

## STRATEGI KOMUNIKASI POKDARWIS MAMPANAS NUNTULUNG DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI AIR PANAS ASIN PEMAPAK DI DESA BIATAN BAPINANG KABUPATEN BERAU

Rizaldi<sup>1</sup>, Kadek Dristiana Dwivayani<sup>2</sup>, Ziya Ibrizah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Email: [rizaldirizal734@gmail.com](mailto:rizaldirizal734@gmail.com), [kadek.dwivayani@fisip.unmul.ac.id](mailto:kadek.dwivayani@fisip.unmul.ac.id),  
[ziyaiibr@fisip.unmul.ac.id](mailto:ziyaiibr@fisip.unmul.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Mampanas Nuntulung dalam pengembangan Wisata Air Panas Asin Pemapak di Desa Biatan Bapinang, Kabupaten Berau. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pokdarwis dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi. Perencanaan komunikasi dilakukan dengan menetapkan tujuan, sasaran, pesan, dan media komunikasi. Pelaksanaan komunikasi diwujudkan melalui koordinasi internal, komunikasi dengan masyarakat dan pemerintah, serta promosi menggunakan media sosial. Evaluasi dilakukan secara berkelanjutan melalui diskusi internal dan koordinasi dengan pemangku kepentingan untuk mengidentifikasi efektivitas komunikasi dan berbagai kendala yang dihadapi. Meskipun strategi komunikasi telah mendukung pengembangan destinasi wisata, efektivitasnya masih dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya manusia, belum meratanya partisipasi masyarakat, dan belum optimalnya pemanfaatan media digital. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang terencana dan partisipatif berperan penting dalam mendukung pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Pengembangan Wisata, Partisipasi Masyarakat, Air Panas Asin Pemapak.

### Abstract

*This study aims to analyze the communication strategy implemented by the Mampanas Nuntulung Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in developing the Air Panas Asin Pemapak tourist destination in Biatan Bapinang Village, Berau Regency. The study employed a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the communication strategy was implemented through three main stages: communication planning, implementation, and evaluation. Communication planning involved determining communication objectives, target audiences, key messages, and communication media. The implementation stage included internal organizational communication, communication with the local community and government, and destination promotion through social media. Communication evaluation was conducted continuously through internal discussions and coordination with stakeholders to assess communication effectiveness and identify existing constraints. Although the communication strategy has contributed to destination development, its effectiveness remains constrained by limited human*

*resources, uneven community participation, and suboptimal utilization of digital media. This study highlights that a well-planned and participatory communication strategy plays a significant role in supporting the development of community-based tourism destinations.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Tourism Awareness Group (Pokdarwis), Tourism Development, Community Participation, Pemapak Saline Hot Spring.*

## A. PENDAHULUAN

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) merupakan aktor lokal yang memiliki peran strategis dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat melalui penguatan koordinasi, partisipasi, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Keberhasilan pengembangan destinasi tidak hanya ditentukan oleh potensi sumber daya alam, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat, pemerintah, dan pihak terkait lainnya. Dalam konteks tersebut, strategi komunikasi menjadi instrumen penting untuk mengelola penyampaian pesan, membangun kepercayaan, serta mendorong keterlibatan masyarakat secara berkelanjutan. Komunikasi yang terencana mampu meningkatkan legitimasi organisasi, memperkuat koordinasi internal, dan mendukung keberhasilan pengelolaan destinasi wisata berbasis komunitas (Salam et al., 2024). Strategi komunikasi juga menjadi pedoman dalam menyampaikan pesan, memilih media komunikasi, serta membangun dukungan sosial terhadap program pengembangan wisata (Sari et al., 2023).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal berkontribusi terhadap efektivitas pengelolaan Pokdarwis melalui peningkatan koordinasi organisasi dan pembagian peran yang lebih jelas (Andrian & Rochmaniah, 2023). Komunikasi partisipatif juga mampu mendorong keterlibatan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata. Namun, penelitian terdahulu masih didominasi oleh pembahasan mengenai pola komunikasi, komunikasi partisipatif, serta aspek kelembagaan Pokdarwis. Kajian yang secara khusus menempatkan strategi komunikasi sebagai fokus utama, yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi, masih relatif terbatas (Rifky et al., 2024). Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada destinasi wisata yang telah berkembang sehingga dinamika komunikasi pada destinasi yang masih berada pada tahap pengembangan belum banyak dijelaskan secara komprehensif (Kholifah et al., 2025). Kondisi serupa juga ditegaskan oleh penelitian lain yang menunjukkan masih terbatasnya kajian mengenai implementasi strategi komunikasi pada destinasi wisata rintisan (Qairani & Putri, 2025).

