

**STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI PARIWISATA HIJAU
DALAM MENDORONG PENGEMBANGAN PARIWISATA RAMAH
LINGKUNGAN DI PANTAI SEBALANG LAMPUNG**

**M. Fikri Akbar, Sandy Allifiansyah, Noprita Herari, Rheza Eka Athallah,
Aditya Naufal**

Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia

m.fikri@unj.ac.id, sandyallifiansyah@unj.ac.id, noprita.h@unj.ac.id,
rheza.eka.athallah@mhs.unj.ac.id, aditya.naufal@mhs.unj.ac.id

Abstract

Article History

Received 23-04-2026

Revised :19-05-2026

Accepted :15-06-2026

Keywords:

*Green Tourism,
Communication
Management,
Participatory
Communication,
Coastal Community
Empowerment,*

This study examines the communication management of eco-friendly tourism at Sebalang Beach, South Lampung. Employing a qualitative approach and a case study method, the research explores how communication strategies are designed and implemented to promote environmentally responsible tourism while empowering the coastal community. The findings indicate that the development of effective eco-friendly tourism at Sebalang Beach is significantly influenced by context-based message planning that integrates destination promotion with environmental education. These messages utilize simple language, persuasive visuals, and local cultural values to raise ecological awareness among visitors and local residents. Furthermore, participatory communication plays a vital role in empowering the coastal community to act as active participants in planning, decision-making, and day-to-day tourism management practices. This approach fosters a strong sense of ownership, social cohesion, and sustainable pro-environmental behavior. The study also reveals that synergy among local government, tourism operators, community members, youth groups, and local business owners forms the foundation of collaborative governance. Such collaboration strengthens policy legitimacy, minimizes social conflict, and supports long-term environmental sustainability. Overall, the research demonstrates that eco-friendly tourism communication grounded in stakeholder participation and collaboration is essential for achieving sustainable coastal tourism that balances environmental preservation with the socio-economic well-being of the local community.

Pendahuluan

Pariwisata merupakan sektor pembangunan strategis yang secara global dipandang sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta

pendorong pembangunan wilayah. Organisasi Pariwisata Dunia (United Nations World Tourism Organization/UNWTO) menegaskan bahwa pariwisata berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), peningkatan devisa, dan mobilitas ekonomi lintas sektor, khususnya di negara berkembang yang memiliki keunggulan sumber daya alam dan budaya (UNWTO 2018). Dalam lanskap global yang ditandai oleh meningkatnya mobilitas manusia, konektivitas digital, dan ekonomi berbasis pengalaman, pariwisata tidak lagi dipahami semata sebagai aktivitas rekreasi, melainkan sebagai instrumen pembangunan yang mampu mendorong transformasi sosial, ekonomi, dan spasial suatu wilayah.

Konteks pembangunan nasional Indonesia, pariwisata diposisikan sebagai salah satu pilar strategis pembangunan. Kebijakan pembangunan pariwisata tidak hanya diarahkan pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan perolehan devisa, tetapi juga pada pemerataan pembangunan antardaerah, penguatan ekonomi lokal, serta pengembangan wilayah berbasis potensi endogen. Kawasan pesisir, perdesaan, dan wilayah yang selama ini memiliki keterbatasan basis industri dipandang memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui pariwisata berbasis sumber daya alam, budaya, dan kearifan lokal. Dengan demikian, pariwisata diharapkan mampu berfungsi sebagai alat pengentasan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan identitas dan kohesi sosial masyarakat lokal (Fattah 2023).

Perkembangan pariwisata yang berorientasi pada pertumbuhan kuantitatif semata sering kali mengabaikan dimensi keberlanjutan lingkungan dan sosial. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pariwisata massal kerap menghasilkan tekanan ekologis berupa degradasi lingkungan, eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan, peningkatan beban infrastruktur, serta perubahan sosial budaya yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai masyarakat lokal (Bramwell dan Lane 2011). Kondisi tersebut memunculkan paradoks pembangunan pariwisata, yakni situasi ketika aktivitas yang diharapkan meningkatkan kesejahteraan justru berpotensi merusak basis sumber daya alam, sosial, dan budaya yang menjadi daya tarik utama destinasi.

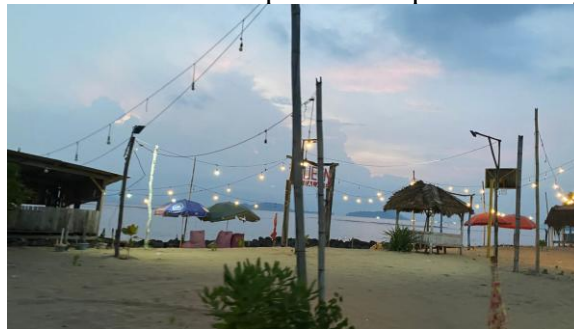
Wilayah pesisir merupakan kawasan yang paling rentan terhadap dampak negatif pembangunan pariwisata. Ekosistem pesisir dan laut memiliki daya dukung terbatas dan sangat sensitif terhadap perubahan lingkungan. Peningkatan aktivitas wisata tanpa perencanaan dan pengelolaan yang terintegrasi dapat mempercepat degradasi lingkungan, seperti pencemaran laut, abrasi pantai, kerusakan terumbu karang, serta akumulasi sampah plastik (Hall 2011). Di samping dampak ekologis, pariwisata pesisir juga memengaruhi struktur sosial masyarakat lokal, termasuk perubahan mata pencaharian tradisional, pola relasi sosial, serta pergeseran nilai-nilai budaya yang selama ini menopang kehidupan masyarakat pesisir.

Kesadaran terhadap berbagai persoalan tersebut mendorong lahirnya paradigma pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Pariwisata berkelanjutan menekankan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan keadilan sosial dalam jangka panjang. Sharpley (2020) menegaskan bahwa pariwisata hanya dapat dikategorikan berkelanjutan apabila mampu memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam

perspektif ini, keberlanjutan tidak hanya dimaknai sebagai perlindungan lingkungan, tetapi juga mencakup keberlanjutan sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat lokal.

Salah satu pendekatan penting dalam kerangka pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata hijau (*green tourism*). Pariwisata hijau berorientasi pada praktik pariwisata ramah lingkungan, efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan dampak negatif terhadap ekosistem, serta keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi (UNWTO 2018). Pendekatan ini menempatkan lingkungan hidup sebagai aset utama pariwisata yang harus dijaga keberlanjutannya melalui tata kelola yang bertanggung jawab, partisipatif, dan berbasis komunitas.

Manajemen komunikasi pariwisata hijau mencakup proses perencanaan pesan, pemilihan saluran komunikasi, pengorganisasian aktor komunikasi, pelaksanaan strategi komunikasi, hingga evaluasi dampak komunikasi terhadap perubahan sikap dan perilaku wisatawan maupun masyarakat lokal (Dinara dan Oktaviani 2025). Strategi komunikasi yang dirancang secara persuasif, partisipatif, dan kontekstual diyakini lebih efektif dalam mendorong perilaku wisata yang bertanggung jawab dibandingkan pendekatan komunikasi yang bersifat instruktif dan satu arah. Oleh karena itu, manajemen komunikasi menjadi komponen penting dalam keberhasilan implementasi pariwisata hijau.



