

Peran Aktor *Pentahelix* Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Strategi Komunikasi Pariwisata Desa Wisata Edelweiss Wonokitri Kabupaten Pasuruan)

Heru Ardiansyah ¹, Siti Muyasaroh ²

^{1,2}Universitas Yudharta Pasuruan

²muyasaroh@yudharta.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran aktor *Pentahelix* dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, dengan fokus pada strategi komunikasi pariwisata di Desa Wisata Edelweiss Wonokitri, Kabupaten Pasuruan. Menggunakan komunikasi pariwisata dan metode penelitian kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara dengan key informan, termasuk Kepala Desa Wonokitri, Ketua Pokdarwis, pemilik homestay, akademisi, dan koordinator media desa. Data dianalisis menggunakan model interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata di Desa Wisata Edelweiss Wonokitri telah diterapkan dengan baik oleh berbagai pihak. Namun, meskipun setiap aktor *Pentahelix* menjalankan perannya sesuai bidangnya, kurangnya sinergi di antara mereka menjadi kelemahan yang perlu diperbaiki. Penerapan strategi komunikasi yang melibatkan kolaborasi *Pentahelix* telah berhasil memperbaiki promosi dan produk wisata, meningkatkan keterlibatan masyarakat, serta memperkuat upaya konservasi dan aksesibilitas. Hal ini tidak hanya mendukung kesejahteraan masyarakat setempat tetapi juga memastikan keberlanjutan pariwisata di desa tersebut. Penelitian ini menyoroti pentingnya sinergi antaraktor dalam strategi komunikasi untuk mencapai pengembangan pariwisata berkelanjutan yang lebih efektif di Desa Wisata Wonokitri

Kata Kunci: *Pentahelix*, Pariwisata Berkelanjutan, Komunikasi Pariwisata, Desa Wisata

Abstract. This research aims to analyze the role of *Pentahelix* actors in sustainable tourism development, focusing on tourism communication strategies in Edelweiss Wonokitri Tourism Village, Pasuruan Regency. Using Tourism Communication theory and descriptive qualitative research methods, data was collected through interviews with key informants, including the Wonokitri Village Head, Pokdarwis Chair, homestay owners, academics, and the village media coordinator. Data were analyzed using an interactive model. The results showed that tourism communication strategies in Edelweiss Wonokitri Tourism Village have been well implemented by various parties. However, although each *Pentahelix* actor performs its role according to its field, the lack of synergy between them is a weakness that needs to be improved. The implementation of communication strategies involving *Pentahelix* collaboration has successfully improved tourism promotion and products, increased community involvement, and strengthened conservation and accessibility efforts. This not only supports the welfare of the local community but also ensures the sustainability of tourism in the village. This research highlights the importance of synergy between actors in communication strategies to achieve more effective sustainable tourism development in Wonokitri Tourism Village.

Keyword: Pentahelix, Sustainable Tourism, Tourism Communication, Tourism Village.

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peran krusial dalam ekonomi global. Di Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sektor dengan potensi besar untuk memberikan kontribusi pada perekonomian nasional.¹ Setiap desa memiliki potensi untuk berkembang menjadi destinasi wisata. Jika sebuah kota memiliki tradisi dan budaya yang unik, itu bisa menjadi destinasi wisata alam karena keindahan dan keunikan alamnya. Kondisi seperti ini memungkinkan kepariwisataan untuk mengoptimalkan budaya suatu tempat dengan memanfaatkan potensi alamnya. Gun mengatakan bahwa pariwisata adalah bisnis ekonomi yang terdiri dari dua sisi: sisi permintaan (demand side) dan sisi pasokan (supply side). Dia juga mengatakan bahwa kemampuan para perencana untuk mengintegrasikan kedua sisi tersebut secara seimbang ke dalam rencana pengembangan pariwisata daerah sangat penting untuk keberhasilan.²

Desa Wisata adalah sebuah konsep pengembangan wilayah pedesaan yang menampilkan keaslian dalam hal adat istiadat, budaya sosial, arsitektur tradisional, kehidupan sehari-hari, dan tata ruang desa, yang disajikan dalam suatu kesatuan komponen pariwisata, yaitu atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung (Darsono dalam Mumtaz, 2005).³ Salah satu desa wisata yang sangat berpotensi untuk dikembangkan adalah Desa Wisata Edelweiss Wonokitri sebagai kawasan Hinterland Bromo yang menjadi akses terakhir menuju kawasan TNBTS yang memiliki potensi besar alam budaya dan adat suku tengger yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata. Desa Edelweiss Wonokitri terletak di Desa Wonokitri, Kecamatan Tosari, Kabupaten Pasuruan. Desa Wonokriti dikenal sebagai desa

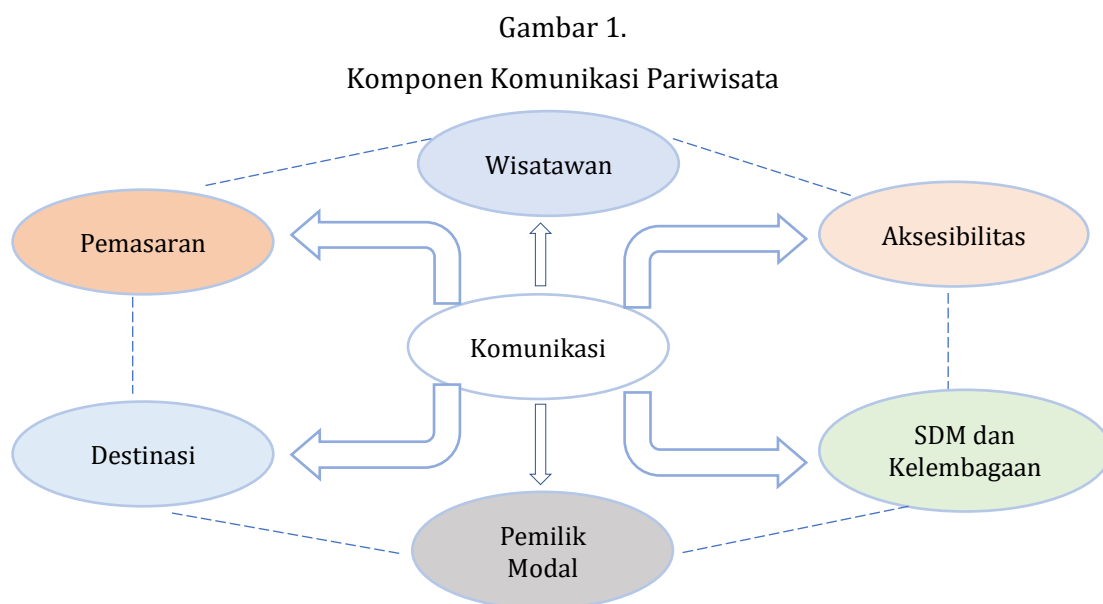
¹ Kustanto, Anto. "Pariwisata : Sebagai Salah Satu Upaya Memperoleh Devisa Bagi Pemerintah Indonesia." 2019. Qistie 12(1): 13–21.

