BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan daerah yang berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta mendorong kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan sumber daya alam yang optimal dapat menghasilkan destinasi wisata yang memiliki daya tarik dan daya saing. Dalam konteks ini, Kabupaten Aceh Utara memiliki potensi pariwisata yang beragam dan berpeluang untuk dikembangkan secara berkelanjutan melalui pengelolaan yang tepat (Nugroho & Numata, 2021).

Kabupaten Aceh Utara merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang beragam, meliputi wisata alam, budaya, buatan, kuliner, religi, dan edukasi. Wisata alam memanfaatkan keindahan alam sebagai daya tarik, wisata budaya mengangkat tradisi dan warisan budaya, sedangkan wisata buatan merupakan objek yang dikembangkan oleh manusia. Selain itu, wisata kuliner menawarkan makanan khas daerah, wisata religi berkaitan dengan nilai-nilai keagamaan, dan wisata edukasi memberikan pengalaman belajar bagi pengunjung. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Utara (2025), potensi wisata di daerah ini tidak hanya terpusat pada destinasi yang telah dikenal masyarakat, tetapi juga berkembang pada kawasan wisata berbasis masyarakat di tingkat gampong. Potensi tersebut perlu didukung oleh strategi komunikasi yang

efektif agar semakin dikenal masyarakat dan mampu meningkatkan daya tarik wisata.

Strategi komunikasi merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan wisata berbasis masyarakat karena berfungsi sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi mengenai potensi, daya tarik, serta pengembangan destinasi kepada masyarakat dan calon wisatawan. Penyampaian informasi yang dilakukan melalui perencanaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, dan pemanfaatan media komunikasi yang tepat dapat meningkatkan pemahaman, membangun partisipasi masyarakat, serta mendorong minat wisatawan untuk berkunjung. Efektivitas penyebaran informasi tersebut menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat (Cangara, 2022; Teguh et al., 2022).

Salah satu destinasi wisata berbasis masyarakat di Kabupaten Aceh Utara adalah Wisata Alam Lhok Buloh yang terletak di Gampong Panton Rayeuk II, Kecamatan Kuta Makmur. Objek wisata ini mulai dibuka pada tahun 2022 dan dikembangkan melalui Badan Usaha Milik Gampong (BUMG) dengan memanfaatkan dana gampong sebagai upaya meningkatkan pendapatan gampong dan perekonomian masyarakat setempat. Secara geografis, Lhok Buloh merupakan anak Sungai Rayab yang memiliki aliran air dangkal, jernih, dan relatif tenang sehingga cocok dikembangkan sebagai wisata berbasis air. Dengan panjang aliran sekitar 1.500 meter, kawasan ini berpotensi menjadi destinasi ekowisata yang mengedepankan keberlanjutan lingkungan serta kenyamanan pengunjung.

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan keterangan dari pengelola wisata, jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat sejak objek wisata ini dibuka. Pada masa awal pembukaan, jumlah pengunjung berkisar sekitar 200 orang per hari dan meningkat hingga sekitar 600 orang per hari pada periode 2024–2026. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa Wisata Alam Lhok Buloh memiliki daya tarik bagi masyarakat. Kondisi ini juga menunjukkan pentingnya penyampaian informasi dan promosi yang dapat membantu memperkenalkan potensi wisata kepada masyarakat yang lebih luas, sekaligus mendukung keberlanjutan pengembangannya.

Dalam upaya pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh, pemuda gampong memiliki peran strategis sebagai komunikator sekaligus pelaku promosi wisata. Peran tersebut diwujudkan melalui kegiatan sosialisasi kepada masyarakat, penyebaran informasi dari mulut ke mulut, pengelolaan media sosial, serta keterlibatan dalam berbagai kegiatan pengembangan wisata. Keterlibatan pemuda dalam pengembangan pariwisata sejalan dengan konsep *community-based tourism* yang menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata. Kemampuan pemuda dalam menerapkan strategi komunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh (Giampiccoli & Saayman, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Wisata Alam Lhok Buloh, T. Zoel Fahmi, kegiatan sosialisasi kepada masyarakat dilaksanakan melalui musyawarah sekitar satu sampai dua bulan sekali dan disesuaikan dengan

kebutuhan pengelolaan wisata. Musyawarah tersebut menjadi sarana bagi pengelola, pemuda gampong, dan masyarakat untuk membahas perkembangan wisata serta berkoordinasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan, seperti gotong royong, penataan kawasan, dan perbaikan fasilitas. Walaupun kegiatan sosialisasi telah berjalan, pelaksanaannya masih perlu dikaji, terutama terkait penyampaian informasi dan keterlibatan masyarakat dalam mendukung pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh.

Selain melalui sosialisasi secara langsung, pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh juga didukung oleh promosi melalui media sosial. Pemuda gampong telah memanfaatkan akun TikTok Wisata Alam Lhok Buloh untuk membagikan informasi mengenai kondisi kawasan, fasilitas, dan berbagai kegiatan wisata. Promosi juga terbantu oleh unggahan pengunjung yang membagikan pengalaman mereka melalui media sosial. Meskipun kegiatan promosi telah berjalan, masih perlu dikaji bagaimana pemuda gampong menyampaikan pesan, memilih konten, dan menjaga konsistensi penyebaran informasi untuk memperkenalkan Wisata Alam Lhok Buloh kepada masyarakat luas serta menarik minat calon pengunjung.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh tidak hanya bergantung pada potensi alam, tetapi juga pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemuda gampong. Sosialisasi melalui musyawarah dan promosi melalui media sosial telah menjadi bagian dari upaya pengembangan wisata. Kedua kegiatan tersebut perlu dikaji untuk mengetahui bagaimana informasi disampaikan dan dipahami oleh masyarakat serta bagaimana media komunikasi dimanfaatkan untuk menarik minat pengunjung. Menurut

Cangara (2022), strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan dan manajemen komunikasi yang meliputi penentuan komunikator, penyusunan pesan, pemilihan media, dan penetapan khalayak sasaran. Konsep ini menjadi dasar untuk mengkaji strategi komunikasi pemuda gampong dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan kajian mengenai strategi komunikasi pemuda gampong dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan melalui sosialisasi, penyampaian informasi kepada masyarakat, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai peran strategi komunikasi pemuda gampong dalam mendukung pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh di Gampong Panton Rayeuk II, Kecamatan Kuta Makmur, Kabupaten Aceh Utara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemuda gampong dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh di Gampong Panton Rayeuk II, Kecamatan Kuta Makmur, Kabupaten Aceh Utara?
2. Bagaimana pelaksanaan sosialisasi dan promosi dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh di Gampong Panton Rayeuk II, Kecamatan Kuta Makmur, Kabupaten Aceh Utara?

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini meliputi:

1. Meneliti Strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemuda gampong dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh, meliputi komunikator, pesan, media, sasaran, dan tujuan komunikasi.
2. Meneliti Pelaksanaan sosialisasi dan promosi**,** meliputi sasaran sosialisasi, bentuk kegiatan sosialisasi, media promosi yang digunakan, serta pelaksanaan promosi dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan oleh pemuda gampong dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh di Gampong Panton Rayeuk II, Kecamatan Kuta Makmur, Kabupaten Aceh Utara.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan sosialisasi dan promosi dalam pengembangan Wisata Alam Lhok Buloh di Gampong Panton Rayeuk II, Kecamatan Kuta Makmur, Kabupaten Aceh Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Teoretis

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi mengenai strategi komunikasi dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

2. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji strategi komunikasi, sosialisasi, dan promosi dalam pengembangan destinasi wisata.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Menjadi bahan masukan bagi pemuda gampong dan pengelola Wisata Alam Lhok Buloh dalam menerapkan strategi komunikasi, sosialisasi, dan promosi yang lebih efektif.
2. Menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah gampong dan pihak terkait dalam mengembangkan potensi wisata berbasis masyarakat secara berkelanjutan.