Gambar 1. Pantai Sebalang Lampung
Sumber. Dokumentasi Peneliti

Pantai Sebalang yang terletak di Kabupaten Lampung Selatan merupakan salah satu destinasi wisata pesisir yang berkembang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pantai ini menawarkan panorama laut, bentang alam pesisir, serta aktivitas wisata keluarga yang relatif mudah diakses oleh wisatawan lokal maupun regional. Pengelolaan Pantai Sebalang melibatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama, sehingga memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata hijau berbasis komunitas.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Sebalang juga menghadirkan berbagai tantangan. Permasalahan pengelolaan sampah, keterbatasan fasilitas ramah lingkungan, tekanan terhadap ekosistem pesisir, serta rendahnya literasi lingkungan sebagian wisatawan masih menjadi isu yang memerlukan penanganan serius. Tanpa strategi komunikasi dan pengelolaan yang tepat, potensi wisata yang dimiliki Pantai Sebalang justru berisiko menimbulkan tekanan ekologis dan sosial bagi masyarakat pesisir setempat.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi pariwisata hijau sangat dipengaruhi oleh kualitas strategi manajemen komunikasi

yang diterapkan. Komunikasi persuasif mampu membangun kesadaran dan sikap positif wisatawan terhadap lingkungan, komunikasi partisipatif memperkuat pemberdayaan masyarakat lokal, sementara komunikasi kolaboratif memfasilitasi sinergi antarpemangku kepentingan dalam tata kelola destinasi (Bramwell dan Lane 2011; Hall 2011). Meskipun demikian, kajian empiris mengenai manajemen komunikasi pariwisata hijau pada destinasi pesisir tingkat lokal di Indonesia masih relatif terbatas.

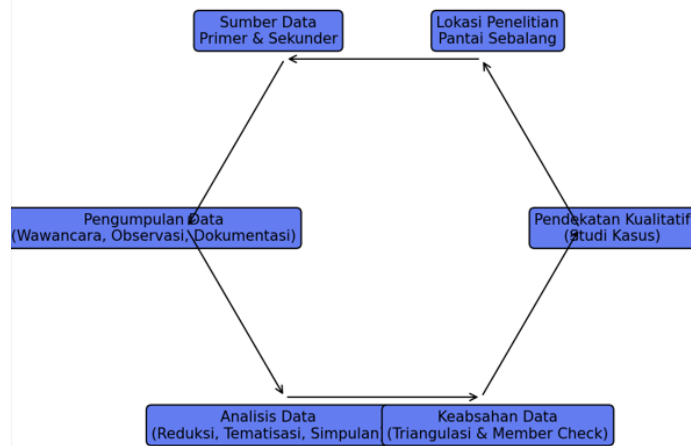
Keterbatasan kajian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk diisi, khususnya terkait bagaimana strategi manajemen komunikasi pariwisata hijau dirancang dan diimplementasikan dalam konteks lokal yang memiliki karakteristik sosial, budaya, dan ekologis yang spesifik. Pantai Sebalang yang berada di Provinsi Lampung sebagai destinasi wisata pesisir berbasis komunitas menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji dinamika tersebut secara mendalam dalam bidang manajemen komunikasi pariwisata.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif strategi manajemen komunikasi pariwisata hijau dalam mendorong pengembangan pariwisata ramah lingkungan di Pantai Sebalang Lampung. Fokus kajian meliputi perencanaan pesan berbasis nilai lingkungan, pola komunikasi partisipatif dengan masyarakat pesisir, pemanfaatan media digital dalam kampanye pariwisata hijau, serta sinergi antarpemangku kepentingan dalam tata kelola destinasi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi perspektif komunikasi pembangunan, pariwisata hijau, dan pemberdayaan masyarakat pesisir dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Dengan menggabungkan dimensi komunikasi, lingkungan, dan tata kelola pariwisata, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretik bagi pengembangan kajian komunikasi pariwisata berkelanjutan serta implikasi praktis bagi perumusan kebijakan dan strategi pengelolaan pariwisata hijau di kawasan pesisir, baik pada tingkat lokal maupun regional.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial secara mendalam, holistik, dan kontekstual, khususnya berkaitan dengan praktik komunikasi, proses interaksi sosial, serta dinamika pengelolaan pariwisata hijau di tingkat destinasi wisata lokal. Dalam kajian komunikasi dan pariwisata berkelanjutan, pendekatan kualitatif dinilai tepat karena mampu menggali makna, persepsi, pengalaman, serta strategi yang dijalankan oleh para aktor yang terlibat secara langsung dalam praktik pengelolaan destinasi (Mulyana 2014).



Gambar 2. Alur Metode Penelitian

Metode studi kasus digunakan untuk menelaah secara intensif strategi manajemen komunikasi pariwisata hijau yang diterapkan di Pantai Sebalang, Kabupaten Lampung Selatan. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dalam konteks nyata dan spesifik, dengan mempertimbangkan faktor sosial, budaya, lingkungan, dan kelembagaan yang saling terkait. Penelitian ini tidak bertujuan melakukan generalisasi statistik, melainkan menghasilkan pemahaman analitis dan konseptual yang dapat menjadi rujukan bagi pengembangan pariwisata hijau di destinasi pesisir lain dengan karakteristik serupa (Teguh 2025).

Lokasi penelitian ditetapkan secara purposif di kawasan wisata Pantai Sebalang, Kabupaten Lampung Selatan. Pemilihan lokasi didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Pantai Sebalang merupakan destinasi wisata pesisir yang mengalami peningkatan aktivitas pariwisata dalam beberapa tahun terakhir. Kedua, pengelolaan destinasi melibatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama, baik sebagai pengelola, pelaku usaha, maupun kelompok pendukung pariwisata. Ketiga, kawasan ini menghadapi berbagai persoalan khas wilayah pesisir, seperti pengelolaan sampah, tekanan terhadap ekosistem pantai, serta perubahan perilaku wisatawan.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari informan yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka tentang pengelolaan pariwisata di Pantai Sebalang. Informan utama meliputi pengelola wisata Pantai Sebalang, tokoh masyarakat pesisir, kelompok pemuda, pelaku usaha pariwisata lokal, wisatawan, serta perwakilan pemerintah daerah yang membidangi sektor pariwisata dan lingkungan. Penelitian ini melibatkan sebanyak 15 informan yang terdiri atas: pengelola wisata (3 orang), masyarakat lokal (3 orang), pelaku usaha (3 orang), wisatawan (3 orang), dan pemerintah daerah (3 orang).

Pemilihan informan didasarkan pada prinsip *information-rich cases*, yaitu informan yang memiliki pengalaman dan peran strategis dalam praktik pariwisata hijau. Jumlah informan bersifat fleksibel dan berkembang selama proses penelitian hingga mencapai kejenuhan data (*data saturation*), yakni kondisi ketika data yang diperoleh telah berulang dan tidak lagi memberikan informasi baru yang signifikan (Akbar 2025).

Data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung, seperti dokumen kebijakan pariwisata daerah, laporan pengelolaan destinasi, publikasi resmi pemerintah, data statistik pariwisata, serta artikel jurnal dan buku ilmiah yang relevan dengan pariwisata berkelanjutan, komunikasi lingkungan, dan pariwisata hijau (UNWTO 2018). Data sekunder digunakan untuk memperkuat konteks penelitian dan melakukan triangulasi terhadap temuan data primer.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur dengan panduan pertanyaan terbuka. Observasi partisipatif dilakukan dengan melibatkan peneliti secara langsung dalam aktivitas kawasan wisata. Observasi difokuskan pada perilaku wisatawan terhadap lingkungan, interaksi antara pengelola dan wisatawan, pelaksanaan kegiatan kebersihan pantai, serta bentuk komunikasi visual yang digunakan di kawasan destinasi. (Hall 2011). Studi dokumentasi dilakukan dengan mengkaji berbagai dokumen terkait pengelolaan Pantai Sebalang, seperti peraturan lokal, laporan kegiatan, materi kampanye lingkungan, serta konten media digital destinasi

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan induktif. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan fokus penelitian. Data kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema utama, seperti perencanaan pesan komunikasi, komunikasi partisipatif, pemanfaatan media digital, dan sinergi pemangku kepentingan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif-analitis yang mengaitkan temuan lapangan dengan kerangka teori komunikasi pembangunan dan pariwisata hijau. Penarikan kesimpulan dilakukan secara reflektif dengan mengembangkan pola dan makna dari data yang telah dianalisis. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (Hasan et al. 2025).

