

# KOMUNIKASI PARIWISATA SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN PARIWISATA DI WILAYAH SITUS CAGAR BUDAYA GUNUNG PADANG KABUPATEN CIANJUR

<sup>1</sup>Andri

<sup>2</sup>Shinta Teviningrum

<sup>3</sup>Putri Yolanda

<sup>1</sup>Universitas Gunadarma, andri@staff.gunadarma.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Gunadarma, steviningrum@staff.gunadarma.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Gunadarma, pyolandaaling09@gmail.com

## ABSTRAK

*Gunung Padang merupakan daya tarik wisata dengan keunikan yang khas di Desa Karyamukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat. Dalam pengembangan pariwisata tersebut terdapat interaksi yang terjalin antara stakeholders, baik antar kelompok, kelompok dengan individu, ataupun individu dengan kelompok. Tujuan dari kajian kali ini adalah untuk menggambarkan bentuk penyampaian informasi serta komunikasi pariwisata antar pemangku kepentingan seperti stakeholder dan warga terkait upaya melakukan pengembangan pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Komunikasi pariwisata yang berlokasi dari kawasan wisata Gunung Padang adalah hasil dari keterkaitan pihak stakeholder dengan hubungannya untuk pengembangan destinasi wisata khas daerah. Komunikasi pariwisata di Kawasan Wisata Gunung Padang terjalin antara beberapa instansi seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur, Balai Pelestarian Cagar Budaya Banten, dan Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat sehingga membutuhkan birokrasi dan koordinasi yang lebih panjang dalam melakukan pengelolaan pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selalu meminta masukan kepada pengelola dan masyarakat sekitar dalam pembuatan kebijakan upaya pengembangan pariwisata di kawasan wisata Gunung Padang agar program dapat terimplementasi dengan baik.*

**Kata kunci:** *Komunikasi, Pariwisata, Cagar Budaya*

## PENDAHULUAN

Gunung Padang adalah bagian dari daya tarik wisata terletak di Kabupaten Cianjur. Gunung Padang terletak di wilayah Desa Karyamukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat dengan letak koordinat 6° 59'38,0" LS – 107° 03'22,3" BT. Para Ahli Arkeologi di Lingkungan Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (misal Yondri, 2012) berpendapat bahwa situs megalitik punden berundak terdapat di Gunung Padang. Puncak Gunung Padang merupakan lokasi situs tersebut yang

dibangun oleh peradaban manusia di zaman dahulu untuk ritual peninggalan jaman dahulu kala. (Sutikno Bronto dan Billy S. Langi, 2016). Kawasan Gunung Padang diputuskan sebagai Cagar Budaya berdasarkan Kepmendikbud No. 139/M tahun 1998 serta adanya perlindungan sebagai Cagar Budaya melalui UU No. 11 tahun 2010. Tidak jauh dari Situs Cagar Budaya Gunung Padang terdapat potensi destinasi wisata alam yakni Curug Ciung yang juga salah satu tujuan wisata dengan daya tarik tinggi yang belum tertata Berdasarkan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Cianjur (LKjIP)

Tahun 2020 dan potensi daya tarik wisata alam lain yakni Perkebunan Teh Gunung Rosa yang juga berlokasi di Desa Karyamukti Kecamatan Campaka Kabupaten Cianjur.

Situs Cagar Budaya Gunung Padang yang ditetapkan sebagai Cagar Budaya yang berbentuk punden berundak pertama kali dilaporkan oleh warga setempat pada tahun 1979 dan telah disurvei oleh Balai Arkeologi Nasional, Balai Arkeologi Bandung, Dinas Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, Direktorat Cagar Budaya dan Permuseuman, Balai Pelestarian Peninggalan Budaya Provinsi Banten, Universitas Indonesia, Universitas Pajajaran dan masyarakat yang tertarik untuk mengetahui latar belakang sejarah budaya masa lampau sejak tahun 1980-an. Situs Cagar budaya ini terdiri dari batu alam atau biasa disebut batuan kekar kolom (*coloumnar joint*) yang dibuat oleh manusia. Rancangan dibentuk dengan didirikan pada ketinggian  $\pm$  895 m dpl, di atas bukit yang di bawahnya terdapat batuan kolumnar yang terbentuk karena proses alam (*geology process*). Situs cagar budaya Gunung Padang ini memiliki 5 bagian atau “teras” dimulai dengan Teras 1 di utara dan Teras 5 di selatan. Pada tahun 2014, Mendikbud menetapkan kawasan Gunung Padang sebagai cagar budaya nasional melalui SK No. 023/M/2014.

Jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Situs Cagar Budaya Gunung Padang yakni berjumlah 90.549 orang dan wisatawan mancanegara berjumlah 501 orang. Jumlah tersebut menjadikan Gunung Padang menjadi 5 besar daerah tujuan wisata penyumbang kunjungan wisatawan ke Kabupaten Cianjur. (Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur, 2018).

