



MANAJAMEN KOMUNIKASI PENGELOLA WISATA EDUKASI SUBAK TEBA MAJELANGU BERBASIS PARIWISATA BERKELANJUTAN

Oleh

Bagus Ade Tegar Prabawa¹, I Nyoman Surpa Adisastra²

UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar^{1,2}

tegarprabawa@uhnsugriwa.ac.id

surpaadisastra@uhnsugriwa.ac.id

Diterima 20 Agustus 2024, direvisi 27 Agustus 2024, diterbitkan 31 Agustus 2024

Abstract

The Subak Teba Majelangu Educational Tourism Object is a Subak Educational tourism site offering a variety of activities designed to provide an educational and interactive experience about the subak system. These activities include Agricultural Education, where visitors can learn traditional Balinese farming techniques; the Subak Museum, which presents information and artifacts related to the history and culture of the subak irrigation system; Animal Feeding, which allows visitors to interact directly with domestic animals; the Seed House, where visitors can learn about the seedling process and plant growth; as well as various other activities. To restore and further develop the Subak Teba Majelangu Educational Tourism site, management and implementation involving all parties are required, including not only the government but also the community and stakeholders. The managers of the Subak Teba Majelangu Educational Tourism need to be prepared to grow by building market networks with tourism industry players, developing promotional media, and applying various innovations to revive its tourism potential. The aim of this research is to analyze the Communication Management of the Subak Teba Majelangu Educational Tourism based on Sustainable Tourism. The method used in this research is qualitative with a descriptive analysis type. Subak Teba Majelangu also offers several activities that support recreational and educational activities such as Agricultural Education, Non-Educational Activities, Comparative Study or Study Visits, Outbound Activities and Games, Yoga, and Meetings. Therefore, the development carried out by the Subak Teba Majelangu educational tourism managers includes Defining Public Relations Problems, Planning and Programming, Taking Action and Communication, and Evaluating the Program.

Keywords: Communication Management, Educational Tourism, Sustainable Tourism.

I. PENDAHULUAN

Saat ini, sektor pariwisata di Indonesia memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan devisa dan penciptaan lapangan kerja. Selain itu, pariwisata mempengaruhi berbagai aspek sosial dan ekonomi serta berperan dalam pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam, dan budaya dengan lebih bijaksana. Pariwisata memainkan peran krusial dalam pembangunan dan pengembangan daerah dengan potensi wisata, serta memberikan sumbangan signifikan terhadap pendapatan daerah dan masyarakat. Diharapkan bahwa kegiatan pariwisata dapat terus memacu kemajuan sosial dan ekonomi, melestarikan budaya dan adat, serta memastikan kelangsungan usaha pariwisata. Salah satu bentuk pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah ekowisata, yang merupakan konsep yang menghubungkan pariwisata dengan upaya konservasi. Ekowisata berfokus pada tanggung jawab lingkungan dari para wisatawan dan merupakan jenis pariwisata yang berwawasan lingkungan (Muchlisin Riadi, 2019).

Suprayitno (2008) menjelaskan lebih lanjut bahwa ekowisata adalah model pariwisata alam yang bertanggung jawab, yang diterapkan di kawasan yang masih alami atau dikelola secara alami. Tujuan dari ekowisata adalah untuk menikmati keindahan alam sambil melibatkan elemen pendidikan, mendukung usaha konservasi, dan meningkatkan perekonomian lokal. Prinsip dasar ekowisata telah berkembang menjadi bentuk pariwisata berbasis alam yang mengintegrasikan pendidikan, pelestarian lingkungan, dan dikelola dengan pendekatan pembangunan berkelanjutan. Beberapa ahli mendefinisikan ekowisata sebagai

pariwisata yang peduli lingkungan, di mana kegiatan utamanya meliputi pengamatan, pengetahuan, dan apresiasi terhadap alam, flora, fauna, dan budaya sosial. Wisatawan yang terlibat dalam ekowisata juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan dengan melibatkan masyarakat setempat. Karena itu, ekowisata dianggap sebagai bagian dari upaya konservasi yang memberikan manfaat ganda, baik untuk kesejahteraan masyarakat maupun perlindungan lingkungan.