Pembahasan

Perencanaan Pesan Komunikasi Pariwisata Hijau

Perencanaan pesan merupakan tahap fundamental dalam manajemen komunikasi pariwisata hijau karena menjadi fondasi penentuan arah, makna, dan tujuan komunikasi yang disampaikan kepada wisatawan maupun masyarakat lokal. Dalam kajian komunikasi, pesan tidak sekadar dipahami sebagai isi informasi yang diproduksi dan disebarluaskan, melainkan sebagai konstruksi makna yang dirancang secara sadar untuk memengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku khalayak. Mulyana (2014) menegaskan bahwa pesan komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan psikologis audiens, sehingga pesan tidak hanya diterima secara kognitif, tetapi juga diinternalisasi sebagai nilai yang memandu tindakan.

Konteks pariwisata hijau, perencanaan pesan memiliki peran strategis karena pariwisata melibatkan interaksi intensif antara manusia dan lingkungan. Aktivitas wisata yang tidak disertai kesadaran ekologis berpotensi menimbulkan tekanan serius terhadap ekosistem, terutama pada kawasan pesisir yang memiliki daya dukung terbatas (Singgalen dan Prasadja 2025). Oleh karena itu, pesan

komunikasi pariwisata hijau harus dirancang dengan tujuan ganda: mendorong minat kunjungan wisatawan sekaligus menanamkan tanggung jawab lingkungan sebagai bagian integral dari pengalaman berwisata. Pesan promosi dan pesan edukasi tidak diposisikan sebagai dua hal yang terpisah, tetapi diintegrasikan dalam satu kerangka komunikasi yang koheren dan berorientasi keberlanjutan.

Di Pantai Sebalang, perencanaan pesan komunikasi pariwisata hijau dirancang untuk menjawab dua kebutuhan utama tersebut. Di satu sisi, sebagai destinasi wisata yang berkembang, Pantai Sebalang memerlukan strategi komunikasi yang mampu menarik wisatawan dan memperkuat citra destinasi sebagai ruang rekreasi yang nyaman dan menarik. Di sisi lain, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan membawa konsekuensi ekologis berupa peningkatan volume sampah, tekanan terhadap kebersihan pantai, serta risiko kerusakan ekosistem pesisir. Kondisi ini menuntut perencanaan pesan yang tidak berhenti pada promosi atraksi wisata, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen pembentukan kesadaran kolektif mengenai pentingnya menjaga kelestarian pantai sebagai aset utama pariwisata hijau.

Tabel 1. Integrasi Tahapan Perencanaan Pesan Komunikasi Pariwisata Hijau dengan Temuan Lapangan di Pantai Sebalang

Tahapan dalam Diagram	Temuan Lapangan di Pantai Sebalang	Makna Analitis dalam Tata Kelola Pariwisata Hijau
Identifikasi Isu Lingkungan	Permasalahan kebersihan pantai dan pengelolaan sampah menjadi isu paling dominan, terutama pada akhir pekan dan musim kunjungan tinggi.	Perencanaan pesan bersifat <i>problem-driven</i> dan berbasis realitas ekologis, bukan sekadar norma abstrak atau kampanye simbolik.
Tujuan Pesan	Pesan menggabungkan promosi destinasi dengan edukasi lingkungan secara simultan.	Menunjukkan integrasi kepentingan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan dalam satu kerangka komunikasi pariwisata hijau.
Segmentasi Audiens	Mayoritas wisatawan merupakan wisatawan lokal dan keluarga; masyarakat pesisir terlibat langsung dalam pengelolaan.	Segmentasi audiens memungkinkan diferensiasi pesan antara pendekatan persuasif-edukatif untuk wisatawan dan partisipatif-pemberdayaan untuk masyarakat lokal.
Perancangan Pesan	Bahasa pesan sederhana, komunikatif, dan tidak teknis; visual menggunakan ikon sampah, ilustrasi alam, dan warna hijau.	Perancangan pesan menyesuaikan tingkat literasi dan karakteristik audiens sehingga meningkatkan keterpahaman dan kepatuhan perilaku lingkungan.

Integrasi Nilai Lokal	Pesan dikemas sebagai ajakan moral dan kepedulian bersama, bukan larangan represif.	Integrasi norma sosial pesisir memperkuat legitimasi pesan dan meningkatkan internalisasi nilai-nilai lingkungan secara berkelanjutan.
Media & Penempatan Pesan	Papan imbauan, poster, dan spanduk ditempatkan di pintu masuk, area parkir, dan titik berkumpul wisatawan.	Penempatan strategis meningkatkan visibilitas pesan dan peluang terjadinya perubahan perilaku sejak awal kedatangan wisatawan.
Umpan Balik & Adaptasi	Evaluasi informal dilakukan melalui pengamatan perilaku wisatawan dan kondisi kebersihan pantai pasca kunjungan.	Menegaskan bahwa perencanaan pesan bersifat siklikal dan adaptif, selaras dengan paradigma komunikasi pembangunan dan penelitian kualitatif.

Sumber: Data Peneliti

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa proses perencanaan pesan di Pantai Sebalang diawali dengan identifikasi isu lingkungan yang paling nyata dan dirasakan langsung oleh pengelola serta masyarakat pesisir. Permasalahan kebersihan pantai dan pengelolaan sampah menjadi fokus utama karena bersentuhan langsung dengan pengalaman wisatawan dan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Pada hari-hari dengan intensitas kunjungan tinggi, seperti akhir pekan dan musim liburan, jumlah sampah meningkat secara signifikan, terutama sampah plastik sekali pakai yang berpotensi mencemari laut dan merusak ekosistem pesisir. Berangkat dari kondisi tersebut, pesan-pesan komunikasi dirancang untuk bersifat preventif dan persuasif, dengan tujuan mencegah perilaku membuang sampah sembarangan serta mendorong wisatawan berperan aktif menjaga kebersihan kawasan pantai. Observasi menunjukkan bahwa pada akhir pekan terjadi peningkatan volume sampah di area pantai, terutama plastik sekali pakai, dibandingkan hari biasa.

Implementasinya, perencanaan pesan diwujudkan melalui berbagai media komunikasi visual, seperti papan imbauan, spanduk, poster, dan *signage* lingkungan (Romli 2025). Media-media tersebut ditempatkan di titik-titik strategis kawasan pantai, antara lain pintu masuk destinasi, area parkir, jalur menuju bibir pantai, serta lokasi-lokasi berkumpul wisatawan. Penempatan pesan di titik strategis ini direncanakan secara sadar agar wisatawan terpapar pesan lingkungan sejak awal kedatangan hingga selama berada di kawasan pantai. Strategi ini mencerminkan pemahaman bahwa efektivitas pesan tidak hanya ditentukan oleh isi, tetapi juga oleh konteks ruang dan waktu di mana pesan tersebut diterima.

Pesan-pesan yang ditampilkan umumnya dikemas dalam bentuk kalimat singkat, lugas, dan bernada ajakan. Alih-alih menggunakan bahasa formal atau instruksi yang kaku, pesan dirumuskan dengan gaya persuasif dan komunikatif, misalnya ajakan untuk membuang sampah pada tempatnya, membawa kembali

sampah pribadi, serta menjaga pantai demi kenyamanan bersama. Pilihan gaya bahasa ini mencerminkan pendekatan komunikasi yang menempatkan wisatawan sebagai mitra, bukan sebagai objek yang harus dikontrol dengan larangan semata. Temuan wawancara dengan pengelola wisata menunjukkan bahwa penyusunan pesan komunikasi mempertimbangkan secara serius karakteristik dominan wisatawan Pantai Sebalang. Wisatawan yang datang sebagian besar merupakan wisatawan lokal dan wisatawan keluarga, termasuk anak-anak dan lansia. Oleh karena itu, bahasa pesan dirancang sederhana, mudah dipahami lintas usia, serta tidak mengandalkan istilah teknis atau jargon lingkungan yang berpotensi membingungkan. Strategi ini sejalan dengan prinsip komunikasi efektif yang menekankan kesesuaian pesan dengan latar belakang audiens agar pesan dapat diterima dan dipraktikkan secara nyata.