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa kawasan wisata Gunung Padang menjadi salah satu daya

tarik wisatawan tersendiri di Kabupaten Cianjur. Situs Cagar Budaya Gunung Padang menjadi salah satu objek wisata penyumbang anggaran terbesar untuk Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur. Dalam Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur menunjukkan peningkatan pendapatan anggaran di 2 tahun terakhir yakni dari sebesar Rp 50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) di tahun 2020 dan meningkat menjadi 3 kali lipat pada tahun 2021 yakni sebesar Rp. 150.145.000 (Seratus Lima Puluh Juta Seratus Empat Puluh Lima Ribu Rupiah). Dalam laporan yang sama, kawasan wisata Gunung Padang juga menjadi salah satu objek wisata yang dikategorikan belum tertata dan memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi lebih baik. hal tersebut dapat dikembangkan dengan memadukan Situs Gunung Padang dengan beberapa kearifan lokal yang ada di dalamnya seperti yang sudah diuraikan sebelumnya. (Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur, 2020).

Pada periode 2018-2021 terjadi penurunan kunjungan wisatawan ke Situs Cagar Budaya Gunung Padang yang diakibatkan oleh pandemi *Covid-19* yang melanda hampir seluruh dunia, hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Oleh karena itu saat ini dibutuhkan strategi dalam upaya seluruh *stakeholders* untuk kembali menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Situs Cagar Budaya Gunung Padang pasca Pandemi *Covid-19*.

Komunikasi pariwisata dapat disebut sebagai pertukaran pesan dan makna yang dilakukan oleh kelembagaan dengan pengelola, pemilik modal dan kelompok sadar wisata dalam melakukan pemasaran destinasi kepada wisatawan. Adapun Tujuh

komponen yang dapat menjelaskan komunikasi pariwisata adalah komunikasi, wisatawan, pemasaran, aksesibilitas, pemilik modal, destinasi dan Sumber Daya Manusia (SDM) kelembagaan. komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam bidang-bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Dunia pariwisata sebagai sebagai kompleks produk, memerlukan komunikasi untuk mengomunikasikan pemasaran pariwisata, mengomunikasikan aksesibilitas, mengomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholders pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata. Dalam perspektif modern, komponen pemasaran, destinasi, aksesibilitas, SDM dan kelembagaan pariwisata, serta elemen-elemen yang ada menjadi kesatuan produk pariwisata di sebuah destinasi yang dikemas dalam suatu *brand* destinasi. (Bungin, 2015).

Destinasi wisata dengan mengutamakan ciri khas daerah akan dapat menjadi sebuah referensi baru untuk meningkatkan upaya di bidang pariwisata. Pengetahuan daerah yang terbungkus melalui informasi wisata itu sendiri menjadikannya bagian dari pemasaran lokal wisata tersebut. Penyatuan antara fundamental terkait wisata yang berkesinambungan melalui adanya upaya wisata khas daerah untuk melakukan pengenalan wisata di suatu daerah dengan memperhatikan komponen berkelanjutan yang ada. (Tamaratika, Fenilia dan Rosyidie, 2017). Pengembangan suatu destinasi pariwisata ditentukan oleh perencanaan dan pentahapan yang baik yang akan memandu langkah pengembangan tersebut. Serangkaian langkah dan kegiatan perlu dilakukan dalam mengembangkan destinasi wisata. Dalam upaya mencapai tujuan kegiatan wisata, diperlukan perhatian dari

berbagai kelompok kepentingan yang bersifat lintas sektoral. (Perbawasari, S., Sjucho, D.W., Setianti, Y., Nugraha, A. R., & Muda, 2019).

Hamzah, Hermawan, dan Srinatami, (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Situs Cagar Budaya Gunung Padang Sebagai Destinasi Wisata Budaya menyatakan bahwa kurangnya ketersediaan media promosi seperti *website* maupun media sosial, serta kurangnya koordinasi yang terjalin antara pengelola dan dinas terkait dalam mengembangkan situs Cagar Budaya Gunung Padang sebagai destinasi wisata menjadi salah satu kelemahan dari objek wisata yang terletak di Desa Karyamukti Kabupaten Cianjur ini. (Hamzah, Hermawan, 2021). Menurut Sitepu (2020) Strategi Komunikasi Pariwisata yang baik dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di suatu daya tarik wisata. Hal ini disebabkan karena kesinambungan antara pemangku kepentingan dapat menciptakan *personal selling*, *public relation*, *advertising* yang efektif untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan. (Sitepu, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut dan merujuk kepada dua penelitian sebelumnya yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara dan Analisis Strategi Pengembangan Situs Cagar Budaya Gunung Padang Sebagai Destinasi Wisata Budaya, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Pariwisata Sebagai Upaya Pengembangan Pariwisata di Wilayah Situs Cagar Budaya Gunung Padang Kabupaten Cianjur” untuk dapat menggambarkan komunikasi pariwisata antara *stakeholder* dalam pengembangan Situs Cagar Budaya Gunung Padang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana pada penelitian yang bersifat kualitatif tidak menggunakan konsep populasi, melainkan menurut Spradley (dalam Sugiyono, 2007:49) menyebutnya sebagai keadaan yang meliputi tiga faktor yaitu pelaku, tempat, dan aktivitas. Dalam objek penelitian atau situasi sosial tersebut, peneliti mengobservasi secara dekat kegiatan orang-orang di tempat-tempat tertentu. (Sugiyono, 2007).