Ekowisata adalah jenis industri pariwisata yang berfokus pada prinsip keberlanjutan lingkungan, dengan tujuan mengurangi dampak negatif terhadap alam dan budaya lokal, sambil menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendukung pelestarian lingkungan setempat. Ciri utama ekowisata adalah tanggung jawabnya terhadap kesejahteraan komunitas lokal serta upaya pelestarian lingkungan dan budaya. Wisatawan yang mengunjungi destinasi ekowisata memainkan peran kunci dalam keberhasilan ekowisata, sementara operator wisata, seperti pengelola fasilitas, juga bertanggung jawab untuk mendukung prinsip-prinsip tersebut. Bali dikenal memiliki keindahan alam yang menjadikannya sebagai potensi wisata, dengan kekayaan hayati yang menarik (Nazhima Adilah & Sukma, 2018). Potensi pariwisata di Bali meliputi berbagai keunikan dan keunggulan seperti pemandangan alam yang mempesona, matahari terbit dan terbenam, lanskap pegunungan yang menakjubkan, pantai, serta kekayaan flora dan fauna, dan kehidupan sosial masyarakat dengan budaya serta sistem religi yang khas (Acwin Dwijendra, 2018).

Penduduk Bali, baik yang tinggal di daerah pertanian maupun di tempat lainnya, menjalani kehidupan sehari-hari yang dipengaruhi oleh ajaran agama Hindu, yang melahirkan berbagai tradisi seni dan budaya khas di setiap daerah di Bali. Keunikan ini memberikan Bali keunggulan sebagai destinasi wisata dibandingkan dengan berbagai pilihan tujuan wisata lainnya di seluruh dunia (Arjaya & Budiarta, 2021; Indriani, 2018; Mastika, 2018). Bagi wisatawan yang mengunjungi Bali, upacara agama menjadi bagian penting dari budaya lokal yang sering dinikmati sebagai pengalaman unik. Saat ini, sekitar 5 persen wisatawan asing datang dengan tujuan mencari pengalaman spiritual. Tujuan ini sejalan dengan konsep ekowisata, di mana wisata spiritual berfokus pada pencapaian ketenangan dan keseimbangan batin serta berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Objek wisata edukasi subak teba majelangu merupakan objek wisata Subak Edukasi Subak menawarkan beragam kegiatan yang dirancang untuk memberikan pengalaman edukatif dan interaktif mengenai sistem subak. Aktivitas-aktivitas tersebut meliputi Edukasi Pertanian, di mana pengunjung dapat mempelajari teknik pertanian tradisional Bali; Museum Subak, yang menyajikan informasi dan artefak terkait sejarah dan budaya sistem irigasi subak; Feeding Animal, yang memungkinkan pengunjung berinteraksi langsung dengan hewan-hewan peliharaan; Rumah Bibit, tempat pengunjung bisa belajar tentang proses pembibitan dan pertumbuhan tanaman; serta berbagai kegiatan lainnya. Seluruh fasilitas ini terletak di Subak Teba Majelangu, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar dan menawarkan kesempatan untuk memahami serta menghargai keunikan

dan kearifan lokal dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya. Namun, pandemi Covid-19 memberikan dampak signifikan pada Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu, karena penutupan semua destinasi wisata menyebabkan tidak adanya pengunjung dan penurunan ekonomi yang drastis, bahkan tidak ada pemasukan sama sekali. Pengelola Eduwisata subak teba majelangu melaporkan pasca Covid-19 kondisi pariwisata belum sepenuhnya pulih dan terjadi perubahan terhadap tatacara pemasaran berbasis digital. Pengelola subak dipaksa untuk melakukan pemasaran secara digital yang sebelumnya dilakukan secara konvensional.

