



PELATIHAN MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASISKAN SOSIAL BUDAYA BAGI STAKEHOLDERS INDUSTRI JASA WISATA TASIKMALAYA

SOCIO-CULTURAL BASED TOURISM COMMUNICATION MANAGEMENT TRAINING FOR TASIKMALAY TOURISM SERVICE INDUSTRY STAKEHOLDERS

Aat Ruchiat Nugraha^{1*}, Diah Fatma Sjoraida²

^{1*}Universitas Padjadjaran, Bandung,

²Universitas Padjadjaran,

^{1*}ruchiat@unpad.ac.id, ²diah.fatma@unpad.ac.id

Article History:

Received: April 10th, 2023

Revised: April 17th, 2023

Published: April 20th, 2023

Keywords: *Tourism Communication, Socio-Cultural, Collaboration, Tourist Destinations, Tasikmalaya*

Abstract: *Tasikmalaya Regency, which has the potential for natural and socio-cultural tourism with the icon of Mount Galunggung, has become a target in developing leading tourist destinations in the East Priangan region. The method used in this PPM is in the form of training through the use of information technology media in the form of online seminars and in addition to conducting observations, interviews and documentation to tourism stakeholders in the Tasikmalaya region. Through the implementation of online seminars on social-cultural-based tourism communication management training with resource persons from academics and practitioners, they can provide knowledge and help develop tourism potential in the Tasikmalaya region. The results of the activity showed that the participants of the online seminar of social-cultural-based tourism communication management training gained practical knowledge and experience regarding efforts to manage a tourist attraction in a professional manner that could open up prosperity for the community.*

Abstrak

Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki potensi wisata alam dan sosial budaya dengan ikon Gunung Galunggung telah menjadi sasaran dalam pengembangan destinasi wisata unggulan di wilayah Priangan Timur. Metode yang digunakan dalam PPM ini berupa pelatihan melalui pemanfaatan media teknologi informasi dalam bentuk seminar *online* dan selain itu juga melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi kepada stakeholders pariwisata wilayah Tasikmalaya. Melalui pelaksanaan seminar *online* tentang pelatihan manajemen komunikasi pariwisata berbasis sosial budaya dengan narasumber dari para akademisi dan praktisi dapat memberikan pengetahuan dan turut membantu dalam mengembangkan potensi pariwisata yang ada di wilayah Tasikmalaya. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta seminar *online* pelatihan manajemen komunikasi pariwisata yang berbasis sosial budaya mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang praktis mengenai upaya pengelolaan suatu objek wisata secara profesional yang dapat

membuka kesejahteraan bagi masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi Pariwisata, Sosial Budaya, Destinasi Wisata, Kolaborasi, Tasikmalaya.

PENDAHULUAN

Dalam mewujudkan diversifikasi produk pariwisata andalan di wilayah Jawa Barat, perlu dikembangkan kawasan wisata unggulan yang dapat menarik calon wisatawan untuk mau berkunjung ke lokasi destinasi wisata yang dipromosikan. Melalui pengembangan suatu kawasan wisata dapat dilakukan dengan melihat potensi-potensi sumber daya alam, sosial budaya, maupun sumber daya manusia nya itu sendiri yang dimiliki. Dengan mengoptimalkan pemberdayaan masyarakat pada kegiatan pengelolaan destinasi wisata yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pembangunan destinasi wisata dan budaya dapat menjadi modal sosial untuk dapat mewujudkan kawasan wisata unggulan yang sesuai dengan yang diharapkan.

Jawa Barat sebagai provinsi yang berada dekat dengan ibu kota negara memiliki peluang yang sangat besar untuk bisa mendatangkan para wisatawan nusantara dari ibu kota dengan menawarkan destinasi-destinasi pariwisata yang berkelas dan memenuhi standar sebagai objek wisata yang layak untuk dikunjungi. Memiliki potensi alam dan budaya yang beragam, Jawa Barat mencanangkan bahwa sektor pariwisata harus dapat menjadi *leading sector* perekonomian daerah yang memiliki dampak *multi effect* bagi kemajuan pembangunan infrastruktur dan meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Di samping itu, dengan memiliki tiga kekuatan budaya, yaitu Betawian, Sunda Priangan, dan Cirebonan, Provinsi Jawa Barat kaya akan identitas budaya lokal yang masih alami. Sehingga pada dasarnya, Jawa Barat harus memiliki ciri khas, tidak boleh mirip bahkan harus berbeda dengan daerah atau bangsa lain di dalam mempromosikan daerah wisatanya. Perbedaan budaya tersebut tercermin dengan adanya cara bertutur, cara berlisian, cara berpakaian, cara menghormati alam, manusia, dan Tuhan adalah sebagai penciri identitas masyarakat Jawa Barat yang terkenal ramah dan someah. Salah satu kabupaten yang masih kuat dalam menerapkan nilai-nilai sosial budaya yang cukup kental dengan tradisi pesantren dan panorama alam yang mengagumkan berada di wilayah Priangan Timur adalah Kabupaten/Kota Tasikmalaya.

