
Integrasi Kearifan Lokal melalui Strategi Komuniiasi Pengembangan Pariwisata di Perbatasan RI-PNG

Samdar Rery¹, Muhammad Nur Jaya², Indah Sulistiani³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Papua, Kota Jayapura, Indonesia

Email: ¹sam_rery16@yahoo.com, ^{2*}nurjayamaster@gmail.com, ³indahsulistiani175@gmail.com

Abstract

The tourism industry is one of the sources of regional foreign exchange that is enough to increase the region's original income, the RI-PNG border area in Jayapura City has many tourism locations, but tourism development is not a serious concern for the tourism office and the management of tourist attractions. Tourism development is still minimal and has not been integrated with local wisdom that can improve the community's economy. The purpose of this study is to describe the development of tourism through the integration of local wisdom with a communication approach in improving the community's economy, analyzing the process of integrating local wisdom in tourism development through local wisdom products. This research method uses a qualitative approach with Miles and Huberman model data analysis techniques, namely data collection, reduction, display, and conclusion drawing/verifying. The results of this study show that (1) communication of local wisdom development has not been done well in tourism development, especially participatory communication in increasing the empowerment of local communities through local wisdom products. (2) The use of communication media to encourage the progress of tourism has not been maximally carried out in promoting local wisdom resources.

Keywords: *Local Wisdom, Tourism Communication, Papua Border, Indonesia-PNG*

Abstrak

Industri pariwisata merupakan salah satu sumber devisa daerah yang cukup untuk meningkatkan pendapatan asli daerah, wilayah perbatasan RI-PNG di Kota Jayapura memiliki banyak lokasi pariwisata, namun pengembangan pariwisata tidak menjadi perhatian serius bagi dinas pariwisata dan pengelolaan tempat wisata. Pengembangan pariwisata masih minim dan belum terintegrasi dengan kearifan lokal yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perkembangan pariwisata melalui integrasi kearifan lokal dengan pendekatan komunikasi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, menganalisis proses integrasi kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata melalui produk kearifan lokal. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis data model Miles dan Huberman, yaitu pengumpulan, pengurangan, tampilan, dan penggambaran/verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) komunikasi pengembangan kearifan lokal belum dilakukan dengan baik dalam pengembangan pariwisata, khususnya komunikasi partisipatif dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal melalui produk kearifan lokal. (2) Pemanfaatan media komunikasi untuk mendorong kemajuan pariwisata belum dilakukan secara maksimal dalam mempromosikan sumber daya kearifan lokal.

Kata Kunci: Kearifan Lokal, Komunikasi Pariwisata, Perbatasan Papua, RI-PNG

PENDAHULUAN

Masalah yang terjadi penghambat pada pengembangan pariwisata di daerah terpencil terutama di daerah perbatasan adalah pengembangan objek wisata tidak dikelola dengan melibatkan masyarakat secara partisipatif melalui kegiatan strategi komunikasi dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal, banyak kegiatan pemberdayaan masyarakat yang sudah dicanangkan oleh pemerintah yang bertujuan menumbuhkan ekonomi masyarakat, salah satu kegiatan pemberdayaan masyarakat adalah dengan meningkatkan kearifan lokal sebagai produk unggulan untuk meningkatkan daya tarik minat wisatawan (Behabol et al., 2017; Varanida, 2023), akan tetapi setiap kegiatan pemberdayaan yang dilakukan terkesan hanya untuk memenuhi syarat kewajiban pelaksanaan program dari pemerintah, tetapi tidak ada tindak lanjut dalam bentuk pengembangan melalui program pemberdayaan dengan menggunakan fasilitas yang sudah tersedia (Juliana et al., 2022). Masalah disini adalah kurangnya peran komunikasi dalam mengembangkan potensi wisata dengan berbasis kearifan lokal yang ada pada daerah perbatasan melalui saluran komunikasi yang efektif (Listiyana Syafitri Dauly et al., 2020).

Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dengan pendekatan Strategi komunikasi adalah salah satu cara yang diharapkan dapat meningkatkan semangat pengelolaan pariwisata sebagai investasi untuk meningkatkan sumberdaya manusia dan meningkatkan ekosistem ekonomi wisata yang dapat memberikan efek kemajuan pada masyarakat lokal (Damsuki, 2019). Strategi komunikasi bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat pedesaan, dan dalam pengelolaan masyarakat adalah pondasi yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri (Andika & Probo Subanu, 2023; Sulistiani, 2020). Permasalahan pelaksanaan program pemberdayaan yang ada pada peningkatan pemahaman tentang pentingnya Strategi komunikasi masyarakat sebagai pelaku utama pemberdayaan program dalam pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal yang selama ini dihadapi daerah terpencil adalah kurangnya komunikasi partisipatif dari pihak pengelola pariwisata dengan masyarakat dalam mendorong ekosistem wisata pada pelaksanaan pengembangan wisata sebagai modal utama dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat.

Pencapaian pembangunan di suatu daerah dapat dilihat dari seberapa besar sumber daya manusia dapat digunakan sebagai modal sosial untuk mencapai keberhasilan pembangunan. Entitas sosial pada masyarakat yang dipandang dari masing-masing individu dan kelompok yang tentu memiliki potensi dan keunggulan serta peluang yang sama dalam mendorong terwujudnya kemajuan dan ketercapaian pembangunan. Nilai-nilai dari keragaman adat dan budaya yang diyakini sebagai energi sosial dapat digunakan untuk mengatasi masalah kemiskinan. Pemerintah melalui berbagai program pengentasan kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Papua sering mengalami kendala atau kesulitan dikarenakan kurangnya memahami nilai-nilai budaya yang ada pada masyarakat lokal. Demikian pula dengan daya dukung budaya dalam program pemberdayaan masyarakat menjadi faktor yang perlu diperhitungkan dimana warga menjadikan hukum adat sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian Sulistiani (2024) aspek daya dukung budaya dalam program pemberdayaan masyarakat pada kategori sedang atau mendukung. Kondisi tersebut disebabkan oleh norma-norma budaya yang menjadi pedoman bersama antara pemerintah dan warga negara dalam pelaksanaan program pemberdayaan. Warga menjadikan hukum adat sebagai pedoman dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat. Nilai-nilai budaya yang menjadi simbol-simbol bagi warga negara seperti ritual, upacara adat,

dan bahasa sehari-hari perlu menjadi faktor pendukung pembangunan masyarakat dalam konteks pengembangan energi sosial masyarakat perbatasan.

Di daerah perbatasan memiliki banyak potensi sumber daya alam yang dapat digunakan untuk mendorong kemajuan pembangunan dan mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat, salah satu potensi yang perlu diperhatikan dan dikembangkan adalah pada sektor pariwisata. Sektor pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi pada pendapatan negara melalui pajak dan retribusi pariwisata, akan tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor lain. Sehingga industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, baik di sektor formal maupun sektor informal. Maka diperlukan peran komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat dan stakeholder lainnya melalui pengembangan energi sosial masyarakat untuk kemajuan pariwisata dan ekonomi masyarakat. Pengembangan energi sosial masyarakat diperlukan pola dan strategi komunikasi pembangunan dalam menggerakkan sektor lain dan dipadukan dengan nilai-nilai sosial masyarakat yang ada pada daerah perbatasan untuk mendorong kemajuan pariwisata di daerah perbatasan. Data badan pusat statistik Papua menjelaskan, distribusi penduduk bekerja terbesar di Papua yang mengalami peningkatan terbesar adalah Pertanian sebesar 68,05% dengan peningkatan sebesar 283 ribu orang di tahun 2023.