² Rahayu, Sri, and M M Megasari. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Melalui. 2018

³ Mumtaz, Ais Tsurayya, and Mila Karmilah "Digitalisasi Wisata Di Desa Wisata." Jurnal Kajian Ruang 1(1): 1. 2022

wisata karena berpotensi menjadi destinasi wisata baru di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, dengan memanfaatkan budidaya bunga edelweiss.⁴

Dalam pengembangannya desa wisata tidak dapat berjalan sendiri diperlukan kolaborasi dengan melibatkan stakeholder terkait dengan menggunakan konsep Pentahelix. Selama ini pengembangan desa wisata masih berjalan secara polarisasi atau sendiri-sendiri. Kolaborasi Pentahelix mendukung tujuan inovasi bersama dan mendorong kemajuan sosial ekonomi daerah.⁵



Sumber: Burhan Bungin, 2015

Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal tentu memerlukan kolaborasi antara para aktor yang terlibat dalam industri pariwisata. Komunikasi pariwisata adalah proses penyampaian informasi tentang destinasi atau objek wisata kepada calon wisatawan, guna menarik minat mereka dan memotivasi keputusan untuk mengunjungi tempat tersebut dan menikmati perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lainnya⁶, oleh karena itu, penelitian ini akan

⁴ Pratiwi, Tityas Indra, Tatag Muttaqin, and Moch Chanan. 2019. "Pengembangan Desa Wisata Edelweiss Di Desa Wonokitri Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan (Resort PTN Gunung Penanjakan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru)." *Journal of Forest Science Avicennia* 2(1): (2019: 16–28)

⁵ Maturbongs, Edoardus E, and Ransta L Lekatompessy. 2020. "Kolaborasi Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Merauke." *Sumber* (2020: 81-59).

⁶ Burhan B. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. 2015

menitikberatkan pada peran aktor pentahelix dalam pengembangan pariwisata melalui strategi komunikasi pariwisata, guna menciptakan model kolaborasi pentahelix untuk meningkatkan potensi pariwisata berkelanjutan di Desa Wonokitri. Strategi Pentahelix adalah pendekatan dalam sektor pariwisata yang melibatkan elemen masyarakat serta organisasi non-profit.⁷

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif digunakan dalam studi strategi komunikasi pariwisata Desa Wisata Edelweiss Wonokitri Kabupaten Pasuruan tentang peran aktor Pentahelix dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Menurut Burhan Bungin dalam buku Komunikasi Pariwisata (Pemasaran dan Brand Destinasi), Komunikasi pariwisata memiliki sejumlah bidang kajian utama yang menarik untuk dieksplorasi lebih lanjut. Bidang-bidang ini akan terus mengalami perkembangan sejalan dengan meningkatnya kompleksitas penelitian dalam komunikasi pariwisata. Bidang-bidang tersebut meliputi komunikasi pemasaran pariwisata, brand destinasi, manajemen komunikasi pariwisata, komunikasi transportasi pariwisata, komunikasi visual pariwisata, komunikasi kelompok pariwisata, komunikasi online pariwisata, public relations and MICE, dan riset komunikasi pariwisata.

Fokus Penelitian yang akan dikaji dalam skripsi ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis peran aktor Pentahelix dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, dengan melakukan studi terhadap strategi komunikasi pariwisata yang diterapkan di Desa Wisata Edelweiss Wonokitri, Kabupaten Pasuruan. Penelitian akan mengeksplorasi bagaimana berbagai stakeholder dalam model Pentahelix, termasuk akademisi, pebisnis, komunitas, pemerintah, dan media, berinteraksi dan berkolaborasi melalui strategi komunikasi untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di desa Wonokitri. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan kunci/key informan dari berbagai unsur Pentahelix di desa Wonokitri, yaitu wakil ketua program PPK Ormawa Yudharta 2023 di desa Wonokitri pihak Pebisnis, pemilik usaha homestay, pihak Komunitas, ketua pokdarwis desa Wonokitri. pihak pemerintah, kepala desa Wonokitri. pihak Media, CO Media desa Wonokitri.

⁷ Dani Rahu, P., & Suprayitno. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. *Journal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*, 10(1), 13–24.

Penelitian ini menggunakan Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. Data yang berkaitan dengan hal-hal tertulis, seperti dokumen, arsip, catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya, dicari melalui teknik dokumentasi untuk menggali data informasi dengan aktor pentahelix di desa Wonokitri. Dalam analisis data kualitatif, data yang diperoleh berbentuk kata-kata, bukan deretan angka. Data ini dikumpulkan melalui berbagai metode seperti wawancara, ringkasan dokumen, atau rekaman audio, yang umumnya diproses terlebih dahulu sebelum digunakan. Namun, analisis kualitatif tetap berfokus pada penggunaan kata-kata yang disusun dalam teks yang lebih panjang. Analisis ini mencakup tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (B. Milles dan Huberman, 2014 dalam Sirajuddin).⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wonokitri merupakan desa terakhir yang berfungsi sebagai pintu gerbang menuju kawasan wisata alam Gunung Bromo. Sebagai desa penyangga kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, Desa Wonokitri memiliki peran penting dalam konservasi dan pelestarian lingkungan alam sekitar. Masyarakat desa ini adalah komunitas adat yang secara aktif menjalankan berbagai adat-istiadat dan budaya leluhur Tengger, mempertahankan tradisi yang kaya dan beragam. Secara ekonomi, masyarakat Desa Wonokitri sebagian besar adalah petani dengan tanaman kentang sebagai komoditas utama yang menjadi sumber penghasilan utama mereka. Keunggulan lain dari desa ini adalah statusnya sebagai Desa pertama di Indonesia yang memperoleh legalitas resmi berupa izin tangkar budidaya edelweiss dari Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA). Legalitas ini menegaskan komitmen Desa Wonokitri dalam upaya pelestarian tanaman edelweiss, yang memiliki nilai ekologis dan budaya yang tinggi.

Berdasarkan observasi dan wawancara, Desa Wonokitri memiliki potensi bernuansa kearifan lokal, seperti keindahan alam, kekayaan budaya, dan tradisi khas, yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik wisata. Potensi ini dijadikan produk pengembangan Desa Wisata Edelweiss Wonokitri.

Tabel 1

⁸ Sirajuddin Saleh. 2017. "Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung." Analisis Data Kualitatif 1: 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.