Subjek penelitian dapat di definisikan sebagai orang, objek, atau benda yang terkait dengan data pada variabel penelitian dan yang menjadi kandidat. Peranan penting dan strategis dimiliki oleh objek penelitian, hal ini disebabkan oleh objek penelitian yang merupakan data tentang variabel-variabel yang akan diamati oleh peneliti. (Arikunto, 2010). Penjelasan terhadap subjek penelitian harus dilakukan agar penelitian tidak meluas dan fokus pada tujuan. Informan merupakan subjek penelitian atau responden pada penelitian kualitatif, yaitu seseorang yang memberikan informasi tentang informasi yang ingin diketahui peneliti sehubungan dengan penelitian yang dilakukan. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Cianjur yang diwakilkan oleh Kepala Bidang Destinasi Bapak Iwan Severiana, SAP, Pengelola Situs Cagar Budaya Gunung Padang, masyarakat sekitar Situs Cagar Budaya Gunung Padang, dan wisatawan yang berada di kawasan Situs Cagar Budaya Gunung Padang.

Objek penelitian merupakan tujuan ilmiah untuk memperoleh informasi yang tujuannya menggunakan beberapa hal yang obyektif, reliabel dan valid tentang beberapa variabel. (Sugiyono, 2014). Penelitian ini memiliki objek penelitian yakni untuk dapat menggambarkan dan

menganalisis komunikasi pariwisata antar *stakeholder* seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur sebagai pemangku kepentingan, pengelola pariwisata, dan masyarakat sekitar Situs Cagar Budaya Gunung Padang dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di Kawasan Wisata Gunung Padang.

Informan yaitu orang atau individu yang memberikan pengetahuan dan informasi yang tentang keseluruhan penelitian. Informan diidentifikasi melalui pemeriksaan di tempat yang ditargetkan. *Purpose sampling* akan diterapkan untuk kajian kali ini sebagai teknik penentuan informan, *purposive sampling* yaitu metode untuk mengumpulkan data atau informasi dengan beberapa aspek, sesuatu atau seseorang dijadikan untuk responden yang membantu memberikan informasi yang mendukung penelitian sesuatu atau seseorang tersebut memiliki informasi yang diperlukan untuk penelitian. (Sugiyono, 2014). Peneliti menentukan beberapa kriteria dalam memilih informan pada penelitian ini, yakni: Informan adalah pejabat Dinas Pariwisata Kabupaten Cianjur, informan adalah pengelola Situs Cagar Budaya Gunung Padang, informan adalah masyarakat yang tinggal di Situs Cagar Budaya Gunung Padang, informan adalah wisatawan yang berkunjung ke Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Informan penelitian ini tercantum pada Tabel 3.

Lokasi dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur di Jl. Aria Wiratanudatar No.50, Bojong, Kec. Karangtengah, Kabupaten Cianjur, dan Situs Cagar Budaya Gunung Padang di Kampung Gunung Padang, Desa Karyamukti, Kecamatan Campaka, Kabupaten Cianjur, yang dilaksanakan pada periode bulan Maret-Juni 2022.

Jenis penelitian ini juga akan menerapkan langkah dalam

mengumpulkan data atau informasi yang mendukung hasil penelitian dengan cara *interview*, observasi serta dokumentasi. (Bungin, 2010). Melalui *interview* akan diperoleh informasi atau data dari tanya jawab antara peneliti dengan responden, dengan menggunakan tehnik wawancara tidak terstruktur, panduan wawancara akan dibuat dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai acuan, tetapi panduan tersebut tidak mengikat terhadap jawaban informan. Informan memiliki kebebasan dalam menjawab pertanyaan berdasarkan pendapat dan pengalaman pribadi. teknik pengumpulan data observasi tidak terstruktur atau observasi *non-partisipan* digunakan sebagai teknik observasi dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengembangkan pengetahuan baru secara mandiri, namun tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Peneliti melakukan penelitian deskriptif kualitatif yang bersifat eksploratif, penelitian eksploratif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui apa yang menyebabkan atau mempengaruhi sesuatu. Pendekatan yang bersifat eksploratif digunakan karena peneliti menganggap pendekatan ini lebih jelas dan rinci dalam memastikan realita dan fakta. Teknik analisis data triangulasi

juga digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan verifikasi validitas. Triangulasi data dilakukan karena uji statistik tidak dapat membuktikan kebenaran pada penelitian yang bersifat kualitatif.

Efisiensi proses dan hasil yang diinginkan lebih diutamakan pada teknik triangulasi. Pengujian terhadap regulasi dapat dilakukan untuk mengetahui apakah proses dan hasil dari metode yang digunakan berjalan dengan baik. Misalnya, penelitian mengumpulkan informasi dengan observasi dan wawancara, mengumpulkan catatan harian wawancara informan dan catatan observasi. Bahan catatan harian kemudian diperiksa silang untuk dipastikan bahwa antara catatan harian observasi dan catatan harian wawancara tidak terdapat informasi yang saling bertentangan. (Bungin, 2010). Menguji pemahaman penelitian dengan memahami informasi yang disampaikan kepada peneliti juga dapat dilakukan dengan Triangulasi. Hal ini diperlukan karena dalam penelitian kualitatif masalah pemahaman makna sesuatu bisa berbeda-beda antara satu orang dengan orang lain, termasuk pemahaman informan dan peneliti.