Perencanaan pesan juga memperhatikan aspek estetika agar pesan tidak dipersepsikan sebagai gangguan visual, tetapi menjadi bagian harmonis dari lanskap destinasi. Poster dan papan imbauan dirancang dengan ukuran, warna, dan tata letak yang proporsional, sehingga menyatu dengan suasana pantai dan tidak merusak pengalaman estetis wisatawan. Pendekatan ini penting karena pengalaman wisata tidak hanya ditentukan oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh suasana emosional dan visual yang dirasakan pengunjung selama berada di destinasi. Lebih jauh, perencanaan pesan komunikasi pariwisata hijau di Pantai Sebalang mengintegrasikan nilai-nilai lokal dan norma sosial masyarakat pesisir. Berdasarkan wawancara dengan tokoh masyarakat setempat, pendekatan komunikasi yang bersifat represif atau bernada larangan keras dinilai kurang efektif dan berpotensi menimbulkan resistensi. Oleh karena itu, pesan-pesan lingkungan dikonstruksi dalam bentuk ajakan moral dan kepedulian bersama, seperti menempatkan pantai sebagai ruang hidup bersama dan sumber penghidupan masyarakat pesisir yang harus dijaga secara kolektif.

Pendekatan ini mencerminkan prinsip komunikasi pembangunan yang menekankan pentingnya konteks sosial-budaya dalam efektivitas pesan. Bramwell dan Lane (2011) menegaskan bahwa pariwisata berkelanjutan hanya dapat terwujud apabila masyarakat lokal memiliki rasa kepemilikan terhadap destinasi dan dilibatkan secara bermakna dalam pengelolaan. Dengan mengaitkan pesan kebersihan dan kelestarian pantai pada kepentingan bersama masyarakat pesisir, pesan menjadi lebih relevan dan memiliki daya ikat sosial yang kuat. Dimensi etika komunikasi, perencanaan pesan di Pantai Sebalang juga menghindari narasi yang menyalahkan wisatawan. Pesan lingkungan tidak dibingkai sebagai kritik atau tuduhan terhadap perilaku pengunjung, melainkan sebagai ajakan positif untuk bersama-sama menjaga pantai. Pendekatan afirmatif dan inklusif ini penting untuk menjaga suasana wisata yang ramah, terutama bagi wisatawan keluarga, sekaligus membangun citra destinasi sebagai ruang rekreasi yang menyenangkan dan bertanggung jawab (Akbar 2026).

Perencanaan pesan juga dipahami sebagai proses dinamis yang tidak bersifat sekali jadi. Pengelola wisata secara berkala mengevaluasi efektivitas pesan melalui pengamatan terhadap perilaku wisatawan, seperti tingkat kepatuhan membuang sampah pada tempatnya, respons terhadap imbauan kebersihan, serta kondisi kebersihan pantai pasca kunjungan ramai. Evaluasi informal ini menjadi dasar penyesuaian pesan, baik dari sisi redaksi, desain visual, maupun lokasi penempatan pesan, agar strategi komunikasi tetap relevan dengan dinamika

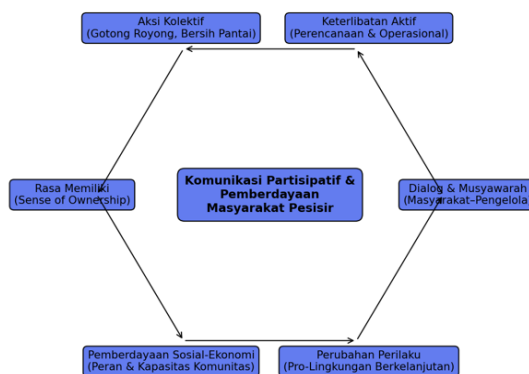
lapangan. Perspektif komunikasi pembangunan, pesan yang direncanakan secara kontekstual dan partisipatif berperan sebagai pemicu perubahan perilaku lingkungan secara berkelanjutan (Purwanto et al. 2025). Pesan tidak berhenti pada penyampaian informasi satu arah, tetapi mendorong interaksi sosial dan partisipasi nyata wisatawan serta masyarakat lokal dalam praktik-praktik ramah lingkungan. Misalnya, keberadaan pesan kebersihan sering memicu wisatawan untuk saling mengingatkan atau bahkan terlibat dalam kegiatan bersih pantai yang diinisiasi pengelola dan komunitas lokal.

Perencanaan pesan komunikasi pariwisata hijau di Pantai Sebalang tidak hanya berfungsi sebagai instrumen promosi dan edukasi, tetapi juga sebagai strategi sosial untuk membangun kesadaran kolektif, tanggung jawab bersama, dan keberlanjutan pengelolaan pariwisata pesisir. Pesan yang dirancang secara sadar, kontekstual, dan berorientasi pada nilai lingkungan menjadi fondasi penting bagi praktik pariwisata hijau yang tidak semata-mata berorientasi ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat pesisir (Bramwell dan Lane 2011).

Komunikasi Partisipatif dan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir

Komunikasi partisipatif merupakan strategi kunci dalam pengembangan pariwisata hijau di Pantai Sebalang karena menempatkan masyarakat pesisir sebagai subjek aktif dalam seluruh proses pengelolaan pariwisata, bukan sekadar sebagai penerima dampak pembangunan. Pendekatan ini berpijak pada paradigma komunikasi pembangunan yang menekankan dialog, keterlibatan setara, dan pengambilan keputusan bersama sebagai prasyarat utama tercapainya pembangunan berkelanjutan, khususnya pada wilayah pesisir yang rentan terhadap eksploitasi sumber daya alam (Hall 2011; Sharpley 2020).

Gambar 2. Diagram Mengalir Komunikasi Partisipatif dan Pemberdayaan Masyarakat Pesisir



Sumber: Data Peneliti

Temuan lapangan menunjukkan bahwa praktik komunikasi partisipatif di Pantai Sebalang telah dimulai sejak tahap perencanaan pengelolaan destinasi. Pengelola wisata secara rutin melibatkan perwakilan masyarakat lokal dalam forum musyawarah dan pertemuan informal untuk membahas aturan kunjungan, pengelolaan sampah, serta pembagian peran dalam aktivitas pariwisata. Salah satu informan pengelola menegaskan bahwa pelibatan masyarakat sejak awal menjadi strategi penting dalam meminimalkan potensi resistensi sosial. Ia menyatakan, *“Kami selalu melibatkan warga sekitar dalam rapat pengelolaan pantai, supaya*

aturan yang dibuat tidak memberatkan dan bisa dijalankan bersama. Kalau masyarakat dilibatkan dari awal, mereka juga merasa ikut memiliki” (Wawancara Pengelola Wisata 1 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif berfungsi sebagai mekanisme pembangun konsensus sekaligus legitimasi sosial dalam tata kelola destinasi wisata.

