni menggambarkan dan menjelaskan Triyono, (2021 : 33).

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk memahami lebih dalam tentang bagaimana komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal berpengaruh dalam pengembangan wisata di Panjalu, Kabupaten Ciamis. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan kompleks antara budaya, nilai, dan norma masyarakat di Panjalu.

Metode kualitatif membantu dalam memahami situasi sosial dan budaya. Selain itu, memungkinkan peneliti untuk mendapatkan beragam sudut pandang dan pendapat dari masyarakat terkait wisata di daerah tersebut. Hal ini penting karena partisipasi dan dukungan masyarakat lokal sangat berpengaruh dalam pengembangan potensi wisata di Panjalu. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh wawasan mendalam tentang dinamika budaya dan sosial yang mempengaruhi peran komunikasi pariwisata di Panjalu.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Situ Lengkong merupakan salah satu objek wisata yang memiliki daya tarik unik, termasuk keindahan pemandangan dan kekayaan ekosistemnya didukung dengan keberadaan danau yang indah dan beberapa makam bersejarah di sekitarnya. Hal ini menjadikan Situ Lengkong sebagai tujuan yang menarik, baik untuk wisata maupun ziarah. Berdasarkan letak geografis Situ Lengkong Panjalu memiliki luas 57,95 hektar, dengan sebuah pulau bernama Nusa Gede yang terletak di tengahnya seluas 9,25 hektar. Pulau Nusa Gede dikenal sebagai pusat pemerintahan Kerajaan Panjalu dan memiliki fungsi sebagai benteng pertahanan, dilengkapi dengan hutan lindung dan peninggalan purbakala. Di pulau ini juga terdapat makam seorang penyebar agama Islam bernama Prabu Hariang Kencana. Hutan tersebut menaungi 307 pohon dari 30 jenis yang berbeda. Dalam (Website resmi Badan Perhubungan Provinsi Jawa).

Destinasi wisata Situ Lengkong Panjalu sudah lama menjadi tempat yang diminati oleh banyak orang yang ingin berziarah. Keindahan alam dan nilai spiritual yang dimiliki Situ Lengkong Panjalu membuatnya dihormati sebagai tujuan utama peziarah. Agar lebih banyak orang dapat menikmati keistimewaannya, pihak pengelola destinasi ini sedang giat melakukan upaya revitalisasi. Tujuan dari upaya ini bukan hanya untuk menarik peziarah, tetapi juga untuk

menarik perhatian masyarakat umum. Beberapa langkah yang sudah diambil melibatkan penambahan fasilitas wisata air dan jogging track. Dengan langkah-langkah tersebut, harapannya Situ Lengkong Panjalu dapat menjadi destinasi wisata yang lebih maju, menyediakan pengalaman beragam bagi semua jenis pengunjung, baik yang datang untuk berziarah maupun hanya untuk bersantai.

Objek wisata Situ Lengkong Panjalu memiliki keunikan yang menarik perhatian pengunjung, terutama dalam aspek kearifan lokal yang masih dijaga dengan baik hingga saat ini. Kearifan lokal ini menjadi daya tarik utama yang membuat para pengunjung tertarik untuk mengunjungi tempat ini. Salah satu kearifan lokal yang menjadi sorotan adalah upacara adat Nyangku, sebuah tradisi budaya yang masih dijalankan secara konsisten. Upacara adat ini tidak hanya menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat setempat, tetapi juga telah menjadi media promosi yang efektif untuk Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu. Keberlanjutan dari tradisi ini menjadi daya jual yang unik, menambah pesona dan mendalami pengalaman wisata bagi para pengunjung yang ingin lebih memahami dan merasakan keberagaman budaya yang ada di Situ Lengkong Panjalu.

Perjalanan atau pariwisata sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan berbagai tujuan untuk memenuhi keinginan yang bervariasi. Salah satu jenis pariwisata yang disorot adalah "Cultural tourism" atau pariwisata budaya, yang ditandai oleh motivasi wisatawan yang muncul dari daya tarik seni dan budaya suatu tempat atau daerah. Dengan kata lain, wisatawan yang terlibat dalam pariwisata budaya tertarik untuk menjelajahi kekayaan seni, tradisi, dan budaya yang dimiliki oleh suatu destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman wisata mereka didorong oleh keinginan untuk memahami dan merasakan keunikan kultural yang dimiliki oleh tempat yang mereka kunjungi. Seseorang melakukan perjalanan / Pariwisata dengan tujuan beragam untuk memenuhi berbagai keinginan yang beraneka ragam. Cultural tourism yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah dalam Suwena & Widyatmaja (2017 :21)