Kabupaten Tasikmalaya mempunyai banyak potensi wisata alam dan budaya yang dapat dijadikan potensi pendapatan asli daerah. Aspek pengelolaan destinasi wisata di wilayah Tasikmalaya menjadi salah satunya penyebab beberapa destinasi wisata Tasikmalaya kurang dikenal oleh masyarakat. Padahal, potensi besar destinasi wisata seharusnya termanfaatkan dengan baik untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini terlihat dari banyaknya pariwisata unggulan di wilayah Kabupaten Tasikmalaya yang sebenarnya sangat menarik namun kurang mendapatkan perhatian secara serius dari elemen para pelaku usaha jasa pariwisata.

Beberapa potensi wisata tersebut yang kurang diperhatikan adalah dari sisi atraksi wisata, aksesibilitas yang sulit dijangkau oleh wisatawan, dan belum lengkapnya amenitas. Apalagi saat kondisi pandemi sekarang ini, infrastruktur jejaring teknologi informasi di wilayah Tasikmalaya

masih terbatas dan perlu ditingkatkan guna melayani kepuasan calon wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata Tasikmalaya, minimal melalui sajian informasi yang disampaikan di media digital. Pelayanan informasi yang terdapat di media digital merupakan bentuk strategi dalam menjangkau masyarakat melalui kanal akses yang dapat berinteraksi secara virtual (Handayani, 2010). Selama ini masyarakat Indonesia (wisatawan nusantara) lebih mengenal destinasi wisata di wilayah Tasikmalaya hanya berkaitan dengan objek wisata Gunung Galunggung. Hal ini tidak salah, sebab selama ini Gunung Galunggung telah menjadi ikonnya pariwisata wilayah Tasikmalaya semenjak meletus pada tahun 1980-an. Padahal, banyak destinasi-destinasi wisata di sekitar Kabupaten dan Kota Tasikmalaya yang dapat dikunjungi dan memberikan nilai kepuasan tersendiri apabila dikunjungi untuk liburan.

Melalui kajian awal mengenai potensi sebaran destinasi wisata di wilayah Tasikmalaya, ternyata banyak destinasi wisata yang berbasis alam maupun sosial budaya yang belum dikembangkan secara profesional oleh para pelaku penyedia jasa wisata setempat. Maka dari itu, diperlukan suatu upaya yang harus dilakukan untuk mendukung kebijakan pengembangan pariwisata wilayah Tasikmalaya tersebut salah satunya dengan mengkaji dan memetakan potensi-potensi yang dimiliki wilayah Tasikmalaya, khususnya di Kabupaten Tasikmalaya. Melalui pemetaan yang disampaikan dalam forum diskusi seminar *online* dapat menjadi alternatif utama untuk mendesiminasikan informasi kepariwisataan dengan berbagai kelompok sosial masyarakat, terutama kelompok penggerak pariwisata yang dimotori oleh para pemuda yang tergabung dalam karang taruna maupun penggiat pariwisata yang tergabung dalam asosiasi desa wisata di wilayah Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan analisis SWOT dan penelusuran kajian pustaka yang dilakukan secara sederhana, beberapa destinasi objek wisata di wilayah Kabupaten Tasikmalaya masih kurang memenuhi kriteria sebagai objek wisata unggulan. Diantaranya masih banyak fasilitas dasar yang dapat menunjang menjadi objek wisata belum terpenuhi dengan baik dan optimal untuk dijalankan menjadi destinasi wisata unggulan. Oleh karena itu, sudah seyaknyalah *stakeholders* di wilayah Kabupaten Tasikmalaya dan sekitarnya perlu mendapatkan pengetahuan, sikap dan perilaku pengelolaan destinasi wisata yang berbasis pada nilai-nilai teoritis dan konsep keilmuan secara praktis dan berkesinambungan dalam bentuk kegiatan pelatihan dari pihak akademisi melalui pemanfaatan media konvergensi (*zoom meeting*) sebagai bagian dari kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan secara integratif.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tim Pengabdian Pada Masyarakat Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran menyelenggarakan salah satu kewajibannya dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu menyelenggarakan program Pelatihan Sehari Manajemen Komunikasi Pariwisata Berbasis Sosial Budaya yang Mendukung pada Pembangunan Kewilayahan di Kabupaten Tasikmalaya. Adapun objek pembangunan kewilayahan di sektor pariwisata di kabupaten Tasikmalaya yaitu adanya rencana pengajuan kawasan wisata Gunung Galunggung untuk menjadi kawasan Geopark Galunggung yang diakui

secara internasional, karena modal keindahan dan keragaman alam (struktur geologis) (*geodiversity*), ragam budaya (*cultural diversity*), dan keragaman hayati (*biodiversity*) telah terpenuhi.