Kesenjangan tersebut menjadi semakin relevan pada destinasi wisata berbasis komunitas di wilayah perdesaan, termasuk Wisata Air Panas Asin Pemapak di Desa Biatan Bapinang, Kabupaten Berau. Destinasi ini memiliki karakteristik unik berupa sumber air panas alami dengan kandungan air asin yang menjadi daya tarik wisata sekaligus bagian dari praktik sosial masyarakat setempat (Zulfahmiddin et al., 2024). Sebagai destinasi yang masih berada pada tahap pengembangan, pengelolaannya menghadapi tantangan berupa belum meratanya partisipasi masyarakat dan perlunya penguatan kapasitas organisasi (Paramita et al., 2024). Pokdarwis berperan sebagai penghubung antara masyarakat, pemerintah desa, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengelola destinasi wisata (Unaollairst, 2024). Oleh karena itu, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai mekanisme untuk membangun kesadaran kolektif, memperkuat kolaborasi, dan menjaga keberlanjutan pengelolaan destinasi (Oktavianti & Putranto, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan Pokdarwis Mampanas Nuntulung dalam pengembangan Wisata Air Panas Asin Pemapak di Desa Biatan Bapinang, Kabupaten Berau. Analisis difokuskan pada tahapan perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi komunikasi sebagai proses strategis dalam mendukung pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat.

Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai praktik komunikasi organisasi pada destinasi wisata yang masih berada pada tahap pengembangan.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi organisasi, komunikasi pariwisata, dan komunikasi pembangunan berbasis masyarakat dengan menghadirkan bukti empiris mengenai strategi komunikasi Pokdarwis pada destinasi wisata perdesaan di Kalimantan Timur. Temuan penelitian diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai implementasi strategi komunikasi dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas sekaligus menjadi rujukan bagi Pokdarwis dan pemerintah daerah dalam merancang strategi komunikasi yang lebih sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi komunikasi merupakan proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang dilakukan secara sadar, sistematis, dan berorientasi pada pencapaian tujuan tertentu. Menurut Cangara (2016), strategi komunikasi tidak hanya berkaitan dengan teknik penyampaian pesan, tetapi juga mencakup proses pengambilan keputusan komunikatif yang didasarkan pada analisis situasi. Analisis tersebut meliputi karakteristik khalayak, kondisi sosial, dan budaya yang memengaruhi efektivitas komunikasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi dipandang sebagai proses yang dirancang secara rasional sehingga keberhasilan komunikasi tidak bergantung pada spontanitas, melainkan pada perencanaan yang matang.

Strategi komunikasi memiliki beberapa unsur utama yang saling berkaitan, yaitu komunikator, pesan, media komunikasi, khalayak sasaran, dan umpan balik (Effendy, 2018). Komunikator berperan sebagai sumber informasi yang dituntut memiliki kredibilitas dan kemampuan memahami kondisi sosial masyarakat. Pesan harus disusun secara jelas, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan khalayak agar mudah dipahami. Pemilihan media komunikasi menentukan jangkauan serta efektivitas penyampaian pesan, sedangkan umpan balik menjadi indikator keberhasilan komunikasi sekaligus dasar dalam melakukan evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan.

Implementasi strategi komunikasi berlangsung melalui tiga tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Cangara, 2016). Tahap perencanaan diawali dengan analisis situasi dan penetapan tujuan komunikasi yang akan dicapai. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian pesan menggunakan media yang telah dipilih dengan tetap menjaga konsistensi isi pesan serta kemampuan beradaptasi terhadap dinamika sosial. Tahap evaluasi bertujuan mengukur efektivitas komunikasi sekaligus menjadi dasar penyempurnaan strategi pada pelaksanaan berikutnya.