Kebijakan pemerintah untuk membuka kembali sektor pariwisata memberikan dorongan positif bagi seluruh pengelola pariwisata. Berbagai program, solusi, dan upaya kini mulai dilakukan untuk memulihkan perekonomian di sektor ini. Pemerintah juga terus berusaha agar pelaku wisata, baik pengelola maupun pengunjung, tetap merasa aman. Salah satu inisiatif yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) adalah menerapkan program Indonesia Care dengan mengimplementasikan protokol kesehatan CHSE (*Cleanliness, Safety, and Environmental Sustainability*) di destinasi wisata di Indonesia. Dengan langkah ini, seluruh sektor pariwisata, baik pengelola maupun pengunjung, diizinkan untuk melanjutkan aktivitas pariwisata asalkan tetap mematuhi protokol kesehatan CHSE. Untuk mengembangkan kembali sektor pariwisata setelah dampak pandemi Covid19, penerapan pariwisata berkelanjutan merupakan langkah yang bisa diambil.

Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) di bawah Perserikatan Bangsa-Bangsa, pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai jenis pariwisata yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik saat ini maupun untuk masa depan, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat lokal. Pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari pariwisata massal dan memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini sambil melestarikan budaya, ekologi, dan keanekaragaman hayati untuk generasi mendatang (WTO). Untuk mencapai pariwisata berkelanjutan, kegiatan pariwisata perlu berorientasi pada alam, seperti ekowisata dan pariwisata berbasis alam, karena konsep ini mengarahkan wisatawan untuk melindungi, bukan merusak, daerah yang mereka kunjungi (Weaver, 2006).

Untuk memulihkan dan mengembangkan kembali wisata edukasi subak teba majelangu, diperlukan manajemen dan pelaksanaan yang melibatkan semua pihak, tidak hanya pemerintah, tetapi juga masyarakat dan stakeholder sebagai pelaksana dan pengelola program wisata edukasi subak teba majelangu perlu siap berkembang dengan kemampuan membangun jejaring pasar dengan pelaku industri pariwisata, mengembangkan media promosi, serta menerapkan berbagai inovasi agar potensi wisatanya dapat terangkat kembali. Manajemen komunikasi yang efektif sangat penting dalam aktivitas pariwisata. Tanpa manajemen komunikasi yang baik, proses komunikasi bisa berdampak negatif. Sebaliknya, manajemen komunikasi yang baik dapat menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai

target dan sasaran. Wisata edukasi subak teba majelangu, misalnya, berupaya membangun komitmen yang kuat dari berbagai pihak terlibat, termasuk pemerintah, stakeholder, dan masyarakat, untuk berkoordinasi dalam mengembangkan kembali kawasan wisata ini setelah dampak pandemi Covid19.

Dalam konteks manajemen komunikasi pemasaran, Harold Lasswell (dalam Effendy, 2003: 26) menyatakan bahwa cara terbaik untuk menjelaskan kegiatan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan "*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*". Berkenaan dengan strategi komunikasi, semua elemen harus dikaitkan dengan komponen-komponen yang menjawab pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut: *Who* (siapa komunikatornya), *Says What* (pesan apa yang disampaikan?), *In Which Channel* (media apa yang digunakan?), *To Whom* (siapa audiensnya?), dan *With What Effect* (efek apa yang diharapkan?). Menambahkan pertanyaan mengenai efek yang diharapkan sangat penting dalam strategi komunikasi, karena pendekatan terhadap efek tersebut bisa bervariasi, seperti Informasi (informasi), Persuasi (persuasi), dan Instruksi (instruksi).