Diperlukan suatu gambaran atau ukuran konkret dalam bentuk data dan angka, karena kegiatan PPM melalui seminar virtual ini dirancang untuk mengetahui tingkat *awareness* terhadap fenomena pariwisata dikalangan pelaku wisata dan masyarakat dengan tetap mempertahankan aspek interaktifitas dan konektivitas, terutama dalam hal pengelolaan komunikasi pariwisata bagi para pelaku usaha jasa pariwisata di era konvergensi media, sehingga metode yang digunakan dalam praktik PPM ini adalah metode pendekatan pelatihan dengan *problem based learning*. Artinya pembelajaran yang menggunakan masalah dunia nyata sebagai konteks untuk berpikir kritis dan memecahkan masalah (Putra, 2013).

Adapun sasaran dari kegiatan PPM ini adalah para pelaku atau penyelenggara usaha jasa pariwisata yang ada di wilayah Tasikmalaya, seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Tasikmalaya, Bappeda Kab. Tasikmalaya, Kompepar, Asidewi, dan tokoh masyarakat maupun pemuda yang memiliki perhatian terhadap isu kepariwisataan.

Pada PPM ini dilakukan dengan proses pengorganisasian pembelajaran secara aktif dengan menggunakan media interaktif teknologi informasi. Dalam pelatihan sehari ini, peserta diberikan materi atau informasi mengenai sebaran potensi pariwisata Kabupaten Tasikmalaya, strategi komunikasi dalam membangun pemberdayaan masyarakat di lokasi objek wisata, serta perbandingan pengelolaan objek wisata versi negara Jerman. Penyampaian materi ini dilakukan secara virtual dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Dunia virtual memungkinkan komunikasi terjadi di antara keduanya bahkan beberapa perangkat komunikasi di media siber bisa terjadi secara langsung dengan melibatkan tidak hanya teks, tetapi juga suara dan visual (Nasrullah, 2017).

Berikut rangkaian kegiatan PPM yang dilaksanakan secara virtual, yaitu:

Tabel 1. Kegiatan PPM

Bentuk Kegiatan	Tempat	Pelaku	Sasaran Kegiatan
Persiapan	<i>Online</i>	Tim PPM	<ul style="list-style-type: none"> • Perancangan kegiatan seminar pariwisata. • Menentukan target responden. • Koordinasi dengan pihak PT. Jaswita Jawa Barat. • Perencanaan <i>timeline</i> kerja. • Sosialisasi melalui e-poster kegiatan seminar pariwisata.
Pelaksanaan Kegiatan	<i>Online</i>	Tim PPM	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan seminar online kepariwisataan di era pandemi
Tindak Lanjut	<i>Online</i>	Tim PPM	<ul style="list-style-type: none"> • Mengolah data dan menganalisis hasil diskusi mengenai manajemen komunikasi pariwisata dengan menghasilkan media interaksi dalam bentuk group WA yang membahas tentang masa depan pariwisata Geopark Galunggung.

Sumber: Hasil PPM, 2021

Untuk mendapatkan interaktifitas setelah kegiatan pelatihan, para peserta ikut tergabung dalam media komunikasi Whatapps Group sebagai bentuk tindak lanjut dari pelatihan ini yang mengharapkan adanya saling tukar informasi dan pengalaman dalam pengelolaan objek wisata. Adanya program lanjutan komunikasi kelompok tersebut dapat menjadi penguatan dari aspek psikologis dan rohani dalam melaksanakan pengembangan objek wisata baru, khususnya yang ada di wilayah Kabupaten Tasikmalaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Era pandemi dengan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat dengan skala 1- 4 sejak awal Juli 2021 hingga saat ini (Agustus 2021) telah menjadikan keterbatasan dalam melakukan kegiatan akademik, termasuk proses pengabdian pada masyarakat di wilayah kabupaten/kota Jawa Barat yang selama ini telah menjadi mitra pelaksanaan kegiatan PPM Universitas Padjadjaran. Adapun pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2021, dengan rangkaian acara dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. Rundown Kegiatan Webinar

No	Waktu	Kegiatan	PIC
1	09.00 – 09.10	Pembukaan dan Sambutan	Host dan Co Host Aat Ruchiat Nugraha, M.Si.
2	09.10 – 09.15	Pembacaan CV Pemateri	Moderator

