



Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Destinasi Wisata Premium Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Labuan Bajo

Henny Lestari Lusiana Lada

Universitas Nusa Cendana, Indonesia

 hennylada@gmail.com

Abstract

Labuan Bajo is a tourist destination that is already known internationally. The uniqueness of Labuan Bajo lies in its natural panorama and marine tourism. This makes Labuan Bajo a super priority destination for the development of Indonesian tourism. Tourism development includes attractions, accessibility, amenities, and supporters. Labuan Bajo is still faced with obstacles related to the development of the four components of tourism products, so that the tourism potential has not been optimally developed. The purpose of this study is to determine the tourism potential in Labuan Bajo, and Community Empowerment in Labuan Bajo. The method of this writing is a literature review, namely the process of collecting, analyzing, and evaluating relevant written sources such as books, journals, research reports, and other scientific works. In conclusion, tourism communication plays an important role in the development of Labuan Bajo as a premium tourist destination based on community empowerment. This development has a positive impact in the form of increasing the local economy, infrastructure, and cultural preservation, but still faces challenges such as gaps in community skills and threats to environmental sustainability.

Keywords: Tourism Communication, Destination Development, Labuan Bajo

ARTICLE INFO

Article history:

Received

August 21, 2024

Revised

October 09, 2024

Accepted

October 25, 2024

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Pembangunan Nasional mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, oleh karena itu pemerintah terus melakukan berbagai kebijakan baik dibidang sosial dan ekonomi. Berbagai kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah tentunya harus didukung oleh masyarakat agar kebijakan yang telah didesain atau dibuat dapat meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat. Dalam mewujudkan berbagai kebijakan tersebut pemerintah perlu melakukan kerjasama dengan masyarakat dan akademisi untuk dapat memberdayakan semua potensi yang dimiliki untuk mendorong kemandirian ekonomi di setiap daerah.

Kemandirian ekonomi di setiap daerah telah didukung oleh pemerintah dengan berbagai kebijakan antara lain penggerakan sektor ekonomi strategis yang telah digagas oleh Presiden Jokowi melalui program nawacita 2014-2019 (Achmad, 2022). Sektor strategis yang dimaksud merupakan sumber-sumber ekonomi yang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian daerah, dimana terdapat tiga sektor unggulan pembangunan yakni pertanian, pariwisata dan perikanan. Diantara 3 sektor tersebut pariwisata merupakan leading sector pembangunan nasional.

Penetapan pariwisata sebagai *leading sector* dikarenakan sektor pariwisata dapat memberikan efek pengganda terhadap sektor lainnya (*Multiplier Effect*) sehingga memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian. Potensi alam, kearifan lokal, dan potensi budaya yang berbeda-beda antara daerah merupakan keunggulan pada sektor pariwisata. Pengembangan destinasi prioritas (super prioritas) merupakan bentuk perwujudan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011. Pariwisata super prioritas merupakan pariwisata dengan pelayanan kualitas tinggi (*luxury*) dan kental dengan keunikan alam, sosial, budaya, dan masyarakat. Pelayanan dalam beberapa faktor yakni amenitas, atraksi, aksesibilitas, dan kepedulian pariwisata sehingga wisatawan mendapat pengalaman bernilai tinggi dengan tetap memperhatikan keberlangsungan lingkungan hidup (Parmawati, Hardyansah, Pangestuti, & Hakim, 2022).

Aturan Pemerintah ini digunakan sebagai landasan dalam pengembangan pariwisata untuk meningkatkan mutu dan jumlah destinasi wisata serta menciptakan industri pariwisata yang dapat menjadi motor ekonomi nasional. Untuk mencapai visi pengembangan sektoral pariwisata tersebut, pemerintah menetapkan lima lokasi wisata yang kemudian dikenali sebagai DPSP (Destinasi Pariwisata Super Prioritas): Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Danau Toba, dan Likupang. Penetapan lima lokasi wisata prioritas atau destinasi wisata premium ini merupakan program pemerintah untuk meningkatkan dan mengembangkan distribusi pariwisata di Indonesia serta menciptakan lapangan kerja di bidang pariwisata. Pengembangan pariwisata di luar Bali menjadi sangat penting karena diharapkan dapat menciptakan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi dari sektor pariwisata

Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) sangatlah unggul dalam hal daya tarik wisata alam dan budaya, dengan keindahan alam yang spektakuler dan keanekaragaman budaya serta tradisi istiadat yang khas. Hal ini menjadikan Provinsi NTT salah satu destinasi wisata populer saat ini baik bagi kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara. Labuan Bajo, yang terletak di ujung barat Pulau Flores, Nusa Tenggara Timur, telah berkembang menjadi salah satu destinasi wisata premium Indonesia. Wilayah ini tidak hanya dikenal karena keindahan alamnya yang memukau, seperti Taman Nasional Komodo, tetapi juga karena upaya pemerintah dalam menjadikannya sebagai salah satu dari lima destinasi super prioritas. Dalam konteks ini, komunikasi pariwisata memegang peran yang sangat penting dalam mendukung pengembangan destinasi wisata premium yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat setempat (Sutono & Par, 2020).