**Tabel 1.**  
**5 Daerah Tujuan Wisata Penyumbang Wisatawan Terbesar di Kabupaten Cianjur**

No	Daerah Tujuan Wisata	Jumlah (Orang)	
		Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
1	Taman Bunga Nusantara	721.211	96.414
2	Kebun Raya Cibodas	698.213	-
3	Taman Nasional Gede Pangrango	647.153	30.275
4	Wana Wisata Pokland Haurwangi	114.252	-
5	Gunung Padang	90.549	501

Sumber: Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (LKjIP) Dinas Pariwisata

**Tabel 2.**  
**Data Kunjunga Wisatawan Situs Cagar Budaya Gunung Padang 4 Tahun Terakhir**

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan		Total
		Nusantara	Mancanegara	
1	2018	90.549	501	91.050
2	2019	51.733	507	52.240
3	2020	29.493	97	29.587
4	2021	26.021	4	26.025

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur

**Tabel 3.**  
**Data Informan**

No	Nama Informan	Peran	Usia
1	Iwan Severiana, SAP	Kepala Bidang Destinasi Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Cianjur	54 Tahun
2	Nanang Sukmana	Juru Pelihara / Pengelola Situs Cagar Budaya Gunung Padang	38 Tahun
3	Yuyun	Wisatawan	48 Tahun
4	Ladzina Imanez	Wisatawan	23 Tahun

Tabel 3 lanjutan

5	Zenal Arifin	Masyarakat Sekitar / Anggota Pokdarwis	40 Tahun
6	Muhammad Yusuf	Wisatawan	20 Tahun

Sumber: Hasil olahan peneliti, 2022.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bungin (2015), menjelaskan bahwa komunikasi pariwisata dapat disebut sebagai pertukaran pesan dan makna yang dilakukan oleh kelembagaan dengan pengelola, pemilik modal dan kelompok sadar wisata dalam melakukan pemasaran destinasi kepada wisatawan. Adapun Tujuh komponen yang dapat menjelaskan komunikasi pariwisata adalah komunikasi, wisatawan, pemasaran, aksesibilitas, pemilik modal, destinasi dan Sumber Daya Manusia (SDM) kelembagaan. (Bungin, 2015). Berdasarkan penjelasan tersebut, pada

penelitian ini peneliti mencoba menganalisis komunikasi pariwisata yang terjalin antara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur, Pengelola Situs Cagar Budaya Gunung Padang, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Karyamukti, Masyarakat sekitar Situs Cagar Budaya Gunung Padang, dan Wisatawan Situs Cagar Budaya Gunung Padang.

Sementara itu, Lasswell (Rohim, 2009: 162) menjelaskan unsur komunikasi yaitu “*Who says what in which channel to whom with what effect?*”. dimana untuk mengetahui komunikasi, seseorang harus menjawab pertanyaan tersebut. Kata-kata Lasswell

kemudian berkembang dikaitkan dengan unsur komunikasi yaitu sumber atau sering disebut juga pengirim (*sender*), pesan yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima, saluran atau media yakni alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima, penerima (*receiver*) sering juga disebut sebagai sasaran/tujuan (*destination*), dan efek yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

### **Peran Komunikator dalam Mengembangkan Pariwisata**

Komunikator di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur dalam komunikasi pariwisata ditentukan sesuai peran tugas dan tujuan pesan itu sendiri. Pernyataan ini diperkuat oleh informan pertama “komunikator dalam penyampaian pesan kepada khalayak dan pengelola tergantung kepada tujuan dari pesan tersebut, seperti apabila pesan yang berkaitan dengan promosi maka yang akan menyampaikannya adalah bagian bidang pemasaran melalui media dan program yang sudah ditentukan, apabila kaitannya dengan kebijakan ada bagian bidang destinasi.” (Informan pertama, 30 Mei 2022). Selain itu, Informan pertama juga menjelaskan bahwa dalam melakukan penentuan komunikator Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur selalu melakukan koordinasi penentuan komunikator dengan *stakeholders* terkait.

Informan dua merupakan komunikator yang langsung dalam menyampaikan pesan kepada khalayak atau calon wisatawan karena merupakan pribadi. Informan dua dan lima tidak menggunakan rapat dan penentuan khusus dalam menyampaikan pesan, hal ini disebabkan karena pengelola dan masyarakat masing-masing menjalankan penyampaian pesan secara pribadi, belum ada tim khusus dalam

penyampaian pesan kepada khalayak. Hal tersebut sesuai dengan penuturan informan dua “pengelola menyampaikan pesan kepada khalayak menggunakan media sosial pribadi dengan khalayaknya yakni pengikut dari sosial media pengelola, bukan media sosial khusus cagar budaya atau dari Gunung Padang”. Informan kelima menuturkan pernyataan yang sama terkait komunikator yang menyampaikan pesan kepada khalayak bahwa masyarakat masih menggunakan akun pribadi masing-masing sebagai berikut “media yang digunakan oleh masyarakat masih menggunakan akun pribadi masyarakat masing-masing.”

Dari enam pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa benar peran komunikator dalam penelitian ini berbeda-beda dalam mengembangkan pariwisata sesuai dengan kepentingan masing-masing. Tiga elemen yang memiliki peran dalam pengelolaan mulai dari pemerintah, pengelola situs cagar budaya, hingga kelompok masyarakat memiliki peran masing-masing, hanya saja pemerintah sebagai lembaga resmi mempunyai hak lebih kuat dalam mengembangkan pariwisata tetapi karena situs cagar budaya gunung pada berada di bawah kewenangan tiga instansi yakni Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur, Balai Pelestarian Cagar Budaya Banten, dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat sehingga dalam usaha pengembangannya diperlukan koordinasi lebih lanjut dengan instansi tersebut. Namun pengelola sebagai komunikator tetap mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal untuk kepentingan individu dan kelompok masyarakat tertentu.