No	Waktu	Kegiatan	PIC
			Dr. Diah Fatma Sjoraida
3	09.15 – 09.45	Pemaparan Materi I H. Deden Nurul Hidayat, ST., MM “Peluang dan Peta Pariwisata Jawa Barat Di Masa Pandemi”	Moderator dan Pemantik Dr. Heru Ryanto Budiana, M.Si
4	09.45 – 10.15	Pemaparan Materi II Ade Kadarisman, S.Sos., MT., M.Sc. “Media Relations dan Promosi Kearifan Lokal”	Moderator dan Pemantik
5	10.15 - 10.45	Pemaparan Materi III Aang Koswara, S.Sos., M.Si. “Natur dan Kultur: Tantangan Pariwisata Bavaria di Masa Pandemi Covid-19”	Moderator dan Pemantik
6	10.45 – 11.15	Pemaparan Materi IV Renata Anisa, S.Sos., M.M. “Strategi Marketing Public Relations Pariwisata di Masa Pandemi Covid-19”	Moderator dan Pemantik
7	11.15 – 11.45	Diskusi	Moderator
8	11.45 – 11.50	Quiz dan Pembagian Hadiah Door Prize	Moderator
9	11.50 – 11.55	Penutup	

Sumber: Hasil PPM, 2021

Terkait dengan pelaksanaan PPM, pemilihan objek kegiatan mengacu pada indeks pembangunan manusia suatu kota/kabupaten yang ada dan tersedia oleh Badan Pusat Statistik. Indeks Pembangunan manusia (IPM) yang menjelaskan tentang bagaimana penduduk dapat mengakses hasil pembangunan dalam memperoleh pendapatan, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya. IPM merupakan indikator penting untuk mengukur keberhasilan dalam upaya membangun kualitas hidup manusia (masyarakat/penduduk) dan dapat menentukan peringkat atau level pembangunan suatu wilayah/negara. Indeks Pembangunan Manusia (IPM) merupakan indikator penting dalam mengukur capaian pembangunan kualitas hidup manusia. Sebagai ukuran kualitas hidup, IPM dibangun melalui pendekatan tiga dimensi dasar yaitu Indeks Kesehatan (Angka Harapan Hidup), Indeks Pendidikan (Rata-rata Lama Sekolah) dan Indeks Daya Beli (Pengeluaran Per-Kapita).

Kabupaten Tasikmalaya dipilih untuk dijadikan sebagai objek kegiatan PPM Prodi Humas Fikom Unpad oleh Tim pelaksana PPM berdasarkan data kuantitatif dan kualitatif yang didapatkan dari hasil prasurvey maupun studi kepustakaan. Berdasarkan data kuantitatif yang merujuk pada indeks pembangunan manusia (IPM) kabupaten/kota di Jawa Barat pada tahun 2020 yang

dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat menunjukkan bahwa pada tahun 2020, angka indeks kesehatan Kota Tasikmalaya mencapai 80,23 point, angka indeks pendidikan 68,46 point dan indeks daya beli sebesar 70,93. Angka IPM Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan mencapai 73,04 point dibandingkan angka IPM tahun sebelumnya (2019) yaitu 72,84 point. Sedangkan Kabupaten Tasikmalaya IPM berada di urutan terendah kedua, setelah Kabupaten Cianjur, se-Provinsi Jawa Barat yang mencapai angka 65,00 point pada tahun 2019 (Sekda, 2020).

Untuk pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya merujuk pada Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah yang baru dibuat pada 2019. Selama ini pembangunan sektor pariwisata Kabupaten Tasikmalaya tidak terfokus pada satu hal namun masih dalam koridor pembangunan yang bersifat terpadu. Cita-cita yang ingin dicapai dalam pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya, yaitu selain membangun destinasi wisata, melainkan juga membangun masyarakat yang harus sadar wisata. Karena pariwisata memiliki potensi ekonomi yang cukup besar dan mampu mendorong perekonomian wilayah pedesaan dan terpencil (Wahyudin et al., 2021). Saat ini, pembangunan sektor pariwisata difokuskan pada wilayah Gunung Galunggung dan sekitarnya menjadi geopark nasional. Hal ini diperkuat secara aspek legal dari Peraturan Presiden No. 9 Tahun 2019 tentang Pengembangan Taman Bumi (Geopark) dan Peraturan Gubernur Jawa Barat No. 72 Tahun 2018 tentang Pengembangan Kawasan Geopark Di Daerah Provinsi Jawa Barat.