Komunikasi pariwisata merupakan proses strategis yang melibatkan berbagai pihak, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, pelaku industri pariwisata, serta wisatawan. Peran komunikasi dalam pariwisata tidak hanya sebatas pada promosi destinasi, tetapi juga pada peningkatan pemahaman dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata (Saraswati & Afifi, 2022). Di Labuan Bajo, pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan destinasi, dengan tujuan memastikan bahwa keuntungan ekonomi, sosial, dan budaya dari pariwisata dapat dirasakan oleh masyarakat setempat.

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks pariwisata di Labuan Bajo menjadi kunci penting dalam memastikan keberlanjutan dan inklusivitas pembangunan pariwisata. Upaya ini mencakup pelatihan keterampilan yang relevan, seperti penyediaan layanan wisata, manajemen bisnis kecil, serta pengembangan produk lokal yang menarik bagi wisatawan. Selain itu, peningkatan kapasitas dilakukan melalui program pendidikan lingkungan, sehingga masyarakat memahami pentingnya pelestarian alam yang menjadi daya tarik utama destinasi wisata tersebut.

Partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan fasilitas pariwisata membantu menciptakan keterikatan lokal dan memberi peluang ekonomi bagi penduduk setempat. Misalnya, banyak warga yang kini terlibat dalam penyediaan jasa akomodasi berbasis

homestay, menawarkan makanan khas daerah, serta menjual produk kerajinan tangan seperti tenun ikat khas Nusa Tenggara Timur. Komunikasi internal antara pemerintah, pengelola destinasi, dan masyarakat sangat diperlukan untuk memastikan bahwa masyarakat memahami tren pariwisata dan dapat menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang secara maksimal (Sutono, 2023).

Dengan adanya komunikasi yang efektif, masyarakat tidak hanya menjadi penerima dampak, tetapi juga menjadi pelaku utama dalam menjaga, mempromosikan, dan mengembangkan destinasi wisata premium seperti Labuan Bajo. Hal ini turut mendukung konsep pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis komunitas. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana komunikasi pariwisata dapat berfungsi sebagai alat penghubung antara berbagai pemangku kepentingan dalam pengembangan destinasi wisata premium yang berbasis pemberdayaan masyarakat di Labuan Bajo. Hal ini meliputi analisis terhadap strategi komunikasi yang efektif, peran teknologi digital, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses tersebut. Dengan pemahaman yang lebih mendalam, diharapkan pengembangan pariwisata di Labuan Bajo tidak hanya berkelanjutan, tetapi juga memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat local (Ardiyanto, 2023).

Melalui pendekatan tersebut, destinasi wisata premium seperti Labuan Bajo dapat berkembang dengan tetap menjaga kelestarian alam bisa mengedepankan pemberdayaan masyarakat, komunikasi pariwisata diharapkan dapat menciptakan destinasi yang lebih berkelanjutan dan memberikan manfaat yang merata bagi semua pihak yang terlibat.

METODE

Penulisan jurnal ini bersifat literature review yang merupakan proses pengumpulan, analisis, dan evaluasi sumber-sumber tertulis yang relevan seperti buku, jurnal, laporan penelitian maupun karya tulis ilmiah lainnya. Tujuan dari literature review ini adalah untuk memahami kondisi terkini dari penelitian yang ada, mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan, dan memberikan konteks bagi penelitian baru. Adapun metode yang digunakan mendeskriptif analisis yang merupakan metode atau cara kerja dalam suatu pemecahan masalah dengan cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan dan menganalisis situasi dan kondisi suatu obyek permasalahan dari sudut pandang satu dengan lainnya berdasarkan hasil telaah pustaka yang menunjang (studi literatur) (Ibrahim et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam kebijakan pembangunan nasional yang terus menjadi fokus perhatian dan mendapat dukungan penuh dari pemerintah. Sebagai salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional, sektor ini memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan devisa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata merupakan salah satu industri yang berkembang paling pesat di dunia dan menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak negara. Industri ini berperan penting dalam membangkitkan kembali ekonomi lokal karena menciptakan banyak lapangan kerja dan memerlukan tenaga kerja yang signifikan (Nasution, 2021).

Labuan Bajo merupakan kota super premium. Dalam pembentukan sepuluh destinasi wisata yang biasa disebut dengan sepuluh "Bali" baru tahun 2016 dijelaskan dalam surat Menteri Koordinator Bidang Maritim dan Sumber Daya Nomor S-54/Menko/Maritim/VI/2016. Sepuluh destinasi Bali baru tersebut meliputi: Danau Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Pulau Seribu, Candi Borobudur, Mandalika, Gunung Bromo Tengger, Wakatobi, Labuan Bajo, dan Morotai (Revida et al., 2022). Seiring berjalannya waktu pemerintah kemudian mengevaluasi perkembangannya dengan alasan mempercepat pembangunan infrastruktur dan kualitas Bali baru ini. Hasil evaluasi

menetapkan destinasi yang dijadikan super prioritas meliputi Borobudur, Mandalika, Danau Toba, Likupang dan Labuan Bajo.