Kajian ini juga menggunakan *Strategic Communication Theory* yang dikemukakan oleh (Argenti, 2014). Teori tersebut memandang komunikasi sebagai fungsi strategis organisasi yang harus terintegrasi dengan tujuan, nilai, dan identitas organisasi. Komunikasi tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun persepsi, kepercayaan, serta hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan. Dalam konteks pengelolaan destinasi wisata berbasis masyarakat, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Pokdarwis menyusun pesan, menentukan sasaran komunikasi, dan membangun hubungan dengan masyarakat maupun pemerintah dalam mencapai tujuan pengembangan destinasi wisata.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran penting dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat, meskipun fokus kajiannya masih beragam. Firgiardiansyah dan Andrian (2023), menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis pola komunikasi Pokdarwis pada pengelolaan Wisata Air Terjun Tambak Lare di Kabupaten Madiun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif mampu meningkatkan koordinasi organisasi dalam pengelolaan destinasi wisata. Namun,

penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada pola komunikasi dan belum mengkaji strategi komunikasi secara menyeluruh.

Penelitian lain dilakukan oleh Sobra et al (2023), menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji komunikasi partisipatif Pokdarwis dalam pengembangan Wisata Air Terjun Batu Dinding. Temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata. Akan tetapi, penelitian tersebut belum membahas aspek strategi komunikasi secara komprehensif, terutama yang berkaitan dengan perencanaan komunikasi, komunikasi eksternal, serta pemanfaatan media digital sebagai bagian dari pengembangan destinasi wisata.

Selanjutnya, penelitian Rifky et al (2024) menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi Pokdarwis dalam pengembangan Kampung Ekowisata Ciwaluh di Desa Wates Jaya. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi berperan dalam mendukung pengembangan destinasi berbasis masyarakat melalui koordinasi organisasi dan komunikasi dengan masyarakat. Meskipun demikian, penelitian dilakukan pada konteks kampung ekowisata di Jawa Barat sehingga memiliki karakteristik sosial, budaya, dan geografis yang berbeda dengan destinasi wisata alam di wilayah pedalaman Kalimantan Timur. Selain itu, objek penelitian bukan merupakan destinasi wisata air panas sehingga dinamika pengelolaannya juga berbeda.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat kesenjangan penelitian baik secara teoritis maupun empiris. Secara teoritis, sebagian besar penelitian lebih menekankan pola komunikasi, komunikasi partisipatif, atau aspek kelembagaan Pokdarwis, sedangkan strategi komunikasi sebagai proses yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi belum menjadi fokus utama analisis. Secara empiris, penelitian mengenai strategi komunikasi Pokdarwis pada destinasi wisata alam yang masih berada pada tahap pengembangan, khususnya wisata air panas asin di wilayah pedalaman Kalimantan Timur, masih sangat terbatas. Perbedaan karakteristik sosial, budaya, dan geografis menunjukkan bahwa temuan penelitian sebelumnya belum sepenuhnya dapat menjelaskan praktik komunikasi Pokdarwis dalam konteks Desa Biatan Bapinang.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini menempatkan strategi komunikasi sebagai fokus utama dalam menjelaskan proses pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat. Artikel ini melengkapi penelitian sebelumnya dengan menganalisis strategi komunikasi Pokdarwis Mampanas Nuntulung melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi pada pengembangan Wisata Air Panas Asin Pemapak di Desa Biatan Bapinang, Kabupaten Berau. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi organisasi dan komunikasi pariwisata, sekaligus memberikan bukti empiris mengenai implementasi strategi komunikasi Pokdarwis pada destinasi wisata perdesaan yang masih berada pada tahap pengembangan.

### **C. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi Pokdarwis dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemaknaan proses komunikasi, interaksi sosial, dan dinamika kelembagaan dalam konteks alamiah, bukan pada pengujian hubungan antarvariabel. Sementara itu, metode studi kasus digunakan untuk mengeksplorasi secara komprehensif praktik strategi komunikasi Pokdarwis Mampanas Nuntulung sebagai satu unit sosial dalam pengelolaan Wisata Air Panas Asin Pemapak (Sugiyono, 2019).