Terkait dengan rencana pengajuan destinasi wisata Gunung Galunggung dan sekitarnya yang berada di wilayah Tasikmalaya sebagai objek Geopark, maka pelatihan yang disampaikan dalam PPM ini sangat relevan dalam upaya untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang siap untuk mengelola sektor pariwisata dengan baik. Untuk menuju pelaksanaan PPM ada beberapa hal yang perlu dijelaskan sehingga penyelenggaraan *event* PPM secara virtual ini dapat dipahami dengan terstruktur dan sistematis.

Pada tahap persiapan kegiatan PPM ini, tim melakukan berdiskusi untuk memastikan pemilihan objek dan sasaran yang akan menjadi peserta. Dimulai dengan tim berinteraksi dan berdiskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan adanya pemetaan kebutuhan dasar awal dalam kegiatan pengabdian. Merujuk pada proposal dan implementasi dari penelitian bahwa disepakati kegiatan PPM ini berupa pelatihan manajemen komunikasi berbasis sosial budaya yang dilaksanakan secara virtual memanfaatkan teknologi informasi dan media konvergensi aplikasi atau *platform zoom meeting* dan WhatApps Group (WAG). Setelah berdiskusi, tim PPM menentukan alur kegiatan yang diawali dengan menghubungi narasumber, penentuan tema kegiatan, penentuan sasaran kegiatan, dan teknis pelaksanaan beserta cara evaluasinya. Hal ini dilakukan guna mendapatkan hasil yang efektif dan efisien dalam menyusun suatu kegiatan untuk skala lokal/daerah.

Untuk mendapatkan respon yang baik dari calon peserta, tim PPM membuat *e-poster* untuk dapat menjadi media informasi dan sosialisasi pelaksanaan PPM yang sangat terbatas. Berikut tampilan e-poster yang disebar ke *stakeholders* pariwisata di wilayah Tasikmalaya, seperti

dibawah ini:

The poster is titled "Webinar Pengabdian Pada Masyarakat 2021" and "COMMUNICATION". It features a banner with various landscape images. The main title is "VIRTUAL TALKSHOW: MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA BERBASIS SOSIAL BUDAYA". The date and time are "Kamis, 19 Agustus 2021" from "09.00 - 12.00 WIB".

NARASUMBER:

- Pengantar / Sambutan:** Aat Ruchiat Nugraha, S.Sos., M.Si, Ketua Pelaksana PPM
- Pemantik:** Dr. Heru Ryanto Budiana, M.Si, Staf Ahli In Jabar Unpad
- Moderator:** Dr. Diah Fatma Sjoraida, M.Si, Dosen Pascasarjana Fikom Unpad
- Pembicara 1:** H. Deden Nurul Hidayat, ST., MM, Komisaris PT. Jaswita Jawa Barat
- Pembicara 2:** Dr. Evi Noviantl, M.Si, Ketua Prodi Magister Pariwisata Berkelanjutan Sekolah Pascasarjana Unpad
- Pembicara 3:** Ade Kadarisman, S.Sos., MT, M.Sc., Wakil Ketua Umum ISKI Pusat
- Pembicara 4:** Aang Koswara, S.Sos., M.Si, Dosen Prodi Humas Fikom Unpad

Pendaftaran Konfirmasi ke: 081322072545 (WA Only)

zoom

Meeting id: 881 122 6772
Password: 666 777

*Terbuka untuk umum
*Doorprize untuk 3 Orang Penanya Terbaik

Kerjasama antara:

JASWITA JABAR
PT. JAWA BARU KOPARWISATAAN JAWA BARU (PUSKOPJABAR)

Gambar 1. Media Publikasi Kegiatan Seminar Online

Pada tahapan pelaksanaan, ternyata PPM ini dilakukan pada kondisi pembatasan kegiatan sosial masyarakat dalam rangka untuk mencegah penularan varian Delta Covid-19 yang sedang tinggi-tingginya. Untuk memastikan kegiatan agar tetap berjalan maka dipilihlah alternatif pelaksanaan PPM secara virtual. Pelaksanaan PPM di masa pandemi PPKM Level 3-4 ini dilakukan dalam bentuk pemaparan dan diskusi *online* yang dikemas dalam bentuk webinar secara daring. Berdasarkan perencanaan dan pelaksanaan PPM melalui webinar ini bekerjasama dengan pihak praktisi pariwisata yaitu dari PT. Jaswita Jawa Barat untuk dapat memberikan wawasan mengenai perkembangan dan pemetaan pariwisata, kemudian didukung oleh para akademisi Fikom Unpad dengan peserta para penggiat pariwisata, seperti Lembaga Pemerintahan, Kompepar, Asidewi, dan Karang Taruna.

Kegiatan webinar yang dikemas dalam bentuk diskusi ilmiah bentuk seminar *online*, berlangsung pada tanggal 22 Agustus 2021 dengan berbagai aspek yang dapat dipilih untuk dikembangkan, salah satunya aspek komunikasi terutama komunikasi pariwisata. Sesuai dengan

judul dari PPM ini, kegiatan pelatihan manajemen komunikasi bagi *stakeholders* pariwisata di wilayah Tasikmalaya di era konvergensi media dilaksanakan dengan penuh khidmat. Pemilihan target *audiens* dalam webinar ini dikarenakan sektor pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya sedang dalam proses pengembangan dan membutuhkan elemen sumber daya manusia yang mumpuni untuk dapat mengelolanya secara baik. Sebagaimana hal ini disampaikan oleh Yogi Cahyawan, SE., MM. selaku perwakilan dari Bappeda Kabupaten Tasikmalaya menyebutkan bahwa

“...Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya sedang memprioritaskan pembangunan infrastruktur kepariwisataan, salah satunya dalam rangka pengajuan Geopark Galunggung”

Pernyataan diatas mengandung arti bahwa sebenarnya diperlukan keterlibatan berbagai unsur untuk bisa mewujudkan destinasi wisata geopark di wilayah Tasikmalaya. Pemberdayaan masyarakat, terutama yang berkaitan dengan pelatihan pengelolaan wisata alam, *tour guide*, dan pelatihan kewirausahaan menjadi sangat penting dalam rangka mendukung pemerintah dalam mengelola kawasan yang dijadikan geopark (Bakti et al., 2018).

Sementara itu, R. Devi Damayanti menuturkan bahwa Asidewi sebagai bagian dari *stakeholders* industri pariwisata sangat membutuhkan keahlian komunikasi, guna mempersuasi para tokoh desa untuk dapat menjadikan wilayahnya sebagai desa wisata dengan potensi kearifan lokal yang dimiliki. Unsur kearifan lokal menjadi nilai jual yang sangat “seksi” bagi pemasaran suatu objek wisata untuk dapat meraih calon wisatawan yang sudah mulai bosan akan wisata yang “instan/artifisial”. Kearifan lokal itu sendiri apabila dikemas dalam komunikasi pariwisata dapat menjadi unsur terbentuknya *local branding* suatu tempat (Nugraha et al., 2017).

Adapun kelompok yang akan dilakukan pembinaan kepariwisataan adalah generasi muda seperti Karang Taruna yang tergabung dalam kelompok-kelompok penggerak pariwisata agar terlibat langsung untuk dapat mengelola destinasi pariwisata yang digalakan oleh pemerintah Kabupaten Tasikmalaya. Salah satu kompetensi yang dibutuhkan untuk menjadikan kawasan geopark, dibutuhkan SDM yang mampu mengelola aspek kepariwisataan, salah satunya manajemen komunikasi pariwisata.

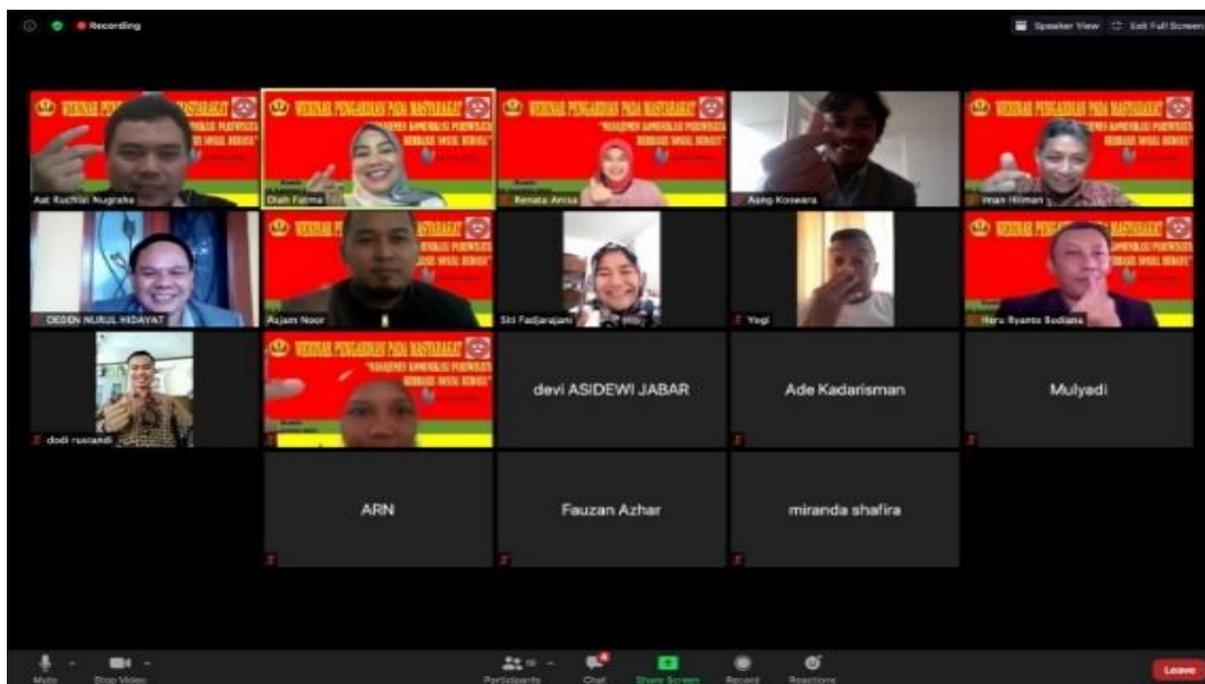
Manajemen komunikasi pariwisata sangat diperlukan dalam rangka membuat dan menyebarkan informasi sektor pariwisata untuk dapat melahirkan destinasi wisata unggulan di suatu daerah. Manajemen komunikasi itu sendiri adalah manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi yang berperan sebagai penggerak aktivitas komunikasi (pariwisata) khususnya dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi (Suprpto, 2009). Sektor pariwisata diyakini sangat berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat dan dapat meningkatkan pendapatan asli daerah. Maka dari itu, sangat penting pemberian pelatihan bagi para pemangku kepentingan dalam upaya menyukseskan pertumbuhan dan pengembangan destinasi wisata unggul menuju geopark nasional di kawasan Gunung Galunggung.

