

## Strategi Komunikasi Pengembangan Pariwisata di Kelurahan Matakando Kota Bima

Irham<sup>1\*</sup>, Tasrif<sup>1</sup>,

Ilmu komunikasi Universitas Mbojo Bima

Jl. Sisingamangaraja, Teladan, Medan 20217

E-mail : [1rhambima608@gmail.com](mailto:1rhambima608@gmail.com), [2tasrifbima@gmail.com](mailto:2tasrifbima@gmail.com)

Received: June 2022; Accepted: October 2022; Published: December 2022

### Abstract

*The implementation of tourism development policies in the Matakando Village Kota Bima requires an appropriate communication strategy. Mapping a communication strategy is one way for the government to develop regional potential in 10 Matakando Villages with all forms of available Natural Resources. Researchers examine tourism development through the implementation of communication strategies in understanding existing regulations as well as describing the use of government communication strategies to collaborate with various parties in tourism development in local areas. This situation requires a relevant collaborative approach and analysis of the suitability of the concept of implementing a communication strategy originating from regulations, observational data, collection of complementary documents to meet the needs of research on tourism development. Examined from this context, the researchers used a type of qualitative research through a literature review approach. This position places researchers to sort, select, analyze phenomena that occur within the scope of implementing communication strategy policies through a number of supporting documents, articles, tourism narratives in interpreting various issues regarding tourism development communication strategies. Based on the results of observations in the field and the results of document analysis, it was found that a number of implementations of policy communication strategies were found in the communication strategy for tourism development in Matakando Village, including adaptation to facility development and implementation of strategic policies. Facility development adaptation is related to environmental management through various supporting facilities in the development of local area spatial planning. Facility development adaptation is related to environmental management through various supporting facilities in the development of local area spatial planning. Meanwhile, the implementation of strategic policies is related to government collaboration with various parties in assisting tourism development in the Matakando sub-district.*

*Keywords: Policy Implementation; Tourism Communication; Communication Strategy.*

### Abstrak

Implementasi kebijakan pengembangan pariwisata di Kelurahan Matakando Kota Bima memerlukan strategi komunikasi yang tepat. Pemetaan strategi komunikasi merupakan salah satu cara pemerintah mengembangkan potensi wilayah di 10 Kelurahan Matakando dengan segala bentuk keberadaan Sumber Daya Alam yang tersedia. Peneliti menelaah pengembangan pariwisata melalui implementasi strategi komunikasi dalam memahami regulasi yang ada sekaligus mendeskripsikan penggunaan strategi komunikasi pemerintah untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam pengembangan pariwisata di wilayah lokal. Keadaan ini diperlukan sebuah pendekatan kolaboratif yang relevan dan analisa kesesuaian konsep implementasikan strategi komunikasi yang bersumber dari regulasi, data pengamatan, pengumpulan dokumen-dokumen pelengkap untuk memenuhi kebutuhan penelitian tentang pengembangan pariwisata. Ditelaah dari konteks tersebut, maka peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan kajian pustaka. Posisi ini, menempatkan peneliti untuk memilah, memilih, menganalisa gejala yang terjadi dalam ruang lingkup implementasi kebijakan strategi komunikasi melalui sejumlah dokumen pendukung, artikel, narasi-narasi pariwisata dalam menafsirkan beragam masalah tentang strategi komunikasi pengembangan pariwisata. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan dan hasil analisa dokumen, bahwa strategi komunikasi kebijakan pengembangan pariwisata di Kelurahan Matakando ditemukan sejumlah implementasi strategi komunikasi kebijakan di antaranya adalah adaptasi pengembangan fasilitas dan implementasi kebijakan strategis. Adaptasi pengembangan fasilitas berkaitan dengan penataan lingkungan melalui berbagai fasilitas pendukung dalam pengembangan tataruang wilayah lokal. Sedangkan implementasi kebijakan strategis berkaitan dengan kolaborasi pemerintah dengan berbagai pihak dalam membantu pengembangan pariwisata di kelurahan Matakando.