Pemasaran adalah suatu filosofi bisnis yang menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan konsumen dan konsumen merupakan prasyarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Ini adalah penargetan konsumen, keseluruhan organisasi kegiatan pemasaran (pemasaran terpadu), dan kepuasan konsumen (kepuasan konsumen). Ketiga hal ini harus diperhatikan dalam menyusun program pemasaran khususnya produk berupa jasa. empat

karakteristik tersebut. Pertama, jasa yang tidak berwujud dilihat, dirasakan, didengar, dan dicium sebelum terjadinya transaksi pembelian. Oleh karena itu, dalam hal ini pembeli harus percaya dan percaya kepada penjual jasa tersebut. Kedua, bentuk suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya. Dalam hal ini, Anda perlu menghubungi sumber atau penyedia layanan secara langsung. Namun produk fisik yang berwujud tetap ada, terlepas dari apakah sumbernya ada atau tidak. Ketiga, layanan juga bergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan di mana. Oleh karena itu, pembeli dan pengguna jasa seringkali bertanya-tanya sebelum memutuskan siapa pemilik jasa yang dipilih. Terakhir, suatu jasa hebat yang sudah tidak digunakan tidak dapat disimpan atau diganti bila sudah digunakan. Pengguna jasa tidak punya daya tahan. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis Manajemen Komunikasi Pengelola Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu Berbasis Pariwisata Berkelanjutan.

II. PEMBAHASAN

Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar memiliki keunggulan dalam potensi alam, budaya, dan tradisi yang unik. Mayoritas penduduk Desa Kesiman Kertalangu ini mengandalkan pertanian sebagai sumber penghidupan. Warga Kesiman Kertalangu berkomitmen untuk mengembangkan wisata edukasi subak teba majalangu agar potensi yang ada dapat dilestarikan dan dikembangkan dengan semangat gotong royong yang melibatkan seluruh masyarakat. Pengelolaan wisata edukasi subak ini bertujuan, sebagaimana yang tercantum dalam Peraturan Perbekel

Desa Kesiman Kertalangu No. 7 Tahun 2019, untuk memanfaatkan potensi lingkungan sebagai lokasi wisata berbasis alam. Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu merupakan salah satu destinasi wisata milik Desa Kesiman Kertalangu yang terletak di kawasan *jogging track* Desa Budaya Kertalangu. Mengusung konsep edukasi pertanian bali, dimana nantinya anak-anak akan diperkenalkan dengan berbagai alat pertanian, metode pertanian sampai dengan aprakteknya dilapangan. Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu terdiri atas dua kata TEBA dalam istilah bali dikenal juga sebagai pekarangan belakang rumah dan Majalangu merupakan kerajaan yang dulu pernah ada di wilayah Desa Kesiman Kertalangu. Secara holistic TEBA juga merupakan singkatan dari Tempat Belajar Alam, sehingga seluruh sarana dan prasarana yang ada dibuat dengan konsep ramah terhadap lingkungan. Tidak hanya di bidang pertanian, subak teba majalangu juga memiliki beberapa kegiatan yang menunjang aktivitas rekreasi dan edukasi seperti :

1. Edukasi Pertanian

Wisata Edukasi Subak TEBA Majalangu adalah sebuah destinasi yang menawarkan pengalaman edukatif berbasis pertanian tradisional Bali, yang terletak di Desa Budaya Kertalangu, Kesiman Kertalangu, Bali. Destinasi ini dirancang khusus untuk mengedukasi pengunjung, terutama anak-anak, tentang berbagai aspek pertanian tradisional Bali, dengan pendekatan yang interaktif dan langsung. Edukasi pertanian di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu meliputi Pengenalan Alat Pertanian, Anak-anak diperkenalkan dengan berbagai alat tradisional yang digunakan dalam pertanian Bali. Ini termasuk cangkul, sabit, dan alat-alat lainnya yang biasa digunakan untuk mengolah sawah. Selanjutnya Metode Pertanian Bali Pengunjung diajarkan metode-metode pertanian yang khas Bali, seperti sistem Subak, yang

merupakan sistem irigasi tradisional di Bali yang diakui sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO. Metode ini menggambarkan filosofi masyarakat Bali dalam menjaga keseimbangan antara manusia, alam, dan Tuhan (Tri Hita Karana). Setelah mempelajari teori dan mengenal alat-alat pertanian, anak-anak dan pengunjung lainnya diajak langsung untuk mencoba bercocok tanam di sawah, dari mulai menanam padi, merawat, hingga panen. Ini memberikan pengalaman nyata dan mendalam tentang kehidupan petani di Bali.

2. Kegiatan Non Edukasi

Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu tidak hanya menawarkan kegiatan edukasi, tetapi juga berbagai kegiatan non-edukasi yang menarik dan menyenangkan bagi pengunjung. Seperti Piknik dan Bersantai Area hijau dan terbuka, di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu cocok untuk piknik keluarga atau bersantai. Pengunjung dapat membawa bekal dan menikmati makan siang di alam terbuka dengan latar belakang sawah dan pepohonan yang rindang. Spot Foto Instagramable, Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu menawarkan berbagai spot foto yang menarik, terutama dengan latar belakang sawah yang hijau dan elemen-elemen budaya Bali. Pengunjung yang gemar fotografi bisa memanfaatkan pemandangan alam yang indah untuk berfoto. Sunset Viewing, Lokasi Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu yang berada di tengah alam menawarkan pemandangan matahari terbenam yang menakjubkan. Banyak pengunjung datang pada sore hari untuk menikmati keindahan sunset yang memancar di atas sawah.

3. Kegiatan Studi Tiru atau Studi Komparatif

Kegiatan Studi Tiru atau Studi Komparatif adalah salah satu program yang sering dilakukan oleh berbagai instansi, lembaga pendidikan, komunitas, atau organisasi untuk

mempelajari praktik terbaik dari sebuah tempat atau institusi yang telah berhasil menerapkan konsep tertentu. Di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu, kegiatan ini biasanya berfokus pada pembelajaran mengenai pengelolaan dan pelestarian budaya serta sistem pertanian tradisional Bali. Selain itu Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu dalam kaitan ini menyediakan beberapa kegiatan seperti Pembelajaran Praktik Terbaik, Peserta studi tiru atau studi komparatif dapat mempelajari bagaimana Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu berhasil mengintegrasikan konsep pariwisata berbasis edukasi dengan pelestarian budaya dan lingkungan. Ini termasuk manajemen kawasan wisata, pengembangan program edukatif, dan pelestarian budaya lokal. Inspirasi Pengembangan Kawasan, Peserta dapat mengambil inspirasi untuk pengembangan kawasan wisata di daerah mereka sendiri, terutama yang ingin mengadopsi konsep wisata edukasi berbasis alam dan budaya. Peningkatan Kapasitas SDM, Kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan wisata, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun wawasan tentang pengelolaan wisata yang berkelanjutan. Kegiatan Studi Tiru atau Studi Komparatif di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu memberikan kesempatan bagi peserta untuk belajar dari pengalaman sukses pengelolaan wisata berbasis edukasi dan pelestarian budaya, yang dapat diaplikasikan dan diadaptasi sesuai dengan kebutuhan dan kondisi di tempat asal peserta.

4. Kegiatan *Outbond* dan *Game*

Kegiatan *Outbond* dan *Game* di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu merupakan bagian dari program yang dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan sekaligus mempererat hubungan antar peserta melalui berbagai aktivitas fisik dan permainan kelompok. Kegiatan ini biasanya diikuti oleh berbagai kalangan,

termasuk pelajar, karyawan, dan keluarga yang ingin menikmati suasana alam sambil melakukan aktivitas yang membangun kebersamaan. Kegiatan Outbond dan Game di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu dirancang untuk tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menanamkan nilai-nilai penting seperti kerja sama, kepemimpinan, kepercayaan diri, dan kedekatan dengan alam. Pengalaman ini sangat cocok untuk kelompok yang ingin membangun kebersamaan dalam suasana yang segar dan edukatif.

5. Yoga

Aktivitas yoga di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu merupakan salah satu kegiatan yang menarik minat banyak pengunjung, terutama mereka yang mencari keseimbangan antara fisik, pikiran, dan jiwa dalam suasana yang alami dan tenang. Lokasi Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu yang berada ditengah area persawahan dan alam pedesaan Bali membuatnya menjadi tempat yang ideal untuk berlatih yoga dengan lingkungan yang mendukung relaksasi dan meditasi. Aktivitas yoga di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu menawarkan pengalaman yang holistik, menggabungkan manfaat fisik dari yoga dengan kedamaian mental yang dihasilkan dari berlatih di lingkungan alami yang indah. Ini adalah pilihan yang sempurna bagi siapa saja yang mencari ketenangan dan keseimbangan dalam hidup, dengan sentuhan unik budaya Bali.

6. Meeting

Kegiatan meeting di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu menawarkan suasana yang berbeda dari pertemuan bisnis atau rapat yang biasanya diadakan di dalam ruangan kantor atau hotel. Berlokasi di tengah-tengah keindahan alam Bali, Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu menyediakan tempat yang ideal untuk rapat yang memerlukan suasana tenang, inspiratif, dan jauh dari hiruk-pikuk perkotaan. Kegiatan meeting di Wisata

Edukasi Subak Teba Majalangu tidak hanya memberikan fasilitas untuk pertemuan bisnis yang produktif, tetapi juga menawarkan pengalaman yang menyegarkan dengan nuansa Bali yang autentik. Kombinasi antara lingkungan alami, budaya lokal, dan fasilitas modern menjadikan Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu sebagai pilihan ideal untuk meeting yang ingin berbeda dan berkesan

Melihat potensi yang dimiliki oleh Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu dan semangat masyarakatnya untuk memajukan wisata ini, sangat disayangkan jika akibat pandemi perubahan global saat ini, menyebabkan kunjungan wisatawan di Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu belum pulih secara maksimal. Meskipun berbagai Upaya telah dilakukan oleh pihak pengelola dan Masyarakat seperti meningkatkan fasilitas penunjang wisata. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemulihan untuk mengembalikan kondisi wisata ini ke keadaan semula dan kini berupaya mengembalikan Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu dengan menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan. Program pengembangan Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu berkelanjutan ini bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan obyek wisata yang sudah ada. Karena keunggulan wisata alam budaya, dan tradisionalnya, Wisata Edukasi Subak Teba Majalangu diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Untuk mencapai hal tersebut diperlukan kegiatan komunikasi yang efektif, termasuk pengelolaan pesan yang tersampaikan secara jelas kepada wisatawan. Komunikasi yang sukses memerlukan pencarian, pengumpulan, pengolahan, dan penyebaran informasi serta memerlukan pengelolaan yang tepat (Yohana & Romyeni, 2019). Manajemen komunikasi merupakan suatu metode pengelolaan pesan dalam proses komunikasi yang melibatkan pihak lain, sehingga dapat terbentuk arus

komunikasi yang memungkinkan terjadinya koordinasi yang tepat untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam membentuk satuan komunikasi, meliputi aspek atau unsur: komunikator, pesan, komunikan, media dan efek. Manajemen komunikasi mencakup aspek perencanaan komunikator, pesan, media, kelompok sasaran (komunikator), dan perencanaan pengaruh atau efektivitas. fase manajemen komunikasi yaitu, pendefinisian masalah PR, perencanaan dan pemrograman, pengambilan tindakan, serta komunikasi dan evaluasi program. Secara umum, manajemen komunikasi adalah proses pengelolaan sumber daya komunikasi untuk mencapai efektivitas pesan. Berdasarkan empat tahapan pengelolaan komunikasi di atas, maka pengembangan Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu adalah sebagai berikut.

1. *Defining Public Relations Problems*

Tantangan yang harus dihadapi oleh pengelola Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu pada tahap saat ini antara lain Kurangnya iklan. Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu belum maksimal untuk mengiklankan potensi wisata yang dimiliki. Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu sudah memiliki beberapa akun media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan website berbasis blog, namun belum dimanfaatkan secara maksimal begitu juga dengan pemasaran digital yang belum maksima. Irwant (komunikasi pribadi, Oktober 2021) menyatakan bahwa promosi yang dilakukan selama ini sangat mengandalkan informasi dari mulut ke mulut atau biasa disebut dengan review. Oleh karena itu, pengelola dan pemangku kepentingan wisata tidak menggunakan teknologi seperti video dan foto untuk promosi melalui media sosial. Tim manajemennya terdiri dari anak muda yang berpotensi menciptakan materi iklan kreatif. Selanjutnya aktivitas wisata, tidak semua pengunjung mengetahui destinasi dan potensi wisata

yang ada, baik wisata alam maupun budaya. Selanjutnya adalah minimnya pengelolaan yang disebabkan oleh kesadaran pengelola dan masyarakat masih lemah terkait dengan pengelolaan kualitas layanan. Dengan kata lain, tidak ada Standar Pelayanan kepada Wisatawan atau Standar Etika Komunikasi dengan Wisatawan.

2. *Planing dan Programming*

Dalam pengelolaan Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu ini tentunya diperlukan rencana komunikasi agar pemangku kepentingan dan kebutuhannya dapat terpetakan dan teridentifikasi. Selain analisis pemetaan potensi wisata, pengembangan Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu juga memerlukan analisis kemauan para pemangku kepentingan yaitu masyarakat, pemerintah, dan swasta untuk mendukung pengembangan potensi Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu. Sebab, dalam mengembangkan desa wisata perlu memperhatikan dukungan pemerintah yakni perencanaan anggaran dalam Desa Kesiman. Pemerintah berperan penting dalam pengembangan Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu dengan menyediakana nggaran. Anggaran ini dapat digunakan untuk memperluas dan memperbaiki infrastruktur yang sudah ada di Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu. Pengelola terus berupaya mendorong pertumbuhan sektor pariwisata sebagai bagian dari pemulihan sektor pariwisata. Antusiasme pengelola untuk memulihkan situasi pariwisata sangat tinggi dan berharap dapat memulihkan melalui kerja sama seluruh pemangku kepentingan pariwisata dan masyarakat desa. Peran komunikator penting tidak hanya bagi pengelola obyek wisata tetapi juga bagi masyarakat Desa dan pemerintah daerah. Selain komunikator, perencanaan pesan dan media juga harus diperhatikan untuk menentukan siapa yang menjadi sasaran pesan komunikasi.

3. *Tacking Action and Communication*

Pengelola wisata dan pemangku kepentingan di Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu mulai belajar pemasaran digital sekaligus mengatur pesan komunikasinya. Bagaimana produk wisata Produk yang Menarik, Bagaimana Membuat Foto untuk Produk wisata, Bagaimana Menggunakan Media Sosial untuk Iklan, Menjual Produk Mulai mengenal pasar. Dalam rangka meningkatkan keterampilan masyarakat, pihak pengelola Desa Wisata bekerjasama dengan perguruan tinggi di Bali untuk melakukan kegiatan pendampingan terkait pemasaran digital destinasi Wisata Subak Teba Majelangu dan mengembangkan sistem informasi baik sosial media maupun website. Perama membuat Website Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu dan membuat paket-paket wisata serta yang bisa dinikmati oleh wisatawan.melaksanakan *event-event* besar seperti Gong Kertaangu. Upaya ini merupakan media untuk menyampaikan informasi mengenai event pariwisata yang diselenggarakan oleh Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu. Melalui acara ini, Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu dapat turut serta dalam mempromosikan acara-acara yang ada agar masyarakat luas semakin mengetahui wisata yang disediakan oleh pihak pengelola. Dengan terselenggaranya acara tersebut, masyarakat Subak Teba Majelangu tetap menjunjung tinggi kearifan lokal, kerukunan, dan wujud jati diri bangsa Indonesia yaitu nilai-nilai gotong - royong. Kedua kemungkinan budaya ini dapat dikomunikasikan kepada wisatawan domestik dan internasional. Jika diterapkan, maka diperlukan partisipasi seluruh pemangku kepentingan yang ada dalam kegiatan komunikasi. Pengelola wisata Edukasi Subak Teba Majelangu, pemangku kepentingan pariwisata, masyarakat, dan pemerintah perlu melakukan kegiatan komunikasi secara bersama-sama sehingga dapat mencapai tujuan

bersama dalam pengembangan Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu.