Komunikator komunikasi pariwisata di wisata Situ Lengkong Panjalu melibatkan pemerintahan desa Panjalu, Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis, dan masyarakat di lokasi destinasi wisata. Pesan komunikasi terkait promosi wisata berbasis kearifan lokal disampaikan melalui media digital, secara langsung dan budaya-budaya terkait, yang targetnya adalah calon pengunjung wisata secara nasional, bahkan internasional dengan efek terhadap wisata berupa kunjungan wisata ke Situ Lengkong Panjalu. Pesan yang disampaikan oleh pengelola objek wisata Situ Lengkong Panjalu dalam menarik pengunjung wisata, ditemukan bahwa pengelola

objek wisata tersebut lebih menonjolkan kearifan lokalnya dalam pesan promosinya. ditemukan bahwa pesan yang disampaikan oleh pengelola objek wisata cenderung memberikan penekanan pada aspek-aspek yang mencerminkan kearifan lokal, yang melibatkan unsur geografi, sejarah, dan keindahan Situ Lengkong Panjalu.

Dinas pariwisata Kabupaten Daerah Ciamis, sebagai salah satu pihak yang terlibat dalam promosi wisata, menyatakan bahwa pesan promosi yang disampaikan mencakup informasi terkait letak geografi Situ Lengkong Panjalu, sejarahnya, dan keindahannya. Mereka menekankan bahwa Situ Lengkong Panjalu memiliki daya tarik yang cukup potensial, bahkan tanpa promosi sekalipun. Lebih lanjut, dinas pariwisata fokus pada pembinaan dan promosi tidak hanya terhadap objek wisata itu sendiri, tetapi juga terhadap desa sekitarnya. Pentingnya menjaga kearifan lokal terlihat dari nilai budaya yang terus dijaga dan dilaksanakan oleh masyarakat sejak zaman dahulu, terutama dalam praktik Upacara Adat Nyangku. Yayasan yang terlibat dalam pengelolaan objek wisata ini menyatakan keyakinan bahwa Nyangku diadakan untuk menyebarkan nilai-nilai agama. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran untuk mempertahankan warisan budaya dan spiritual dalam upaya menarik pengunjung.

Kearifan lokal memiliki peran yang sangat signifikan dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan di destinasi tertentu. Situ Lengkong Panjalu, sebagai salah satu tempat wisata yang kaya akan kearifan lokal, mengalami pertumbuhan kunjungan yang dipengaruhi oleh kearifan lokal. Selain itu, menurut pihak pengelola wisata Situ Lengkong Panjalu kedatangan Gus Dur, tokoh nasional yang dihormati, juga memberikan dampak positif yang luar biasa terhadap peningkatan jumlah pengunjung di Situ Lengkong Panjalu.

Terdapat potensi yang sangat signifikan, baik dari segi Sumber Daya Manusia (SDM), potensi alam, maupun potensi ekonomi. Khususnya, keberadaan potensi kearifan lokal menjadi elemen kunci yang menghubungkan ketiganya secara bersinergi. Kearifan lokal bukan hanya menemani, melainkan juga menjadi pemandu utama yang mengawal serta memaksimalkan pemanfaatan potensi-potensi yang ada. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran kearifan lokal dalam mendukung dan memperkuat potensi yang tersedia, menciptakan suatu keseimbangan dan keberlanjutan dalam pengembangan sumber daya dan ekonomi. Situ Lengkong Panjalu telah menjadi objek wisata yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitarnya, yang menjadikan daerah tersebut sebagai Desa Wisata, memberikan peluang ekonomi baru bagi penduduk Panjalu. Banyak masyarakat setempat yang mendapatkan kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu, bahwa pesan yang disampaikan oleh pengelola mencakup penonjolan kearifan lokal, sejarah,

dan dukungan dari tokoh terkenal. Meskipun tanpa upaya promosi khusus, daya tarik Objek Wisata ini berhasil menarik perhatian wisatawan, terutama dalam konteks wisata religi. Kesimpulan ini memberikan gambaran bahwa pemahaman mendalam terhadap pesan yang disampaikan oleh pengelola dapat menjadi dasar strategi pengembangan lebih lanjut. Dengan memanfaatkan kearifan lokal, sejarah, dan dukungan tokoh terkenal, dapat dirancang langkah-langkah pengembangan yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik dan popularitas Objek Wisata Situ Lengkong Panjalu di mata pengunjung wisata.