### **Pesan yang Disampaikan dalam Mengembangkan Pariwisata**

Pesan yang disampaikan kepada khalayak dapat secara verbal dan nonverbal. Secara verbal dapat berupa

kata-kata yang disampaikan komunikator. Sedangkan secara nonverbal dapat berupa ritual budaya di Situs Cagar Budaya yang memiliki makna kearifan lokal. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan kedua sebagai pengelola ketika diwawancarai “pengelola selalu membagikan kegiatan-kegiatan yang sering dilakukan di Gunung Padang baik kegiatan sehari-hari maupun ritual-ritual budaya yang sedang berlangsung”. Ritual budaya yang ada di gunung padang pada dasarnya memiliki pesan tersendiri baik untuk masyarakat sekitar maupun khalayak, seperti yang disampaikan oleh informan kelima sebagai berikut: “mencuci kaki dan tangan sebelum memasuki situs, lalu ketika berada dikawasan situs juga dilarang memukul, menduduki, ataupun mencoret batu-batu yang ada untuk menjaga kelestarian situs, ataupun dari segi cara berpakaian wisatawan sendiri harus sopan.”

Pesan yang disampaikan selanjutnya dengan mengenalkan Situs Cagar Budaya Gunung Padang dengan potensinya kepada khalak oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata seperti pernyataan informan pertama bahwa: “penyampaian pesan untuk potensi wisata gunung padang sudah banyak dilakukan oleh tim pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Cianjur, dan sudah dilakukan penyampaian kepada masyarakat dan khalyak terkait potensi-potensi yang ada di Situs Cagar Budaya”. Informan ketiga sebagai wisatawan mendapatkan pesan dari media elektronik televisi ketika menyaksikan salah satu acara stasiun televisi swasta seperti yang dijelaskan kepada peneliti “dari salah satu stasiun TV Swasta, setelah itu mendapatkan salah satu kontak pengelola wisata Gunung Padang, sehingga dapat langsung mengunjungi situs Wisata Gunung Padang”. Berbeda dengan informan ketiga, informan

keempat dan keenam yang juga sebagai wisatawan mendapatkan pesan melalui salah seorang rekan mereka yang selanjutnya mencari informasi lanjutan melalui sosial media, seperti pernyataan informan keempat sebagai berikut “Saya mengetahui situs gunung padang melalui teman saya karena ada kegiatan juga di tempat tersebut kemudian saya mencarinya juga di media sosial dan internet.” (Informan keempat, 31 Mei 2022). Hal senda juga disampaikan oleh informan keenam yang disampaikan kepada peneliti sebagai berikut “dari media sosial Instagram dan sebelumnya sudah pernah ke gunung padang beberapa tahun lalu, saya mendapatkan informasi dari teman beberapa tahun lalu yang mengajak kesini.” (Informan keenam, 07 Juli 2022).

Dari enam pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa pesan yang disampaikan komunikator terdiri dari pesan *verbal* dan *nonverbal*. Pesan ini dapat berupa kalimat yang disampaikan di media, ucapan langsung komunikator kepada komunikan yang membuat komunikan menyampaikannya ke khalayak lain, dan simbol-simbol seperti ritual budaya yang ada di kawasan Situs Cagar Budaya Gunung Padang.

### **Media yang Digunakan dalam Mengembangkan Pariwisata**

Media digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan yang telah dikemas oleh komunikator dan pihak-pihak terkait kepada khalayak luas atau calon wisatawan. Jika dilihat dari penyampaian pesan melalui media kepada khalayak maka dapat dibagi berdasarkan tujuan dari pesan itu sendiri. Media konvensional yang digunakan untuk memperkenalkan informasi terkait destinasi wisata yang sifatnya regional, sementara media online digunakan untuk menjangkau khalayak yang lebih luas yang mencakup nasional. Hal ini

disampaikan informan pertama dalam menentukan media disesuaikan dengan tujuan pesan dan target khalayak. Seperti yang dinyatakan informan pertama “media yang digunakan disesuaikan dengan target khalayak, seperti poster dan banner yang digunakan untuk menjangkau khalayak sekitar Kabupaten Cianjur, dan media youtube untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dalam memperkenalkan kawasan Gunung Padang.” (Informan pertama, 30 Mei 2022).

Sementara itu, di era teknologi informasi saat ini, pengelola wisata lebih memilih menggunakan media sosial dalam mengelola pesan, seperti pernyataan yang disampaikan oleh informan kedua kepada peneliti sebagai berikut “sampai saat ini baru WhatsApp dan media sosial pribadi milik pengelola. Media sosial yang resmi dari Gunung Padang belum ada, dari cagar budaya juga belum ada”. (Informan kedua, 31 Mei 2022).

Senada dengan pernyataan dari informan kedua, informan kelima sebagai perwakilan masyarakat sekitar yang berperan mendukung perkembangan pariwisata berbasis kearifan local di kawasan Gunung Padang menyatakan hal yang serupa, bahwa untuk memperkenalkan kawasan Gunung Padang masyarakat menggunakan media pribadi seperti WhatsApps, Instagram, dan Facebook. Hal tersebut disampaikan oleh informan kelima kepada peneliti sebagai berikut “Media yang digunakan sejauh ini ada WhatsApp Group, Instagram, dan juga Facebook. Untuk beberapa media yang digunakan oleh masyarakat masih menggunakan akun pribadi masyarakat masing-masing.”

Triangulasi dilakukan kepada ibu Yuyun sebagai wisatawan di destinasi wisata Gunung Padang. Ibu Yuyun mendapat informasi melalui media konvensional televisi mengenai Situs Cagar Budaya Gunung Padang,

lalu mendapatkan kontak WhatsApp salah satu pengelola, seperti pernyataan informan ketiga sebagai berikut “dari salah satu stasiun TV Swasta, setelah itu mendapatkan salah satu kontak pengelola wisata Gunung Padang, sehingga dapat langsung mengunjungi situs Wisata Gunung Padang”. Pernyataan informan ketiga diperkuat oleh informan keempat dan keenam, bahwa media sosial merupakan media yang digunakan oleh informan untuk mendapatkan pesan terkait kawasan wisata gunung padang. Tidak hanya dari media sosial, informan keempat dan keenam juga memperoleh pesan langsung secara verbal dari rekan atau sahabat mereka yang sebelumnya mengunjungi Situs Cagar Budaya Gunung Padang.

Dari keenam pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa media yang digunakan yaitu media konvensional dan modern. Penyampaian pesan dari mulut ke mulut atau secara konvensional masih dilakukan oleh sebagian informan seperti yang disampaikan oleh informan keempat dan keenam. Namun masih banyak informan yang memanfaatkan media sosial dan media cetak dalam mengembangkan dan mengelola pesan.

### **Target Khalayak dalam Mengembangkan Pariwisata**

Dalam upaya membantu perkembangan pariwisata di kawasan suatu daya tarik wisata, wisatawan adalah salah satu bagian terpenting di dalamnya. Maka target khalayak yang ingin dicapai oleh komunikator yakni masyarakat luas yang tidak hanya tinggal di sekitar Kabupaten Cianjur saja, tetapi juga seluruh Indonesia, dan juga yang memiliki minat khusus kepada wisata sejarah, budaya, dan religi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Informan Pertama “karena Gunung Padang ini sudah termasuk cagar budaya dengan

*scope* nasional, dan mungkin hanya satu-satunya di Indonesia, maka khalayak yang ingin dicapai juga jangkauannya nasional, dan tidak hanya bagi mereka yang suka berwisata alam saja, tetapi terkadang dimanfaatkan sebagian orang untuk berwisata religi.” (Informan pertama, 30 Mei 2022).

Informan kedua sebagai pengelola Situs Cagar Budaya Gunung Padang juga memberikan pernyataan yang sama terkait target khalayak yang ingin dicapai yakni wisatawan yang memiliki ketertarikan khusus terhadap wisata sejarah, budaya, religi, ataupun pengetahuan, tidak hanya berwisata alam saja seperti pernyataan yang disampaikan oleh informan kedua kepada peneliti sebagai berikut “Gunung padang ini situs cagar budaya, tidak bisa disamakan dengan destinasi wisata lain seperti Cibodas atau Taman Bunga Nusantara, apabila dari Pemerintah Daerah ingin menjadikan Gunung Padang salah satu objek wisata unggulan, maka langkah lebih baiknya jika masuk ke dalam kategori wisata minat khusus (wisata ilmu pengetahuan, wisata Pendidikan, wisata religi/spiritual, dan wisata sejarah dan kebudayaan). Jadi untuk khalayak yang ingin dicapai lebih ke khalayak yang tidak hanya datang untuk berwisata alam, tetapi juga berwisata sejarah, budaya, religi/spiritual, dan Pendidikan.” (Informan kedua, 31 Mei 2022). Berbeda dengan informan pertama dan kedua, informan kelima menyatakan selain wisatawan minat khusus, target khalayak yang ingin masyarakat capai juga tergantung dari potensi yang dimiliki dan memiliki target khalayak wisatawan mancanegara seperti yang informan kelima sampaikan kepada peneliti sebagai berikut “untuk khalayak yang ingin dicapai pada dasarnya disesuaikan dengan potensi yang ada disini, kami berharap yang datang adalah wisatawan khusus karena situs cagar budaya ini juga merupakan

merupakan wisata minat khusus. Selain itu juga kami mengharapkan dapat mencapai wisatawan mancanegara juga agar berkunjung ke sini.” (Informan kelima, 07 Juli 2022).

Dari pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa target khalayak secara garis besar yaitu wisatawan yang memiliki minat khusus kepada wisata sejarah, budaya, religi, pendidikan. Target khalayak tidak hanya wisatawan yang memiliki minat terhadap wisata alam saja, karena hal tersebut harus disesuaikan dengan potensi yang ada di sekitar Situs Cagar Budaya Gunung Padang.

### **Efek yang Diharapkan Dengan Adanya Pariwisata**

Efek yang didapatkan dengan adanya pariwisata berbasis kearifan lokal di kawasan wisata Gunung Padang yakni berupa retribusi dan kunjungan wisatawan yang dapat meningkatkan pendapat asli daerah. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan pertama “efek yang dirasakan oleh pemerintah daerah yakni berupa retribusi dan jumlah kunjungan wisatawan.”. (Informan pertama, 30 Mei 2022). Hal serupa juga dinyatakan oleh informan kedua sebagai pengelola kawasan wisata, tetapi selain ada peningkatan retribusi sebagai modal mengembangkan kawasan wisata, efek lain yang datang dengan adanya kunjungan khalayak juga membuat meningkatnya sampah di kawasan wisata “dengan adanya pemasukan retribusi dari pengunjung menjadikan modal bagi kami untuk mengelola gunung padang. Adapun efek dengan adanya pengunjung terhadap cagar budaya gunung padang sendiri terkadang pengunjung meninggalkan sampah, menginjak batu, dll yang membuat keasrian cagar budaya sedikit tercemar.” (Informan kedua, 31 Mei 2022).