Destinasi yang menjadi destinasi super premium adalah destinasi yang bukan hanya ada di laut saja akan tetapi di daratan juga. Ada beberapa destinasi yang menonjol dan salah satunya adalah Taman Nasional Komodo (TNK) dan kawasan sekitar TNK seperti Pulau Kanawa, Pulau Padar, Pulau Rinca, pink beach dan destinasi di daratan seperti Wae Rebo, Cunca Wulang, Puncak Waringin, Waterfront City, Goa Rangko, Goa Batu Cermin dan destinasi-destinasi lainnya yang bersifat premium termasuk dengan infrastruktur dan pelayanan yang serba premium.

Penerapan Komunikasi Pariwisata dalam Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Manggarai Barat, Labuan Bajo (Della Rose & Loisa, 2024).

- 1) Pemasaran Destinasi Pariwisata Premium Manggarai Barat, Labuan Bajo Bagian pemasaran, bisa dilihat dari beberapa bidang yaitu bidang Pemasaran Pariwisata. Dalam mempromosikan pariwisata, Dinas Pariwisata memiliki media yang dapat di akses oleh penikmat pariwisata seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan website serta aplikasi yang memudahkan untuk mencari destinasi pariwisata yang ada. Selain menggunakan media digital, Dinas Pariwisata Labuan Bajo juga mengadakan even-event pariwisata atau mengikutinya. Dalam pelaksanaan tersebut akan dibuat terlebih dahulu yaitu Renstra "Rencana Strategi" yang dibuat untuk lima tahun ke depan yang dalam pelaksanaannya diselenggarakan setiap satu tahun. Mengenai ini, membahas mengenai kegiatan dan pendanaan dalam kegiatan yang ingin dibuat.
- 2) Aksesibilitas Menuju Destinasi Pariwisata Premium Manggarai Barat, Labuan Bajo. Aksesibilitas menuju kota Labuan Bajo sangat mudah dan tergolong baik dalam menunjang kunjungan para wisatawan. Transportasi menuju ke Labuan Bajo bisa didapatkan dari berbagai aplikasi yang terkenal juga seperti tiket.com, Traveloka dan lain-lain, bisa melalui jalur udara dan laut. Akses ini didukung oleh prasarana seperti bandar udara dan pelabuhan kapal sehingga sangat mendukung dalam mobilitas wisatawan baik menuju maupun yang pulang dari Labuan Bajo.
- 3) Destinasi wisata premium di Labuan Bajo menyebar di sekitar TNK dan beberapa di antaranya menjadi satu daratan dengan kota Labuan Bajo. Dengan adanya destinasi seperti Taman Nasional Komodo, Pulau Padar, Pulau Rinca, Pulau Kanawa, Pantai Pink, Waterfront City, Puncak Waringin dan lain-lain bisa membawa daya tarik wisatawan atau penikmat pariwisata.
- 4) Sumber Daya dan Kelembagaan Pariwisata.
Suatu destinasi akan menjadi nyaman apabila saat dikunjungi memiliki fasilitas yang dapat dijangkau seperti akomodasi penginapan, restoran dan lain sebagainya yang sangat beragam dan premium serta tempat-tempat ibadah, perbankan yang mendukung kegiatan pariwisatanya. Ketersediaan SDM yang terampil, guiding, hotel, kuliner, seni dan sebagainya.

Perkembangan pariwisatanya tidak terlepas dari dukungan lembaga adat dan tokoh masyarakatnya terhadap pariwisata, regulasi dan kebijakan terkait pariwisata yang telah ditetapkan. Selain strategi dari Dinas Pariwisata Manggarai Barat, strategi komunikasi juga dilakukan oleh para pelaku pariwisata yang sama-sama ingin mengembangkan pariwisata yang ada di Manggarai Barat, Labuan Bajo.

Gambaran Umum Labuan Bajo

Labuan Bajo yang terletak di Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata di Indonesia. Labuan Bajo mulai dikenal masyarakat seiring dengan ditemukannya habitat Hewan Komodo yang berada di Taman Nasional Komodo (TNK) daerah Labuan Bajo. Letak Pulau Bajo sendiri berada di sebelah barat Kota Labuan Bajo, dan secara geografis terletak pada posisi 080 derajat 29' 16" LS dan 119 derajat 52' 10" BT. Pulau Bajo sendiri merupakan salah satu

dari gugusan pulau-pulau kecil yang berada di sekitar Kota Labuan Bajo dan Kabupaten Manggarai Barat pada umumnya.

Labuan Bajo memiliki wilayah wisata bahari yang menjadi kekuatan utama mereka dalam bidang atraksi wisata. Kondisi geografis daya tarik pariwisata di Labuan Bajo yang sebagian besar ada pada gugusan pulau-pulau kecil ini menjadi sangat unik. Keberadaan bukit-bukit di wilayah daratannya juga menjadi kawasan geografis yang menarik. Labuan Bajo merupakan kawasan kars yang hanya dipenuhi dengan padang savanna serta beberapa pepohonan kas Nusa Tenggara Timur yaitu pohon lontar. Kondisi geografis yang merupakan perpaduan antara perbukitan padang savanna dan wilayah pantai menjadi landscape yang sangat menarik di Labuan Bajo (Dwiyantri, 2022).

Labuan Bajo juga merupakan Ibu Kota kabupaten Manggarai Barat yang baru dibentuk sejak tahun 2003. Sebagai ibu kota kabupaten, Labuan Bajo menjadi pusat kegiatan perkantoran dengan mobilitas masyarakat tinggi. Pusat perkantoran dan instansi pemerintahan kabupaten Manggarai Barat sebagian besar terintegrasi di wilayah Labuan Bajo. Di Labuan Bajo juga terdapat begitu banyak sekolah mulai dari sekolah dasar sampai menengah dan satu instansi pendidikan tinggi.