Partisipasi masyarakat pesisir juga tercermin secara nyata dalam keterlibatan kelompok pemuda dan pelaku usaha lokal pada aktivitas operasional pariwisata. Berdasarkan observasi lapangan, kegiatan gotong royong membersihkan pantai dilakukan secara rutin, terutama pada akhir pekan dan masa kunjungan tinggi. Aktivitas ini tidak hanya berfungsi menjaga kebersihan lingkungan pantai, tetapi juga menjadi ruang komunikasi horizontal yang memperkuat relasi sosial antarwarga. Seorang anggota kelompok pemuda pesisir mengungkapkan pengalamannya, *“Kalau kami ikut terlibat langsung, rasa tanggung jawabnya juga berbeda. Pantai ini bukan hanya tempat wisata, tapi juga sumber kehidupan kami”* (Wawancara Pemuda Pesisir 2 2026). Temuan ini mengindikasikan bahwa komunikasi partisipatif mendorong terbentuknya rasa kepemilikan (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi wisata.

Dari perspektif pemberdayaan, komunikasi partisipatif mendorong tumbuhnya kesadaran kritis masyarakat mengenai hubungan antara kelestarian lingkungan dan keberlanjutan ekonomi pariwisata (Susanto et al. 2025). Melalui proses dialog yang berkelanjutan, masyarakat tidak hanya memahami pentingnya menjaga kebersihan pantai sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi mempertahankan sumber kehidupan jangka panjang. Tokoh masyarakat setempat menekankan bahwa pendekatan dialogis lebih efektif dibandingkan pendekatan instruktif sepihak. Ia menyatakan, *“Kalau hanya larangan, orang cepat lupa. Tapi kalau diajak berdiskusi dan paham dampaknya, kesadarannya lebih bertahan lama”* (Wawancara Tokoh Masyarakat 1 2026). Pernyataan ini memperkuat temuan bahwa komunikasi partisipatif berkontribusi pada perubahan perilaku lingkungan yang lebih berkelanjutan.

Komunikasi partisipatif di Pantai Sebalang telah berkembang menjadi strategi manajemen komunikasi yang integral dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. Strategi ini berkontribusi pada peningkatan kepatuhan terhadap norma lingkungan, penguatan kohesi sosial, serta penjagaan keberlanjutan pariwisata pesisir dalam jangka panjang, sehingga memperkuat posisi Pantai Sebalang sebagai destinasi pariwisata hijau berbasis komunitas (Hall 2011). Praktik pariwisata hijau tidak hanya berdampak pada lingkungan, tetapi juga meningkatkan citra destinasi yang berpotensi menarik wisatawan berorientasi keberlanjutan, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha lokal.

Pemanfaatan Media Digital dalam Kampanye Pariwisata Hijau

Komunikasi partisipatif merupakan strategi kunci dalam pengembangan pariwisata hijau di Pantai Sebalang karena menempatkan masyarakat pesisir sebagai subjek aktif dalam seluruh proses pengelolaan pariwisata, bukan sekadar sebagai penerima dampak pembangunan. Pendekatan ini berpijak pada paradigma komunikasi pembangunan yang menekankan dialog, keterlibatan setara, dan pengambilan keputusan bersama sebagai prasyarat utama tercapainya pembangunan berkelanjutan, khususnya pada wilayah pesisir yang rentan terhadap

eksploitasi sumber daya alam (Hall 2011; Sharpley 2020). Dalam konteks pariwisata hijau, komunikasi partisipatif tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, melainkan sebagai mekanisme pembentukan kesadaran kritis dan penguatan kapasitas sosial masyarakat lokal.

Wilayah pesisir memiliki karakteristik ekologis dan sosial yang khas. Ketergantungan masyarakat pada sumber daya alam laut dan pantai menjadikan risiko degradasi lingkungan sebagai ancaman langsung terhadap keberlanjutan kehidupan mereka. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang bersifat *top-down* dan instruktif cenderung kurang efektif karena sering kali mengabaikan pengetahuan lokal, kepentingan ekonomi masyarakat, serta dinamika sosial setempat. Komunikasi partisipatif menawarkan pendekatan alternatif dengan menempatkan masyarakat sebagai mitra sejajar dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pengelolaan destinasi.

Tabel 2. Integrasi Tahapan Pemanfaatan Media Digital dalam Kampanye Pariwisata Hijau dengan Temuan Lapangan di Pantai Sebalang

Tahapan dalam Diagram	Temuan Lapangan di Pantai Sebalang	Makna Analitis dalam Komunikasi Pariwisata Hijau
Strategic Objectives (Branding)	Media digital digunakan untuk memperkenalkan Pantai Sebalang sebagai destinasi wisata keluarga sekaligus menyampaikan pesan kebersihan dan kepedulian lingkungan.	Menunjukkan bahwa kampanye digital tidak semata bertujuan promosi, tetapi diposisikan sebagai instrumen edukasi lingkungan yang terintegrasi dengan citra destinasi hijau.
Target Audience (Local Tour)	Sasaran utama kampanye digital adalah wisatawan lokal, keluarga muda, serta komunitas pengguna media sosial di wilayah sekitar Lampung Selatan.	Segmentasi audiens memungkinkan pesan digital disesuaikan dengan karakter pengguna, sehingga meningkatkan relevansi dan efektivitas kampanye lingkungan.
Digital Platforms (Social Media, Website, Online Video)	Media sosial (seperti akun destinasi dan unggahan foto/video pantai) menjadi platform utama karena mudah diakses dan cepat menyebarkan informasi.	Pemilihan platform digital yang sesuai konteks lokal memperluas jangkauan pesan dan memperkuat eksistensi Pantai Sebalang di ruang digital.
Content Creation	Konten didominasi visual pantai, aktivitas wisata keluarga, dan unggahan bertema kebersihan serta gotong royong masyarakat pesisir.	Konten visual dan narasi ringan (<i>eco-storytelling</i>) memudahkan internalisasi nilai lingkungan tanpa kesan menggurui atau formalistik.

Engagement & Interaction	Wisatawan dan warga kerap merespons unggahan melalui komentar, berbagi konten, dan menandai lokasi pantai di media sosial.	Interaksi digital menciptakan komunikasi dua arah yang memperkuat keterlibatan audiens dan membangun komunitas virtual peduli lingkungan.
Monitoring & Evaluation (Feedback & Behavioural Change)	Pengelola memantau respons audiens secara informal melalui like, komentar, dan unggahan ulang, serta mencermati perubahan perilaku wisatawan di lokasi.	Monitoring sederhana menunjukkan hubungan antara kampanye digital dan perubahan kesadaran perilaku, meski belum berbasis metrik kuantitatif formal.
Adaptation & Sustainability (Content Adjustment & Continuity)	Konten kampanye disesuaikan dengan momen tertentu (libur, kegiatan bersih pantai) dan isu lingkungan yang sedang muncul.	Menegaskan bahwa kampanye digital bersifat adaptif dan berkelanjutan, selaras dengan dinamika lapangan dan prinsip komunikasi pembangunan.

Sumber: Data Peneliti

Temuan lapangan menunjukkan bahwa praktik komunikasi partisipatif di Pantai Sebalang telah dimulai sejak tahap perencanaan pengelolaan destinasi. Pengelola wisata secara rutin melibatkan perwakilan masyarakat lokal dalam forum musyawarah, diskusi kelompok, dan pertemuan informal untuk membahas berbagai isu penting, seperti aturan kunjungan, tata tertib kawasan pantai, pengelolaan sampah, serta pembagian peran dalam aktivitas pariwisata. Forum-forum tersebut menjadi ruang dialog dua arah yang memungkinkan masyarakat menyampaikan aspirasi, kekhawatiran, dan usulan mereka secara langsung.

Salah satu informan pengelola menegaskan bahwa pelibatan masyarakat sejak awal merupakan strategi penting dalam meminimalkan potensi resistensi sosial terhadap kebijakan pengelolaan wisata. Ia menyatakan, *“Kami selalu melibatkan warga sekitar dalam rapat pengelolaan pantai, supaya aturan yang dibuat tidak memberatkan dan bisa dijalankan bersama. Kalau masyarakat dilibatkan dari awal, mereka juga merasa ikut memiliki”* (Wawancara Pengelola Wisata 1 2026). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi partisipatif berfungsi sebagai mekanisme pembangun konsensus sekaligus legitimasi sosial dalam tata kelola destinasi wisata. Kebijakan yang dihasilkan melalui proses dialog cenderung lebih diterima karena dipahami sebagai hasil kesepakatan bersama, bukan keputusan sepihak pengelola.