Permasalahan sampah dan efek negatif lainnya seperti perbedaan

budaya yang dibawa oleh khalayak juga disampaikan oleh informan kelima sebagai masyarakat sekitar, bapak Zaenal menambahkan untuk efek positif yang sudah dirasakan oleh masyarakat sekitar yakni dengan mendorong perekonomian masyarakat. Berikut pernyataan informan kelima yang disampaikan kepada peneliti “Efek yang didapatkan oleh masyarakat sendiri apabila yang positif yakni sedikit mendorong per-ekonomian masyarakat sekitar, contoh seperti yang dulunya hanya Bertani, saat ini merambah menjadi pedagang atau pun pemandu (juru pelihara) situs, dan juga mungkin efek pengetahuan sendiri yang di dapatkan oleh masyarakat. Lalu untuk efek negatif antara lain budaya yang dibawa dari luar gunung padang ke dalam desa atau Kawasan wisata gunung padang kadang tidak sesuai seperti dalam cara berpakaian, bersikap, dll. Selain itu dampak sampah yang dibawa wisatawan yang menjadi konsen masyarakat. Hal tersebut yang saat ini belum ada pengelolaan yang baik.” (Informan kelima, 07 Juli 2022).

Informan keempat sebagai wisatawan menyatakan bahwa Situs Cagar Budaya Gunung Padang selain dapat dijadikan lokasi rekreasi juga dapat dijadikan tempat wisata yang bertema edukasi, berikut pernyataan dari informan keempat “efek yang saya rasakan yaitu sesuai minat saya untuk datang ke tempat tersebut yaitu rekreasi dan edukasi”. Sementara itu, Ibu Yuyun menyampaikan bahwa Situs Cagar Budaya Gunung Padang dapat menjadi alternatif wisata di Jawa Barat, serta menjadi salah satu tempat wisata religi sebagai berikut. “diharapkan Situs Gunung Padang dapat menjadi alternatif wisata di Jawa Barat, tidak hanya wisata alam, tetapi juga wisata religi yang dapat dijadikan oleh pengunjung tertentu untuk berdoa bagi mereka yang meyakini.” (Informan ketiga, 31 Mei 2022).

Dari enam pernyataan informan dan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwa efek yang didapatkan dengan adanya destinasi wisata dapat menambah pendapatan daerah bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, meningkatkan penghasilan pengelola atau masyarakat. Destinasi wisata juga dapat membuka peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar, dan menjadi alternatif tempat wisata alam, budaya, sejarah, dan religi di Jawa Barat. Selain efek positif yang telah disebutkan, efek negatif yang dirasakan oleh pengelola dan masyarakat sekitar yakni dengan adanya sampah yang ditinggalkan oleh khalayak dan perbedaan budaya seperti berpakaian dan berperilaku di sekitar kawasan wisata.

### **Komunikasi Pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang**

Komunikasi pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang mengacu pada penelitian sebelumnya yang dibahas oleh Hamzah, Hermawan, dan Srinatami, (2021). Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini berfokus pada aspek komunikasi yang mencakup komunikator, pesan, media, penerima, dan efek yang diharapkan yang dilakukan antara *stakeholders* dalam Upaya pengembangan pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Komunikasi pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang pada tataran masyarakat, seperti yang dijelaskan oleh informan kelima bahwa mekanisme pengambilan keputusan masih berdasarkan kelompok usaha masing-masing, hal ini disebabkan belum maksimalnya peran pokdarwis dan BUMDES sebagai suatu wadah yang dapat mengkoordinasikan kelompok-kelompok masyarakat yang terlibat dalam pariwisata berbasis kearifan lokal di kawasan Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Kelompok masyarakat dan pemerintah setempat belum

melakukan pemetaan ataupun zonasi terhadap potensi kearifan lokal yang ada, hal ini dinyatakan langsung oleh informan kelima.

Komunikasi pariwisata pihak pemerintah dan pengelola sudah terjalin dengan cukup baik terlihat dari pernyataan informan kedua dan ketiga yang menyatakan bahwa komunikasi dengan pihak pemerintah sudah berjalan dengan baik dimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selalu melibatkan pengelola dan masyarakat sekitar dalam setiap pengambilan keputusan. Hal ini dibenarkan oleh informan pertama bahwa dalam mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal tidak bisa dilakukan oleh dinas saja, harus ada peran serta masyarakat, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selalu melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Bungin (2015:89) menjelaskan komponen komunikasi pariwisata adalah komunikasi, destinasi, sumber daya manusia dan kelembagaan, aksesibilitas, pemasaran, wisatawan dan pemilik modal. Sedangkan Lasswell (Rohim, 2009: 162) unsur komunikasi yaitu sumber, pesan, saluran, penerima dan efek. Sumber dari komunikasi

pariwisata dalam penelitian ini yaitu pemerintah Kabupaten Cianjur khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, dan Pengelola Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Sumber daya manusia dan kelembagaan yakni kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan masyarakat di sekitar kawasan destinasi wisata. Situs Cagar Budaya Gunung Padang merupakan cagar budaya yang dinaungi langsung oleh Balai Pelestarian Cagar Budaya Banten sehingga pemilik modal pada penelitian ini merupakan pemerintah daerah. Pesan yang disampaikan kepada khalayak merupakan informasi mengenai destinasi wisata, yang efek dari pesan tersebut diharapkan yaitu khalayak atau calon wisatawan mengetahui *branding* Situs Cagar Budaya Gunung Padang sehingga mengunjungi kawasan wisata yang memberikan dampak berupa pendapat asli daerah, retribusi, dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Sementara, media yang digunakan berupa media konvensional seperti poster dan brosur dan media modern (*new media*) seperti *social media Instagram, facebook, dan WhatssApp*.