Kata Kunci: Implementasi Kebijakan; Komunikasi Pariwisata; Strategi Komunikasi.

doi: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i2.3572>

© 2022 Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi. Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0

International Licenses (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Website: <http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/JLMI/index>

<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id>

## PENDAHULUAN

Berbagai ruang-ruang sosial telah terisi oleh beragam perbedaan, adat istiadat, status sosial, budaya masyarakat yang tak henti berdinamika. Mulai dari yang kecil, anak-anak, remaja, dewasa, orang tua, tokoh agama, tokoh masyarakat, petani hingga pedagang dalam melihat potensi wilayah di Mata Kando. Keadaan ini menjadikan masyarakat Kelurahan Matakando begitu kompleks dalam berpikir, bertindak, bekerja dalam kehidupan sehari-hari. Di sisi lain masyarakat Matakando memiliki usaha, aneka kue, tenun, pembuatan batu bata, genteng, kafe yang terletak di bukit-bukit, lereng, serta wisata sawah yang berpotensi dijadikan wilayah pilihan dalam pengembangan program literasi wisata untuk kesejahteraan.

Kelurahan Matakando yang berada di wilayah Kecamatan Mpunda, letak wilayahnya cukup strategis untuk dikunjungi. Kelurahan tersebut adalah Kelurahan Devinitif yang mampu mengelola dan mengembangkan segala bentuk kegiatan baik kelompok maupun individu karena keberadaan Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM). Oleh karenanya diperlukan strategi komunikasi kebijakan pengembangan program pariwisata di Kelurahan Mata Kando sebagai bagian pengembangan wisata di Kota Bima.

Rencana pembangunan jangka menengah daerah 2018-2023 Kota Bima, untuk sektor pariwisata mendapat dukungan dalam pengembangan kawasan pesisir melalui konsep Kota Tepian Air. Pembangunan terminal, pembangunan sarana parkir, pembukaan dan perawatan jalan juga menjadi isu strategis yang menjadi perhatian pemerintah Daerah Kota Bima. Pembangunan sektor pariwisata di Kota Bima memiliki potensi besar yang berpeluang menjadi daerah tujuan dan menjadi daya tarik wisatawan mengunjungi setiap destinasi yang tersedia. Data kunjungan menunjukkan, bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2020 sebanyak 2.251 tahun 2021 sebanyak 1123 sedangkan tingkat kunjungan wisatawan domestik tahun 2020 adalah 72165 dan tahun 2021 sebanyak 70152 (BPS Kota Bima, 2021). Data tersebut dapat berubah sesuai dengan perubahan tingkat kunjungan dari waktu ke waktu.

Pengembangan pariwisata yang baik juga tentunya dapat meningkatkan perekonomian baik lokal maupun nasional melalui implementasikan strategi komunikasi kebijakan yang berdampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Strategi komunikasi yang baik akan memudahkan pengembangan jangka panjang. Bima apabila dikembangkan menjadi transit wisata alternative melalui komunikasi kebijakan, maka akan memberikan kontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD), peningkatan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat terbukanya tempat berusaha, serta mengurangi jumlah angka pengangguran seiring dengan meningkatnya kunjungan di wilayah tersebut.

“Strategi komunikasi merupakan interaksi dari para pelaku atau aktor kebijakan. Bagaimana ini diharapkan bisa menjadi edukasi kepada publik untuk meningkatkan literasi kebijakan. Komunikasi kebijakan merupakan bagian dari strategi komunikasi pemerintah dalam merumuskan bersama tentang dasar-dasar dan pokok penyusunan regulasi yang melibatkan sejumlah pihak. Sebab terjadi hubungan antara pemerintah dengan masyarakat dalam berkolaborasi, ada peran komunikator dan komunikan dalam menyusun pesan-pesajajaran kebijakan pengembangan pariwisata. Melihat komunikasi diperlukan untuk menyelesaikan berbagai persoalan yang berkembang di masyarakat.

Menurut Effendy (2011), strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan komunikasi sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Sedangkan menurut Kulvisaechana, strategi komunikasi adalah penggunaan kombinasi faset-faset komunikasi dimana termasuk di dalamnya frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, saluran komunikasi. Strategi komunikasi merupakan paduan dan perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai suatu tujuan. Strategi komunikasi erat hubungan dan kaitannya antara tujuan yang hendak dicapai dengan konsekuensi-konsekuensi (masalah) yang harus diperhitungkan, kemudian merencanakan bagaimana mencapai konsekuensi-konsekuensi sesuai dengan hasilyang diharapkan atau dengan kata lain tujuan yang hendak dicapai.

Penelitian yang dilakukan oleh Defhany dkk tentang strategi komunikasi pariwisata oleh Dinas Pariwisata Sumatra Barat dalam Meningkatkan Brand Image Objek wisata di Sumatra Barat Mem-branding objek destinasi wisata dapat menggunakan nama, simbol, logo, desain, slogan, tagline, atau percampuran dari beberapa aspek agar semakin menarik wisatawan. Brand destinasi digunakan untuk memperkenalkan produk suatu serta mengkomunikasikan keunikan destinasi tersebut secara visual, sehingga memudahkan destinasi untuk menjual produknya ke pasar pariwisata. Selain itu, Brand destinasi memiliki arti yang tidak hanya sebatas slogan, tagline, logo destinasi, dan lainnya saja. Menurut Bungin (2015: 23), Brand suatu destinasi mencakup keseluruhan destinasi yang didalamnya terdapat nilai, filosofi, budaya, serta harapan masyarakat atau stakeholder di dalam destinasi tersebut.

Adaptasi nilai sebagai bagian komunikasi yang dapat digunakan untuk menyamakan pemahaman tentang pesan-pesan komunikasi, melihat komunikasi merupakan proses yang cukup tepat dalam menyampaikan makna pesan yang akan disampaikan. Komunikasi berarti membuat sama, secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan untuk dapat memahami satu dengan yang lain serta strategi yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dan memahami pesan-pesan pariwisata yang di bangun pada suatu wilayah.

## TINJAUAN LITERATUR

Pandangan Jack Trout bahwa, strategi adalah proses bertahan hidup dalam dunia kompetisi, dan membuat persepsi baik di benak konsumen, agar menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan, untuk menguasai satu kata yang sederhana dan memahami realitas pasar dengan jadi yang pertama daripada menjadi yang lebih baik (Suyanto, 2007:16). Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert Jr. (dalam Tjiptono, 2007:3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu: Pertama, perspektif apa yang ingin dirancang, sehingga didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dalam mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dalam strategi ini adalah bahwa pemegang kebijakan memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.

Perspektif yang kedua adalah perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan, sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pandangan ini diterapkan bagaimana pemimpin atau pemerintah menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan manakala dibutuhkan. Strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah mengikat semua bagian dengan menggunakan segenap sumber daya secara efektif dalam lingkungan yang berubah-ubah dengan proses keserasian dan keseimbangan. Keputusan strategis mencakup batasan bisnis, produk dan pasar yang harus dilayani, tugas-tugas yang harus dilaksanakan dan kebijakan utama yang diperlukan untuk menarik para wisatawan (Jauch dan Glueck, 1999:12- 13). Strategi memberikan jalan bagi semua orang, organisasi, kelompok, pemerintah. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat kabur atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain (Tjiptono, 2002:4). Setelah pasar disegmentasi ke dalam kelompok-kelompok pelanggan potensial dengan karakteristik dan perilaku serupa, maka strategi komunikasi dapat diimplementasikan sesuai kebutuhan pasar.

Berhasil atau tidaknya sebuah kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi sosialisasi dengan cara mengkomunikasikannya (Onong Uchjana:2003) . Pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Onong Uchjana :2004)

Jika dilihat melalui pesan pariwisata maka komunikasi pariwisata adalah pesan tentang perjalanan kesuatu daerah yang dikunjungi wisatawan untuk menikmati objek wisata ke tempat-tempat wisata. Beberapa bidang kajian utama yang dapat dikembangkan komunikasi pariwisata yang menarik antar lain yaitu : Komunikasi Pemasaran Pariwisata seperti manajemen komunikasi pariwisata, mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang

komunikasi pariwisata, supaya mengatur pemasaran pariwisata. Yang kedua adalah komunikasi transportasi pariwisata. Komunikasi transportasi ini cukup penting bagi masyarakat yang ingin berpergian lalu disediakan dalam mendukung perjalanan wisata ke berbagai tempat kunjungan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini awalnya dilakukan secara khusus di wilayah Kelurahan Mata Kando Kota Bima, lalu diarahkan secara umum agar kajian yang dilakukan lebih luas, sehingga memerlukan data-data yang lebih banyak melalui metode kepustakaan (Library research). Penulis mengumpulkan berbagai tulisan dari buku-buku, jurnal penelitian, dokumen regulasi dan media online. Selanjutnya data-data yang dikumpulkan dideskripsikan, dianalisis dan disajikan dalam bentuk narasi agar permasalahan penelitian dapat dijawab secara sistematis dan terarah. Dalam konsep metodologi penelitian komunikasi, peneliti memahami prosedur atau cara ilmiah dalam melakukan penelitian bidang komunikasi untuk menemukan hal-hal baru, membuktikan atau menguji temuan penelitian sebelumnya untuk pengembangan ilmu komunikasi. (Pujileksono, 2016:4). Istilahnya, unsur data, dan unsur prosedur analisis dan interpretasi hingga pada unsur laporan tertulis. Laporan ini dapat dikemukakan dalam jurnal ilmiah atau konferensi. (Strauss & Corbin, 2003:4-7).

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengembangan pariwisata di Matakando berupa pemenuhan sarana dan sarana oleh pemerintah setempat. Tidak hanya dilakukan secara terpisah melainkan terintegrasi dengan seluruh komponen seperti masyarakat, pemuda, serta lembaga pendidikan. Ketersediaan fasilitas memudahkan pemetaan potensi wisata di kelurahan Matakando yang dikombinasikan dengan ketersediaan bibit tanaman berupa tanaman cabai, terong, kacang panjang, timun dan pohon lain untuk meningkatkan kualitas lingkungan yang asri nyaman dan tenang. Kegiatan penghijauan juga dilakukan, untuk menyelamatkan hutan dan menjadikan hutan sebagai tempat wisata alam. Hutan wisata merupakan kawasan yang perlu dibuka untuk kepentingan pariwisata dan wisata baru.

Penataan lingkungan juga digerakan untuk membangun semangat gotong royong, melalui penataan papan jalan, pembersihan parit, pemasangan lampu jalan. Pendekatan tata ruang merupakan salah satu perangkat pengelolaan lingkungan hidup berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya lahan. Dalam perkembangannya, disadari bahwa penataan ruang merupakan perangkat pengelolaan lingkungan hidup yang utama, karena merupakan penepis pertama terhadap kegiatan pembangunan dan aktivitas manusia lainnya yang dapat berdampak terhadap lingkungan hidup.

Implementasi strategi komunikasi kebijakan pengembangan pariwisata yang dilakukan pemerintah adalah mengutamakan analisa kondisi lingkungan dan perancangan regulasi yang mendukung pengembangan pariwisata. Sesuai peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif No. 9 tahun 2021 tentang pedoman destinasi pariwisata berkelanjutan. Jika dirujuk kembali pada Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata bahwa pembangunan kepariwisataan diperlakukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Pembangunan kepariwisataan pada umumnya diarahkan sebagai sektor andalan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, memberdayakan perekonomian masyarakat, memperluas lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha. Serta meningkatkan pengenalan dan pemasaran produk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan kawasan wisata harus merupakan pengembangan yang terencana secara menyeluruh sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat baik masyarakat pada umumnya maupun masyarakat lokal pada khususnya. Sehingga ketersediaan destinasi wisata diperlukan untuk mengembangkan serta memajukan pariwisata di Kelurahan Mata Kando Kota Bima.

Kebijakan Pemerintah Daerah menetapkan wilayah Matakando sebagai salah satu wilayah yang perlu dikembangkan wisatanya. Implementasi strategi komunikasi kebijakan pariwisata merupakan bagian penting dalam menentukan keberhasilan pembangunan daerah. Oleh karenanya menjadi penting penelitian tentang implementasi strategi komunikasi suatu kebijakan untuk menjadi dasar dalam menentukan kebijakan berikutnya. Kesiapan pemerintah daerah dalam menjalankan kebijakan berdasarkan aspek implementasi dan unsur pengembangan pariwisata dapat mendukung keberhasilan pembangunan pariwisata.

Dalam mengimplementasikan kebijakan melalui strategi komunikasi pengembangan pariwisata yang dilakukan pemerintah daerah, diharapkan akan memberikan efektifitas suatu kebijakan yang telah ditetapkan. Terlebih pada kebijakan strategis atau kebijakan yang menyangkut pada masyarakat luas maka evaluasi atas implementasi strategi komunikasi sangat dibutuhkan. Keterkaitan atau sinergitas dalam implementasi kebijakan pengembangan pariwisata antara pihak pemerintah, pihak swasta (pengusaha), dan masyarakat perlu berkolaborasi, melihat bahwa pemahaman komunikasi sebagai penyampaian pesan searah dari seseorang (atau lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap muka) ataupun melalui media agar dapat berkolaborasi.

Pemahaman komunikasi dalam konsep ini, sebagai strategi komunikasi yang berorientasi pada penarikan minat komunikasi. Bahwa semua kegiatan yang secara sengaja dilakukan seseorang untuk menyampaikan rangsangan untuk membangkitkan respon orang lain dan tindakan yang disengaja untuk menyampaikan pesan demi memenuhi kebutuhan komunikator, seperti menjelaskan sesuatu sesuatu produk pariwisata kepada orang lain atau membujuk untuk melakukan sesuatu.

Berdasarkan hasil penelitian, secara umum terdapat 2 (dua) jenis strategi komunikasi kebijakan pengembangan pariwisata yang dilakukan

#### 1. Adaptasi Pengembangan Fasilitas

Pengelolaan pariwisata lokal dilakukan oleh pemerintah dan melalui swadaya masyarakat. Umumnya pengelolaan wisata secara tradisional belum memiliki fasilitas wisata yang lengkap atau memadai karena sangat berkaitan dengan kesiapan anggaran dan sumber daya manusia yang dimiliki. Ketersediaan fasilitas merupakan pelengkap dari atraksi utama wisata. Ketiadaan atau kurang baiknya kondisi fasilitas pada lokasi wisata akan menurunkan minat dari wisatawan sehingga penyediaannya pada lokasi wisata sangat penting untuk diperhatikan keberadaannya.

Fasilitas tak hanya terbatas pada ketersediaan akomodasi untuk wisatawan bermalam, namun juga ketersediaan restoran untuk kebutuhan pangan, ketersediaan transportasi lokal yang memudahkan wisatawan untuk bepergian, dan lain sebagainya. Tak hanya dari segi kuantitas, namun kualitas dari ketersediaan fasilitas juga penting untuk diperhatikan serta disesuaikan dengan kebutuhan. Kualitas prasarana dan sarana yang baik akan berbanding lurus dengantingkat kenyamanan wisatawan dalam menikmati pengalaman berwisata sehingga juga akan menaikkan citra dari lokasi wisata tersebut. Tak terbatas dalam bentuk fisik, namun amenitas juga didukung dengan faktor non fisik seperti hospitality atau keramahtamahan serta jasa.

#### 2. Implementasi kebijakan strategis

Kelurahan Matakando yang telah ditetapkan sebagai kecamatan yang berbasis pariwisata memiliki potensi wisata baik potensi wisata alami maupun potensi wisata buatan manusia. Dengan potensi yang dimiliki maka pemerintah kelurahan matakando melakukan kebijakan pengembangan pariwisata yang harus melibatkan berbagai pihak agar tujuan yang dicapai dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Strategi komunikasi ini merancang kerja sama dan pengaturan regulasi dengan aspek- aspek yang harus dipenuhi dalam pengembangan pariwisata itu sendiri. Sehingga diharapkan melalui implementasi kebijakan strategis akan mendukung aspek pemberdayaan masyarakat. Konsep good governance memberikan peluang untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat sejalan dengan peningkatan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini akan memberikan pengaruh kuat terhadap peningkatan pendapatan daerah dan lapangan kerja di daerah (Rusyidi & Fedryansah, 2019).

Wujud tanggung jawab dari pemerintah daerah dalam upaya pembangunan ataupun pelaksanaan dari otonomi daerah yang tercantum dalam UU No. 32 Tahun 2004 Tentang Pelaksanaan Otonomi Daerah. (Hendrita, 2017). Pengembangan pariwisata secara umum merupakan implementasi pengembangan pariwisata yang memiliki aspek-aspek yang harus dipenuhi baik yang dilaksanakan secara nasional maupun daerah. Aspek-aspek yang dimaksud meliputi: 1. Aspek Wisatawan; 2. Aspek Transportasi; 3. Aspek Promosi; 4. Aspek Atraksi Wisata; 5. Aspek Kuliner.

Perencanaan wilayah yang dilakukan masih bersifat vertikal sehingga dalam penentuan kebijakan mengalami ketidaksesuaian dengan kondisi demografi suatu daerah atau wilayah. Hal ini diperkuat oleh Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007, Tentang Perencanaan Tata Ruang yang melakukan penataan ruang kawasan perdesaan melalui pemerintah kecamatan. Dengan demikian data/informasi yang diperoleh akan melihat berdasarkan kesesuaian kondisi suatu daerah dengan kebijakan yang akan ditetapkan.

Hal ini juga sejalan dengan kebijakan yang dilakukan secara nasional yang menjadikan pariwisata sebagai salah satu prioritas pembangunan nasional. Sektor pariwisata memiliki dampak yang luas terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat karena memiliki banyak ikutan dalam pelaksanaannya. Hal ini menjadi dasar Pemerintah Kota Bima dalam menetapkan Kelurahan Mata Kando menjadi kecamatan yang menjalankan pembangunan yang berbasis pada pariwisata.

Tugas pembangunan yang dilakukan melalui pembangunan sarana fisik maupun nonfisik yang dilakukan baik yang dilakukan melalui program pembangunan secara nasional maupun berdasarkan program pembangunan daerah. Sedangkan program pemberdayaan merupakan program yang dilakukan dengan memanfaatkan pengenalan, penguatan, dan perlindungan terhadap potensi sumber daya masyarakat. Dalam pelaksanaannya pengembangan pariwisata terkait dengan aspek komunikasi serta berbagai aspek lainnya seperti koordinasi, dan disposisi memiliki keterkaitan erat dalam pengembangan pariwisata. Meskipun hal ini akan terkait kondisi penganggaran dan sumber daya manusia namun dalam mendukung komunikasi unit tugas di kecamatan yang menjadi perantara antara pihak pemerintah kabupaten dengan masyarakat.

Dalam konteks pembangunan kepariwisataan di Indonesia yang berkelanjutan berkaitan dengan kegiatan wisatawan yang menghasilkan pengelolaan sumber daya yang efisien dalam mencapai kebutuhan ekonomi, estetika, sosial dan menjaga integritas sistem budaya, ekologi dan keanekaragaman hayati yang esensial serta sistem kehidupan pendukung. Kebijakan pengembangan pariwisata yang harus memperhatikan potensi alam dan potensi budaya dalam arti yang luas. (Nurhadi, 2014).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang implementasi strategikomunikasi kebijakan pengembangan pariwisata di Kelurahan Mata Kando Kota Bima, dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

Implementasi kebijakan pengembangan pariwisata di kelurahan Matakando Kota Bima dirancang sesuai aspek-aspek pengembangan pariwisata yang dilakukan melalui adaptasi pengembangan fasilitas di berbagai sektor dan implementasi kebijakan pengembangan berbasis wilayah serta kebijakan pengembangan strategis. Pengembangan pariwisata sejalan dengan perencanaan suatu wilayah yang menjadi dasar dalam penetapan kebijakan terhadap suatu daerah.

Strategi pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat terkait dengan pengembangan ekonomi masyarakat, budaya lokal, pelestarian lingkungan. Menjadi dasar keberhasilan suatu program pembangunan. Dengan demikian aspek demografi atau potensi yang dimiliki suatu wilayah menjadi pertimbangan penting dalam menetapkan suatu kebijakan yang melibatkan pihak pemerintah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anselm, Strauss dan Juliet Corbin. (2003). "Dasar-dasar Penelitian Kualitatif". Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Badan Pusat Statistik Kota Bima, Jumlah Wisatawan Manca Negara dan Domestik, 2021 <https://bimakota.bps.go.id/indicator/16/448/1/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-kota-bima.html> (Diakses 25 Desember jam 12.00 Tahun 2022)
- Binahayati Rusyidi, Muhammad Fedryansah , 2018. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat
- Bungin, Burhan. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung : Citra Aditya Bakti
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya
- Jauch Lawrence R. & Glueck William F. (1989). Manajemen Dan Strategis Kebijakan Perusahaan. Jakarta: Erlangga
- Nurhadi. 2014. "Materi Kuliah Analisis Perencanaan Bisnis". Bandung
- Sugeng Pujileksono. 2016. Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. cet. Ke-2. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Suyanto, M. 2007. Marketing Strategy Top Brand Indonesia. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Ofset, Yogyakarta.
- Vivi Hendrita, 2017 Kebijakan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tanah Datar