Selanjutnya, Siti Fadjarani selaku pemerhati kepariwisataan sekaligus akademisi bidang Geografi dari Universitas Siliwangi mengusulkan pada forum seminar online agar dilakukan

kolaborasi untuk dapat mewujudkan Kabupaten Tasikmalaya menjadi salah satu tujuan wisata di Jawa Barat dengan penelitian bersama tentang Geopark Galunggung, salah satunya. Sedangkan pembicara seminar online, yaitu Ade Kadarisman menyampaikan pentingnya menjalin hubungan baik dengan pihak media untuk bisa mendesiminasikan potensi kepariwisataan menjadi sebuah informasi berita yang dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Dari dua informan dalam pelaksanaan PPM ini, menunjukkan bahwa destinasi wisata unggulan geopark akan mudah didorong untuk jadi wacana tingkat lokal, nasional, dan internasional apabila ada informasi pemberitaan yang baik dan berkelanjutan dari para stakeholders pariwisata Kabupaten Tasikmalaya untuk menyampaikan ke pihak redaksi media mainstream maupun media sosial lainnya yang resmi. Dengan menyadari dan mengetahui pentingnya posisi media dalam promosi dan komunikasi pariwisata, maka menjalin yang baik dan harmonis dengan redaksi media massa menjadi keniscayaan (Iriantara, 2008).

Webinar sendiri disiapkan dalam rangka untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh pemangku kepentingan sektor pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya serta menjadi bagian dari solusi dan kontribusi dunia akademik untuk dapat memajukan daerah/mitra kerjasama dalam membangun Jawa Barat. Dengan peserta yang meliputi para tokoh kelompok penggiat pariwisata (KOMPEPAR) dan asosiasi desa wisata (ASIDEWI) kegiatan webinar ini berlangsung sangat interaktif dan berkelanjutan hingga saat ini dengan terbentuknya WhatApps sebagai wadah bertukar informasi mengenai progress program pariwisata di wilayah Tasikmalaya.



Gambar 2. Kegiatan Seminar Virtual Bagi Stakeholders Pariwisata Kabupaten Tasikmalaya

Kegiatan webinar yang bertemakan “Pelatihan Manajemen Komunikasi Pariwisata Berbasis Sosial Budaya” telah menjadi *trending* untuk pengelolaan destinasi wisata di era pandemi banyak menarik perhatian masyarakat khususnya bagi pengelola jasa pariwisata. Era pandemi dapat menjadi peluang untuk bangkitnya industri pariwisata yang didasarkan pada pemanfaatan media sosial untuk dijadikan sebagai jejaring penyebaran informasi destinasi wisata terbaru maupun unggulan. Keberadaan budaya media sosial di Indonesia dapat bertindak sebagai guru yang mampu mengedukasi masyarakat dan menstimulasi di masa pandemi yang berfungsi sebagai layanan pendidikan, memasarkan layanan inovatif; berbagi ulasan dan testimoni yang dapat menjadi motivasi dan memberikan dukungan dalam menghadapi pandemi Covid-19 (Sampurno et al., 2020). Hal tersebut dilihat dari antusias masyarakat dalam mengikuti acara webinar yang diselenggarakan dan mendaftar.

Adapun yang hadir dalam seminar *online via zoom meeting* ternyata para tokoh penggiat pariwisata dan lembaga pemerintahan yang notabene memiliki anggotanya di daerah. Berdasarkan jumlah pendaftaran sekitar 50 orang namun yang hadir sebanyak 20 orang yang dibuktikan dengan mengisi link kehadiran disaat pelaksanaan webinar berlangsung. Tetapi itu semua tidak mengurangi nilai dari acara webinar tersebut yang berlangsung secara interaktif dan kondusif. Kegiatan webinar ini pun dapat dikatakan berhasil atau berjalan dengan baik hingga akhir acara. Apalagi para peserta yang tergabung, rata-rata merupakan para tokoh dan pelaku wisata yang telah malang melintang di dunia pariwisata. Dimana tujuan awal dilakukannya kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan manajemen pariwisata bagi pengelola pariwisata, sehingga dapat dikatakan kegiatan webinar ini mampu mencapai target dengan sesuai. Selanjutnya setelah acara selesai, panitia memberikan *link* kepada para peserta berupa pertanyaan-pertanyaan terkait ketertarikannya dalam mempelajari permasalahan dunia pariwisata. Hasilnya adalah hampir seluruh peserta webinar tertarik untuk memahami dan belajar mengenai konsep manajemen komunikasi pariwisata sebagai sarana untuk mempromosikan kawasan destinasi wisata, khususnya Geopark Gunung Galunggung.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang multidisiplin sehingga memerlukan kajian secara parsial mengenai eksistensi suatu kawasan destinasi wisata agar memiliki daya saing (Bungin, 2015). Komunikasi pariwisata semestinya dilakukan sebagai media untuk menjembatani informasi dan komunikasi seputar objek-objek pariwisata di Kabupaten Tasikmalaya untuk dapat diketahui secara luas oleh masyarakat. Komunikasi pariwisata saat ini cenderung berbasis daring dan mengacu kepada preferensi perilaku wisatawan (Novianti & Wulung, 2020). Pengenalan dan praktik kajian komunikasi pariwisata ini bukanlah hal yang salah atau dianggap sebagai suatu prematuritas, justru ini akan membuat para *stakeholders* di sekitar onjek wisata untuk lebih mempersiapkan kembali secara modal dan kemampuan pengetahuan dan keahlian untuk mengelola suatu objek pariwisata yang berskala lokal, nasional bahkan internasional.

KESIMPULAN

Sektor pariwisata menjadi sangat penting bagi suatu negara maupun wilayah terkecil dikarenakan dapat menghasilkan pendapatan yang menunjang pada kemajuan dan kesejahteraan. Pengetahuan/literasi sektor pariwisata, dalam hal ini adalah stakeholders pariwisata, sudah cukup baik dan menganggap pengetahuan/literasi manajemen komunikasi merupakan unsur yang sangat penting untuk dapat mempromosikan suatu objek wisata, khususnya Wacana Geopark Gunung Galunggung.

Pengetahuan manajemen komunikasi pariwisata yang rendah akan mengurangi nilai jual suatu destinasi wisata yang ada di suatu wilayah. Sehingga stakeholders dengan tingkat pengetahuan yang baik dalam hal manajemen komunikasi pariwisata akan lebih memiliki wawasan terbuka dalam mensosialisasikan atau mempromosikan potensi wisata ke berbagai jaringan dan media komunikasi yang ada.

DAFTAR REFERENSI

- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2018). Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Kawasan Geopark. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(2), 217–230.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Handayani, S. (2010). WEB TV sebagai media alternatif mengakses informasi. *Jurnal The Messenger*, 2(1), 42–48.
- Iriantara, Y. (2008). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi virtual: riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet (Pertama)*. PT Simbiosis Rekatama Media.
- Novianti, E., & Wulung, S. R. P. (2020). Implementasi Komunikasi Daring dalam Menunjang Jawa Barat sebagai Destinasi Pariwisata Cerdas. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 53. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6971>
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata yang Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231–240.
- Putra, S. R. (2013). *Desain Belajar Mengajar Kreatif Berbasis Sains*. Diva Press.
- Sampurno, M. B. T., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi COVID-19. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5), 529–542. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15210>

- Sekda. (2020). *Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Provinsi Jawa Barat Tahun 2020*. Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat.
- Suprpto, T. (2009). *Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi*. MedPress.
- Wahyudin, A., Kristiadi, D., Utomo, A. S., Marwati, A., & Gulang, R. A. (2021). Pemanfaatan multimedia dalam pengembangan dan promosi desa wisata Adiluhur Kebumen. *Aksiologi*, 5(2), 154–162. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/aks.v5i2.3988>