**Gambar 1. Sosial Media Pribadi Pengelola Wisata**  
Sumber: Facebook Nanang Sukmana

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya dalam penelitian ini, maka kesimpulan penelitian mengenai komunikasi pariwisata di Situs Cagar Gunung Padang adalah sebagai berikut. Komunikasi pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih bersatu dengan lainya yaitu Balai Pelestarian Cagar Budaya Banten, dan dinas lainnya sehingga membutuhkan koordinasi dan birokrasi yang lebih panjang dalam proses komunikasi dan pengambilan keputusannya dalam pengembangan pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata selalu meminta masukan kepada pengelola dan masyarakat sekitar dalam pembuatan kebijakan dalam upaya pengembangan pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang agar program dapat terimplementasi dengan baik. Komunikator dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cianjur, pengelola dan masyarakat sekitar. Pesan yang disampaikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata masih belum terarah jelas, karena rencana pengembangan pariwisata berbasis kearifan tersebut masih dalam tahap proses pengembangan dan belum ada bukti nyata implementasi program yang telah dilakukan, pesan kepada khalayak masih dilakukan dengan menggunakan media massa konvensional seperti brosur dan poster. Sedangkan pada tataran masyarakat sudah mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal yang dapat dilihat dari usaha kelompok-kelompok masyarakat seperti melakukan ritual kebudayaan tahunan bernama sakabenda, memanfaatkan kesenian yang ada disekitar kawasan wisata seperti karinding dan kecapi suling, maupun memanfaatkan sumber daya alam lokal seperti aren, bambu, dan madu untuk diolah dan dijadikan produk

wisata kuliner. Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan pariwisata berbasis kearifan lokal oleh pengelola dan masyarakat yaitu media sosial dalam hal ini Facebook dan Gorup WhatsApp, hanya saja untuk media sosial masih menggunakan media masing-masing pribadi pengelola dan masyarakat, belum ada media resmi dari Situs Gunung Padang. Khalayak yang ingin dicapai semua calon wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata Gunung Padang. Efek yang diharapkan agar khalayak mengetahui destinasi wisata di kawasan wisata Gunung Padang, yang nantinya dapat berkunjung dan memberikan dampak kepada pengelola, masyarakat, serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. Pengambilan keputusan dianatara kelompok masyarakat masih terbatas pada masing-masing kelompok UMKM, belum ada kelompok atau organisasi resmi yang mnegkoordinasikan kelompok tersebut, tetapi setiap kelompok saling berkoordinasi dan membantu satu sama lain.

Saran pada penelitian ini untuk *stakeholders* terkait yaitu komunikasi pariwisata pemerintah, pengelola dan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata perlu segera dilakukan restrukturisasi agar lebih fokus dalam mengelola pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang. Media dan strategi penyampaian pesan kepada khalayak perlu menjadi perhatian penting untuk dikembangkan, dibandingkan dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Cianjur seperti Taman Bunga Nusantara dan Kawasan Wisata Cibodas, Situs Cagar Budaya Gunung Padang belum memiliki *website* ataupun media sosial resmi, *website* dan media sosial resmi sangat diperlukan agar sumber informasi jelas dan terarah. Sementara itu untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan fokus variabel yang lebih spesifik seperti

komunikasi pariwisata yang berbasis masyarakat, kearifan lokal, maupun *online* untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih rinci dan tajam mengenai arah pengembangan pariwisata di Situs Cagar Budaya Gunung Padang Kabupaten Cianjur Jawa Barat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bungin. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism communication): Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Bungin, B. (2010). Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan ilmu sosial lainnya. In *Kencana*.
- Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur. (2018). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Cianjur (LKjIP)*.
- Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Cianjur. (2020). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Cianjur (LKjIP)*.
- Hamzah, Hermawan, S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Situs Cagar Budaya Gunung Padang Sebagai Destinasi Wisata Budaya. *Media Wisata*, 19.
- Perbawasari, S., Sjachro, D.W., Setianti, Y., Nugraha, A. R., & Muda, I. (2019). Halal Tourism Communication Formation Model in West Java Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 309–320
- Sitepu, E. & S. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata dalam Meningkatkan Minat Berwisata di Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9, 28–44.
- Sugiyono.(2007). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutikno Bronto dan Billy S. Langi. (2016). Geologi Gunung Padang dan Sekitarnya, Kabupaten Cianjur - Jawa Barat. *Jurnal Geologi Dan Sumberdaya Mineral*, 37–49.
- Tamaratika, Fenilia dan Rosyidie, A. (2017). Inkorporasi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata Di Lingkungan Pantai. *Jurnal Sosioteknologi*, 16, 125–133.