Partisipasi masyarakat pesisir juga tercermin secara nyata dalam keterlibatan kelompok pemuda dan pelaku usaha lokal pada aktivitas operasional pariwisata. Berdasarkan observasi lapangan, kegiatan gotong royong membersihkan pantai dilakukan secara rutin, terutama pada akhir pekan dan masa kunjungan tinggi. Kegiatan ini melibatkan pengelola wisata, kelompok pemuda, pedagang lokal, serta warga sekitar kawasan pantai. Gotong royong tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan teknis menjaga kebersihan lingkungan, tetapi juga menjadi ruang komunikasi horizontal yang memperkuat relasi sosial antarwarga.

Seorang anggota kelompok pemuda pesisir mengungkapkan pengalamannya, *“Kalau kami ikut terlibat langsung, rasa tanggung jawabnya juga berbeda. Pantai ini bukan hanya tempat wisata, tapi juga sumber kehidupan kami”* (Wawancara Pemuda Pesisir 2 2026). Pernyataan ini mengindikasikan bahwa komunikasi partisipatif mendorong terbentuknya rasa kepemilikan (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi wisata. Rasa kepemilikan tersebut menjadi modal sosial penting dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan pantai, karena masyarakat secara sukarela terlibat dalam pengawasan dan pemeliharaan lingkungan.

Dari perspektif pemberdayaan, komunikasi partisipatif mendorong tumbuhnya kesadaran kritis masyarakat mengenai hubungan antara kelestarian lingkungan dan keberlanjutan ekonomi pariwisata (Suharto et al. 2024). Melalui proses dialog yang berkelanjutan, masyarakat tidak hanya memahami pentingnya menjaga kebersihan pantai sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi mempertahankan sumber kehidupan jangka panjang. Kesadaran ini penting karena pariwisata yang berbasis sumber daya alam pesisir sangat bergantung pada kualitas lingkungan. Ketika lingkungan rusak, daya tarik wisata menurun, dan dampaknya akan kembali dirasakan oleh masyarakat lokal.

Tokoh masyarakat setempat menekankan bahwa pendekatan dialogis jauh lebih efektif dibandingkan pendekatan instruktif sepihak. Ia menyatakan, *“Kalau hanya larangan, orang cepat lupa. Tapi kalau diajak berdiskusi dan paham dampaknya, kesadarannya lebih bertahan lama”* (Wawancara Tokoh Masyarakat 1 2026). Pernyataan ini memperkuat temuan bahwa komunikasi partisipatif berkontribusi pada perubahan perilaku lingkungan yang lebih berkelanjutan. Melalui dialog, masyarakat diajak untuk memahami alasan di balik aturan dan kebijakan, sehingga kepatuhan tidak didorong oleh rasa takut terhadap sanksi, melainkan oleh kesadaran dan tanggung jawab bersama.

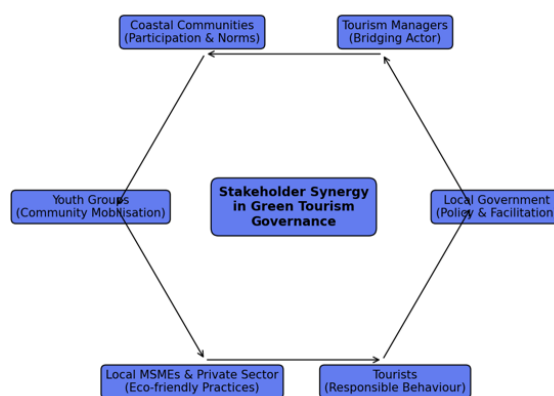
Pengelolaan Pantai Sebalang, dengan demikian, tidak semata berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada penguatan kapasitas sosial dan solidaritas komunitas. Kapasitas sosial ini tercermin dalam kemampuan masyarakat untuk berorganisasi, berkomunikasi, dan bekerja sama dalam menjaga lingkungan pantai. Solidaritas komunitas yang terbangun melalui komunikasi partisipatif menjadi fondasi penting dalam menghadapi tantangan eksternal, seperti lonjakan kunjungan wisata atau perubahan perilaku wisatawan yang berpotensi merusak lingkungan.

Sharpley (2020) menegaskan bahwa pariwisata berkelanjutan hanya dapat terwujud apabila masyarakat lokal memiliki ruang partisipasi yang bermakna dalam tata kelola destinasi. Partisipasi yang dimaksud bukan partisipasi simbolik atau seremonial, melainkan keterlibatan nyata dalam proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan kebijakan. Temuan di Pantai Sebalang menunjukkan bahwa ruang partisipasi tersebut telah dibuka melalui berbagai mekanisme komunikasi, baik formal maupun informal.

Selain memperkuat keberlanjutan lingkungan, komunikasi partisipatif juga berdampak pada peningkatan keadilan sosial dalam pengelolaan pariwisata. Melalui dialog terbuka, masyarakat dapat menyampaikan aspirasi terkait pembagian manfaat ekonomi, peluang usaha, dan pengaturan aktivitas wisata agar tidak merugikan kelompok tertentu (Andriani, Judijanto, dan Sepriano 2026). Dengan demikian, komunikasi partisipatif berperan sebagai instrumen distribusi

Komunikasi partisipatif di Pantai Sebalang telah berkembang menjadi strategi manajemen komunikasi yang integral dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. Strategi ini berkontribusi pada peningkatan kepatuhan terhadap norma lingkungan, penguatan kohesi sosial, serta penjagaan keberlanjutan pariwisata pesisir dalam jangka panjang. Melalui komunikasi yang dialogis, setara, dan kontekstual, masyarakat pesisir tidak hanya menjadi penerima manfaat pariwisata, tetapi juga penjaga utama keberlanjutan lingkungan dan sosial destinasi. Kondisi ini memperkuat posisi Pantai Sebalang sebagai destinasi pariwisata hijau berbasis komunitas yang selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (Hall 2011).

Keberhasilan manajemen komunikasi pariwisata hijau di Pantai Sebalang tidak dapat dilepaskan dari sinergi antarpemangku kepentingan yang terlibat dalam tata kelola destinasi wisata. Pengelolaan pariwisata pesisir merupakan proses kompleks yang melibatkan beragam aktor dengan kepentingan, sumber daya, dan kapasitas yang berbeda-beda. Dalam konteks Pantai Sebalang, pemangku kepentingan tersebut mencakup pemerintah daerah, pengelola wisata, komunitas lokal, kelompok pemuda pesisir, pelaku usaha dan UMKM, serta sektor swasta pendukung. Sinergi lintas aktor ini menjadi faktor kunci dalam memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak berjalan secara sektoral dan terfragmentasi, tetapi terkoordinasi dalam satu kerangka pembangunan pariwisata berkelanjutan (Bramwell dan Lane 2011).



Pariwisata hijau, tata kelola tidak hanya berorientasi pada efisiensi manajemen destinasi, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan keadilan sosial. Kawasan pesisir seperti Pantai Sebalang memiliki daya dukung ekologis

yang terbatas serta rentan terhadap degradasi akibat aktivitas wisata yang tidak terkontrol. Oleh karena itu, pendekatan tata kelola yang mengandalkan satu aktor saja, misalnya pemerintah atau pengelola formal cenderung tidak memadai. Diperlukan sinergi yang memungkinkan pembagian peran, tanggung jawab, dan manfaat secara adil di antara seluruh pemangku kepentingan.