Penelitian dilaksanakan di Wisata Air Panas Asin Pemapak, Desa Biatan Bapinang, Kecamatan Biatan, Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Lokasi dipilih karena merupakan destinasi wisata berbasis masyarakat yang masih berada pada tahap pengembangan dan

dikelola secara langsung oleh Pokdarwis Mampanas Nuntulung. Penelitian berlangsung selama empat bulan yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan penelitian.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan destinasi wisata (Sugiyono, 2019). Informan utama (*key informant*) adalah Ketua Pokdarwis Mampanas Nuntulung yang berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi komunikasi. Informan pendukung terdiri atas Kepala Desa Biatan Bapinang, anggota aktif Pokdarwis, serta masyarakat yang terlibat dan merasakan dampak pengembangan destinasi wisata. Jumlah informan tidak ditentukan sejak awal, tetapi disesuaikan dengan prinsip data saturation, yaitu proses pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan informasi baru yang signifikan (Creswell, 2018).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti (*human instrument*) yang berperan dalam merencanakan penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, serta menginterpretasikan temuan. Pengumpulan data didukung oleh pedoman wawancara semi terstruktur, lembar observasi, dan dokumentasi. Instrumen tersebut disusun berdasarkan fokus penelitian yang mencakup tiga indikator utama strategi komunikasi, yaitu perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi komunikasi yang mengacu pada konsep strategi komunikasi (Cangara, 2016).

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan menggunakan pedoman semi terstruktur untuk menggali pengalaman serta pandangan informan mengenai strategi komunikasi Pokdarwis. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas komunikasi dan interaksi antaraktor dalam pengelolaan destinasi wisata, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memverifikasi data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, termasuk arsip organisasi, foto kegiatan, dan dokumen pendukung lainnya (Creswell, 2018).

Analisis data dilakukan secara interaktif menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (Miles et al., 2014). Analisis dilakukan sejak proses pengumpulan data berlangsung sehingga memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antarfenomena secara berkesinambungan.

#### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Pokdarwis Mampanas Nuntulung dalam pengembangan Wisata Air Panas Asin Pemapak terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu perencanaan komunikasi, pelaksanaan komunikasi, dan evaluasi komunikasi. Ketiga tema tersebut diperoleh melalui proses *coding*, kategorisasi, dan analisis data hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Pada tahap perencanaan, Pokdarwis telah menetapkan tujuan komunikasi yang berorientasi pada pengembangan destinasi, peningkatan kunjungan wisatawan, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sasaran komunikasi mencakup masyarakat lokal, wisatawan, pemerintah desa, dan Dinas Pariwisata. Pesan komunikasi difokuskan pada manfaat ekonomi, partisipasi masyarakat, dan keunikan Air Panas Asin Pemapak sebagai daya tarik wisata. Dalam penyampaian pesan, Pokdarwis memanfaatkan komunikasi tatap muka sebagai media utama, yang didukung oleh media digital seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, serta *WhatsApp* untuk koordinasi internal organisasi.

Pelaksanaan strategi komunikasi dilakukan melalui komunikasi internal organisasi, komunikasi dengan masyarakat, koordinasi bersama pemerintah desa dan Dinas Pariwisata, serta promosi destinasi melalui media sosial. Komunikasi internal berlangsung secara terbuka

dengan pendekatan kekeluargaan, musyawarah, dan koordinasi melalui *WhatsApp Group*. Komunikasi dengan masyarakat diwujudkan melalui sosialisasi, gotong royong, dan komunikasi langsung, sedangkan promosi destinasi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan keunikan Air Panas Asin Pemapak kepada masyarakat yang lebih luas. Meskipun demikian, pelaksanaan komunikasi masih menghadapi hambatan berupa keterbatasan sumber daya manusia, kesibukan anggota Pokdarwis, dan partisipasi masyarakat yang belum merata.