4. *Evaluating the Program*

Tahap terakhir adalah evaluasi. Fase ini sering disebut sebagai fase pemantauan atau pengendalian. Ini adalah tahapan dalam manajemen di mana dapat mengevaluasi dan memperbaiki apa yang telah dilakukan. Dari program dan strategi komunikasi yang dilaksanakan, pengelola Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu dapat melakukan evaluasi terhadap program komunikasi yang dilaksanakan. Meskipun pada beberapa terdapat beberapa unggahan, namun berdasarkan beberapa mediasosial yang dimiliki Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu baik Facebook, Instagram, dan website, namun jumlahnya konten atau postingan sangat sedikit dan tidak konsisten. Oleh karena itu, belum bisa dikatakan sebagai media informasi yang baik bagi pengikut media sosial atau pembaca. Pasalnya, belum ada pengelola atau administrator yang khusus mengelola akun media sosial tersebut.

III. SIMPULAN

Wisata Edukasi Subak Teba Majelangu menghadapi berbagai tantangan utama, termasuk kurangnya iklan dan pemanfaatan media sosial yang optimal. Meskipun memiliki beberapa akun media sosial dan website, promosi yang dilakukan masih mengandalkan metode dari mulut ke mulut. Pengelolaan kualitas layanan juga kurang, tanpa adanya standar pelayanan atau etika komunikasi yang jelas. Untuk pengembangan lebih lanjut, diperlukan perencanaan komunikasi yang menyeluruh agar semua pemangku kepentingan seperti masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta dapat terlibat. Dukungan pemerintah sangat penting dalam penyediaan anggaran untuk infrastruktur, dan pengelola perlu mengoptimalkan peran komunikator dan perencanaan media dalam pesan komunikasi. Pengelola wisata dan pemangku kepentingan mulai

mengadopsi pemasaran digital dan mengatur pesan komunikasi. Kerja sama dengan perguruan tinggi dan peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital serta pengelolaan acara besar seperti Gong Kertaangu merupakan langkah penting untuk mempromosikan destinasi dan nilai-nilai lokal. Evaluasi merupakan langkah akhir yang penting untuk memantau dan memperbaiki strategi komunikasi. Meskipun sudah ada beberapa konten di media sosial, frekuensi dan konsistensinya masih kurang. Belum adanya pengelola media sosial yang khusus menjadi kendala dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat informasi yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwijendra, N. K. A. (2018, November). Eco tourism opsi pengembangan pariwisata berkelanjutan di wilayah Bali Tengah. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 1, pp. 394-403).
- Harimurti, I. G., & Dwijendra, N. K. A. (2022). Kajian Penerapan Ekowisata di Kawasan Pariwisata Padangbai Bali. *Media Wisata*, 20(1), 60-70.
- Harvati, K., & Weaver, T. D. (2006). Human cranial anatomy and the differential preservation of population history and climate signatures. *The Anatomical Record Part A: Discoveries in Molecular, Cellular, and Evolutionary Biology: An Official Publication of the American Association of Anatomists*, 288(12), 1225-1233.
- Riadi, M. (2019). Pengertian, Layanan dan Parameter Quality of Service (QoS). *Kajian Pustaka. com*.
- Suprayitno, E. (2008). *Ekonomi mikro: Perspektif Islam*. UIN-Maliki Press.
- Yohana, N., & Romyeni, Y. (2019). Manajemen Komunikasi Dinas Pariwisata Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olahraga Dalam Mengembangkan Potensi Desa Wisata Di Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 1-12.