Berdasarkan temuan lapangan, pemerintah daerah memainkan peran strategis sebagai fasilitator kebijakan dan pendukung program pariwisata hijau. Keterlibatan pemerintah terlihat melalui peran perangkat desa dan instansi terkait dalam berbagai kegiatan, seperti sosialisasi kebersihan pantai, kampanye sadar wisata, serta pembinaan kelembagaan pengelola wisata berbasis masyarakat. Pemerintah juga berfungsi sebagai penyedia regulasi dasar yang memberi arah dan batasan bagi praktik pengelolaan destinasi, sekaligus sebagai mediator ketika muncul potensi konflik antarpihak.

Tabel 3. Integrasi Diagram Sinergi Pemangku Kepentingan dengan Temuan Lapangan di Pantai Sebalang

Aktor dalam Diagram	Temuan Lapangan di Pantai Sebalang	Makna Analitis dalam Tata Kelola Pariwisata Hijau
Pemerintah Daerah (Policy & Facilitation)	Pemerintah desa dan instansi terkait terlibat dalam sosialisasi kebersihan pantai, kampanye sadar wisata, serta pembinaan kelembagaan pengelola wisata berbasis masyarakat.	Peran pemerintah bersifat fasilitatif dan simbolik, memberikan legitimasi kebijakan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap keberlanjutan program pariwisata hijau.
Pengelola Wisata (Brid)	Pengelola mengoordinasikan kerja bakti, memfasilitasi komunikasi lintas aktor, dan menerjemahkan kebijakan pemerintah ke praktik lapangan.	Pengelola berfungsi sebagai aktor penghubung yang menyelaraskan kepentingan pemerintah, masyarakat, dan wisatawan dalam satu kerangka pariwisata hijau.
Masyarakat Pesisir	Warga terlibat dalam kebersihan pantai, pengawasan informal perilaku wisatawan, dan pemeliharaan norma lingkungan.	Keterlibatan masyarakat memperkuat rasa kepemilikan dan menjadikan norma lingkungan sebagai kontrol sosial berbasis komunitas.
Kelompok Pemuda	Kelompok pemuda aktif dalam gotong royong, kampanye kebersihan, dan interaksi langsung dengan wisatawan.	Pemuda berperan sebagai motor mobilisasi sosial dan agen regenerasi pengelolaan pariwisata hijau berbasis komunitas.
Pelaku UMKM & Sektor Swasta Lokal	Beberapa pelaku usaha mulai mengurangi plastik sekali pakai, menyediakan tempat sampah, dan mendukung kegiatan lingkungan.	Sinergi ekonomi–lingkungan mulai terbentuk, menunjukkan bahwa keberlanjutan dipahami sebagai investasi jangka panjang usaha pariwisata.

Wisatawan (Responsible Behaviour)	Wisatawan merespons imbauan kebersihan, berinteraksi dengan penduduk, dan sebagian terlibat dalam unggahan media sosial bertema lingkungan.	Wisatawan tidak hanya objek layanan, tetapi aktor perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh komunikasi, norma lokal, dan pengalaman destinasi.
--	---	---

Sumber: Data Peneliti

Dukungan pemerintah daerah memberikan legitimasi formal bagi praktik pengelolaan wisata di tingkat lokal. Salah seorang pengelola wisata menyampaikan bahwa keterlibatan pemerintah memperkuat rasa percaya masyarakat terhadap program yang dijalankan: *“Kalau ada pendampingan dari pemerintah, masyarakat lebih yakin dan lebih semangat untuk ikut menjaga pantai, karena merasa program ini resmi dan berkelanjutan”* (Wawancara Pengelola Wisata 3 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa kehadiran pemerintah tidak hanya berfungsi secara administratif, tetapi juga memiliki makna simbolik yang penting dalam membangun legitimasi sosial dan komitmen kolektif.

Pemerintah daerah di Pantai Sebalang tidak memposisikan diri sebagai aktor dominan yang mengendalikan seluruh proses. Dalam praktiknya, pemerintah lebih berperan sebagai fasilitator dan katalisator yang mendorong keterlibatan aktor lain, terutama masyarakat lokal. Pendekatan ini penting untuk menghindari pola tata kelola *top-down* yang berpotensi menimbulkan ketergantungan dan mengurangi inisiatif lokal. Dalam konteks komunikasi pembangunan, peran pemerintah yang bersifat fasilitatif memungkinkan tumbuhnya kapasitas komunitas dan kemandirian pengelolaan destinasi.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa pengelola aktif mengoordinasikan kegiatan lintas aktor, seperti kerja bakti kebersihan pantai yang melibatkan masyarakat pesisir, kelompok pemuda, dan pelaku usaha di sekitar kawasan wisata. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi menjaga kebersihan lingkungan, tetapi juga menjadi ruang komunikasi lintas sektor yang memperkuat koordinasi dan rasa kebersamaan. Peran koordinatif pengelola menjadi krusial untuk memastikan bahwa setiap pemangku kepentingan memahami tugas, peran, dan tanggung jawabnya dalam pengelolaan destinasi.

Konteks sinergi, pengelola wisata tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana teknis, tetapi juga sebagai penerjemah nilai-nilai pariwisata hijau ke dalam praktik sehari-hari. Kebijakan dan program pemerintah diterjemahkan dalam bahasa yang lebih kontekstual dan mudah dipahami oleh masyarakat lokal dan pelaku usaha. Sementara itu, aspirasi dan kebutuhan masyarakat disampaikan kembali kepada pemerintah dalam forum-forum koordinasi. Fungsi mediasi ini memperkuat integrasi antara ranah kebijakan dan praktik lapangan.

Komunitas lokal dan kelompok pemuda pesisir berperan sebagai motor penggerak implementasi pariwisata hijau di tingkat lapangan. Keterlibatan mereka tercermin dalam berbagai aktivitas, mulai dari kegiatan kebersihan pantai, pengawasan informal terhadap perilaku wisatawan, hingga pelayanan wisata sederhana seperti pengelolaan parkir, warung, dan jasa pendukung lainnya. Partisipasi aktif ini menunjukkan bentuk sinergi horizontal yang memperkuat kohesi sosial di dalam komunitas.

Seorang tokoh masyarakat menegaskan pentingnya kolaborasi antarpihak dalam meringankan beban pengelolaan destinasi: “*Kalau semua jalan sendiri-sendiri, pengelolaannya berat. Tapi kalau berbagi peran, pantai lebih terurus dan masyarakat juga merasa dilibatkan*” (Wawancara Tokoh Masyarakat 2 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa sinergi tidak hanya berdampak pada efektivitas pengelolaan, tetapi juga pada rasa keadilan dan kebersamaan dalam komunitas. Masyarakat merasa diakui perannya, sehingga tumbuh rasa memiliki dan tanggung jawab kolektif terhadap destinasi wisata.

Kelompok pemuda pesisir memiliki peran khusus dalam dinamika sinergi antarpemangku kepentingan. Sebagai kelompok yang relatif lebih adaptif dan memiliki energi sosial tinggi, pemuda sering menjadi penghubung antara generasi tua masyarakat pesisir dan wisatawan. Mereka terlibat aktif dalam kegiatan kebersihan, pengelolaan acara wisata, dan penyampaian pesan-pesan lingkungan kepada pengunjung. Keterlibatan pemuda tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan pengelolaan pantai, tetapi juga menjadi sarana regenerasi aktor pengelola pariwisata hijau di masa depan.

Keterlibatan sektor swasta lokal penting karena aktivitas ekonomi pariwisata sering menjadi sumber tekanan lingkungan. Dengan melibatkan pelaku usaha dalam tata kelola, tanggung jawab lingkungan tidak hanya ditempatkan pada pemerintah dan masyarakat, tetapi juga pada aktor ekonomi yang memperoleh manfaat langsung dari aktivitas wisata. Dalam perspektif pariwisata hijau, keberlanjutan lingkungan dipahami sebagai investasi jangka panjang bagi kelangsungan usaha pariwisata, bukan sebagai beban tambahan semata.