STRATEGI PROMOSI

Berdasarkan penelitian, pihak pengelola desa, yang diwakili oleh Bapak Samsa, menunjukkan sikap terbuka terkait penyampaian pesan promosi objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Menurut Bapak Samsa, penyampaian promosi seharusnya secara resmi menjadi tanggung jawab pengelola desa, namun, mereka memberikan kebebasan kepada siapa saja untuk menyampaikan informasi tersebut. Kearifan lokal dijadikan strategi untuk menarik pengunjung, seperti mengatasi mitos bahwa orang Sumedang tidak boleh ke Situ Lengkong Panjalu, dengan membiarkan persepsi tersebut berkembang dan menjadi viral sehingga orang penasaran dan berkunjung. Menurutnya, konflik masa lalu antara Panjalu dan Sumedang tidak lagi relevan, yang terpenting adalah menjadikan Situ Lengkong Panjalu dikenal melalui strategi membiarkan informasi tersebut menjadi viral.

Pihak Dinas Pariwisata memiliki strategi yang lebih terstruktur. Mereka membentuk Himpunan Pariwisata Indonesia (HPI) kabupaten Ciamis untuk mempromosikan destinasi wisata Panjalu, khususnya Situ Lengkong Panjalu, sebagai sentralnya. Dalam konteks ini, mereka mengadakan pelatihan kesejarahan Situ Lengkong Panjalu untuk memberikan daya tarik tambahan kepada wisatawan. Dinas Pariwisata juga akan menjalin kerjasama dengan Yayasan Borosngora untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kearifan lokal. Mereka merencanakan pelatihan yang melibatkan Gaide (pemandu lokal) untuk menyampaikan informasi sejarah dan adat di Panjalu kepada pengunjung.

Koordinator Pariwisata juga aktif mengumpulkan masukan dari pengunjung untuk mendapatkan evaluasi terkait kekurangan di wisata situ lengkong Panjalu Panjalu. Masukan ini dijadikan bahan evaluasi yang akan disampaikan kepada pihak desa untuk perbaikan kedepannya. Dengan demikian, ketiga pihak terkait memiliki strategi yang beragam, mulai dari kebijakan terbuka pengelola desa, upaya terstruktur Dinas Pariwisata melalui HPI dan pelatihan, hingga pendekatan langsung dan evaluasi terus - menerus dari pihak koordinator

pariwisata. Semua strategi ini bersifat saling melengkapi untuk meningkatkan promosi objek wisata Situ Lengkong Panjalu.

HAMBATAN KOMUNIKASI PARIWISATA

Penelitian ini menemukan hambatan komunikasi pariwisata yang menyebabkan kurangnya optimalisasi promosi objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Secara keseluruhan, hambatan utama teridentifikasi berakar pada aspek internal pengelola, mengakibatkan promosi objek wisata tidak mencapai tingkat maksimal dan efektif. Menurut Bapak Samsa, sebagai pengelola dari desa, permasalahan utamanya terletak pada birokrasi yang melibatkan pihak pemerintah desa dan pihak pemerintah di atasnya. Bapak Samsa menyebutkan bahwa desa menghadapi keterbatasan dalam pengembangan promosi wisata karena belum sepenuhnya jelas hak kepemilikan wisata Situ Lengkong Panjalu oleh desa. Sebagai contoh, pemasukan terbesar dari objek wisata ini sebesar 60% masuk ke kabupaten, sementara desa hanya mendapatkan 40%.

Pentingnya peningkatan promosi juga diakui oleh pihak dinas pariwisata, yang juga menghadapi tantangan serupa terkait konflik internal. Pihak dinas pariwisata mengakui adanya benturan dengan desa Panjalu, terutama terkait dengan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Mereka menyatakan bahwa desa kadang-kadang menganggap objek wisata hanya milik mereka, sementara sebenarnya wilayah ini berada di bawah lingkup kabupaten. Dinas pariwisata menyoroti perlunya musyawarah dan kerjasama yang lebih baik antara pihak terkait untuk menyelesaikan konflik dan mengembangkan objek wisata dengan lebih efektif.