Sebagai pusat kota yang sudah menggarap pariwisata sebagai leading sector, di Labuan bajo juga tersebar begitu banyak akomodasi wisata dan usaha jasa pariwisata dengan kepemilikan local maupun non lokal. Kedaan ini berdampak pada kondisi sosial ekonomi masyarakat Labuan Bajo. Sebagian besar masyarakat angkatan kerja Labuan Bajo bekerja pada sektor pariwisata, kemudian disusul oleh instansi pemerintahan, sector perikanan, dan pertanian. Secara demografi sebagian besar penduduk manggarai Barat beragama Khatolik dengan presentase 78,16%, Kristen Protestan 0,77 %, Islam 20,98%, dan selebihnya Hindu 0,08% dan Buddha 0,01 (Sugiarto & Mahagangga, 2020).

Potensi Pariwisata di Destinasi pariwisata Labuan Bajo

Potensi pariwisata di destinasi pariwisata Labuan Bajo meliputi potensi fisik dan non fisik. dimana potensi fisik yang dimaksud adalah segala sesuatu yang berwujud sehingga dapat disaksikan langsung sebagai daya tarik wisata, sedangkan potensi non fisik yang dimaksud adalah segala sesuatu yang tidak berwujud namun dapat berpengaruh positif dalam mendukung pengembangan pariwisata di destinasi pariwisata Labuan Bajo.

1. Potensi Fisik

a) Potensi wisata yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata.

Sebagai destinasi wisata berbasis alam, Labuan Bajo memiliki potensi wisata yang sangat banyak. Potensi wisata yang ada ini, menyebar di beberapa gugusan pulau yang berada di sekitar Taman Nasional Komodo, dan beberapa di antaranya masih satu daratan dengan kota Labuan Bajo. Selama bertahun-tahun, wilayah potensial ini dikunjungi wisatawan karena inisiatif dari para *guide* untuk menambah pengalaman tamunya, atau berkunjung hanya karena permintaan wisatawan. Namun sama sekali tidak memberikan manfaat ekonomi baik kepada masyarakat maupun kepada pemerintah karena manajemennya belum ada. Berikut merupakan matrik potensi wisata di destinasi wisata Labuan Bajo.

b) Aksesibilitas menuju destinasi pariwisata Labuan Bajo

Aksesibilitas menuju Labuan Bajo tergolong baik dan cukup menunjang kunjungan wisatawan. Pilihan transportasi menuju Labuan Bajo sama seperti destinasi lain di Indonesia. Wisatawan bisa mengakses Labuan Bajo melalui jalur udara atau jalur laut. Akses ini didukung oleh prasarana seperti pelabuhan kapal dan bandara udara yang bagus dan beroperasi normal setiap harinya. Sehingga sangat mendukung dalam mobilitas wisatawan baik menuju Labuan Bajo maupun wisatawan yang pulang dari Labuan Bajo.

- c) Amenitas yang ada di destinasi pariwisata Labuan Bajo.
Sebuah destinasi akan menjadi nyaman untuk dikunjungi apabila ketersediaan fasilitas wisata seperti akomodasi untuk penginapan mudah dijangkau. Untuk Labuan Bajo fasilitas pariwisata berupa akomodasi, restoran dan lain sebagainya sudah ada dengan beragam kelas. Kemudian fasilitas lainya yang menyatu dengan kegiatan umum seperti tempat ibadah dan perbankan juga sudah ada. Hal ini turut mendukung kegiatan pariwisata dan dirasa cukup mengakomodir semua kebutuhan wisatawan (Syamsuddin, Achmad, & Lawelai, 2023).

2. Potensi Non Fisik

Potensi non fisik adalah segala sesuatu yang tidak berwujud sebagai atraksi wisata namun mendukung pengembangan pariwisata di destinasi pariwisata Labuan Bajo. Hal ini menjadi penting karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari potensi fisik berupa yaitu daya tarik wisata ataupun infrastruktur penunjangnya.