Paradigma pembangunan yang dicanangkan pemerintah saat ini adalah menggunakan konsep pembangunan dari daerah pinggiran atau dari desa ke kota, yang juga sering diistilahkan konsep pembangunan afirmatif yakni percepatan pembangunan di daerah tertinggal, terdepan, dan terluar dengan pendekatan strategi pembangunan bersifat desentralistik pembangunan *bottom up* (bawah atas), dan tidak lagi bersifat sentralistik *top down* (atas ke bawah) (Sulistiani, 2024). Hal ini berdampak pada pemaduan pola dan strategi komunikasi pembangunan baik komunikasi satu arah maupun komunikasi multi arah untuk mencapai pemahaman bersama.

Permasalahan yang dihadapi masyarakat perbatasan di Papua adalah Hambatan dalam komunikasi yang terjalin antar pemerintah dan masyarakat perbatasan disebabkan perbedaan verbal, nonverbal, dan prasangka. Perbedaan verbal meliputi perbedaan bahasa, dialek dalam penyampaian pesan. Sedangkan perbedaan nonverbal meliputi gerak atau bahasa tubuh saat berkomunikasi. Selain itu, prasangka sering kali terjadi dari masyarakat kepada pemerintah diakibatkan pemahaman yang minim terhadap program yang dikomunikasikan (Prabawa et al., 2022). Juga diungkapkan dalam penelitian Mulyani (2017) bahwa lemahnya kemampuan individu seperti rendahnya tingkat pendidikan, usia lanjut, dan akses informasi yang terbatas, dan lemahnya kemampuan berkomunikasi. Sehingga mengakibatkan kurangnya pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh pemerintah, dan berdampak pada pelaksanaan suatu program pemberdayaan masyarakat tidak efektif dilaksanakan dengan baik, sehingga masyarakat di daerah perbatasan diharuskan mendapat informasi yang akurat, cukup, tepat dan bermanfaat bagi proses pembangunan, sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Sejalan dengan konsep Tridaya pengembangan wisata, mulai dari membangkitkan daya pembangunan, membangkitkan daya ekonomi masyarakat, sehingga tercipta masyarakat yang produktif, membangkitkan daya sosial, agar tercipta masyarakat yang efektif (Noor Efni Salam, 2024). Pengembangan pariwisata yang dilakukan dinas pariwisata Kota Jayapura masih bersifat *top-down*, seperti kegiatan *Festival Tanjung Skouw*, *Festival Port Mumbai*, dan *Festival Istana Pasir*. Melalui kegiatan yang menginspirasi dan menggerakkan partisipasi masyarakat setempat dalam mendorong tujuan pengembangan destinasi wisata di daerah perbatasan masih jauh dari harapan. Faktanya berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Papua menyebutkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Provinsi Papua menurun di Januari 2024. Tercatat, kunjungan wisman

melalui pintu keimigrasian di Kota Jayapura sebanyak 8.254 kunjungan. Jumlah tersebut mengalami penurunan sebesar 27,88 persen. Salah satu faktor penghambat perkembangan pariwisata di daerah perbatasan adalah pemerintah mengabaikan nilai-nilai dan budaya yang ada pada masyarakat yang tidak dikomunikasikan dengan baik pada setiap tahapan pelaksanaan program.

Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dengan pendekatan strategi peran komunikasi pembangunan adalah salah satu cara yang diharapkan dapat meningkatkan semangat pengelolaan pariwisata sebagai investasi untuk meningkatkan sumber daya manusia dan meningkatkan ekosistem wisata yang dapat memberikan efek kemajuan pada masyarakat lokal (Damsuki, 2019). Sebagaimana pemberdayaan masyarakat didefinisikan sebagai upaya peningkatan kepedulian, kemampuan akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kolektif, dalam meningkatkan mutu hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025 (Fuadi Laksono et al., 2020). Sehingga melalui kegiatan pariwisata dapat meningkatkan energi sosial dalam mendorong kesejahteraan masyarakat perbatasan.

Berdasarkan permasalahan pengembangan pariwisata yang telah diuraikan di atas maka menjadi signifikansi dalam penelitian ini adalah perlu dilakukan penelitian mendalam tentang peran komunikasi pembangunan dalam setiap tahapan pelaksanaan program pemberdayaan, dimana dalam pengembangan kapasitas masyarakat perbatasan diperlukan kemampuan berinteraksi dengan baik dengan pihak lain dapat ditingkatkan melalui fasilitas toko adat, tokoh masyarakat, toko agama sebagai upaya meningkatkan kapasitas dan partisipasi masyarakat. dimana komunikasi partisipasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas komunikasi dengan informan yang jelas, relevan, akurat dan lengkap. Penguatan energi sosial dalam pengembangan pariwisata dapat diperkuat kualitas komunikasi melalui pengelolaan pariwisata, pesan yang disampaikan, komunikasi partisipatif dan dukungan lingkungan (Dartiningsih, 2021)

Berangkat dari penjabaran latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut; (1). Bagaimana masalah komunikasi partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan kearifan lokal dalam memajukan ekonomi masyarakat? (2). Bagaimana strategi komunikasi pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di daerah Perbatasan RI-PNG yang dapat meningkatkan produktivitas ekonomi masyarakat?

Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai adalah (1). Peningkatan partisipasi dan keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan. (2) Perbaikan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat perbatasan di Papua. (3)Peningkatan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam memajukan pariwisata yang dapat memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi masyarakat perbatasan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kearifan Lokal sebagai Modal Sosial dalam Pengembangan Pariwisata

Kearifan lokal merupakan sistem nilai dan pengetahuan yang hidup dalam masyarakat dan diwariskan secara turun-temurun. Di wilayah perbatasan RI-PNG, kearifan lokal tidak hanya menjadi identitas budaya, tetapi juga modal sosial yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

Afouxenidi (2022), menekankan bahwa keterlibatan masyarakat lokal dalam pelestarian lanskap budaya dan alam sangat penting untuk keberlanjutan pariwisata. Pengetahuan lokal tentang lingkungan, ritual adat, dan praktik budaya menjadi sumber daya strategis yang dapat memperkuat daya tarik wisata sekaligus menjaga harmoni sosial.

Dalam konteks modal sosial, kearifan lokal berfungsi sebagai jaringan nilai dan kepercayaan yang memperkuat solidaritas dan kerja sama (Yu, et al. 2023). Ketika masyarakat lokal dilibatkan dalam pengelolaan pariwisata, mereka tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga penjaga warisan budaya.

Studi oleh Baldacchino dan Yamazaki (2024), menunjukkan bahwa di wilayah kepulauan dan perbatasan, kearifan lokal sering kali menjadi penyangga terhadap tekanan globalisasi dan homogenisasi budaya. Oleh karena itu, integrasi kearifan lokal dalam strategi pariwisata harus dilakukan secara kontekstual dan partisipatif.

Namun, tantangan muncul ketika kearifan lokal dikomodifikasi tanpa pemahaman mendalam terhadap makna dan fungsi sosialnya. Oleh karena itu, pendekatan etnografis dan komunikasi lintas budaya diperlukan untuk memastikan bahwa integrasi ini bersifat transformatif, bukan eksploitatif. Sehingga kearifan lokal harus diposisikan sebagai modal sosial yang memperkuat identitas, kohesi sosial, dan keberlanjutan pariwisata di wilayah perbatasan.

Strategi Komunikasi dalam Pengembangan Pariwisata Partisipatif

Strategi komunikasi merupakan komponen krusial dalam pengembangan pariwisata, terutama di wilayah perbatasan yang memiliki keragaman budaya dan sensitivitas geopolitik. Komunikasi yang efektif dapat membangun pemahaman lintas budaya, memperkuat partisipasi masyarakat, dan menciptakan narasi pariwisata yang inklusif. (Afouxenidi 2022) menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif memungkinkan masyarakat lokal untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan destinasi wisata. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip komunikasi pembangunan yang menekankan dialog, keterlibatan, dan pengakuan terhadap pengetahuan lokal.

(Yu et al. 2023) menekankan pentingnya mengintegrasikan suara masyarakat adat dan lokal dalam narasi pariwisata, agar wisatawan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang warisan budaya dan nilai-nilai komunitas. Strategi komunikasi yang berbasis komunitas juga dapat menghindari stereotip dan komodifikasi budaya.

Dalam konteks perbatasan RI-PNG, komunikasi juga berfungsi sebagai diplomasi budaya. Narasi pariwisata yang inklusif dapat membangun citra positif, memperkuat solidaritas lintas batas, dan mengurangi potensi konflik. Oleh karena itu, strategi komunikasi harus dirancang secara holistik, dengan mempertimbangkan dinamika lokal dan geopolitik. Studi oleh Baldacchino dan (Yamazaki, 2024) menyoroti pentingnya pendekatan relasional dalam komunikasi pariwisata di wilayah Indo-Pasifik, di mana identitas lokal dan nasional sering kali bersinggungan. Komunikasi yang sensitif terhadap konteks ini dapat memperkuat legitimasi dan keberlanjutan program pariwisata, strategi komunikasi dalam penelitian ini bukan hanya alat teknis, tetapi juga pendekatan etis dan politis yang menentukan keberhasilan integrasi kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata.

Pariwisata Berbasis Komunitas di Wilayah Perbatasan: Teori dan Praktik

Pariwisata berbasis komunitas (*Community-Based Tourism/CBT*) adalah pendekatan pembangunan yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan sumber daya pariwisata. Di wilayah perbatasan RI-PNG, CBT relevan untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak hanya menguntungkan pihak eksternal, tetapi juga memperkuat kapasitas dan kesejahteraan masyarakat lokal.

(Afouxenidi, 2022) menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan situs budaya dapat mengurangi dampak negatif eksploitasi dan memperkuat keberlanjutan. CBT memungkinkan masyarakat untuk mengontrol narasi budaya mereka dan memperoleh manfaat ekonomi secara langsung.

(Yu et al. 2023) menekankan pentingnya kemitraan antara pengelola pariwisata dan komunitas lokal dalam membangun sistem yang adil dan berkelanjutan. Pendekatan ini juga mendorong pelestarian budaya dan lingkungan, karena masyarakat memiliki insentif untuk menjaga warisan mereka.

Studi oleh Baldacchino dan Yamazaki (2024) menunjukkan bahwa di wilayah perbatasan dan kepulauan, CBT dapat menjadi strategi pembangunan yang adaptif terhadap tantangan geografis dan sosial. CBT juga berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan, di mana masyarakat memperoleh keterampilan baru dan memperluas jaringan sosial.

Namun, implementasi CBT menghadapi tantangan seperti ketimpangan akses informasi, dominasi aktor eksternal, dan risiko komodifikasi budaya. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang inklusif, kebijakan yang mendukung, dan kemitraan yang adil. Dalam penelitian ini, CBT diposisikan sebagai kerangka operasional untuk mengintegrasikan kearifan lokal dan strategi komunikasi dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan kontekstual di wilayah perbatasan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku yang diamati. Lokasi penelitian berada di kawasan wisata Distrik Muara Tami, Kota Jayapura, termasuk Dinas Pariwisata setempat. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung terhadap kondisi lokasi, kegiatan pemberdayaan yang sedang berlangsung atau direncanakan, serta aspek objektif lainnya di daerah perbatasan.

Wawancara dilakukan secara terbuka dan tidak terstruktur, memungkinkan informan menyampaikan pandangan mereka secara bebas terkait gejala sosial yang mereka alami atau ketahui. Teknik ini digunakan untuk menggali persepsi, pendapat, kepercayaan, dan sikap dari berbagai informan, termasuk pengelola wisata, masyarakat adat pemilik hak ulayat, wisatawan, dan pegawai dinas pariwisata yang relevan dengan tema penelitian.

Selain itu, dokumentasi digunakan sebagai teknik pendukung, berupa pengumpulan informasi dari catatan penting lembaga atau individu, serta dokumentasi visual seperti foto dan karya lainnya untuk memperkuat hasil penelitian.

Analisis data dilakukan secara induktif, dengan tujuan mengembangkan teori berdasarkan data yang dikumpulkan. Peneliti juga menerapkan pendekatan partisipatif yang menuntut keterlibatan aktif dalam proses penelitian. Teknik analisis yang digunakan merujuk pada model Miles dan Huberman, yang mencakup empat tahap: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta *verifikasi* kesimpulan (*conclusion drawing/verifying*). Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara mendalam dinamika sosial dan pengelolaan pariwisata di wilayah perbatasan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa wisata di perbatasan harus menonjolkan keaslian budaya, adat istiadat, kesenian, dan tata ruang pedesaan dalam paket wisata yang menarik. Konsep Tri Daya menjadi pendekatan strategis, meliputi: pembangunan berkelanjutan, penguatan ekonomi produktif, dan penguatan sosial yang efektif. Dengan mengenali dan mengelola potensi desa secara terpadu, pariwisata perbatasan dapat berkembang secara inklusif dan berkelanjutan. Dari konsep pengembangan desa sangat penting bagi desa/kampung berperan aktif dalam mewujudkan konsep Tri-Daya, mulai dari pemerintahan kampung mampu menumbuhkan kesadaran warga masyarakat harus ikut serta dalam membangun lingkungan yang mendukung pertumbuhan pariwisata.



Gambar 1. Data BPS Jumlah Wisatawan di Kota Jayapura, Terakhir Diperbarui : 17 Mei 2024

Dalam hal ini, masyarakat berperan sebagai tuan rumah sekaligus pengunjung. Sebagai tuan rumah, masyarakat secara aktif berkontribusi dalam penciptaan tujuh pesona tersebut, dan sebagai pengunjung, mereka dapat mengidentifikasi peluang pariwisata dan membantu memajukan rantai pariwisata.

Berdasarkan data pengamatan pada website dinas Pariwisata Kota Jayapura <https://wisatajayapurakota.id>, data tersebut mengalami tren peningkatan jumlah pengunjung pada lokasi wisata di daerah perbatasan. Data ini dapat dilihat pada kategori wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara, mulai dari tahun 2022 – 2023 juga terjadi peningkatan yang cukup signifikan, ini menunjukkan bahwa minat wisatawan berkunjung ke lokasi destinasi wisata di daerah perbatasan cukup tinggi, seperti dapat dilihat pada gambar tabel di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan masuk di Kota Jayapura Terakhir Diperbarui : 17 Mei 2024

Jumlah Wisatawan	Jumlah Wisatawan di Kota Jayapura	
	2022	2023
Wisatawan Domestik	28.232	31.688
Wisatawan Mancanegara	173	150
Jumlah	28.405	31.838

Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat lihat bahwa masyarakat di Distrik Muara Tami memiliki beragam potensi kearifan lokal, seperti pengolahan kelapa menjadi obat tradisional, pembuatan tas noken, kerajinan tangan dari bahan alam, serta kuliner khas yang bernilai ekonomi. Namun, keterlibatan masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi lokal masih bersifat insidental. Kegiatan yang dilakukan pemerintah, seperti pelatihan dan pameran produk lokal, belum disertai pendampingan berkelanjutan. Fransian Merauje, staf pemberdayaan masyarakat Distrik Muara Tami, menegaskan bahwa “*produk dari hasil kreasi masyarakat tidak hanya dilakukan pada waktu tertentu seperti kegiatan pameran produk lokal ini*” (21 Juli 2024), yang menunjukkan bahwa aktivitas tersebut belum menjadi bagian dari sistem ekonomi yang berkelanjutan. Temuan ini menggambarkan adanya kesenjangan antara potensi budaya masyarakat dengan strategi komunikasi pembangunan yang dijalankan pemerintah. Dalam kerangka teori komunikasi pembangunan menurut Jan Servaes (2008), partisipasi masyarakat tidak boleh berhenti pada keterlibatan simbolik, melainkan harus mencakup seluruh tahapan pembangunan: perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Namun, praktik di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat hanya diundang untuk hadir, bukan untuk memutuskan arah kebijakan. Bentuk komunikasi seperti ini merefleksikan model *top-down*, di mana informasi mengalir satu arah dari pemerintah ke masyarakat tanpa ruang dialog seajar.

Pola komunikasi tersebut menyebabkan masyarakat tidak memiliki kendali terhadap program yang mempengaruhi kehidupan mereka (Apit Buchori et al., 2023). Padahal, dalam teori Grunig & Hunt (1984) tentang komunikasi dua arah simetris, efektivitas komunikasi pembangunan ditentukan oleh kemampuan menciptakan dialog yang memungkinkan umpan balik dan negosiasi. Ketiadaan mekanisme dialog membuat masyarakat tidak dapat memanfaatkan potensi lokalnya secara optimal. Minimnya partisipasi masyarakat bukan disebabkan oleh rendahnya potensi atau motivasi warga, melainkan oleh lemahnya strategi komunikasi pembangunan yang belum menempatkan masyarakat sebagai subjek pembangunan. Komunikasi pembangunan yang bersifat satu arah menciptakan relasi hierarkis dan ketergantungan, sehingga proses pemberdayaan gagal menghasilkan kemandirian ekonomi. Wawancara dengan Abner, warga Kampung Mosso, memperkuat gambaran tersebut. Ia mengatakan, “kami masyarakat sering mendapat undangan ikut kegiatan, tetapi tidak semua masyarakat dapat melakukan suatu kegiatan mandiri tanpa didampingi. Kami juga kesulitan, sehingga banyak tidak bisa melakukan kegiatan sebagaimana diinginkan, karena pengetahuan kami terbatas dalam memahami materi pelatihan” (21 Juli 2024). Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelatihan dan sosialisasi belum berhasil menciptakan kapasitas mandiri di tingkat lokal.

Temuan ini sejalan dengan konsep komunikasi instrumental, di mana komunikasi hanya dipahami sebagai alat penyampaian informasi, bukan proses dialog dan pembelajaran sosial. Pendekatan ini sering kali gagal karena tidak memperhatikan konteks sosial-budaya dan tingkat literasi masyarakat. Dalam paradigma komunikasi partisipatif, komunikasi seharusnya berperan sebagai sarana pembentukan pengetahuan kolektif (*knowledge co-creation*) dan pemberdayaan masyarakat agar mampu mentransformasikan informasi menjadi tindakan. Menurut Arnstein (1969) dalam “Ladder of Citizen Participation,” keterlibatan masyarakat di Distrik Muara Tami masih berada pada tahap tokenisme, di mana masyarakat sekadar diberi ruang untuk hadir tanpa memiliki kekuasaan memengaruhi keputusan. Idealnya, partisipasi harus bergerak menuju tingkat kemitraan (*partnership*) atau kontrol warga (*citizen control*), di mana masyarakat memiliki wewenang dalam menentukan arah pembangunan dan pengelolaan potensi lokal.

Keterbatasan pendampingan dan transfer pengetahuan menunjukkan bahwa strategi komunikasi pembangunan di wilayah ini belum bersifat transformatif. Pemerintah lebih berperan sebagai penyampai pesan daripada fasilitator perubahan sosial (Da Lopez et al., 2024). Padahal, komunikasi yang efektif dalam konteks pembangunan harus menciptakan *learning process* berkelanjutan, yang memungkinkan masyarakat memahami, mempraktikkan, dan mengembangkan potensi kearifan lokalnya sebagai sumber ekonomi. Kendala lain yang menonjol adalah ketidaksesuaian antara rencana strategis pemerintah dan kondisi nyata di lapangan. Masyarakat Kampung Mosso menghadapi akses jalan rusak menuju lokasi wisata Air Panas, sehingga wisatawan enggan berkunjung. Abner menuturkan, “kitorang punya wisata air panas, tapi hanya jalan yang belum diperhatikan pemerintah” (21 Juli 2024). Sementara itu, Bonor Simanullang dari Dinas Pariwisata mengakui bahwa “pemerintah sudah memiliki *master plan* pengembangan wilayah pariwisata di daerah Muara Tami, namun proses pendampingan masyarakat belum dilakukan secara konsisten” (25 Juli 2024).

Kondisi ini menunjukkan lemahnya komunikasi horizontal antara pemerintah dan masyarakat. Dalam teori *two-way symmetrical communication* (Grunig & Hunt, 1984), komunikasi yang efektif harus bersifat timbal balik dan adaptif terhadap masukan masyarakat. Namun, di Muara Tami, kebijakan pembangunan disusun secara top-down tanpa mempertimbangkan aspirasi warga. Akibatnya, terjadi ketimpangan antara narasi pembangunan pemerintah dan kenyataan sosial-ekonomi masyarakat. Fenomena ini juga berkaitan dengan aspek modal sosial. Ketika komunikasi tidak responsif, kepercayaan

masyarakat terhadap pemerintah menurun, dan partisipasi menjadi pasif. Padahal, menurut Servaes (2008), komunikasi pembangunan yang berorientasi pada transformasi sosial harus membangun *trust* sebagai prasyarat kolaborasi. Infrastruktur yang terbengkalai bukan hanya masalah teknis, melainkan cerminan relasi komunikasi yang timpang dan tidak partisipatif.

Ketimpangan antara perencanaan dan realitas lapangan menegaskan bahwa pembangunan yang tidak disertai komunikasi sejajar gagal membangun kepercayaan sosial. Infrastruktur yang rusak dan minim fasilitas merupakan simbol lemahnya komitmen pemerintah terhadap prinsip partisipatif dan keberlanjutan pembangunan. Dalam konteks pariwisata berbasis kearifan lokal, keberhasilan bukan hanya diukur dari pembangunan fisik, tetapi dari sejauh mana komunikasi mampu menciptakan kolaborasi dan rasa kepemilikan masyarakat terhadap destinasi wisata mereka. Kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata, seperti Festival Port Numbai, Festival Istana Pasir, dan Festival Tanjung Skouw, dinilai belum memberikan dampak signifikan terhadap penguatan kapasitas masyarakat. Andi Mappiguna, pegawai Dinas Pariwisata, menyebutkan bahwa kegiatan tersebut “*difokuskan pada daerah Distrik Muara Tami, untuk memotret potensi wisata yang ada di daerah perbatasan*” (25 Juli 2024). Namun, masyarakat tidak merasakan manfaat ekonomi jangka panjang dari kegiatan tersebut.

Pendekatan event-based menggambarkan pola komunikasi pembangunan yang cenderung bersifat seremonial. Menurut Echtner dan Ritchie (2003), citra destinasi wisata yang berkelanjutan tidak bisa dibangun hanya melalui promosi dan festival, tetapi melalui partisipasi aktif masyarakat lokal sebagai *storyteller* dan pengelola utama. Tanpa mekanisme pendampingan pasca-acara, kegiatan promosi semacam ini hanya menghasilkan eksposur jangka pendek tanpa mengubah struktur sosial ekonomi masyarakat. Dalam konteks teori Servaes (2008), kegiatan yang bersifat informatif tidak menciptakan transformasi sosial karena komunikasi tidak diarahkan pada pembentukan relasi jangka panjang. Akibatnya, partisipasi masyarakat bersifat temporer dan bergantung pada kehadiran pemerintah. Pendekatan komunikasi yang demikian gagal membangun kemandirian dan rasa kepemilikan terhadap potensi lokal.

Strategi komunikasi pembangunan yang hanya menekankan promosi melalui event tidak efektif untuk membangun ekosistem pariwisata berkelanjutan (Saepudin Asep, 2014). Pemerintah perlu bergeser dari pendekatan informasional menuju komunikasi transformatif, yang menumbuhkan kolaborasi jangka panjang antara pemerintah dan masyarakat. Keberhasilan komunikasi pembangunan diukur bukan dari jumlah kegiatan yang diselenggarakan, tetapi dari sejauh mana masyarakat mampu melanjutkan kegiatan secara mandiri setelah dukungan pemerintah berakhir.

Hasil penelitian juga mengungkap hambatan struktural berupa konflik hak ulayat dan rendahnya literasi pariwisata masyarakat. Andi Mappiguna dari Dinas Pariwisata menjelaskan bahwa “*sering terjadi konflik lahan atau hak ulayat pada masing-masing kampung yang dapat menghambat pengembangan pariwisata*” (25 Juli 2024). Selain itu, masyarakat belum memahami sepenuhnya nilai ekonomi dan budaya dari kegiatan pariwisata. Dalam teori stakeholder communication (Freeman, 1984), keberhasilan pembangunan bergantung pada kemampuan pemerintah mengelola relasi antaraktor yang memiliki kepentingan berbeda. Dalam konteks Muara Tami, masyarakat adat memiliki otoritas penuh atas tanah ulayat yang menjadi lokasi wisata, sehingga komunikasi pembangunan harus berbasis negosiasi dan kepercayaan. Ketika komunikasi gagal menjembatani kepentingan pemerintah dan masyarakat adat, potensi konflik meningkat dan program pembangunan terhambat.

Di sisi lain, rendahnya literasi pariwisata menyebabkan masyarakat sulit memahami manfaat ekonomi dari kearifan lokal. Pelatihan yang bersifat singkat tanpa pendampingan tidak cukup untuk membentuk kapasitas manajerial dan kewirausahaan. Dalam konteks

Arnstein (1969), hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masih berada di tingkat partisipasi simbolik. Sementara teori Servaes (2008) menegaskan bahwa literasi dan kesadaran kritis merupakan bagian penting dari komunikasi transformatif, yang memungkinkan masyarakat menjadi aktor utama dalam pengelolaan sumber daya lokal. Hambatan struktural berupa hak ulayat dan rendahnya literasi pariwisata hanya dapat diatasi melalui strategi komunikasi pembangunan yang inklusif dan dialogis. Pemerintah harus memposisikan diri sebagai mediator yang menjembatani kepentingan adat dan kepentingan ekonomi, sekaligus fasilitator pendidikan pariwisata masyarakat. Ketika komunikasi dilakukan dengan menghargai nilai-nilai lokal dan mengutamakan dialog sejajar, konflik dapat diminimalkan dan masyarakat memiliki kapasitas untuk mengelola potensi ekonomi secara mandiri (Sjafirah et al., 2024).

Strategi komunikasi pembangunan dapat dirancang untuk mengembangkan pariwisata berbasis kearifan lokal di wilayah perbatasan RI–PNG

Kegiatan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kota Jayapura, seperti Festival Port Numbai, Festival Tanjung Skouw, serta berbagai lokakarya dan pameran produk lokal, pada dasarnya bertujuan mempromosikan potensi budaya dan pariwisata masyarakat di wilayah perbatasan. Namun, kegiatan tersebut masih bersifat temporer dan tidak diikuti dengan mekanisme pendampingan yang berkelanjutan untuk memperkuat kapasitas masyarakat. Richard J. Nahumury dan Bonor Simanullang dari Dinas Pariwisata menegaskan bahwa kegiatan yang dilakukan masih bersifat *event-based*, sementara *master plan* pengembangan wilayah belum dilengkapi dengan proses pendampingan yang konsisten. Akibatnya, keberlanjutan program dan peningkatan kapasitas masyarakat belum tercapai secara optimal.

Wawancara dengan Abner, warga Kampung Mosso, memperkuat temuan tersebut. Ia menyatakan bahwa “kami masyarakat sering mendapat undangan ikut kegiatan, tetapi tidak semua masyarakat dapat melakukan suatu kegiatan mandiri tanpa didampingi” (21 Juli 2024). Fransian Merauje, staf pemberdayaan masyarakat, menambahkan bahwa “produk dari hasil kreasi masyarakat tidak hanya dilakukan pada waktu tertentu seperti kegiatan pameran produk lokal ini” (21 Juli 2024). Kedua pernyataan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang berorientasi pada event belum efektif; diperlukan perubahan menuju *process-based engagement* yang menekankan pendampingan, mentoring, dan inkubasi usaha pasca-event agar partisipasi masyarakat benar-benar berkelanjutan. Hal ini menunjukkan kegagalan transfer pengetahuan menjadi kapasitas praktis. Dalam kerangka *learning process*, komunikasi harus memfasilitasi *knowledge co-creation* (Servaes) dan bukan sekadar penyampaian materi. Arnstein (1969) memperingatkan risiko tokenisme jika masyarakat hanya “hadir” tanpa diberi otoritas atau alat untuk bertindak. Tanpa mentoring berkelanjutan, pelatihan hanya menjadi input sementara yang tidak mengubah kemampuan produksi, manajemen, pemasaran, atau tata niaga produk kearifan lokal (Mebri et al., 2022).

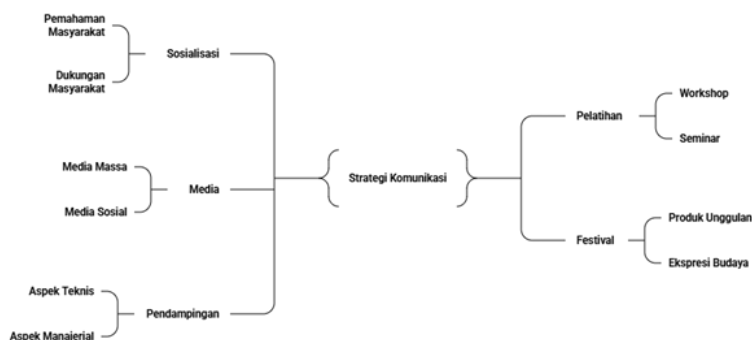
Komponen pendampingan berkelanjutan (mentoring lapangan, demonstrasi praktik, bantuan prototipisasi produk, coaching pemasaran digital) harus menjadi bagian wajib dari setiap intervensi pelatihan. Tanpa itu, target peningkatan ekonomi lokal melalui pariwisata tidak akan tercapai. Masyarakat Kampung Mosso mengalami masalah akses (jalan rusak menuju Air Panas Mosso), yang menurunkan minat wisatawan dan menghalangi partisipasi, sementara dokumen perencanaan masih mengklaim pembangunan telah direncanakan. (Abner; 21 Juli 2024; Bonor Simanullang, 25 Juli 2024).

Hampir semua lokasi wisata berada di atas tanah ulayat sehingga perlu negosiasi intensif; literasi pariwisata masyarakat rendah sehingga sulit mengelola destinasi secara mandiri. (Andi Mappiguna; 25 Juli 2024; Abner). Konflik hak ulayat memerlukan strategi

komunikasi yang sensitif kultural, negosiasi yang menghargai otoritas adat dan mengintegrasikan mekanisme persetujuan lokal. Dalam perspektif stakeholder communication, pemangku kepentingan adat bukan hanya penerima informasi tetapi aktor legitim yang harus dilibatkan sejak tahap desain. Literasi pariwisata mencakup aspek teknis (manajemen usaha, hygiene, standard layanan), kelembagaan (kooperasi, tata niaga), dan naratif budaya (storytelling). Servaes menekankan bahwa pemberdayaan bergantung pada peningkatan kemampuan kritis masyarakat terhadap program. Strategi komunikasi harus menggabungkan pendekatan advokasi-adat (forum musyawarah hak ulayat), penguatan literasi (modul kontekstual, praktik lapangan), dan pembentukan kelembagaan lokal (koperasi wisata, unit usaha desa) yang memberi masyarakat kendali terhadap ruang wisata.

Rancangan Strategi Komunikasi Pembangunan: Prinsip & Komponen Operasional

Berdasarkan temuan dan klaim di atas, berikut rancangan strategi komunikasi yang diusulkan dan dilandasi prinsip inklusivitas, keberlanjutan, dan simetri komunikasi yang disusun dalam komponen operasional:



Gambar 2. Data olahan Tim peneliti: Rancangan Strategi komunikasi Pembangunan dalam Mendukung Kemajuan Pariwisata 2024

Ketidakhadiran infrastruktur mencerminkan kegagalan komunikasi horizontal dan koordinasi antar-institusi. Grunig & Hunt (*two-way symmetrical*) menggarisbawahi kebutuhan dialog timbal-balik: kebijakan harus disesuaikan berdasarkan umpan balik lapangan. Freeman (*stakeholder theory*) menegaskan bahwa pengelolaan aktor (pemerintah, masyarakat adat pemilik hak ulayat, dinas teknis) harus terkoordinasi. Infrastruktur yang diabaikan menjadi sinyal kelemahan komitmen pemerintah dan merongrong kepercayaan, modal sosial yang penting untuk partisipasi. Strategi komunikasi harus memasukkan mekanisme advokasi kebijakan dan koordinasi lintas-institusi sehingga aspirasi infrastruktur yang diangkat melalui forum partisipatif diterjemahkan ke rencana anggaran dan pelaksanaan teknis. Komunikasi pembangunan efektif harus menghubungkan dialog komunitas dengan siklus penganggaran dan implementasi teknis.

Infografis tersebut menyajikan lima komponen utama dalam *Strategi Komunikasi* untuk pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal di wilayah perdesaan. Di tengah diagram terdapat lingkaran bertuliskan “Strategi Komunikasi”, yang dikelilingi oleh lima lingkaran biru sebagai elemen-elemen pendukung strategi. Setiap elemen memiliki penjelasan yang menunjukkan peran spesifiknya dalam membangun komunikasi yang efektif antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan pariwisata.

Komponen pertama adalah Sosialisasi, yang menekankan pentingnya menyampaikan setiap rencana pengembangan pariwisata kepada masyarakat secara terbuka. Sosialisasi ini bertujuan membangun pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap program pariwisata, terutama yang berbasis pada nilai-nilai lokal. Ini menciptakan ruang dialog dan menghindari resistensi sosial terhadap perubahan (Yuniarti, 2024). Komponen kedua adalah Pelatihan, yang mencakup kegiatan seperti workshop, seminar, dan pendidikan informal terkait kearifan

lokal. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat identitas budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Komponen ketiga adalah Media, yang dibagi menjadi dua jenis: media massa arus utama (TV, koran, radio, media online) dan media sosial (Hidayatullah & Rajiyem, 2024). Dinas Pariwisata berkolaborasi dengan publik figur dan akun media sosial berpengaruh untuk memperluas jangkauan promosi. Strategi ini memanfaatkan kekuatan komunikasi digital untuk menjangkau wisatawan dan investor secara lebih luas.

Komponen keempat adalah Festival, yang berfungsi sebagai ajang promosi potensi lokal. Festival menampilkan produk unggulan daerah dan ekspresi budaya, sehingga menarik perhatian wisatawan dan membuka peluang investasi. Ini juga memperkuat kebanggaan komunitas terhadap warisan budaya mereka. Komponen kelima adalah Pendampingan, di mana Dinas Pariwisata memberikan dukungan langsung kepada pengelola wisata lokal. Pendampingan ini mencakup aspek teknis, manajerial, dan kelembagaan, serta membantu memastikan bahwa pengelolaan wisata berjalan sesuai prinsip keberlanjutan dan inklusivitas. Infografis ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pembangunan pariwisata harus bersifat partisipatif, multikanal, dan berbasis kearifan lokal, dengan sinergi antara pemerintah dan masyarakat sebagai kunci keberhasilan.

Pelatihan menjadi pilar penting dalam membangun kapasitas masyarakat. Program pendampingan, mentoring lapangan, dan pengembangan prototipe inklusif dirancang untuk memperkuat kemampuan komunitas dalam mengelola perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi. Pelatihan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menekankan pendekatan partisipatif dan kontekstual agar masyarakat mampu menjadi subjek aktif dalam pembangunan. Mekanisme pelaporan menjadi saluran formal untuk menyampaikan aspirasi, keluhan, dan rekomendasi masyarakat kepada pemangku kebijakan, termasuk DPRD. Koordinasi antara infrastruktur dan kebijakan advokasi menjadi kunci dalam memastikan bahwa suara komunitas tidak hanya didengar, tetapi juga ditindaklanjuti secara sistematis. Mekanisme ini memperkuat akuntabilitas dan transparansi dalam proses pembangunan. Indikator partisipatif seperti monitoring dan evaluasi bersama digunakan untuk menilai efektivitas program secara kolektif. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai aktor evaluatif, bukan sekadar objek, sehingga meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap hasil pembangunan. Evaluasi bersama juga membuka ruang dialog antar pihak, memperkuat kepercayaan, dan mendorong perbaikan berkelanjutan.

Dukungan pemasaran mencakup upaya standarisasi produk dan pemanfaatan e-commerce. Strategi ini bertujuan memperluas akses pasar bagi produk lokal, meningkatkan nilai tambah, dan memperkuat posisi tawar komunitas produsen. Dengan digitalisasi pemasaran, produk lokal dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Pembentukan unit usaha lokal menjadi langkah konkret dalam mendorong kemandirian ekonomi. Unit ini dapat berbentuk koperasi, BUMDes, atau kelompok usaha bersama yang berbasis komunitas. Keberadaan unit usaha ini memungkinkan masyarakat mengelola sumber daya secara kolektif, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ekonomi lokal.

Pemetaan potensi wisata dilakukan melalui dokumentasi sejarah lisan dan lokakarya narasi. Strategi ini bertujuan mengangkat kekayaan budaya lokal sebagai aset wisata yang bernilai ekonomi dan identitas. Pendekatan ini juga memperkuat narasi komunitas, mendorong pelestarian budaya, dan membuka peluang ekonomi baru berbasis pariwisata. Integrasi narasi budaya menjadi elemen penting dalam strategi komunikasi pembangunan. Penguatan hak dan kelembagaan serta fasilitasi akses dan digitalisasi membuka ruang bagi ekspresi budaya lokal dalam format digital yang lebih luas dan inklusif. Strategi ini memastikan bahwa pembangunan tidak hanya bersifat material, tetapi juga menghargai dimensi simbolik dan identitas komunitas. Gambar ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pembangunan harus bersifat holistik, partisipatif, dan kontekstual. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses transformasi sosial, memperkuat efektivitas program, dan memastikan keberlanjutan pembangunan yang berakar pada realitas lokal.

Desain strategi komunikasi yang menggabungkan *forum deliberatif*, *pendampingan berkelanjutan*, *narasi budaya berbasis komunitas*, dan *koordinasi infrastruktur* akan menggeser pola hubungan pemerintah dan masyarakat dari relasi *top-down* menjadi kemitraan simetris. Secara teoritis, intervensi ini merealisasikan prinsip Servaes, komunikasi sebagai proses partisipatif dan transformasional, serta prinsip two-way symmetrical Grunig & Hunt, dan stakeholder integration Freeman. Secara praktis, strategi ini meningkatkan kemungkinan kearifan lokal berfungsi sebagai basis ekonomi yang berkelanjutan: masyarakat menjadi subjek pembangunan, produk budaya menjadi pengalaman wisata bernilai tambah, dan infrastruktur terhubung pada agenda ekonomi lokal.

PENUTUP

Pengembangan pariwisata di wilayah perbatasan RI-PNG, khususnya di Distrik Muara Tami, Kota Jayapura, menunjukkan bahwa potensi kearifan lokal belum dimanfaatkan secara optimal sebagai modal sosial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka dalam penelitian ini menyoroti dua aspek utama yakni hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah masih bersifat *top-down*, sehingga masyarakat belum dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program pariwisata. Kegiatan pemberdayaan yang ada cenderung bersifat simbolik dan insidental, tanpa pendampingan berkelanjutan yang mampu membangun ekosistem ekonomi lokal yang produktif. Padahal, masyarakat memiliki beragam potensi kearifan lokal seperti kerajinan tangan, kuliner khas, dan produk budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata.

Strategi komunikasi yang inklusif dan berbasis komunitas menjadi kunci dalam mengintegrasikan kearifan lokal ke dalam pengembangan pariwisata. Pendekatan komunikasi dua arah yang simetris, sebagaimana dikemukakan oleh Grunig & Hunt, perlu diterapkan agar masyarakat memiliki ruang untuk menyampaikan aspirasi dan turut menentukan arah pembangunan. Selain itu, konsep Tri Daya pembangunan berkelanjutan, penguatan ekonomi produktif, dan penguatan sosial, perlu diinternalisasi dalam kebijakan pariwisata agar tercipta sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Penguatan komunikasi partisipatif dan strategi komunikasi pembangunan yang kontekstual menjadi fondasi penting dalam mewujudkan pariwisata berbasis kearifan lokal yang berkelanjutan dan berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat perbatasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Proses pelaksanaan penelitian mulai dari awal hingga akhir, kami mengucapkan terimakasih kepada kemendikisaintek yang dapat memberikan kontribusi berupa pendanaan dan kepada pihak yang bersedia memberikan data melalui wawancara hingga dalam bentuk dokumentasi, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. kami juga mengucapkan terimakasih kepada reviewer yang telah memberikan masukan baik berupa saran dan kritikan untuk perbaikan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika, Rifan, and Leksono Probo Subanu. 2023. "Application Of Analytic Hierarchy Process (AHP) Method In Comparing Stakeholder Perceptions Of Tourism Impact In Mentawai Islands." *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 17(2):156-70. doi:<https://doi.org/10.47608/jki.v17i22023.156-170>.
- Apit Buchori, Dan, Agung Sulisty, Tri Eko Yudiandri, M. Bangga Arifkusuma, Fakhru Hadiano, Elvis Aguilera, Indra Saputra Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta, and Apit Buchori. 2023. "Tourist Village Innovation In Creating Management And Sustainable Marketing (Inovasi Desa Wisata Dalam Menciptakan Pengelolaan Dan Pemasaran Berkelanjutan)." *Journal of Tourism Destination and Attraction* 11(2).

- Bakti, Iriana, Suwandi Sumartias, Trie Damayanti, Dan Aat, and Ruchiat Nugraha. 2018. "Pengembangan Model Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kawasan Geopark Pangandaran." *Jurnal Kajian Komunikasi* 6(2). doi:<https://doi.org/10.24198/jkk.v6i2.18459>.
- Behabol, Demiut,) Junianto, and Tjahjo Darsono. 2017. *Strategi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Di Kabupaten Jayapura, Propinsi Papua*. Vol. 2. doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1252>.
- Damsuki, Ali. 2019. "STRATEGI KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA (Implementasi Program PKKPD Dinas Pemuda, Olahraga Dan Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2018 Di Desa Tambakselo, Grobogan)." *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 11(1):57–68. doi:10.34001/an.v11i1.936.
- Dartiningsih, B. E. 2021. *Komunikasi Pariwisata: Tinjauan Praktik Pariwisata Syariah Di Madura*. books.google.com.
- Fuadi Laksono, Nurfi, Anif Fatma Chawa, and Yayuk Yuliati. 2020. "Pengelolaan Pariwisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat(Studi Kasus Desa Sawentar)." *BRILIANT: Jurnal Riset Dan Konseptual* 5. doi:10.28926/briliant.
- Hidayatullah, Haqqi, and Rajiyem Rajiyem. 2024. "Analysis City Branding Lamongan Megilan as Marketing Communications of Region." *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 13(2):212–24. doi:10.35508/jikom.v13i2.9375.
- Ilham, Zaenul Muttaqin, and Usman Idris. 2020. "Pengembangan BUMKAM Berbasis Potensi Lokal Di Kawasan Perbatasan Indonesia-Papua New Guinea." *Communnity Development Journal* 1(2):104–9. doi:10.31004/cdj.v1i2.722.
- Juliana, Asima, Yannice L. M. Sitorus, and Normalia O. Yanthy. 2022. "Studi Persepsi Wisatawan Terhadap Kegiatan Pariwisata Kampung Enggros Distrik Abepura Kota Jayapura." *Jurnal MEDIAN Arsitektur Dan Planologi* 12(1):1–11. doi:10.58839/jmap.v12i1.978.
- Listiyana Syafitri Daulay, Rahmanita Ginting, and Arifin Saleh. 2020. "Komunikasi Pariwisata Pihak Pemerintah, Pengelola, Dan Masyarakat Dalam Mengembangkan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kota Padangsidimpuan." *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)* 3(1). doi:10.32734/lwsa.v3i1.809.
- Da Lopez, Viktorianus Mahendra, Eddy Jusuf, and Juanim Juanim. 2024. "Strategi Branding Kota Kupang Melalui Pendekatan Memorable Tourism Experience Dan Tourism Product Characteristics." *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 13(2):258–76. doi:10.35508/jikom.v13i2.9398.
- Mebri, Fredrick Hendrick, Ermaya Suradinata, and Kusworo Kusworo. 2022. "Internal Tourism Development Strategy Increasing Regional Original Income (Pad) In Jayapura City Papua Province." *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* 12(1):102–14. doi:10.33701/jiwbp.v12i1.2537.
- Noor Efni Salam, Yasir, Muhammad Firdau, Rusmadi Awza, Evawani Elysa Lubis. 2024. "Komunikasi Pariwisata Berbasis Komunitas Untuk Pengembangan Desa Wisata Budaya Di Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis." *Jurnal Riset Komunikasi* 7(1):158–74. doi:<https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1007>.
- Nur Jaya, Muhammad, Rery Samdar, Nahria, Nur Fahmi, and Maddu Atira. 2024. *Pemberdayaan Masyarakat Dan Komunikasi Pariwisata*. edited by Jaelani Elan. WIDINA MEDIA UTAMA Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat.

- Prabawa, Eka, Joni Widjayanto, Yusuf Ali, Herlina Saragih, Aris Sarjito, and Siska Armawati Sufa. 2022. "Strategi Komunikasi Antar Budaya Tentara Nasional Indonesia (TNI) Di Papua." doi:<https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i1.479>.
- Rery, Samdar, Hamim Mustofa, and Busyairi Ahmad. 2024. *Strategi Komunikasi Partisipatif Pemerintahan Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Perbatasan RI-PNG*. Vol. 10. doi:<https://doi.org/10.30997/jk.v10i2.15213>.
- Saepudin Asep, Iva Rachmawati dan Fauzan. 2014. "Model Pengembangan Border Tourism Bagi Kawasan Perbatasan: Studi Kasus Sota, Merauke, Papua." 12(2).
- Sjafirah, Nuryah Asri, Achmad Abdul Basith, Efi Fadilah, Dian Wardiana Sjuchro, Isni Nurfauzia, and Nadhifa Viannisa. 2024. "Local Wisdom-Based Tourism Development and Communication Strategy in Sayang Heulang Beach." *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 8(1):173–82. doi:10.25139/jsk.v8i1.7321.
- Sulistiani, Indah. 2020. "Komunikasi Pembangunan Partisipatif Pada Program Pemberdayaan Masyarakat Di Papua." *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture* 2(2). doi:10.25077/joseta.v2i2.230.
- Sulistiani, Indah. 2024. "Migration Letters Communication Participatory in Community Empowerment Programs at the Indonesia-Papua New Guinea Border." doi:10.59670/ml.v21iS6.7929.
- Sulistiani, Indah, Syarifuddin Syarifuddin, and Zulrijal Bushido Gani. 2023. "Pelatihan Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Sadar Wisata Bagi Masyarakat Kampung Skouw Distrik Muara Tami Kota Jayapura." *MINDA BAHARU* 7(2):325–37. doi:10.33373/jmb.v7i2.5809.
- Varanida, Dea. 2023. *Komunikasi Pariwisata Dalam Penerapan Kebijakan Publik Pasca Pandemi Covid-19 Di Kota Singkawang*. Vol. 5. doi:10.24198/responsive.v5i4.44441.
- Veplun, Dirk. 2019. "Perubahan Sosial Masyarakat Di Kampung Skouw Sae Distrik Sae Muara Tami Kota Jayapura Papua." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Papua* 1(2):47–54. <https://ejournal.uncen.ac.id/index.php/jpmp/issue/view/158>.
- Wahyuni, Ninik Tri, Rachmat Kriyantono, and Zulkarnaen Nasution. 2020. "Pola Komunikasi Pembangunan Terkait Pengelolaan Program Inovasi Desa Menuju Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Heritage* 8(2):92–106. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/HERITAGE/article/view/1940>.
- Yuniarti, D. 2024. "Dampak Sosial Ekonomi Masyarakat Di Wilayah Perbatasan Negara-Indonesia Terhadap Program Cross-Border Tourism Di Plbn" ... *Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata* <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/HalalanThayyiban/article/view/2896>.