Bapak Agus Gusnawan, dari pihak Yayasan Borosngora, menyampaikan pandangannya yang berbeda tentang sistem pembayaran parkir, tiket, dan biaya lainnya di objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Menurutnya, peningkatan jumlah pengunjung yang mencapai ratusan bus menimbulkan tantangan dalam menjaga tingkah laku masyarakat di sana. Beliau berpendapat bahwa penerimaan tamu harus dilakukan dengan rasa ikhlas untuk menjaga kenyamanan pengunjung. Bapak Agus Gusnawan juga menyoroti dampak negatif dari kebijakan pemungutan biaya, baik untuk parkir maupun tiket masuk. Menurutnya, kebijakan ini dapat membuat pengunjung merasa terbebani dan akhirnya menolak untuk berkunjung kembali. Beliau menjelaskan bahwa Yayasan Borosngora tidak melakukan pemungutan biaya apapun dan tidak mendapatkan bagian dari hasil tersebut.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran mendalam tentang kompleksitas hambatan komunikasi internal yang mempengaruhi promosi objek wisata Situ Lengkong Panjalu. Upaya perbaikan diperlukan untuk mengatasi ketidaksepakatan antara

pihak desa dan kabupaten, memastikan pembagian pendapatan yang adil, serta mempromosikan sinergi antar pihak terkait untuk meningkatkan efektivitas promosi pariwisata di daerah ini.

MEDIA PROMOSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hingga saat ini, belum ada upaya promosi melalui akun khusus media sosial promosi pariwisata oleh pihak pengelola wisata. Meskipun demikian, informasi mengenai Situ Lengkong Panjalu tetap disampaikan melalui website Desa dan akun media sosial Desa. Menariknya, dalam penelitian ini juga diketahui bahwa promosi wisata Situ Lengkong Panjalu lebih banyak dilakukan secara langsung melalui kunjungan ke pesantren-pesantren dan interaksi personal dengan warga masyarakat. Media promosi tradisional, seperti tradisi mulut ke mulut dan upaya pemerintah desa dalam mendukung kegiatan budaya Nyangku, dapat menjadi kekuatan utama dalam mempromosikan destinasi wisata lokal. Situ Lengkong Panjalu, sebuah destinasi wisata yang tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena keunikan budaya nyangku yang melibatkan masyarakat setempat.

Meskipun belum ada promosi khusus melalui media sosial, pihak pengelola wisata tetap menyampaikan informasi melalui akun media sosial Desa. Namun, kekurangan konsep promosi khusus belum ada pengemasan atau *packaging* yang mengarah ke pariwisata. Belum ada konsep yang sesuai dengan aturan kepariwisataan yang beragam. Dalam hal ini, konsep promosi sudah ada dari pihak desa, tetapi terbatas dalam implementasinya.

Keefektifan komunikasi juga bergantung pada struktur dan model komunikasi yang diterapkan. Menurut Smith dan Taylor dalam Bungin, (2015 : 45 – 53) model komunikasi dapat dibagi menjadi serangkaian langkah salah satunya model komunikasi Web Model ini menjelaskan cara komunikasi terjadi di antara individu ke individu / *Costumer to Costumer* (C2C) atau individu ke pemimpin atau pembentuk opini. Komunikasi C2C ini adalah bentuk interaksi antar orang, di mana informasi dipertukarkan dari satu individu ke individu lainnya.

Dinas Pariwisata Ciamis memiliki tiga bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Bidang ini bertanggung jawab untuk mempromosikan destinasi wisata melalui berbagai media, termasuk Website resmi dinas dan Instagram. Selain itu, Dinas Pariwisata Ciamis juga menjalin kerjasama dengan Badan Promosi Wisata Daerah Kabupaten Ciamis untuk memperluas jangkauan promosi. penggunaan kearifan lokal dan budaya Nyangku sebagai dasar promosi Situ Lengkong Panjalu. Nyangku telah diintegrasikan ke dalam agenda tahunan, seperti kalender *of event* tahun 2024. Budaya Nyangku menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengunjung dari berbagai daerah, terutama bagi para budayawan

Menurut Fajarini dalam (Nasution, 2021) Kearifan lokal adalah pandangan hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat lokal dalam menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka.

Kearifan lokal pada dasarnya dapat dipandang sebagai landasan bagi pembentukan jati diri daerah itu sendiri di Situ Lengkong salah satu kearifan lokal yang sangat melekat dengan masyarakat Panjalu yaitu Babagon panjalu sebagai pandangan hidup *mangan karena halal, peka karena suci, ucap lampah sabenere* yang bermakna makan yang halal, pakaian yang bersih, dan jangan bicara sombong sebagai pedoman kehidupan masyarakat yang sampai saat ini masih diterapkan. integrasi kearifan lokal telah terlihat secara nyata melalui pesan-pesan atau caption postingan dari Wisata Situ Lengkong Panjalu, seperti Babagon. Bahkan, bio pada akun Twitter Desa Panjalu menggunakan ungkapan tersebut.