Secara konseptual, sinergi pemangku kepentingan dalam tata kelola pariwisata hijau di Pantai Sebalang mencerminkan penerapan prinsip *collaborative governance*. Model tata kelola kolaboratif menekankan keterlibatan multiaktor dalam perumusan dan implementasi kebijakan publik, dengan meminimalkan dominasi satu aktor dan mendorong pengambilan keputusan bersama. Bramwell dan Lane (2011) menyebutkan bahwa *collaborative governance* efektif dalam pengelolaan sumber daya bersama seperti kawasan pesisir karena mampu mengakomodasi kepentingan beragam aktor, meningkatkan rasa tanggung jawab kolektif, serta mengurangi potensi konflik horizontal.

Sinergi antarpemangku kepentingan juga memperkuat mekanisme pengawasan sosial dalam pengelolaan destinasi. Pengawasan tidak hanya dilakukan secara formal oleh pemerintah, tetapi juga secara informal oleh masyarakat dan pelaku usaha. Ketika terjadi pelanggaran norma lingkungan, seperti pembuangan sampah sembarangan, teguran sering kali datang dari warga atau pelaku usaha setempat. Mekanisme pengawasan berbasis komunitas ini relatif lebih efektif karena bersifat persuasif dan berbasis kedekatan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mencerminkan pendekatan behavior change communication dalam konteks pariwisata berkelanjutan.

Perspektif komunikasi pembangunan, sinergi pemangku kepentingan di Pantai Sebalang tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme koordinasi teknis, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang membangun jaringan kepercayaan (*trust*) antarpihak (Nuriman et al. 2025). Kepercayaan menjadi modal sosial penting dalam tata kelola pariwisata hijau, karena mendorong aktor untuk berbagi informasi, sumber daya, dan tanggung jawab tanpa kekhawatiran akan eksploitasi

sepihak. Keberadaan kepercayaan ini membuat kolaborasi lebih adaptif terhadap dinamika lapangan. Melalui kolaborasi lintas sektor yang terbangun secara komunikatif dan partisipatif, pengelolaan pariwisata pesisir dapat berjalan lebih adaptif, inklusif, dan berorientasi jangka panjang. Sinergi ini bukan hanya mendukung tujuan pelestarian lingkungan, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan keberlanjutan ekonomi pariwisata. Kondisi tersebut memperkuat posisi Pantai Sebalang sebagai contoh praktik tata kelola pariwisata hijau yang menempatkan komunikasi dan kolaborasi sebagai inti pembangunan berkelanjutan (Bramwell dan Lane 2011).

Simpulan

Pembahasan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata hijau di Pantai Sebalang sangat ditentukan oleh efektivitas manajemen komunikasi yang dijalankan secara terencana, partisipatif, dan kolaboratif. Perencanaan pesan komunikasi yang kontekstual, menggabungkan fungsi promosi destinasi dan edukasi lingkungan mampu membangun kesadaran ekologis wisatawan sekaligus memperkuat tanggung jawab kolektif dalam menjaga kebersihan dan kelestarian ekosistem pesisir. Pesan yang dirancang dengan bahasa sederhana, visual persuasif, serta muatan nilai lokal terbukti lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh wisatawan maupun masyarakat pesisir. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan studi kasus tunggal sehingga temuan tidak dapat digeneralisasikan secara statistik. Namun demikian, hasil penelitian ini memiliki transferabilitas pada destinasi pesisir dengan karakteristik serupa.

Komunikasi partisipatif berperan strategis dalam pemberdayaan masyarakat pesisir dengan menempatkan mereka sebagai subjek aktif dalam tata kelola destinasi. Melalui dialog yang setara, keterlibatan dalam pengambilan keputusan, dan praktik kolaboratif di tingkat lapangan, komunikasi partisipatif mendorong tumbuhnya rasa kepemilikan, kesadaran kritis, serta perubahan perilaku lingkungan yang lebih berkelanjutan. Partisipasi Masyarakat khususnya kelompok pemuda tidak hanya memperkuat kohesi sosial, tetapi juga menjadi modal sosial penting dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan pariwisata pesisir.

sinergi antar pemangku kepentingan yang melibatkan pemerintah daerah, pengelola wisata, komunitas lokal, kelompok pemuda, dan sektor usaha mencerminkan praktik *collaborative governance* dalam pengelolaan pariwisata hijau. Kolaborasi lintas aktor memungkinkan pembagian peran dan tanggung jawab yang lebih adil, memperkuat legitimasi kebijakan, serta meminimalkan potensi konflik horizontal. Dengan demikian, tata kelola pariwisata hijau di Pantai Sebalang tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme koordinasi teknis, tetapi juga sebagai strategi komunikasi pembangunan yang berorientasi jangka panjang, mendukung pelestarian lingkungan sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. Fikri et al. 2025. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Tel-U Press.
- . 2026. *Etika Komunikasi*. PT. Revormasi Jangkar Philosophia.
- Andriani, D., L. Judijanto, dan S. Sepriano. 2026. *Pengembangan Pariwisata Inklusif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Anwar, S. et al. 2026. *Komunikasi Pemberdayaan Model dan Praktik dalam Mengangkat Potensi Desa*. Basya Media Utama.
- Bramwell, Bill, dan Bernard Lane. 2011. “Critical Research On The Governance Of Tourism And Sustainability.” *Journal of Sustainable Tourism* 19(4–5): 411–21.
- Dinara, Tarisa Mei, dan Femi Oktaviani. 2025. “Strategi Komunikasi Pariwisata berbasis Relationship Management Theory dalam Pengembangan Wisata Alam Gunung Mandalawangi.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi* 10(3): 629–44.
- Fattah, V. 2023. *Ekonomi Pariwisata: Teori, Model, Konsep Dan Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Hall, Colin Michael. 2011. “Policy Learning And Policy Failure In Sustainable Tourism Governance: From First- And Second-Order To Third-Order Change?” *Journal of Sustainable Tourism* 19(4–5): 649–71.
- Harsono, I. et al. 2025. *Pariwisata Berkelanjutan: Teori dan Penerapannya di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hasan, Hanif et al. 2025. *Metode Penelitian Kualitatif*. Agama: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nuriman, Dian Agustine, Willi Bachtiar, Yudi Herdina, dan Irfan Yulianto. 2025. “Peran Komunikasi Strategis dalam Membangun Kepercayaan Sektor Swasta untuk Mendukung Target Kawasan Konservasi Laut dan OECM 30x45.” in *Proceeding of the 5th ASPIKOM International Communication Conference (Aiccon 2025)*, ASPIKOM (The Indonesian Communication Higher Education Association), 881–94.
- Purwanto, Eko et al. 2024. *Komunikasi Pembangunan Berkelanjutan*. Tangerang: Minhaj Pustaka.
- Romli, Nada Arina. 2025. *Desain Komunikasi Visual untuk Pemasaran*. Sijunjung: Mitra Cendekia Media.
- Singgalen, Yerik Afrianto, dan Heru Prasadja. 2025. *Pariwisata Berbasis Komunitas*. Bandung: Widina Media Utama.
- Suharto, Bambang et al. 2024. *Pariwisata Berkelanjutan: Prinsip, Perspektif, dan Praktik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Susanto, Dias Andris et al. 2025. *Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Edu Akademi.
- Teguh, Frans. 2025. *Manajemen Pengunjung: Teknik Penerapan Hard dan Soft Measures di Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- UNWTO. 2018. *Tourism for Development Volume I: Key Areas for Action*. Madrid: World Tourism Organization.