- a) Citra Labuan Bajo sebagai destinasi kelas dunia.
Citra Labuan Bajo sebagai destinasi kelas dunia merupakan hal positif yang mendukung pengembangan pariwisata. Hal ini tidak terlepas dari dinobatkanya *varanus komodoensis* sebagai salah satu dari tujuh keajaiban dunia. Sejak penetapan itu wisatawan mancanegara beramai-ramai mengunjungi Labuan Bajo. Hal ini turut mengundang perhatian sejumlah *public* figur tersohor yang berasal dari kalangan pesepak bola, pembalap, dan artis *Hollywood*. Semuanya ini merupakan hal positif yang turut mendongkrak citra dan popularitas Labuan Bajo sebagai destinasi wisata kelas dunia.
- b) Keramahmatan penduduk lokal dalam menjamu wisatawan.
Hospitalitas merupakan hal yang mutlak diperlukan dalam pengembangan sektor jasa pariwisata. Bentuk sederhana dari hospitalitas adalah keramahan dalam menerima wisatawan, dan mendukung dengan menciptakan situasi yang kondusif terhadap keberadaan wisatawan. Masyarakat Labuan Bajo secara keseluruhan terlihat mendukung keberadaan wisatawan karena selama ini belum ada tindakan kriminal yang dilakukan secara kolektif oleh masyarakat lokal sebagai bentuk protes terhadap keberadaan wisatawan.
- c) Tren kunjungan yang meningkat setiap tahun
Citra positif Labuan Bajo sebagai destinasi wisata dunia turut mendongkrak kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Jika dilihat dari kunjungan wisatawan ke Labuan bajo dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, trennya meningkat. Tren kunjungan yang meningkat ini tidak hanya dari wisatawan mancanegara, tetapi juga dari wisatawan domestik. Kenyataan ini juga mematahkan pandangan bahwa pariwisata Labuan Bajo itu sangat mahal. Jadi harga untuk setiap destinasi dimanapun sangat bergantung pada aspek pelayanan dan fasilitas yang didapatkan saat berwisata (Sugiarto & Mahagangga, 2020).
- d) Religiusitas masyarakat lokal
Mayoritas penduduk lokal Labuan Bajo merupakan pemeluk agama katolik. Iman serta sikap religiusitas masyarakat turut menambah citra Labuan bajo sebagai destinasi yang nyaman untuk dikunjungi oleh wisatawan. Di Labuan Bajo sejauh ini belum ada intervensi berlebihan dari lembaga agama (agama katolik) mengenai praktik pariwisata. Misalnya atraksi wisata atau akomodasi wisata yang ditambah dengan embel-embel agama. Sehingga kebijakan lembaga agama juga tidak bersinggungan dengan pariwisata. Dengan kata lain antara praktik pariwisata dengan kehidupan sosial keagamaan masyarakat lokal masih berjalan beriringan.

e) Keamanan dan kenyamanan

Keamanan dan kenyamanan merupakan faktor yang penting untuk dijaga dalam pengembangan sebuah destinasi. Daerah yang terlibat konflik secara terus menerus pasti tidak akan pernah menjadi pilihan untuk dikunjungi (kecuali wisatawan minat khusus). Keamanan dan kenyamanan di Labuan Bajo masih terjaga dengan sangat baik. Pengamanan ketat di setiap jalur masuk wisatawan sebagai upaya meminimalisir tindakan kriminal giat dilakukan oleh pihak berwenang. Tindakan pencurian juga masih jarang terjadi.

f) Semangat masyarakat (generasi muda) untuk mendukung kegiatan pariwisata sebagai dinamika sosial.

Pembangunan aksesibilitas serta akomodasi pariwisata yang cukup massif di Labuan Bajo menyemangati masyarakat untuk memahami pariwisata sebagai dinamika sosial baru. Pariwisata yang dulunya hanya digeluti oleh beberapa kalangan saja turut membuka pikiran masyarakat (generasi muda) untuk menyiapkan diri agar bisa mengambil bagian di dalamnya. Berdirinya berbagai tempat kursus bahasa asing di Labuan Bajo tentunya berdasarkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya sektor pariwisata sebagai industri yang bisa mendatangkan keuntungan ekonomi. Sehingga untuk menjadi bagian dari industri ini, prasyarat yang harus dipenuhi juga harus disiapkan. Sekolah pariwisata yang dulunya sepi peminat menjadi ramai bahkan jumlahnya bertambah setiap tahun (Angligan et al., 2023).

Kebijakan Pariwisata Labuan Bajo

Kebijakan publik dalam rangka mendorong proses pembangunan tidak hanya diperlukan pada tingkat nasional, tetapi juga pada tingkat daerah. Perumusan kebijakan pembangunan daerah perlu dilakukan secara hati-hati dengan memperhatikan berbagai aspek penting seperti visi dan misi pembangunan, kondisi dan potensi daerah, permasalahan pokok pembangunan dan proyek pembangunan ke depan.

Kebijakan pembangunan Provinsi NTT diatur dalam Peraturan Daerah Provinsi NTT No. 4 Tahun 2019 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2018-2023, dimana salah satu misinya adalah membangun NTT sebagai salah satu gerbang dan pusat pengembangan pariwisata nasional (*Ring of Beauty*) (Purnama & Chotib, 2023).

Selaras dengan itu, kelembagaan kepariwisataan mengalami transformasi merupakan upaya-upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengoptimalkan segala potensi yang dimiliki Labuan Bajo dalam memikat para wisatawan. Transformasi ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 atau Ripparnas 2010-2025. Untuk mempercepat transformasi tersebut pemerintah pun membentuk Badan Otoritas Pengelolaan Kawasan Pariwisata Labuan Bajo Flores (BPOLBF) melalui Perpres Nomor 32 Tahun 2018. Badan ini dibentuk agar pengelolaan, pengembangan, dan pembangunan kawasan pariwisata Labuan Bajo dan juga Flores lebih terkoordinasi, sistematis, terarah, dan terpadu. Juga Peraturan Menteri Pariwisata No. 7 Tahun 2018 tentang Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Labuan Bajo Flores, yang mempunyai wewenang untuk melakukan Koordinatif meliputi Koordinasi, sinkronisasi, dan fasilitasi (Trisdayanti & Kristiana, n.d.).