Potensi Pariwisata Desa Wonokitri

No.	Potensi Pesona Alam	Potensi Pesona Budaya	Potensi Pertanian dan UMKM
1.	Taman Bunga Edelweiss/ <i>Edelweiss Park</i>	Tradisi Upacara Yadnya Kasada	Cinderamata dan Oleh-oleh khas Bromo
2.	Kafe Edelweiss/ <i>Edelweiss Cafe</i>	Tradisi Yadnya Karo	Hasil pertanian seperti Kentang, Daun Bawang, Kubis, Dll.
3.	Penanjakan Bromo	Tradisi Unan-unan	
4.	Bukit Perahu/Kingkong	Tradisi Pujan Kesanga/Nderondong	
5.	Bukit Cinta/ <i>Love hill Sunrise view</i>	Tari Ujung	

Sumber: Arsip data PPK Ormawa Yudharta, 2024.

Pada tahun 2019, jumlah kunjungan ke Desa Wisata Wonokitri tercatat sebanyak 1.923 kunjungan. Namun, pada tahun 2020, desa wisata ini mengalami penutupan total akibat adanya pandemi COVID-19. Pasca-pandemi, pada tahun 2021 terjadi lonjakan signifikan dalam jumlah kunjungan yang mencapai 19.519 wisatawan. Kenaikan ini sebagian besar disebabkan oleh beberapa influencer media sosial yang membuat konten di sana, yang kemudian menjadi viral. Selain itu, sebuah program televisi, seperti "Laptop Si Unyil," juga sempat membuat konten di Taman Edelweiss, yang turut berkontribusi pada peningkatan popularitas desa wisata ini. Pada tahun 2022, Desa Wisata Wonokitri mengalami peningkatan kunjungan yang lebih drastis, bahkan mencapai dua kali lipat dari tahun sebelumnya dengan total 38.804 kunjungan. Tren peningkatan ini berlanjut pada tahun 2023, meskipun pihak pengelola pariwisata mengurangi upaya promosi dikarenakan keterbatasan tenaga kerja dan lahan untuk menampung banyaknya wisatawan yang berkunjung.

Tabel 2
Jumlah kunjungan desa wisata Edelweiss Wonokitri tahun 2019-2023

No.	Tahun	Jumlah pengunjung
1.	2019	1923
2.	2020	-
3.	2021	19.519

4.	2022	38.804
5.	2023	39.355
Jumlah Total Pengunjung		99.601

Sumber: Gapoktan Hulun Hyang Desa Wonokitri, Juni 2024

Untuk mengatasi tantangan ini, terutama di Taman Edelweiss, pihak desa melakukan perluasan lahan guna mengakomodasi lonjakan jumlah wisatawan, terutama pada akhir pekan. Upaya perluasan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dan kenyamanan bagi para pengunjung di masa mendatang.

Model Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan desa Wonokitri

Dalam pengembangan destinasi wisata tentunya Desa Wisata Edelweiss Wonokitri juga menggunakan konsep 4A. Konsep 4A merupakan satu konsep yang bersumber dari buku panduan pengelolaan destinasi pariwisata yang memiliki 4 komponen diantaranya, *Atraksi, Amenitas, Aksebilitas, dan Ancilillary*.⁹

Tabel 3
Metode Pengembangan 4A desa Wonokitri

No.	Metode	Kegiatan Desa Wonokitri
1.	Atraksi/ <i>Atraction</i>	Aktifitas Keseharian Masyarakat : Pertanian, pekerja swasta, dan mengelola pariwisata. Keindahan alam, adat budaya yang masih terjaga dengan baik, dan souvenir khas bromo.
2.	Amenitas/ <i>Amenity</i>	Fasilitas Wisata : Homestay, Warung Kelontong, Spot Foto Edelweiss park Fasilitas Umum : Sekolah, BUMDes, Koperasi, Puskesmas, Pasar desa, dan Pura desa. Prasarana Umum : Area parkir, Toilet umum, dan Jeep.

⁹ Tarana, Melinia Anggakesuma, and Sinta Paramita. 2021. "Komunikasi Pariwisata Kampung Kapitan Di Palembang." *Prologia* 5(2): 201.

-
- | | | |
|----|--------------------------------|---|
| 3. | <i>Akseibilitas/Accebility</i> | dapat ditempuh melalui 2 jalur, yaitu dari alun-alun pasuruan bisa ditempuh via pasrepan-puspo sekitar 40km selama 1 jam 11 menit, dan jika dari arah kota malang pintu tol purwodadi bisa via purwodadi-tutur sekitar 39km selama 1 jam 8 menit. |
| 4. | <i>Ancillary</i> | Paguyuban Jeep yang dikoordinasikan oleh Pak Dandi dan Paguyuban Homestay yang dikoordinasikan oleh Pokdarwis yang merupakan lembaga non-resmi yang diakui oleh pemerintah desa, melainkan merupakan inisiatif masyarakat setempat. Pembentukan paguyuban-paguyuban ini bertujuan untuk memfasilitasi koordinasi dan kerjasama antarwarga dalam rangka meningkatkan efektivitas pengelolaan kegiatan pariwisata di Desa Wonokitri |
-

Sumber: Penulis atau Peneliti, 2024

Proses Collaborative Governance yang melibatkan beberapa pihak, seperti pemerintah desa, Pokdarwis, kelompok tani Hulun Hyang, dan BUMDes, memainkan peran penting dalam pengembangan desa wisata Edelweiss Wonokitri. Kolaborasi ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi desa dengan mengintegrasikan berbagai sumber daya dan keahlian dari setiap pihak yang terlibat, sehingga dapat menciptakan destinasi wisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat setempat. Penerapan Proses Collaborative Governance dalam pengembangan desa wisata Edelweiss Wonokitri sebagai berikut.

1. Network Structure (Struktur Jaringan)

Tata kelola jaringan membuka jalan bagi intervensi terkoordinasi di luar pemerintahan, menghindari hierarki untuk mencegah inefisiensi. Struktur jaringan di desa wisata harus minimal dan egaliter, memastikan kesetaraan dalam tanggung jawab, kewajiban, peluang, akses, dan wewenang.

Kolaborasi dalam pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Edelweiss Wonokitri tidak berhierarki, hanya berdasarkan kesepakatan tanpa batasan struktur organisasi. Kerja sama melibatkan Pemerintah Desa Wonokitri, Pokdarwis Wonokitri, dan kelompok tani Hulun Hyang Wonokitri. Sejak pembentukan desa wisata pada 2018, Dinas Pariwisata Kabupaten Pasuruan dan TNBTS memberikan pendampingan. Namun, sejak 2020, kolaborasi dijalankan

mandiri oleh TNBTS, Pemerintah Desa Wonokitri, Pokdarwis, dan kelompok tani sesuai tugas pokok masing-masing tanpa perjanjian tertulis.

TNBTS mendampingi kelompok tani Hulun Hyang dalam budidaya Bunga Edelweiss, sedangkan Pemerintah Desa dan Pokdarwis mengakomodir kelompok tani dalam struktur BUMDes. Kolaborasi dengan Dinas Pariwisata harus berkelanjutan, termasuk pelatihan dan promosi, agar pengelolaan Desa Wisata Wonokitri lebih optimal.

2. *Trust Building (Membangun Kepercayaan)*

Membangun kepercayaan adalah proses penting dalam hubungan profesional dan sosial, di mana semua pihak harus saling percaya untuk mencapai tujuan bersama. Kepercayaan ini sangat penting bagi instansi pemerintah seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Pasuruan, TNBTS, Pemerintah Desa Wonokitri, Pokdarwis Wonokitri, dan kelompok tani Hulun Hyang Wonokitri.

Kepercayaan merupakan prasyarat utama untuk kolaborasi yang kuat, membutuhkan waktu dan komitmen jangka panjang. Hubungan yang saling percaya memungkinkan fokus pada kepentingan bersama dalam pengembangan dan tata kelola Desa Wisata Edelweiss Wonokitri. Komunikasi yang intensif menjadi kunci untuk memperkuat rasa saling percaya antar aktor.

Dalam pengembangan dan tata kelola Desa Wisata Wonokitri, semua pihak menjaga komunikasi secara berkala dan mempunyai tujuan yang sama. Kepercayaan ini dilandasi oleh konsistensi peran masing-masing aktor, serta ketergantungan pada informasi dan data dari tiap pihak. Hubungan pribadi yang baik dijaga karena mereka memahami pentingnya peran saling bergantung untuk mencapai tujuan bersama.

3. *Commitment to Process (Komitmen bersama)*

Kerja sama antar pemangku kepentingan dalam pengembangan Desa Wisata Edelweiss Wonokitri tidak selalu didasarkan pada kesamaan tujuan, visi, dan misi. Peneliti menemukan bahwa tidak semua aktor berkomitmen penuh terhadap tujuan bersama, yang dapat memicu konflik internal. Evaluasi bersama atas proses dan hasil pengelolaan desa berdasarkan agenda rutin yang disepakati diperlukan untuk mencapai tujuan kolaborasi.

Meskipun tidak ada komitmen tertulis, komunikasi rutin antar aktor memberikan dampak signifikan. Kurangnya pendampingan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pasuruan menjadi kendala. Pemerintah Desa menyediakan lahan untuk dikelola oleh Kelompok Tani

Hulun Hyang, yang dibina oleh Pokdarwis dan termasuk dalam unit BUMDes Wonokitri. Pengelolaan meliputi budidaya Bunga Edelweiss, pengelolaan kafe, dan lahan parkir, dengan bibit bunga dari Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS).

4. *Information Sharing (Penyampaian Informasi)*

Pertukaran informasi dilakukan antar pihak yang terlibat dalam pengelolaan Desa Wisata Wonokitri. Semua pemangku kepentingan saling melengkapi informasi, meskipun sayangnya tidak semua proses pengembangan dapat diakses oleh semua pihak. Keyakinan terhadap informasi dari pihak lain dan kerja sama saling mendukung tetap terjaga.

Kerja sama dalam wisata edukasi taman bunga Edelweiss mempermudah akses informasi. Forum komunikasi melibatkan Pemerintah Desa Wonokitri, Pokdarwis Wonokitri, dan kelompok tani Hulun Hyang, dengan musyawarah setiap 3-6 bulan untuk mengatasi hambatan. Komunikasi juga terjalin baik dalam paguyuban petani Edelweiss di kelompok tani Hulun Hyang. Namun, sejak 2020, pembinaan dan pelatihan rutin oleh Dinas Pariwisata sudah tidak dilakukan, sehingga kendala hanya dibahas internal di desa. Pembinaan kelompok tani Hulun Hyang dilakukan oleh TNBTS. Meskipun demikian, information sharing dan pertemuan masih berjalan antar aktor yang terlibat.

5. *Access to Resource (Akses Terhadap Sumber Daya)*

Ketersediaan sumber daya manusia, anggaran, infrastruktur, dan sumber daya lainnya sangat penting untuk mencapai tujuan jaringan. Kebijakan bisa dijalankan dengan dukungan sumber daya tersebut. Sumber daya untuk pengembangan Desa Wisata Wonokitri telah dipersiapkan dengan baik, berkat partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola taman bunga edelweiss dan kesadaran wisata. Ini juga membantu meningkatkan ekonomi lokal.

Harus ada kejelasan dan ketersediaan sumber daya bagi semua stakeholders yang terlibat. Meskipun sumber daya yang ada sudah cukup, seperti dukungan anggaran dari pemerintah desa pada tahun 2020 sebesar Rp. 300.000.000 untuk fasilitas wisata, Kelompok Tani Hulun Hyang belum mendapatkan bantuan permodalan untuk budidaya bunga edelweiss. Jadi, tidak semua sumber daya bisa diakses oleh semua pihak yang terlibat dalam kolaborasi.

Menurut Burhan Bungin, terdapat beberapa bidang utama dalam komunikasi pariwisata yang dapat dikembangkan menjadi berbagai kajian menarik. Bidang-bidang kajian ini akan terus berkembang di masa depan seiring dengan meningkatnya kompleksitas dalam

studi komunikasi pariwisata.¹⁰ Peneliti akan membahas peran aktor Pentahelix dalam konteks strategi Komunikasi Pariwisata di Desa Wisata Edelweiss Wonokitri berdasarkan bidang kajian menurut Burhan Bungin.

A. Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wonokitri

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata, atau sering disebut TCM, mempelajari secara menyeluruh dalam konteks komunikasi pemasaran. Untuk memaksimalkan potensi pariwisata, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Dalam konteks komunikasi pemasaran pariwisata di Desa Wonokitri, Setiap aktor memiliki peran dan kontribusi yang unik dalam mempromosikan potensi pariwisata Desa Wonokitri. Melalui sinergi di antara kelima elemen ini, strategi komunikasi pemasaran dapat dikembangkan secara efektif.

1. Peran Akademisi dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wonokitri

Akademisi berkontribusi melalui berbagai kegiatan, seperti melakukan penelitian pasar dan analisis SWOT untuk memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan serta tantangan yang dihadapi. Mahasiswa juga mengadakan workshop dan pelatihan untuk masyarakat lokal mengenai prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dan pemanfaatan teknologi digital. pelaksanaan program capacity building yang berfokus pada pendampingan pariwisata terintegrasi melalui penguatan komunikasi pariwisata dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di Desa Wonokitri. keterlibatan mahasiswa, komunikasi pemasaran pariwisata di Desa Wisata Wonokitri menjadi lebih terarah, efektif, dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat desa.

2. Peran Pebisnis dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wonokitri

Peran Pebisnis dalam komunikasi pemasaran pariwisata sangat penting untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Wonokitri. Sebagai pemilik homestay, Pak Sukur Jaya dapat memanfaatkan posisinya untuk mempromosikan desa dengan cara yang menarik. Dia bisa berperan dalam menyampaikan keunikan dan keindahan lokal langsung kepada pengunjung.

3. Peran Komunitas dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wonokitri

¹⁰ Tarana, Melinia Anggakesuma, and Sinta Paramita. "Komunikasi Pariwisata Kampung Kapitan Di Palembang." *Prologia* 5(2): (2021: h.201)

Pokdarwis berfungsi mengelola dan mempromosikan pariwisata desa dengan melibatkan masyarakat lokal. Hasilnya Desa Wisata Edelweiss Wonokitri telah menjalin kerja sama strategis dengan Bank Indonesia untuk memperkuat posisi dan promosi pariwisata desa tersebut.

4. Peran Pemerintah dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wonokitri

Kebijakan inovasi pemerintah dan kerja sama antara pemerintah serta sektor swasta juga termasuk dalam hal ini. Selain itu, pemerintah juga bertanggung jawab untuk mengatur pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan potensi desa.¹¹ Pak Wirya selaku kepala desa Wonokitri menjelaskan bahwa peran pemerintah desa dalam pemasaran pariwisata terfokus pada dua hal utama: memfasilitasi kebutuhan dan memberikan dana untuk keperluan pemasaran. pemerintah desa tidak terlibat langsung dalam strategi pemasaran atau pelaksanaan kegiatan promosi, tetapi berperan penting dalam menyediakan dukungan finansial dan logistik yang diperlukan untuk memastikan keberhasilan upaya pemasaran pariwisata di desa.

5. Peran Media dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Desa Wonokitri

Tim media fokus pada pembuatan dan distribusi konten menarik melalui media sosial, website desa, dan materi cetak, serta menyampaikan pesan tentang keunikan desa dan upaya pariwisata berkelanjutan. Saudara Putra juga memberikan wawasan mendalam tentang desa dan budaya lokal, meningkatkan kredibilitas konten. Selain itu, tim ini berkolaborasi dengan komunitas dan stakeholder untuk mengumpulkan cerita dan testimoni yang positif.

B. Brand Destinasi Desa Wonokitri

Brand destinasi merupakan studi tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, di mana brand destinasi berfungsi sebagai media dan pesan itu sendiri dalam konteks serta proses komunikasi pemasaran secara umum, terutama dalam pemasaran pariwisata. Dalam konteks brand destinasi di Desa Wonokitri, peran aktor pentahelix sangatlah krusial. Pentahelix berkontribusi dalam menciptakan dan mengembangkan merek destinasi yang menarik dan berkelanjutan. Kolaborasi ini memastikan bahwa berbagai perspektif dan keahlian diintegrasikan, sehingga menghasilkan strategi branding yang komprehensif dan efektif.

¹¹ Setya Yunas, N. *Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur*. *Matra Pembaruan*, 3(1), (2019: 37–46).

1. Peran Akademisi dalam Brand Destinasi Desa Wonokitri

Akademisi dalam pengembangan brand destinasi sangat penting di Desa Wisata Wonokitri. Akademisi dapat memberikan kontribusi melalui penelitian mendalam tentang karakteristik desa dan pengembangan strategi branding yang efektif. Sofyan memanfaatkan pengetahuan akademis untuk merancang brand yang mencerminkan keunikan budaya dan alam desa, memastikan kesesuaiannya dengan prinsip pariwisata berkelanjutan.

2. Peran Pebisnis dalam Brand Destinasi Desa Wonokitri

Pak Sukur Jaya memperkuat citra desa dengan menonjolkan budaya dan keindahan lokal melalui homestay, serta memanfaatkan media sosial dan ulasan tamu untuk promosi. Pak Sukur juga menjalin kemitraan dengan pelaku usaha dan pemerintah lokal, serta mendidik wisatawan dan masyarakat tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan. Dengan peran aktifnya, brand destinasi Desa Wisata Wonokitri dapat diperkuat dan pengembangan pariwisata berkelanjutan terwujud.

3. Peran Komunitas dalam Brand Destinasi Desa Wonokitri

Komunitas membantu dengan menyampaikan cerita lokal unik, seperti budaya dan keindahan alam desa, dan berperan aktif dalam program pariwisata berkelanjutan, termasuk pengelolaan sumber daya, promosi ekowisata, dan pelatihan ramah lingkungan. Kolaborasi dengan berbagai stakeholder, termasuk pemerintah dan pelaku usaha, juga penting. Dengan keterlibatan aktif komunitas dan bimbingan Pak Puja, Desa Wonokitri dapat memperkuat brand destinasi, meningkatkan daya tarik wisata, dan mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan.

4. Peran Pemerintah dalam Brand Destinasi Desa Wonokitri

Pak Wirya memimpin visi dan strategi pengembangan desa, menentukan identitas brand yang menonjolkan budaya, alam, dan keunikan desa. Dia juga memfasilitasi kolaborasi antara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah daerah untuk memastikan pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

5. Peran Media dalam Brand Destinasi Desa Wonokitri

Putra bertanggung jawab untuk membangun dan memperkuat citra brand desa dengan menyebarkan informasi tentang keunikan dan atraksi desa. Salah satu daya tarik utama desa adalah Taman Konservasi Bunga Edelweiss, simbol khas desa yang juga memberi nama Desa Wisata Edelweiss Wonokitri. Lokasi desa yang dekat dengan Penanjakan Bromo

menambah daya tariknya bagi wisatawan yang ingin menikmati pemandangan matahari terbit spektakuler.

C. Manajemen Komunikasi Pariwisata Desa Wonokitri

Penelitian ini membahas penerapan manajemen di sektor komunikasi pariwisata, termasuk pengelolaan pemasaran pariwisata, pengelolaan destinasi, pengelolaan aksesibilitas, serta pengelolaan sumber daya manusia dan kelembagaan pariwisata. Kajian ini juga mengeksplorasi peran kepemimpinan, pengaturan personel, pengelolaan anggaran, serta pengelolaan alat dan media komunikasi pariwisata. Selain itu, fokus penting lainnya adalah bagaimana mengelola berbagai saluran media yang digunakan dalam komunikasi pariwisata.

1. Peran Akademisi dalam Manajemen Komunikasi Pariwisata Desa Wonokitri

Sofyan sebagai Wakil Ketua Mahasiswa Program PPK Ormawa, meliputi analisis potensi dan tantangan pariwisata, serta penyusunan strategi komunikasi yang efektif. Akademisi membantu dalam pengembangan materi promosi, branding, dan penggunaan teknologi digital untuk menarik wisatawan. Mereka juga memberikan pelatihan tentang praktik pariwisata berkelanjutan dan membantu dalam evaluasi untuk memastikan manfaat jangka panjang bagi komunitas desa.

2. Peran Pebisnis dalam Manajemen Komunikasi Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Sukur memanfaatkan pengalaman dan wawasannya untuk mengelola komunikasi efektif antara wisatawan dan layanan lokal, serta memberikan pengalaman otentik yang membangun citra positif desa. Pak Sukur Jaya juga berperan sebagai penghubung antara masyarakat lokal dan wisatawan, mengembangkan paket wisata, mempromosikan desa melalui media sosial dan platform digital, serta menjalin kemitraan dengan pelaku industri pariwisata.

3. Peran Komunitas dalam Manajemen Komunikasi Pariwisata Desa Wonokitri

Salah satu bentuk manajemen komunikasi yang diterapkan adalah melalui penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Strategi ini dikoordinasikan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Kelompok tani Hulun Hyang yang bertindak sebagai pihak resmi dalam mengelola konten promosi. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk promosi sangat efektif karena menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Pokdarwis mengarahkan dan mengontrol kualitas konten serta berinteraksi langsung dengan audiens untuk menjawab pertanyaan dan memberikan informasi tambahan.

4. *Peran Pemerintah dalam Manajemen Komunikasi Pariwisata Desa Wonokitri*

Pak Wirya memimpin pengembangan strategi komunikasi untuk mempromosikan potensi pariwisata desa, berkoordinasi dengan stakeholder, dan memastikan promosi yang konsisten. Pemerintah juga mengembangkan infrastruktur, menerapkan praktik ramah lingkungan, dan memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal.

5. *Peran Media dalam Manajemen Komunikasi Pariwisata Desa Wonokitri*

Putra memanfaatkan berbagai platform digital media sosial, dan website untuk mempromosikan keunikan desa melalui konten menarik seperti artikel, video, dan foto. Putra juga berkolaborasi dengan influencer dan media massa untuk menjangkau audiens lebih luas serta mengadakan workshop bagi masyarakat lokal tentang komunikasi pariwisata dan teknologi digital.

D. Komunikasi Transportasi Pariwisata Desa Wonokitri

Masyarakat pariwisata membutuhkan informasi terkait aksesibilitas destinasi wisata. Karena itu, informasi tentang cara mendapatkan transportasi ke tempat wisata adalah salah satu yang paling penting. Fokus penelitian komunikasi pariwisata ini adalah jenis media atau kanal yang digunakan untuk menyebarkan informasi tentang transportasi pariwisata, bagaimana informasi tersebut.

1. *Peran Akademisi dalam Komunikasi Transportasi Pariwisata Desa Wonokitri*

Akademisi dapat melakukan penelitian untuk memahami kebutuhan wisatawan dan menganalisis infrastruktur transportasi.

2. *Peran Pebisnis dalam Komunikasi Transportasi Pariwisata Desa Wonokitri*

Pak Sukur selaku pebisnis memiliki peran penting dalam komunikasi transportasi pariwisata dengan bermitra dengan asosiasi jeep setempat. Melalui kemitraan ini, Pak Sukur menawarkan paket lengkap yang menggabungkan akomodasi di homestay dengan layanan tur menggunakan jeep.

3. *Peran Komunitas dalam Komunikasi Transportasi Pariwisata Desa Wonokitri*

Ketua Pokdarwis menjelaskan bagaimana asosiasi jeep desa memberikan informasi terkait aksesibilitas transportasi bagi wisatawan. Asosiasi ini menyediakan layanan transportasi yang nyaman dan aman, serta menyampaikan informasi penting mengenai rute perjalanan dan kondisi jalan. Komunitas juga mempromosikan aksesibilitas transportasi dan

bekerja sama dengan pemerintah desa serta pihak terkait untuk menciptakan sistem transportasi yang efisien dan mendukung pariwisata berkelanjutan.

4. Peran Pemerintah dalam Komunikasi Transportasi Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Wirya merancang dan menerapkan kebijakan transportasi yang mendukung akses dan kenyamanan wisatawan, termasuk memperbaiki infrastruktur jalan, dan menyediakan transportasi umum yang efisien. Ia juga memfasilitasi komunikasi antara masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah daerah.

5. Peran Akademisi dalam Komunikasi Transportasi Pariwisata Desa Wonokitri

Media mengedukasi publik tentang opsi transportasi yang mendukung prinsip pariwisata berkelanjutan. Mereka mempromosikan sistem transportasi yang ramah lingkungan dan efisien, serta menyediakan informasi tentang rute, jadwal, dan akses ke atraksi wisata. Melalui artikel, video, dan infografis. Selain itu, media bekerja sama dengan pemerintah lokal dan penyedia layanan transportasi untuk menyinkronkan promosi dan strategi pemasaran pariwisata, mendukung sistem transportasi yang berkelanjutan di Desa Wonokitri.

E. Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Bidang komunikasi visual pariwisata merupakan salah satu area desain grafis yang sangat menantang dalam industri pariwisata. Oleh karena itu, bidang ini diprediksi akan terus berkembang di masa depan, dengan fokus penelitian pada kreativitas, usaha, seni, dan kebebasan berkreasi. Souvenir, cenderamata, dan oleh-oleh yang memiliki ikon lokal yang khas dan berfungsi sebagai merek pariwisata digunakan dalam komunikasi visual pariwisata.

1. Peran Akademisi dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Peran akademisi dalam komunikasi visual pariwisata untuk pengembangan berkelanjutan mencakup beberapa aspek penting. Akademisi memberikan pendampingan rutin kepada masyarakat, terutama anggota Pokdarwis dan tim media desa. Mereka mengadakan pelatihan desain konten seperti poster, artikel, dan infografis menggunakan aplikasi Canva yang efisien dan mudah digunakan.

2. Peran Pebisnis dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Sukur Jaya menjelaskan bahwa ia menggunakan foto dan video berkualitas tinggi untuk menampilkan keindahan homestay dan sekitarnya. Foto dan video ini dikemas dalam konten khusus dan dimasukkan ke dalam paket wisata yang telah dirancang oleh mahasiswa pengabdian dan Pokdarwis. Konten visual tersebut tidak hanya mempromosikan homestay,

tetapi juga menyinergikan informasi yang diberikan oleh Pokdarwis kepada wisatawan. Kolaborasi antara Pak Sukur Jaya, mahasiswa pengabdian, dan Pokdarwis ini memastikan bahwa promosi homestay dilakukan secara efektif dan menyeluruh, memberikan gambaran yang menarik dan informatif kepada calon wisatawan.

3. Peran Komunitas dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Puja dan anggota Pokdarwis memanfaatkan media visual seperti brosur, poster, video promosi, dan materi digital lainnya untuk memperkenalkan dan mempromosikan keunikan desa. disini pokdarwis berkolaborasi dengan para mahasiswa yang melakukan pendampingan rutin dengan melakukan pelatihan yang intens untuk membuat konten yang berkualitas. Pokdarwis juga berkolaborasi dengan kelompok tani Hulun Hyang dalam mengelola konten visual terkait wisata-wisata desa yang menggambarkan upaya konservasi bunga edelweiss dan budaya lokal serta manfaat pariwisata berkelanjutan bagi masyarakat.

4. Peran Pemerintah dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pemerintah bertanggung jawab mengembangkan strategi komunikasi visual yang efektif, mencakup pembuatan materi promosi seperti poster, brosur, signage, dan video yang menampilkan keunikan desa. Pemerintah juga memfasilitasi pembuatan konten visual yang menggambarkan atraksi wisata, budaya lokal, dan pengalaman desa. Pak Wirya Aditya memastikan komunikasi visual selaras dengan visi dan misi desa serta aspek keberlanjutan. Dukungan pemerintah mencakup penyediaan anggaran, sumber daya, dan kemitraan untuk merealisasikan strategi ini, meningkatkan daya tarik wisatawan, dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya keberlanjutan.

5. Peran Media dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Putra memanfaatkan berbagai platform media untuk mempromosikan keindahan desa melalui video, foto, dan materi grafis yang menonjolkan atraksi wisata, budaya lokal, dan alam desa. Selain itu, media yang dikelola Putra juga berfungsi sebagai sarana edukasi mengenai praktik pariwisata terkait konservasi bunga edelweiss dan keterlibatan masyarakat dalam pelestarian bunga tersebut.

F. Komunikasi Kelompok Pariwisata Desa Wonokitri

Komunikasi dalam kelompok pariwisata tergantung pada kemampuan setiap individu yang terlibat, termasuk pemilik destinasi, pengelola lokasi, serta pramuwisata dan pemandu wisata. Karena pariwisata bukanlah bisnis perorangan, komunikasi yang efektif sangatlah

krusial. Selain itu, topik penting dalam penelitian ini mencakup pengorganisasian acara, dinamika kelompok, kemampuan berbicara, serta penguasaan sejarah destinasi dan lokasi wisata.

1. Peran Akademisi dalam Komunikasi Kelompok Pariwisata Desa Wonokitri

Akademisi berfungsi sebagai jembatan antara teori dan praktik, memberikan panduan berbasis penelitian untuk mengoptimalkan strategi komunikasi. akademisi juga membantu merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang efektif, termasuk pengembangan materi promosi, penggunaan media sosial, dan edukasi tentang praktik pemasaran berkelanjutan.

2. Peran Pebisnis dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Sukur berkontribusi dengan berbagi pengalaman tentang pengelolaan homestay ramah lingkungan dan mendukung komunikasi antara masyarakat, pemerintah, dan wisatawan. koordinasi dengan pokdarwis juga mendukung dalam mempromosikan homestay lewat paket wisata yang ada.

3. Peran Komunitas dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Ketua Pokdarwis, memimpin komunitas dalam merancang strategi komunikasi efektif untuk promosi desa. Ia membangun kolaborasi antara pengelola, masyarakat lokal, dan wisatawan, serta memfasilitasi pertemuan rutin untuk menyamakan visi pengembangan berkelanjutan.

4. Peran Pemerintah dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pemerintah desa bertanggung jawab merancang dan menerapkan kebijakan yang mendukung pariwisata berkelanjutan, memastikan kegiatan wisata bermanfaat bagi masyarakat lokal, dan bertindak sebagai penghubung antara kelompok pariwisata, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Mereka memfasilitasi komunikasi dan koordinasi untuk menyatukan visi dan strategi pariwisata, serta memberikan dukungan berupa regulasi, infrastruktur, dan pelatihan. Dengan peran aktif dalam komunikasi dan kolaborasi, pemerintah desa membantu membangun kesadaran tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan, mendorong partisipasi masyarakat, dan memastikan pengembangan pariwisata memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang berkelanjutan bagi Desa Wisata Wonokitri.

5. Peran Media dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Putra memanfaatkan media untuk memperkuat komunikasi antara kelompok pariwisata dan masyarakat lokal serta calon wisatawan. Media berfungsi sebagai jembatan untuk menyampaikan informasi mengenai seputar konservasi bunga edelweiss, informasi terkait wisata, bahkan budaya lokal. Selain itu, Putra mengedukasi masyarakat dan pelaku pariwisata tentang manfaat dan teknik pemasaran yang efektif.

G. Komunikasi Online Pariwisata Desa Wonokitri

Saat ini, media online memiliki lima kemampuan utama: menyimpan (upload) informasi, mengolah data, berkomunikasi, dan mendistribusikan data. Oleh karena itu, kelima kemampuan media online ini dianalisis dalam konteks komunikasi pariwisata. Analisis ini juga mencakup pembahasan tentang media baru, media online baru, diversifikasi media, metafora media, semiotika media, serta media virtual yang dapat diterapkan dalam komunikasi pariwisata.

1. Peran Akademisi dalam Komunikasi Online Pariwisata Desa Wonokitri

Akademisi dapat menjembatani teori dan praktik dalam komunikasi digital, merancang strategi komunikasi online yang efektif, menciptakan konten menarik, dan menggunakan berbagai platform digital untuk mempromosikan desa wisata. Melalui riset dan analisis, mereka memahami audiens target dan menyusun pesan yang sesuai. Sofyan juga dapat memimpin pelatihan masyarakat lokal tentang penggunaan alat digital dan teknik pemasaran online, serta mendukung pengembangan website desa dan media sosial.

2. Peran Pebisnis dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Sukur dapat memanfaatkan media sosial, website, dan platform pemesanan online untuk mempromosikan homestay dan desa wisata. Ia juga dapat berbagi informasi tentang praktik berkelanjutan di homestay. Selain itu, Pak Sukur bisa berkolaborasi dengan komunitas lokal dan stakeholder untuk mempromosikan wisata-wisata desa, budaya lokal, dan kegiatan ekowisata.

3. Peran Komunitas dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Puja memimpin Pokdarwis dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi online yang efektif, termasuk pengelolaan media sosial dan website desa untuk mempromosikan atraksi dan keunikan desa. Pak Puja memastikan konten yang dipublikasikan menonjolkan keberlanjutan, seperti praktik konservasi bunga edelweiss dan pelestarian budaya lokal. Ia juga memfasilitasi pelatihan teknologi digital dan pemasaran online untuk

masyarakat yang bekerja sama dengan akademisi, serta melibatkan mereka dalam pembuatan konten yang menarik dan informatif.

4. Peran Pemerintah dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Pak Wirya memimpin pengembangan strategi komunikasi online, serta mengkoordinasikan upaya pemerintah untuk menyediakan fasilitas, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat dalam mengelola komunikasi online.

5. Peran Media dalam Komunikasi Visual Pariwisata Desa Wonokitri

Putra bertanggung jawab menciptakan dan mengelola konten yang menonjolkan keunikan dan daya tarik Desa Wisata Wonokitri. Dengan memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, Putra fokus pada pembuatan konten yang tidak hanya promosi tetapi juga informatif, guna menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan kesadaran tentang keberlanjutan desa. Konten-konten ini disertai dengan caption yang informatif dan hashtags relevan yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens.

H. Public Relations & MICE

Salah satu aspek yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata adalah hubungan masyarakat (PR). Hal ini disebabkan oleh peran penting PR dalam mengelola berbagai program MICE, mulai dari perencanaan dan perumusan program, eksplorasi sumber daya keuangan, sponsorship, pemasaran, akomodasi, hingga pelaksanaan, evaluasi, dan perencanaan acara MICE berikutnya. MICE sendiri adalah singkatan dari Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions. Sektor MICE adalah bagian dari pariwisata yang berfokus pada acara dan kegiatan bisnis, sehingga konsumennya adalah para pebisnis, bukan wisatawan.

1. Peran Akademisi dalam Public Relations & MICE Desa Wonokitri

Dalam PR, Sofyan dapat merancang strategi komunikasi untuk membangun citra positif desa dan mengelola hubungan dengan media. Dalam MICE, ia dapat merencanakan dan menyelenggarakan acara seperti konferensi dan seminar yang berfokus pada pariwisata berkelanjutan, serta memfasilitasi kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan

2. Peran Pebisnis dalam Public Relations & MICE Desa Wonokitri

Dalam PR, Pak Sukur membangun citra positif desa melalui hubungan dengan media dan promosi cerita sukses desa. Dalam MICE, Pak Sukur Jaya menawarkan fasilitas homestay untuk acara seperti konferensi dan seminar, serta berkolaborasi dengan penyelenggara dan pemerintah untuk mengembangkan paket wisata menarik.

3. *Peran Komunitas dalam Public Relations & MICE Desa Wonokitri*

Desa Wisata Edelweiss Wonokitri telah menunjukkan potensi besar dalam Public Relations dan MICE berkat kolaborasi antara Pokdarwis, Gapoktan Hulun Hyang, dan Bank Indonesia. Inisiatif ini dimulai dengan acara pembibitan bunga edelweiss yang memperkenalkan tanaman ikonik dan meningkatkan kesadaran pariwisata lokal.

4. *Peran Pemerintah dalam Public Relations & MICE Desa Wonokitri*

Pak Wirya Aditya memimpin strategi PR untuk meningkatkan citra desa melalui media sosial dan saluran komunikasi lainnya, serta mengorganisir dan mempromosikan acara MICE untuk menarik pengunjung dan pelaku industri. Pemerintah desa juga bertanggung jawab menyediakan infrastruktur yang diperlukan dan menjalin kemitraan dengan berbagai pihak.

5. *Peran Media dalam Public Relations & MICE Desa Wonokitri*

Dalam PR, Putra mengelola komunikasi eksternal untuk memperkenalkan keunikan desa melalui artikel dan press release, yang meningkatkan visibilitas dan daya tarik desa. Dalam MICE, Putra mempromosikan desa untuk konferensi dan acara korporat, menyoroti fasilitas dan keindahan alam desa.

PENUTUP

Simpulan

Desa Wonokitri sebagai pintu gerbang menuju Gunung Bromo dan penyangga Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, berperan penting dalam konservasi lingkungan dan pelestarian budaya Tengger. Mayoritas warganya adalah petani kentang yang aktif menjaga tradisi leluhur. Desa ini juga menjadi yang pertama di Indonesia dengan izin resmi budidaya edelweiss dari BKSDA. Keindahan alam, budaya, dan tradisi khasnya menjadikan Desa Wonokitri destinasi wisata yang mendukung kesejahteraan masyarakat sambil menjaga kelestarian lingkungan.

Desa Wisata Wonokitri juga telah berkembang sebagai destinasi pariwisata dengan menerapkan model 4A: *atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan ancillary*. Atraksi utamanya adalah keindahan Taman Konservasi Edelweiss dan budaya lokal yang turun-temurun. Desa ini menyediakan amenitas seperti akomodasi dan layanan wisata yang nyaman, serta aksesibilitas melalui dua jalur. Dukungan ancillary datang dari Paguyuban Jeep, dikoordinasikan oleh Pak Dandi, dan Paguyuban Homestay, dikelola oleh Pokdarwis, yang merupakan inisiatif masyarakat untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan pariwisata.

Dalam konteks strategi komunikasi pariwisata berdasarkan teori Burhan Bungin, Desa Wonokitri telah berhasil mengimplementasikan beberapa elemen penting dengan melibatkan peran aktor pentahelix, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, komunitas, dan media. Kolaborasi ini telah memperkuat promosi dan pengelolaan pariwisata di desa, meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata. Keberhasilan ini mencerminkan sinergi yang efektif antaraktor dalam mendorong pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Desa Wonokitri.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhan B. Komunikasi Pariwisata (*Tourism Communication*): Pemasaran dan Brand Destinasi. 2015.
- Brand Destinasi. Kustanto, Anto. 2019. "Pariwisata : Sebagai Salah Satu Upaya Memperoleh Devisa Bagi Pemerintah Indonesia." *Qistie* 12(1): 13–21.
- Dani Rahu, P., & Suprayitno. (2021). *Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya*. *Journal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*, 10(1), 13–24.
- Maturbongs, Edoardus E, and Ransta L Lekatompessy. 2020. "Kolaborasi Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kabupaten Merauke." *Sumber* 81: 59.
- Mumtaz, Ais Tsurayya, and Mila Karmilah. "Digitalisasi Wisata Di Desa Wisata." *Jurnal Kajian Ruang* 1(1): 2022.
- Pratiwi, Tityas Indra, Tatag Muttaqin, and Moch Chanan. "Pengembangan Desa Wisata Edelweiss Di Desa Wonokitri Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan (Resort PTN Gunung Penanjakan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru)." *Journal of Forest Science Avicennia* 2(1): 2019
- Rahayu, Sri, and M M Megasari. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan*. 2018
- Setya Yunas, N. *Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur*. *Matra Pembaruan*, 3(1), (2019: 37–46).
- Sirajuddin Saleh. 2017. "Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung." Analisis Data Kualitatif 1: 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.
- Tarana, Melinia Anggakesuma, and Sinta Paramita. 2021. "Komunikasi Pariwisata Kampung Kapitan Di Palembang." *Prologia* 5(2): 201.