Evaluasi komunikasi dilakukan melalui diskusi internal, koordinasi dengan pemerintah desa, serta penilaian terhadap respons masyarakat dan pengunjung wisata. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi telah memberikan kontribusi terhadap pengembangan destinasi dan peningkatan keterlibatan masyarakat, namun efektivitasnya belum optimal. Hambatan utama meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, pengelolaan media sosial yang belum konsisten, partisipasi masyarakat yang masih terbatas, serta rendahnya kesadaran sebagian pengunjung dalam menjaga kebersihan kawasan wisata.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi Pokdarwis telah dilaksanakan secara sistematis melalui penetapan tujuan komunikasi, identifikasi sasaran, penyusunan pesan, dan pemilihan media komunikasi. Temuan ini sejalan dengan konsep strategi komunikasi Cangara (2016), yang menempatkan perencanaan sebagai tahap awal dalam menentukan arah komunikasi organisasi. Dari perspektif *Strategic Communication Theory*, tujuan komunikasi yang diarahkan pada peningkatan kunjungan wisatawan dan kesejahteraan masyarakat menunjukkan bahwa komunikasi telah diposisikan sebagai instrumen strategis untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi (Argenti, 2014). Namun demikian, belum optimalnya pemanfaatan media digital menunjukkan adanya kesenjangan antara perencanaan dan implementasi strategi komunikasi.

Pada tahap pelaksanaan, komunikasi internal yang harmonis, penggunaan musyawarah, serta koordinasi melalui *WhatsApp Group* memperlihatkan bahwa Pokdarwis telah membangun komunikasi organisasi yang mendukung kolaborasi antaranggota. Komunikasi dengan masyarakat melalui sosialisasi dan gotong royong juga menunjukkan penerapan komunikasi partisipatif dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis komunitas. Temuan ini mendukung penelitian Firgiardiansyah dan Andrian (2023) yang menunjukkan bahwa komunikasi internal berperan penting dalam memperkuat koordinasi organisasi, serta selaras dengan temuan Sobra et al (2023) mengenai pentingnya komunikasi partisipatif dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat. Selain itu, koordinasi dengan pemerintah desa dan Dinas Pariwisata memperlihatkan bahwa pengembangan destinasi tidak hanya bergantung pada organisasi pengelola, tetapi juga membutuhkan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi menunjukkan adanya adaptasi Pokdarwis terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Penggunaan *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* memperluas jangkauan promosi destinasi sekaligus memperkuat citra Wisata Air Panas Asin Pemapak. Temuan ini mendukung pandangan Cangara (2016), bahwa pemilihan media merupakan bagian penting dalam strategi komunikasi untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Akan tetapi, keterbatasan kemampuan anggota dalam mengelola media digital menyebabkan aktivitas promosi belum berjalan secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan media, tetapi juga oleh kapasitas sumber daya manusia dalam mengelolanya.

Evaluasi strategi komunikasi memperlihatkan bahwa Pokdarwis telah menerapkan proses refleksi melalui diskusi internal dan koordinasi dengan pemerintah desa sebagai dasar perbaikan program. Temuan ini sesuai dengan konsep evaluasi komunikasi Cangara (2016) yang menempatkan evaluasi sebagai dasar penyempurnaan strategi komunikasi. Meskipun komunikasi dinilai telah mendukung pengembangan destinasi, efektivitasnya masih

dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya partisipasi masyarakat, dan belum optimalnya pengelolaan media komunikasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas memerlukan penguatan kapasitas organisasi secara berkelanjutan agar strategi komunikasi dapat diterapkan secara lebih efektif.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat penerapan konsep strategi komunikasi Cangara (2016) dan *Strategic Communication Theory* Argenti (2014) dalam konteks pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi tidak hanya bergantung pada perencanaan yang baik, tetapi juga pada kemampuan organisasi mengintegrasikan komunikasi internal, komunikasi eksternal, dan evaluasi secara berkelanjutan. Secara praktis, temuan penelitian memberikan rekomendasi bagi Pokdarwis untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, mengoptimalkan pengelolaan media digital, serta memperluas partisipasi masyarakat melalui komunikasi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

## E. KESIMPULAN

Strategi komunikasi Pokdarwis Mampanas Nuntulung dalam pengembangan Wisata Air Panas Asin Pemapak dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi. Pada tahap perencanaan, Pokdarwis telah menetapkan tujuan komunikasi, menentukan sasaran, menyusun pesan, dan memilih media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat dan wisatawan. Tahap pelaksanaan diwujudkan melalui komunikasi internal organisasi, komunikasi dengan masyarakat, koordinasi dengan pemerintah desa dan Dinas Pariwisata, serta promosi menggunakan media sosial. Sementara itu, evaluasi dilakukan secara berkelanjutan melalui diskusi internal dan koordinasi dengan pemangku kepentingan untuk menilai efektivitas komunikasi serta mengidentifikasi berbagai kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, belum meratanya partisipasi masyarakat, dan belum optimalnya pengelolaan media digital. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan telah mendukung pengembangan destinasi wisata, meskipun efektivitasnya masih perlu ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, D. Y., & Rochmaniah, A. (2023). Communication Patterns of Tourism Awareness Groups (Pokdarwis) in the Dusun Tlocor Community: Pola Komunikasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Pada Masyarakat Dusun Tlocor. *Indonesian Journal of Public Policy Review*, 22, 1-7.
- Argenti, P. A. (2014). *Ebook: Corporate Communication*. McGraw Hill.
- Cangara, H. (2016). *Strategi Komunikasi: Perencanaan dan Pelaksanaannya*. Depok: Rajawali Pers.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Effendy, O. U. (2018). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Firgiardiansyah, M., & Andrian, J. M. (2023). Pola Komunikasi Pokdarwis pada Daerah Wisata Air Terjun Tambak Lare di Desa Kare Madiun Jawa Timur. *Sintesa*, 2(02), 80–92.
- Kholifah, N. A., Sari, D. P., & Nurhidayah. (2025). Development Strategy of Air Panas Pemapak in Biatan Bapinang Village, Berau BT. *Proceedings of the International Conference on Tropical Studies and Its Application (ICTROPS 2024)*, 330–336. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-732-8\\_30](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-732-8_30)
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Oktavianti, I., & Putranto, T. D. (2025). Strategi Komunikasi Pariwisata Pantai Mutiara

- Kabupaten Trenggalek Oleh Kelompok Sadar Wisata. *The Commercium*, 9(3), 152–170.
- Paramita, S., Sari, R. W., Yuda, A. F., Gita, A., Situmorang, R. J., Siburian, A., Mahendra, R. H., Hasan, M., Patabang, A., Ramadina, R., Aldisa, O. O., Deni, D., & Faradillah, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat di Lokasi Wisata Air Panas Asin Pemapak di Biatan Bapinang, Biatan, Berau, Kalimantan Timur. *Jurnal Abdita Naturafarm*, 1(2), 31–37. <https://doi.org/10.70392/jan.v1i2.3137>
- Qairani, Z., & Putri, L. D. (2025). Strategi Pemberdayaan Desa Wisata Talaok Baruak Melalui Kelompok Sadar Wisata (Studi Kasus di Nagari Sintuak Kec. Sintuak Toboh Gadang Kab. Padang Pariaman). *Jurnal Family Education*, 5(2), 168–173.
- Rifky, M., Fauzan, R., & Syahrial, F. O. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pokdarwis dalam Mengembangkan Kampung Ekowisata Ciwaluh Di Desa Wates Jaya. *JIKA (Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)*, 7(1), 87–98.
- Salam, N. E., Yasir, Y., Firdaus, M., Awza, R., & Lubis, E. E. (2024). Komunikasi Pariwisata Berbasis Komunitas untuk Pengembangan Desa Wisata Budaya di Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 159–174. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1007>
- Sari, W. P., Winduwati, S., Sukendro, G. G., Pandrianto, N., & Oktavianti, R. (2023). Creative Tourism Communication Strategy in Community Development Based on Local Culture. *International Journal of Application on Social Science and Humanities*, 1(4), 156–167. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i4.28958>
- Sobra, H., Nurjanah, N., & Yesicha, C. (2023). Komunikasi Partisipatif Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Wisata Air Terjun Batu Dinding. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 5(1), 25–35.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Unaollairst, R. B. (2024). The Role of the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in Tourism Development in Werur Village, Bikar District, Tambrau Regency, Southwest Papua Province. *STRUKTURAL (Seminar on Translation, Applied Linguistics, Literature, and Cultural Studies)*, 2(1), 551–555.
- Zulfahmiddin, A. R., Utomo, P. K., Sari, D. P., & Frisca, H. (2024). Eksplorasi Wisata Air Panas Asin Pemapak di Kampung Biatan Bapinang Kabupaten Berau: Mewujudkan Ekowisata yang Berkelanjutan. *TRANSFORM: Journal of Tropical Architecture and Sustainable Urban Science*, 3(2).