Sejalan dengan itu, pemerintah juga menetapkan Labuan Bajo menjadi satu dari lima destinasi pariwisata super prioritas (DPSP).

Pertama, penataan kawasan. Penataan kawasan tersebut, antara lain, meliputi Bukit Pramuka, Kampung Air, pelabuhan peti kemas dan dermaga penumpang, Kawasan Marina, serta di zona Kampung Ujung. Daerah ini diproyeksikan menjadi ruang publik dengan lanskap yang indah yang menjadi penggerak pembangunan kawasan serta pusat aktivitas masyarakat di Labuan Bajo.

Kedua, peningkatan infrastruktur terutama perluasan Bandar Udara (Bandara) Komodo yang menjadi gerbang masuk para wisatawan ke Labuan Bajo. Perluasan bandara ini diharapkan berimbas pada peningkatan jumlah wisatawan.

Ketiga, penyiapan sumber daya manusia (SDM), partisipasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta penguatan konten lokal. Keterlibatan masyarakat lokal sangat penting dalam pengembangan pariwisata di Labuan Bajo. Oleh karena itu, upaya peningkatan keahlian dan kompetensi SDM lokal harus segera dilakukan, disesuaikan dengan kebutuhan industri pariwisata yang sedang dikembangkan (Beni, 2022). Selain itu, pelibatan UMKM setempat juga menjadi keharusan. Presiden mengharapkan adanya sebuah creative hub yang akan menggarap produk-produk lokal, baik dari sisi pengemasan, desain, harga, dan lain-lain. Dengan ini, produk Labuan Bajo seperti tenun, kopi, kerajinan, hingga makanan khas dapat tumbuh. Seiring dengan itu, atraksi budaya lokal atau kesenian daerah juga harus semakin hidup dan menghidupkan area yang ada di Labuan Bajo.

Keempat, penanganan sampah. Infrastruktur untuk pembuangan dan pengolahan sampah terpadu baik sampah darat maupun laut menjadi keharusan.

Kelima, ketersediaan air baku. Ketersediaan air ini sangat vital untuk mendukung pariwisata dan kehidupan masyarakat lokal di Labuan Bajo.

Keenam, keamanan wisatawan. Hal ini dilakukan antara lain dengan pelibatan Badan Nasional Pencarian dan Pertolongan (BNPP/Basarnas) dan Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB).

Terakhir, promosi terintegrasi. Presiden meminta dilakukan promosi besar-besaran mengenai DPSP Labuan Bajo, termasuk gelaran event-event internasional yang diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung (Septian Hutagalung, Moyo Hady Poernomo, Dodi Riadi, 2021).

Berdasarkan PP 50/2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 201 dan Pemempar 7/2018 Tentang Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Labuan Bajo Flores dan Pepres 32/2018 Tentang Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Labuan Bajo Flores. Merupakan dasar Pembentukan BPOLF, tugas BPOLF terdiri dari dua sebagai Koordinatif dan Otoritatif untuk koordinatif terdiri dari Koordinasi, sinkronisasi, dan fasilitasi terhadap perencanaan, pengembangan, pembangunan, dan pengendalian di Kawasan Pariwisata Labuan Bajo Flores (10 Kecamatan), untuk otoritatif terdiri dari Perencanaan, pengembangan, pembangunan, pengelolaan & pengendalian di zona otorita (400 ha di Hutan Nggorang Bowosie). Namun dalam pelaksanaannya mengalami beberapa kendala diantaranya:

- 1) Kendala Tata Batas Lahan Otorita terganggu kelompok perambah hutan yang dibiarkan mengokupansi lahan negara. Di sisi utara, terdapat area milik masyarakat adat yang perlu direkonstruksi dikeluarkan dari hutan Penindakan terhadap kelompok perambah hutan tidak dapat membangun akses jalan masuk sejauh 6,2 KM dari Jalur Trans Flores.
- 2) Sudah ada investor yang melakukan MoU yaitu Dusit Internasional. Namun BPOLBF harus menjadi BLU untuk bisa menindaklanjuti investasi.
- 3) Adanya moratorium pembangunan hotel bintang 4-5 di Labuan Bajo pada bulan oktober 2022 oleh Pemerintah Daerah.
- 4) BPOLBF tidak diperbolehkan menggunakan anggaran membangun di luar kawasan otorita, sehingga tidak bisa membangun akses jalan masuk sejauh 6,2 KM dari Jalur TransFlores (Salukh, Pandie, & Fanggidae, 2023a).

Kendala diatas sudah ditemukan solusinya diantaranya :

1. Penindakan terhadap kelompok perambah hutan. Rekonstruksi lahan adat masyarakat Lancang keluar dari status hutan, sesuai pal batas Belanda
2. Percepatan proses perubahan menjadi BLU. Target T1 2022

3. Percepatan ground breaking Hotel dengan penyiapan akses jalan masuk Lahan otorita sesuai ijin dispensasi pembangunan oleh KLHK.
4. Dukungan pembangunan akses jalan masuk oleh Kementrian PUPR atau diskresi ijin pembangunan akses jalan masuk ke kawasan. Diperlukan untuk target ground breaking sebelum Oktober 2022 (Salukh, Pandie, & Fanggidae, 2023b).