Profile Twitter Desa Panjalu



Yayasan yang terlibat dalam pengelolaan Situ Lengkong Panjalu juga turut berkontribusi dalam mengintegrasikan kearifan lokal sebagai bagian dari promosi pariwisata. Salah satu bentuk kontribusi ini terlihat melalui penyampaian sejarah Situ Lengkong Panjalu atau yang biasa disebut *pedar* sejarah pada Upacara Adat Nyangku. Bapak Agus Gusnawan dari pihak yayasan secara langsung menyampaikan *pedar* sejarah, mengungkapkan bahwa informasi sejarah menjadi salah satu elemen promosi yang efektif, terutama di tengah masyarakat yang semakin terhubung melalui media sosial.

KESIMPULAN

Tujuan utama komunikasi pariwisata di Situ Lengkong Panjalu adalah untuk memperkenalkan local branding yang menghargai Kearifan Lokal kepada calon wisatawan.

Aspek budaya, seperti Nyangku dan babagon Panjalu, memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata ini. Penekanan pada nilai-nilai lokal, seperti prinsip *Mangan karena Halal, Pake karena suci, serta ucap lampah sabenere*, mencerminkan kearifan lokal yang diterapkan dalam kehidupan masyarakat Panjalu. Namun, kendala muncul dalam aspek promosi digital, dimana keterbatasan sumber daya dan informasi yang disampaikan secara umum melalui akun desa menjadi hambatan utama.

Meskipun promosi digital belum optimal, pihak pengelola tetap melakukan upaya promosi secara langsung melalui kegiatan sosialisasi ke pesantren, kegiatan budaya Nyangku, dan pembacaan sejarah Situ Lengkong Panjalu. Strategi komunikasi pariwisata melibatkan penggunaan mitos dan sejarah, dengan Dinas Pariwisata yang aktif melakukan promosi melalui website, media sosial, dan kalender acara tahun 2024. Namun, terdapat hambatan internal terkait pembagian hasil antara pemerintah Desa dan Kabupaten yang menjadi kendala dalam optimalisasi promosi, menyebabkan kurang optimal dalam upaya promosi. Oleh karena itu, penting bagi pihak terkait untuk menangani hambatan internal ini agar promosi dapat dijalankan secara lebih efektif dan keseragaman upaya promosi dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2020). Situ Lengkong Panjalu. *Badan Perhubungan Daerah Provinsi Jawa Barat*. Dipetik Februari 02 pukul 10.24, 2024, dari <https://banhub.jabarprov.go.id/situ-lengkong-panjalu/#:~:text=Situ%20Lengkong%20Panjalu%20adalah%20sebuah,hutan%20lindung%20beserta%20peninggalan%20purbakala>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destination*. Jakarta: Kencana.
- Daulay, L. S. (2019). Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Padangsidempuan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera*.
- Deliana, D. (2023). *Komunikasi Pariwisata*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Nasution, S. (2021). *Sejarah dan Pemanfaatan Gordang Sambilan Dalam Adat Masyarakat Mandailing Natal* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model komunikasi pariwisata yang berbasis kearifan lokal (Studi deskriptif kualitatif di wilayah Lembang kabupaten Bandung Barat). *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231-240.
- Mahfuz, F. (2021). Upaya Pengembangan Sosial Ekonomi Masyarakat Melalui Wisata Religi Situ Panjalu. *Digital Library Institutional Repository IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 1 - 5.
- Marizki, A., Masril, M., & Pasaribu, I. (2022). Konsep Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Danau Toba Kabupaten Samosir Sumatera Utara. *JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study*, 8(1), 42–50. <https://doi.org/10.31289/symbolika.v8i1.5715>
- Martaleni. (2017). *Pemasaran Pariwisata di Indonesia*. Malang: CV. IRDH (Research & Publishing).

- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- R. Njatrijani, "Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kota Semarang," *Gema Keadilan*, vol. 5, no. 1, pp. 16-31, Oct. 2018. <https://doi.org/10.14710/gk.2018.3580>
- Suwena, K., & Widyatmaja, G. N. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (hal. 21). Denpasar: Pustaka Larasan.
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani.