



## KOMUNIKASI PENGELOLA DESTINASI WISATA PUNCAK PATO DENGAN PEMERINTAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN

**Firgi Nurdiansyah\***, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

**Emeraldy Chatra**, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

**Sarmiati**, Universitas Andalas, Padang, Indonesia

### ABSTRACT

*The increase in tourists which is the main driver of the tourism sector requires the cooperation of all stakeholders consisting of the government and direct cooperation from both the business world and from the private sector. The increase in tourist visits is certainly inseparable from communication activities between actor's manager of the Puncak Pato tourist area and the government. This communication is important to achieve maximum results in increasing tourist visits to Puncak Pato. The research method used is a phenomenological approach with a constructivism paradigm. The theory used is the Interpretative Phenomenological Analysis theory from Jonathan Smith. Based on the results of the research, it shows that the important concept of communication between managers of the Puncak Pato tourist destination is openness in conveying correct information to the government, an attitude of supporting the government in communication activities and carrying out communication activities with the government in the form of meetings.*

### ARTICLE HISTORY

Received 23/01/2023  
Revised 01/02/2023  
Accepted 07/02/2023  
Published 25/02/2023

### KEYWORDS

Communication, Interpretative Phenomenological Analysis; tourism.

### CITATION (APA 6<sup>th</sup> Edition)

Nurdiansyah, F., Chatra, E., Sarmiati. (2023). Komunikasi Pengelola Destinasi Wisata Puncak Pato dengan Pemerintah dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 83-90.

### \*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ [firginurdiansyah@gmail.com](mailto:firginurdiansyah@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6562>

## PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia merupakan penghasil devisa negara nomor tiga setelah minyak dan tekstil. Hal ini juga dijelaskan oleh berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia, *World Tourism* yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi (Paramita & Putra, 2020). Hal tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan penerimaan daerah, yaitu dengan mengoptimalkan potensi dalam industri pariwisata. Upaya yang dapat dilaksanakan untuk menumbuh kembangkan industri pariwisata di antaranya pengadaan sarana akomodasi yang memadai, promosi baik di sisi pemerintah maupun swasta, kemudahan perjalanan, penambahan dan dua pengembangan kawasan pariwisata, mengupayakan produk-produk baru di objek wisata, penyiapan jaringan pemasaran internasional dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas.

Pada peringkat global, industri pariwisata kini merupakan industri penting sebagai penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional selain ekspor barang dan jasa. Bagi daerah industri ini merupakan penyokong dari Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berkembangnya sektor ini akan membawa dampak yang cukup besar pada industri-industri yang terkait seperti hotel, rumah makan, biro perjalanan dan UKM di daerah-daerah kunjungan wisata. Saat ini sektor pariwisata juga menjadi perhatian pemerintah untuk dikembangkan karena sekarang ini sektor pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan, meningkatkan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan dan melestarikan lingkungan.

Pariwisata Indonesia apabila mampu dikemas dan dikelola dengan baik akan menjadi aset Indonesia. Keberagaman objek wisata dari wisata alam, budaya dan kesenian. Budaya dan kesenian serta objek seperti taman wisata sebenarnya dapat dijadikan salah satu penopang perekonomian

negara dan dapat banyak menyerap tenaga kerja sehingga sumber daya manusia dan sumber daya alam dapat dimanfaatkan secara optimal. Sektor pariwisata merupakan salah satu penunjang majunya suatu daerah, terlebih di era otonomi daerah, desentralisasi merupakan kondisi yang tentunya tidak perlu lagi ditakutkan oleh masyarakat-masyarakat daerah. Hal ini karena masyarakat memiliki modal yang dapat diandalkan untuk kemajuan daerahnya, salah satunya di bidang Pariwisata (Perjhaya, [2019](#)).

Pemahaman masyarakat terhadap pariwisata, pada umumnya terbagi dua kelompok, yaitu kelompok pertama adalah kelompok awam yang tidak tahu tentang substansi makna pariwisata, yaitu mereka terdiri dari masyarakat awam, biasanya memandang pariwisata sebagai bagian rekreasi, jalan-jalan, pelesir, dan semacamnya, kelompok ini adalah kelompok konsumtif, apatis, dan bahkan sebagai kelompok destruktif. Kelompok kedua adalah kelompok yang justru memahami makna pariwisata, kelompok ini pula terdiri dari tiga kelompok lagi, yaitu; (a) kelompok cerdas konsumen pariwisata, kelompok ini pula terdiri dari wisatawan domestik dan wisatawan internasional. Mereka adalah kelompok konsumen, namun kritis terhadap pariwisata, baik dalam negeri maupun luar negeri; (b) kelompok yang melakukan eksplorasi dan eksploitasi terhadap destinasi untuk kepentingan bisnis; dan (c) adalah kelompok pegiat, yaitu kelompok yang tahu makna pariwisata, lalu melakukan pembinaan terhadap destinasi, SDM dan kelembagaan adat untuk memperkuat substansi masyarakat sebagai keunggulan destinasi secara berterusan (Bungin, [2015](#)).

Komunikasi pariwisata memiliki kedekatan biologis dengan kajian-kajian komunikasi dan pariwisata yang melahirkannya. Komunikasi menyumbangkan teori-teori komunikasi persuasif, teori komunikasi massa, teori komunikasi interpersonal dan kelompok. Sementara pariwisata menyumbangkan *field* kajian pemasaran pariwisata, destinasi pariwisata, aksesibilitas ke destinasi dan SDM serta kelembagaan kepariwisataan (Bungin, [2015](#)). Wiliam I. Gorden mengungkapkan bahwa komunikasi memiliki fungsi sebagai instrumental. Komunikasi instrumental adalah untuk menginformasikan, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan perilaku atau tindakan juga menghibur. Secara keseluruhan, maka semua tujuan itu adalah untuk membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi berfungsi untuk memberitahukan konten yang mengandung muatan persuasif dalam arti bahwa komunikator menginginkan komunikan mempercayai informasi yang disampaikan oleh komunikator. Sifat komunikasi ini adalah spontan, saling menerima *feedback* secara maksimal. Subjek berperan fleksibel (Mulyana, [2012](#)).

Pariwisata yang telah menjadi fenomena dunia yang berlangsung di Sumatera Barat. Hampir tidak ada masyarakat Sumatera Barat yang tidak mengenal pariwisata. Potensi kepariwisataan senantiasa digali dan dikembangkan oleh masing-masing daerah, kota, dan kabupaten se-Sumatera Barat, Bahkan pemerintah Sumatera Barat (Dinas Pariwisata) mengeluarkan perda No. 7 tahun 1996 yang berisi Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Sumatera Barat 1996-2001. Begitu pula dengan masyarakat Sumatera Barat, setiap kegiatan yang dilakukannya senantiasa dihubungkan dengan pariwisata, misalnya pacu kuda tradisional di Padang Panjang, lomba layang-layang di Batusangkar, adu kerbau di Koto Baru Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar.

Semua kegiatan yang dilakukan masyarakat itu diiringi dengan upaya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Masih banyak kegiatan lain di Sumatera Barat baik yang dilaksanakan oleh pemda maupun masyarakat yang bertujuan untuk kegiatan kepariwisataan ada di Tanah Datar yaitu Kecamatan Lintau Buo Utara termasuk dalam salah satu pariwisata yang sangat menarik keindahan alamnya.

Kabupaten Tanah Datar perlu dikembangkan karena memiliki panorama alam yang indah dan sejuk karena terletak di daerah perbukitan dan pegunungan yakni destinasi wisata Puncak Pato. Sejauh ini sudah ada terdapat sejumlah tulisan tentang destinasi wisata Puncak Pato, namun belum ada kajian yang mendalam tentang daya tarik destinasi wisata Puncak Pato. sehingga penulis tertarik untuk menganalisis dan mengkajinya lebih dalam lagi mengenai destinasi wisata Puncak Pato ini.

Puncak Pato yang sekarang dikenal sebagai objek wisata panorama alam, pada masa dulunya menjadi tempat yang bersejarah, Puncak Pato yang dikenal oleh masyarakat Minangkabau dengan Sumpah Sati Bukik Marapalam. Isi dari perjanjian Sumpah Sati Bukik Marapalam yang berbunyi:

*“Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Atas qodrat dan iradat Allah SWT, telah dipertemukan di tempat ini hamba-hamba Allah untuk memperkatakan adat dan syarak yang akan dipakai mati yang akan di topang, bahwa adat dan syarak di kukuhkan menjadi pegangan di alam Minangkabau, dengan ini kami sambil menyerakkan kepada Allah SWT sambil mengikuti kata Muhammad SAW. Penghulu kaganti Nabi, Rajo kaganti Allah Kami mengikhrarkan bahwa “Adaik Basandi Kapado Syarak, Syarak Basandi Kapado Kitabullah, Syarak Makato Adaik Mamakai.” (Julianti, 2022).*

Dengan perjanjian tersebut dituliskan bahwa atas nama Syarak Syekh Burhanuddin Ulakan dan atas nama kaum adat Basa Ampek Balai Titah di Sungai Tarap dan disetujui oleh raja Alam yang di pertuankan di Pagaruyung. Setelah selesai ikrar Bukik Marapalam lalu Basa Ampek Baleh dan Syekh Burhanuddin dan rombongan meminta pengesahan kepada Yang Dipertuankan Rajo Alam Minangkabau di Pagaruyung yang disaksikan oleh Rajo Adat dan Ibadat. Sejak di kukuhkannya perjanjian Bukit Marapalam oleh pemuka adat dan agama Minangkabau maka dilakukan penebaran kesepakatan oleh kedua belah pihak (Julianti, 2022).

Menurut Bupati Tanah Datar, Eka Putra dalam sebuah acara festival pesona Adat Nagari Puncak Pato, bahwa Panorama Puncak Pato menjadi salah satu destinasi unggulan di Tanah Datar yaitu tempat Sumpah Sati Bukik Marapalam sekaligus benteng saat Perang Padri (Rakyat Sumbar, 2021).

Meningkatkan kunjungan wisatawan di Puncak Pato secara ekonomi mampu memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Meningkatkan kunjungan wisatawan yang merupakan penggerak sektor utama kepariwisataan membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari pemerintah dan kerjasama langsung, dari kalangan usaha maupun dari pihak swasta. Sesuai dengan tugas dan kewenangannya, pemerintah merupakan pihak fasilitator yang memiliki peran dan fungsinya dalam pembuatan dan penentu seluruh kebijakan terkait dengan upaya meningkatkan kunjungan wisatawan.

Meningkatkan kunjungan wisatawan di Puncak Pato tentunya sudah dilakukan oleh pengelola destinasi wisata. Peneliti melakukan observasi awal dengan melakukan diskusi pada pengelola destinasi wisata Puncak Pato di Nagari Batu Bulek, Ismail mengungkapkan bahwa dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan yang sudah terealisasikan di Puncak Pato ialah, dengan menceritakan sejarah objek wisata Puncak Pato kepada wisatawan yang berkunjung serta, infrastruktur yang telah memadai yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Destinasi wisata Puncak Pato mengalami penurunan kunjungan wisatawan seperti tabel berikut:

**Tabel 1. Data Wisawatan Pengunjung Puncak Pato**

No	Tahun	Wisawatan Nusantara (Domestik)	Wisawatan Mancanegara	Jumlah
1	2016	9.857	487	10.344
2	2017	27.924	1	27.925
3	2018	33.743	8	33.751
4	2019	27.358	-	27.358
5	2020	33.908	2	33.910
6	2021	16.138	-	16.138
7	2022	10.000	-	10.000

(Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar, 2022)

Dari tabel di atas, dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya mengalami peningkatan terutama pada tahun 2020. Hanya saja pada tahun 2019, 2021 dan 2022 jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan kurangnya komunikasi secara intensif yang

dilakukan oleh pengelola destinasi wisata Puncak Pato dengan Pemerintah. Jika unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato mampu melakukan komunikasi secara intensif dengan pemerintah, untuk mengarahkan perhatian pemerintah kepada destinasinya maka, akan ada nilai tambah berupa dukungan dari pemerintah baik dalam mempromosikan wisata maupun bantuan bersifat fisik. Maka dengan adanya komunikasi secara intensif, informasi yang disampaikan kepada pemerintah akan mencapai tujuan yang diinginkan. Kemudian, segala hambatan dan kendala yang dihadapi oleh unit pengelola destinasi wisata saat dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan akan teratasi dengan baik.

Setiap kegiatan komunikasi yang terjadi antara pengelola destinasi wisata Puncak Pato dengan Pemerintah maka telah terjadi pengalaman bagi individu-individu tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengalaman merupakan suatu hal yang pernah dialami, dijalani, dirasai ataupun ditanggung. Setiap pengalaman yang telah dialami dapat menjadi pengetahuan bagi individu yang mengalaminya termasuk pengalaman komunikasi. Pengalaman komunikasi yang telah terjadi di dalam diri individu akan menuntun individu untuk memahami makna dari komunikasi tersebut. Makna adalah pengertian dasar yang diberikan atau yang ada dalam suatu hal. Dapat ditemukan bahwa dalam setiap komunikasi yang telah dilakukan maka akan terdapat sebuah pengertian dasar yang bisa diambil. Maka dengan adanya pengalaman dalam sebuah komunikasi, peneliti akan menggunakan pendekatan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA).

Jonathan Smith Mengatakan bahwa, IPA kemungkinan akan terus menjadikan ideografis sebagai fokus dalam setiap penelitian yang dilakukan namun, dengan ukuran sampel lebih dari satu (Smith, [2009](#)). Ema Marantika berpendapat bahwa Pendekatan IPA dari berbagai penjelasan di atas pada dasarnya menekankan pada pembentukan makna baik dari sisi subjek maupun peneliti maksudnya, adalah aktivitas kognisi berupa mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan dan berbahasa menjadi perhatian analisis sentral pendekatan IPA (Marantika, [2017](#)).

## METODE

Metode yang sesuai dengan tujuan penelitian ini adalah metode kualitatif. Afrizal mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif, sebagai metode penelitian ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk lisan (baik lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia. Dengan kata lain, data yang dianalisis dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan perbuatan manusia (Afrizal, [2014](#)). Paradigma yang digunakan paradigma konstruktivisme. Denzin & Lincoln mengatakan bahwa paradigma konstruktivisme berorientasi pada produksi pemahaman dunia sosial yang direkonstruksi serta menghargai pengetahuan transaksional. Konstruktivisme dan interpretivisme muncul sebagai kritikan terhadap saintisme dan positivism dalam ilmu sosial (Denzin & Lincoln, [2005](#)). Kemudian pendekatan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Husserl (dalam Kuswarno) mengatakan bahwa fenomenologi untuk menjelaskan *things in themselves*, yaitu mengetahui apa yang masuk sebelum kesadaran, dan memahami makna dan esensinya, dalam institusi dan refleksi diri (Kuswarno, [2009](#)). Peneliti ini menggunakan analisis data *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Smith mengungkapkan bahwa Teknik analisis data IPA dianggap sesuai karena IPA berusaha untuk meneliti bagaimana seorang individu memaknai pengalaman penting dalam hidupnya dalam latar belakang yang murni atau secara alami (Smith, [2009](#)). Sugiyono mengatakan bahwa *purposive sampling* umumnya dipilih setelah survei awal atau wawancara di lapangan untuk memastikan bahwa orang-orang yang dipilih dalam penelitian menampilkan kriteria yang sesuai dalam penelitian (Sugiyono, [2009](#)). Partisipan penelitian ini berjumlah 8 orang, dengan kriteria, subjek penelitian sebagai pengelola destinasi wisata Puncak Pato.

Rachmat mengatakan bahwa metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tahap pertama adalah observasi dan wawancara. Observasi merupakan pertama yang digunakan dalam melakukan penelitian ini. Teknik observasi atau pengamatan yang penulis gunakan adalah bersifat langsung dengan mengamati objek yang diteliti (Rachmat, [2005](#)). Dalam tahap pelaksanaan

observasi ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap kegiatan komunikasi yang dilakukan antara pengelola destinasi wisata Puncak Pato dengan pemerintahan Nagari Batu Bulek yang diadakan setiap sekali sebulan, yang dilaksanakan di Musholla. Kemudian, mengamati rapat internal yang dilakukan oleh unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato.

Sedangkan tahap kedua dalam pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Selain itu menurut Creswell wawancara pada penelitian fenomenologi biasanya dilakukan secara informal, interaktif (percakapan), dan melalui pertanyaan dan jawaban yang terbuka. Walaupun pada awalnya peneliti sudah mempersiapkan daftar pertanyaan yang telah dibuat (Kuswarno, 2009). Wawancara mengalir sesuai dengan respons atau jawaban responden, Hal terpenting adalah dapat menggali semua data yang dicari. Biasanya wawancara dimulai dengan percakapan basa-basi terlebih dahulu untuk mencairkan suasana. Setelah suasana cair barulah peneliti meminta subjek untuk sejenak fokus kepada pengalaman yang akan ditanyakan oleh peneliti.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA) yang dikemukakan oleh Smith, Flowers & Larkin. Analisis data dengan IPA memiliki langkah sebagai berikut:

1. Membaca transkrip secara berulang  
Bentuk kegiatan tahap ini adalah menuliskan transkrip wawancara dari rekaman audio ke dalam transkrip dalam bentuk tulisan. Dengan membaca dan membaca kembali peneliti mendalami data yang diperoleh dari transkrip yang telah dibuat akan membantu analisis yang lebih menyeluruh.
2. Pencatatan awal  
Tahap ini peneliti memeriksa makna kata yang terkandung dan bahasa yang digunakan pada tahap eksploratoris. Catatan atau pada tahap eksploratoris. Catatan atau komentar eksploratoris (*exploratory comments*) meliputi: (a) *Descriptive comments*; (b) *Linguistic comments*; dan (c) *Conceptual comments*.
3. Mengembangkan tema-tema yang muncul  
Tahap ini merupakan tahap mengembangkan kemunculan tema-tema. Transkrip dibaca berulang kali, margin sebelah kiri digunakan untuk melampirkan keterangan terhadap apa yang menarik atau bermakna mengenai apa yang dikatakan subjek.
4. Mencari hubungan yang sama antar tema  
Tahap ini adalah tahap mencari hubungan antara tema-tema yang muncul dilakukan setelah peneliti menetapkan seperangkat sub kategori tema pada transkrip dan kemudian telah diurutkan secara kronologis.
5. Berpindah ke kasus selanjutnya  
Langkah ini dilakukan pada semua transkrip partisipan, dengan cara mengulang proses yang sama. Langkah di atas, diulangi lagi untuk informan yang lain.
6. Mencari pola-pola yang sama antar kasus
7. Mendeskripsikan tema induk (Smith, 2009).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sikap Mendukung Pemerintah dalam Kegiatan Komunikasi

Suranto mengatakan bahwa aktivitas komunikasi yang efektif adalah adanya sikap mendukung. Artinya masing-masing pihak yang berkomunikasi antara unit pengelola destinasi wisata dengan pemerintah memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Pemaparan gagasan bersikap deskriptif naratif komunikasi yang efektif adalah hubungan di mana terhadap sikap mendukung.

Artinya masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Oleh karena itu respons yang paling relevan adalah respons yang bersifat spontan dan lugas, bukan respons bertahan atau berkelit. Pemaparan gagasan bersikap

deskriptif naratif bukan bersifat *evaluative*. Sedangkan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif bukan intervensi yang disebabkan rasa percaya diri yang berlebihan (Suranto, [2011](#)).

Hasil penelitian menunjukkan salah satu terjadinya kegiatan komunikasi adalah sikap mendukung. Sikap mendukung adalah komunikasi aktif yang dilakukan oleh unit pengelola destinasi wisata dengan pemerintah. Menurut asumsi peneliti, dimensi sikap mendukung adalah salah satu aspek yang penting saat unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato melakukan komunikasi dengan pemerintah. Karena dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yang diupayakan maka, akan ditemukan banyak hambatan dan kendala yang dihadapi. Dengan adanya sikap mendukung dari pemerintah dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan maka, hambatan tersebut dapat di atasi dengan secara baik.

### **Keterbukaan dalam Menyampaikan Informasi yang Sebenarnya kepada Pemerintah**

Suranto mengatakan bahwa keterbukaan ialah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Hal ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya, tetapi rela menemukan diri ketika orang lain menginginkan informasi yang dapat diketahuinya. Sikap keterbukaan ditandai adanya kejujuran dalam merespons segala stimulus komunikasi. Tidak berkata bohong dan tidak menyembunyikan informasi yang sebenarnya. Dalam proses kegiatan komunikasi secara terbuka. Komunikasi terbuka adalah dorongan untuk mengungkapkan ide serta pendapatnya yang diungkapkan kepada komunikan. Maka dengan adanya keterbukaan kegiatan komunikasi akan berlangsung adil, transparan yang dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi (Suranto, [2011](#)). Hasil penelitian menunjukkan salah satu dimensi dengan adanya komunikasi secara terbuka. Komunikasi secara terbuka yang ditemukan dalam penelitian ini adalah menyampaikan seluruh kebenaran informasi yang disampaikan oleh unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato kepada pemerintah. Keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang sebenarnya adalah salah satu aspek yang penting bagi unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato.

### **Melakukan Kegiatan Komunikasi dengan Pemerintah dalam Bentuk Pertemuan**

Komunikasi adalah suatu proses pengiriman pesan dari komunikator kepada komunikan. Tubss & Moss mengatakan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses yang meliputi pengiriman pesan dari sistem saraf seseorang kepada sistem saraf orang lain, dengan maksud untuk menghasilkan sebuah makna yang serupa dengan yang ada dalam pikiran si pengirim (Tubss & Moss, [2001](#)). Unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato telah menyampaikan informasi yang sebenarnya kepada pemerintah melalui saluran komunikasi berupa pertemuan. Selain itu menurut Suryanto bahwa media pertemuan dan seminar merupakan salah satu bentuk media komunikasi internal. Kemudian, media komunikasi internal dimaknai sebagai sebuah media atau sarana yang dipergunakan untuk memberikan atau menerima informasi di kalangan publik internal dan tidak bersifat komersial (Suryanto, [2015](#)).

Pada kegiatan-kegiatan pertemuan seperti rapat atau diskusi yang telah mereka lakukan dapat diketahui bahwa, unit pengelola destinasi wisata telah melakukan kegiatan komunikasi secara formal dengan pemerintah. Aktivitas komunikasi formal ini sesuai dengan yang dikemukakan Mulyana bahwa komunikasi dilakukan berdasarkan struktur organisasi seperti komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas dan komunikasi horizontal, dalam proses komunikasi formal yang dilakukan unit oleh pengelola destinasi wisata. Pemerintah dapat memberikan masukan dan saran untuk kemajuan destinasi wisata Puncak Pato. Tidak hanya pemerintah saja yang ikut serta dalam kegiatan diskusi, tokoh masyarakat pun ikut serta dalam kegiatan diskusi, Karena destinasi wisata Puncak Pato merupakan wisata adat budaya dan itu pun tidak terlepas dengan tokoh masyarakat (Ninik Mamak) agar unit pengelola destinasi wisata, pemerintah dan tokoh masyarakat bisa saling bekerja sama untuk meningkatkan atau mengembangkan nilai-nilai adat budaya yang ada di destinasi wisata

Puncak Pato. kemudian setiap aktivitas yang akan di selenggarakan di Puncak Pato harus melalui rekomendasi dari tokoh masyarakat.

Keberadaan tokoh masyarakat sebagai orang yang disegani dan dihargai masyarakat tentunya, apa yang diinformasikan oleh tokoh masyarakat akan didengar oleh unit pengelola destinasi wisata dan pemerintah. Dapat disimpulkan bahwa dalam proses komunikasi ini, setiap orang bisa berfungsi sebagai komunikator sekaligus sebagai komunikan. Proses komunikasi terjadi dalam diri komunikator dan komunikan serta selalu berlangsung dan selalu bergerak untuk terus maju dan terus berubah. Perubahan dapat terjadi karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang mungkin akan mempengaruhi interaksi tersebut, dan apa yang terjadi dalam pertemuan tertentu mungkin memiliki dampak di masa depan. Pemahaman tentang konsep meningkatkan kunjungan wisatawan sangat mempengaruhi proses komunikasi yang dilakukan oleh unit pengelola destinasi wisata. selain itu menurut Hovland bahwa komunikasi merupakan sebuah proses mengubah perilaku orang lain. Perubahan tersebut hanya bisa terjadi jika komunikator dan komunikan memiliki kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan (Sumadiria, [2014](#)).

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian komunikasi pengelola destinasi wisata Puncak Pato dengan pemerintah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, maka diperoleh kesimpulan bahwa konsep-konsep penting dari komunikasi pengelola destinasi wisata Puncak Pato dengan pemerintah dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, yang ditemukan dalam penelitian ini adalah keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang sebenarnya kepada pemerintah. Sikap keterbukaan ditandai adanya kejujuran dalam merespons segala stimulus komunikasi, kemudian sikap mendukung pemerintah dalam kegiatan komunikasi, komunikasi merupakan sebuah proses yang meliputi pengiriman pesan dari sistem saraf seseorang kepada sistem saraf orang lain, dengan maksud untuk menghasilkan sebuah makna yang serupa dengan yang ada dalam pikiran si pengirim. Unit pengelola destinasi wisata Puncak Pato telah menyampaikan informasi yang sebenarnya kepada pemerintah melalui saluran komunikasi berupa pertemuan. Media pertemuan dan seminar merupakan salah satu bentuk media komunikasi internal. Media komunikasi internal dimaknai sebagai sebuah media atau sarana yang dipergunakan untuk memberikan atau menerima informasi di kalangan publik internal dan tidak bersifat komersial.

## REFERENSI

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Kencana.
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publication.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Datar 2022
- Julianti, S. (2022). Sumpah Sati Bukik Marapalam. *Jurnal Sumbar*. Retrieved from <https://www.jurnalissumbar.com/2022/06/sumpah-sati-bukik-marapalam.html>
- Kuswarno, E. (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi Pedoman dan Contoh Penelitian*. Bandung: Wisya Padjajdaran.
- Marantika, E. (2017). Makna Dokumentasi Bagi Staf di Lingkungan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Nganjuk: Studi Interpretative Phenomenological Analysis (IPA). *Doctoral dissertation*, Universitas Airlangga. Retrieved from <https://repository.unair.ac.id/68343/>.
- Mulyana, D. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Paramita, I. B. G., & Putra, I. G. G. P. A. (2020). New Normal bagi Pariwisata Bali di Masa Pandemi Covid 19. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 5(2), 57-65. <https://doi.org/10.25078/pariwisata.v5i2.108>
- Perjhaya, I. M. (2019). Komunikasi Pariwisata dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai oleh Pokdarwis di Desa Tanjung Punak Kecamatan Rupa Utara Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(1), 1-15.
- Rachmat, J. (2005). *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Rakyat Sumbar. (2021). Festival Pesona Adat Nagari Puncak Pato. *Rakyat Sumbar*. Retrieved from <https://rakyatsumbar.id/festival-pesona-adat-nagari-puncak-pato/>
- Smith, J.A., Flowers, P., and Larkin, M. (2009). *Interpretative Phenomenological Analysis*. California: SAGE Publications Inc.
- Sugiyono, S. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, A. (2014). *Jurnalistik Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatma Media.
- Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tubbs, S.L., & Moss, S. (2001). *Human Communication 1: Prinsip-Prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.