Diselaraskan dengan beberapa kebijakan yang dilakukan, diselaraskan dengan target Labuan Bajo sebagai destinasi super prioritas, pengembangan kedepan perlu focus pada peningkatan factor pendukung, penguatan faktor dasar dan peningkatan sustainabilitas lingkungan, unique experience, dan high value. Peran dan dukungan pemerintah sebagai pemimpin daerah dan pemegang kebijakan pembangunan, memiliki nilai strategis melalui peraturan untuk mengatur pembangunan ekonomi dengan mengoptimalkan potensi lokal. Penggunaan bahan baku lokal dan kebijakan produksi dan distribusi pangan lokal akan menggerakkan perekonomian daerah. Namun seharusnya memberikan kesempatan bagi unit usaha untuk membuat ekonomi produktif skala mikro menengah untuk berkembang melalui pokdarwis setempat. Untuk mendukung five essentials As Of Tourism atau dalam pariwisata sering disebut dengan sine-qua-non/necessary condition yaitu atraksi, aksesibilitas, akomodasi, amenitas dan kepedulian atau kesadaran pariwisata atau disebut awareness.

Pemberdayaan Masyarakat di Labuan Bajo

Pada dasarnya pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan potensi masyarakat sehingga warga masyarakat melalui kegiatannya mampu meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Menurut (Boimau, Bani, Nubatonis, & Astawa, 2022), tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan masyarakat yaitu untuk membentuk kemandirian individu dan masyarakat. Kemandirian tersebut terdiri dari kemandiri berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang dilakukan dengan membutuhkan proses. Prinsip pemberdayaan masyarakat melayani menurut (Ningsih, 2021) meliputi (1) kesukarelaan untuk memotivasi sendiri dalam memperbaiki dan memecahkan masalah kehidupannya, (2) otonom dalam kemampuan masyarakat nelayan untuk mandiri dan meningkatkan kehidupannya pada masa yang akan datang (3) keswadayaan berupa kemampuan masyarakat dengan pemerintah tanpa dukungan dari pihak lain dalam merumuskan kegiatan (4) egaliter berupa tindakan yang menempatkan semua pihak pada kedudukan yang setara (5) demokrasi atau hak saling menghargai pendapat maupun perbedaan diantara sesama pihak yang berkepentingan (6) keterbukaan dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan secara terbuka yang dilandasi dengan kejujuran, saling percaya dan saling mempedulikan (7) kebersamaan dengan saling berbagi rasa, memberikan bantuan dan mengembangkan komunikasi yang baik (8) akuntabilitas pelaksanaan kegiatan dapat dipertanggungjawabkan dengan pengawasan dari pihak yang berwenang (Boimau et al., 2022).

Upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan baik individu, kelompok maupun masyarakat luas agar mereka memiliki kemampuan untuk melakukan dan mengontrol lingkungannya sehingga dapat memenuhi kebutuhannya, termasuk pemanfaatan sumberdaya yang terkait dengan pekerjaannya, aktivitas sosialnya (Sri Handini, Sukaai, & MM, 2019). Pada dasarnya, tujuan dari pemberdayaan masyarakat nelayan untuk mencapai kesejahteraan yang menjadi dasar membangun kawasan pesisir. Untuk mencapai tujuan ini diperlukan dukungan kualitas sumberdaya manusia dan fungsi kelembagaan sosial ekonomi yang optimal dalam kehidupan warga. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan dan tujuan yang terukur, dan dilakukan secara bertahap dalam pencapaiannya, dengan memperhatikan daya dukung sumberdaya pembangunan yang dimiliki oleh masyarakat pesisir (Rachmad et al., 2009)

KESIMPULAN

Komunikasi pariwisata berperan penting dalam pengembangan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata premium berbasis pemberdayaan masyarakat. Pengembangan ini memberikan dampak positif dalam bentuk peningkatan ekonomi lokal, infrastruktur, dan pelestarian budaya, namun tetap menghadapi tantangan seperti kesenjangan keterampilan masyarakat dan ancaman terhadap keberlanjutan lingkungan. Oleh karena itu, strategi yang lebih komprehensif dan inklusif perlu diterapkan untuk memastikan pengembangan yang berkelanjutan. Labuan Bajo merupakan kota super premium. Dalam pembentukan sepuluh destinasi wisata yang biasa disebut dengan sepuluh “Bali” baru tahun 2016 dijelaskan dalam surat Menteri Koordinator Bidang Maritim dan Sumber Daya Nomor S- 54/Menko/Maritim/VI/2016. Sepuluh destinasi Bali baru tersebut meliputi: Danau Toba, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, Pulau Seribu, Candi Borobudur, Mandalika, Gunung Bromo Tengger, Wakatobi, Labuan Bajo, dan Morotai. Seiring berjalannya waktu pemerintah kemudian mengevaluasi perkembangannya dengan alasan mempercepat pembangunan infrastruktur dan kualitas Bali baru ini. Hasil evaluasi menetapkan destinasi yang dijadikan super prioritas meliputi Borobudur, Mandalika, Danau Toba, Likupang dan Labuan Bajo. Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan potensi masyarakat sehingga warga masyarakat melalui kegiatannya mampu meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik. Menurut (Boimau et al., 2022), tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan masyarakat yaitu untuk membentuk kemandirian individu dan masyarakat.

REFERENSI

- Achmad, W. (2022). Dimensi sosial dalam pengembangan masyarakat di wilayah pesisir. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4985–4994.
- Angligan, I., Novesar, M. R., Agustina, N. K. W., Suasapha, A. H., Mahardika, I., Dariwardani, N. M. I., ... Nugraha, R. N. (2023). *Tanggung (Kumpulan Esai Saat Pariwisata Krisis dan Pandemi)*. Program Studi Destinasi Pariwisata Fakultas Pariwisata-Universitas Udayana.
- ARDIYANTO, D. T. R. I. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Travel Picniq Tour Dalam Mempromosikan Wisata Di Belitung-Tanjung Pandan Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Beni, L. C. S. (2022). *Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Super Prioritas pada Tahun 2019-2022 di Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat*. Universitas Nasional.
- Boimau, P., Bani, A., Nubatonis, J., & Astawa, N. D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Nelayan di Nusa Tenggara Timur Untuk Mendukung Industri Pariwisata Super Premium International Labuan Bajo di Era New Normal Life. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 32–38.
- Della Rose, M. M., & Loisa, R. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo dalam Mempromosikan Objek Wisata Premium. *Prologia*, 8(1), 194–201.
- Dwiyanti, S. (2022). PERENCANAAN PEMBANGUNAN WISATA PERAIRAN VILLA DI LABUAN BAJO. *Riset Sains Dan Teknologi Kelautan*, 38–40.
- Ibrahim, M. B., Sari, F. P., Kharisma, L. P. I., Kertati, I., Artawan, P., Sudipa, I. G. I., ... Lolang, E. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan (Panduan & Referensi)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nasution, T. (2021). Kebijakan Pariwisata Indonesia Pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Analis Kebijakan*, 5(2), 149–165.
- Ningsih, M. (2021). *Internalisasi Nilai-nilai Pendidikan Karakter dalam Pelaksanaan Pembelajaran Materi Akhlak bagi Santri di Pondok Pesantren Salafiyah Sentot Alibasya Kota Bengkulu*. UIN Fatmawati Sukarno.
- Parmawati, R., Hardyansah, R., Pangestuti, E., & Hakim, L. (2022). *Ekowisata: determinan*

- pariwisata berkelanjutan untuk mendorong perekonomian masyarakat.* Universitas Brawijaya Press.
- Purnama, S. J., & Chotib, C. (2023). Analisis kebijakan publik pemindahan ibu kota negara. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 13(2), 153–166.
- Rachmad, Y. E., Afriyadi, H., Kertati, I., cicik Wijayanti, T., Zakiah, M. M., Purwaningrum, E. K., ... Ginanjar, R. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Revida, E., Purba, S., Simanjuntak, M., Permadi, L. A., Simarmata, M. M. T., Fitriyani, E., ... Putri, D. M. B. (2022). *Manajemen Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Salukh, J. Y., Pandie, D. B. W., & Fanggal, A. H. J. (2023a). Analisis Evaluasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Super Prioritas Berkelanjutan di Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7).
- Salukh, J. Y., Pandie, D. B. W., & Fanggal, A. H. J. (2023b). Analisis Evaluasi Kebijakan Pengembangan Pariwisata Super Prioritas Berkelanjutan di Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 191–214. Retrieved from <https://doi.org/10.5281/zenodo.8205683>
- Saraswati, H. D., & Afifi, S. (2022). Strategi komunikasi pemasaran pariwisata di masa pandemi COVID-19. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 12(2), 138–155.
- Septian Hutagalung, Moyo Hady Poernomo, Dodi Riadi, R. R. (2021). *Tourism and Travel Competitiveness Index*. 6(7).
- Sri Handini, M. M., Sukaai, M. M., & MM, H. K. A. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat desa dalam Pengembangan UMKM di wilayah pesisir*. Scopindo Media Pustaka.
- Sugiarto, A., & Mahagangga, I. (2020). Kendala Pengembangan Pariwisata di Destinasi Pariwisata Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur (Studi kasus komponen produk pariwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 18–25.
- Sutono, A. (2023). *PENGUKURAN KETAHANAN DESTINASI PARIWISATA BERBASIS ASTA GATRA: PARIWISATA DAN KETAHANAN NASIONAL*. Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata NHI
- Sutono, A., & Par, M. M. (2020). *PARIWISATA DAN KETAHANAN NASIONAL: Percepatan Pembangunan Pendidikan Vokasi Bidang Pariwisata Berbasis Penta Helix Guna Peningkatan Daya Saing Bangsa dalam Rangka Ketahanan Nasional*. UPT Penerbitan dan Percetakan-Universitas Pendidikan Indonesia.
- Syamsuddin, M., Achmad, F. Y. N., & Lawelai, H. (2023). Kesiapan Dinas Pariwisata dalam Mengelola Smart Tourism Pengembangan Wisata di Kota Baubau. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2), 339–350.
- Trisdayanti, N. P. E., & Kristiana, N. I. (n.d.). PEREMPUAN PEMIMPIN: MEMBINGKAI PARIWISATA BUDAYA MELALUI KULINER SEHAT DAN BERKELANJUTAN. *KAMALA*, 71.

Copyright Holder:

© Henny Lestari Lusiana Lada (2024)

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA