

Pelatihan Communication Skill Bagi Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) di Kabupaten Pelalawan

Tantri Puspita Yazid^{1*}, Welly Wirman², Ringgo Eldapi Yozani³,
Tutut Ismi Wahidar⁴, Ikhma Zurani⁵, Sedia Angela⁶, Salsabila Salsabila⁷

¹⁻⁷ Universitas Riau

*tantri.yazid@lecturer.unri.ac.id;

Abstrak

Kemampuan komunikasi dibidang pariwisata sangat dibutuhkan untuk memunculkan kesan yang baik bagi parawisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Pelalawan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada kelompok sadar wisata (POKDARWIS) di Kabupaten Pelalawan berlangsung di Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Pelatihan communication skill di bidang pariwisata menekankan pada pentingnya mengutamakan kesan atau pengalaman bagi para wisatawan agar berkunjung dan datang kembali. Dalam meningkatkan kesan ini diperlukan kemampuan komunikator POKDARWIS yang cakap menguasai objek wisata, selain itu perlu adanya media atau chanel seperti brosur dan spanduk. Dalam pelatihan ini diajarkan bagaimana membuat pesan yang baik dan pesan yang efektif, sehingga sampai kepada para wisatawan dengan baik. Pada pengabdian ini diajarkan juga tentang konsep sadar wisata dan Sapta Pesona yang mencakup rasa aman, tertib, bersih, sejuk, indah ramah dan kenangan. Dalam communication skill untuk bidang pariwisata, diberikan juga materi tentang pentingnya hospitality dan tourism yang mencakup penyelesaian masalah, kemampuan komunikasi interpersonal, kemampuan berbahasa, kemampuan manajemen dan kemampuan multi tasking. Hal ini bertujuan agar para wisatawan mendapatkan pengalaman yang menarik dan ingin datang kembali berkunjung. Selain itu, juga diajarkan kemampuan komunikasi nonverbal bagi POKDARWIS dalam memberikan service kepada wisatawan baik wisatawan manca negara dan domestik.

Kata Kunci: *pariwisata, communication skill, POKDARWIS*

Pendahuluan

Kabupaten Pelalawan adalah salah satu kabupaten yang berada di provinsi Riau, Indonesia. Di Kabupaten ini terletak Kawasan industri Pelalawan yang di dalamnya berdiri perusahaan bubur kertas dan produk kerta yaitu PT. Riau Andalan Pulp and Paper. Di daerah kabupaten Pelalawan terdapat beberapa perusahaan perkebunan besar yang dominan dimiliki oleh pengusaha-penguasa yang bukan berasal dari riau seperti sinarmas dan RGE. Disamping itu perusahaan-perusahaan perkebunan sawit di Pelalawan bukan hanya dimiliki oleh pengusaha asal indonesia saja, bahkan ada juga dari negara-negara lain seperti malaysia. Selain itu juga di Kabupaten Pelalawan ini juga memiliki beberapa potensi objek wisata yang sangat menarik dan bagus untuk

dikembangkan. Adapun potensi objek wisata yang terapat di Kabupaten Pelalawan antara lain Istana Sayap Pelalawan, Danau Kajuit, Danau Wisata Betung, Ombak Bono yang hanya terdapat dua di Dunia, Taman Nasional Tesso Nilo, Kawasan Suaka Marga Satwa Sungai Kerumutan, Danau Tajwid, Mesjid Agung Pelalawan, Pantai Ogis, Danau Tanjung Putus, Tugu Equator, serta Makam Sultan Mahmud Syah I. Dari berbagai macam objek wisata tersebut, Ombak Bono memiliki daya Tarik tersendiri bagi para Wisatawan Mancanegara. Hal ini dikarena Bono dapat dijadikan sebagai olahraga Surfing yang biasanya hanya dilakukan di Laut, akan tetapi ini dilakukan di Sungai. Tentunya ini menjadi daya Tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk datang berkunjung ke Kabupaten Pelalawan dan menikmati olahraga Surfing pada ombak Bono tersebut.

Di tahun 2021, beberapa tim pernah melakukan kunjungan dan penelitian ke Kabupaten Pelalawan ini dan mengamati bahwa kebanyakan dari masyarakat Kabupaten Pelalawan tersebut belum fasih dalam berbahasa asing, bahkan berbahasa Indonesia pun masih digabung dengan bahasa daerah dan ditambah dengan dialek yang khas yang sangat kental. Hal ini sedikit menyulitkan bagi tim karena ada anggota tim yang berasal dari luar Provinsi Riau bahkan dari Mancanegara yang belum terbiasa mendengar bahasa daerah tersebut. Hal ini membuat komunikasi menjadi sedikit terhambat. Komunikasi terjadi hanya melalui nonverbal dimana nonverbal sendiri juga memiliki banyak dan perbedaan makna, tergantung dari faktor latar belakang budaya kita. Adanya kesulitan dalam berkomunikasi tersebut berlangsung membuat sebagian besar pendatang tidak memahami makna dan symbol dari kearifan lokal dan objek wisata yang terdapat di Kabupaten Pelalawan tersebut. Hal ini tentunya akan dapat menghambat proses komunikasi yang terjadi antara masyarakat dengan wisatawan yang ingin berkunjung ke Kabupaten Pelawan tersebut.

Komunikasi memiliki peran penting dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam sektor industry pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari berbagai bentuk komunikasi yang terjadi dalam proses mulai dari tahapan promosi, packaging pariwisata, brand destination, pemaham pesan-pesan nonverbal yang digunakan, sehingga calon wisatawan yang nantinya menikmati pariwisata tersebut akan menrasa nyama dan terkesan (. Dari semua aspek komunikasi tersebut, komunikasi lintas budaya memiliki peran yang sangat besar dalam sektor industry pariwisata, apalagi target yang diharapkan adalah wisatawan mancanegara yang memiliki perbedaan kebudayaan dengan masyarakat setempat, baik secara verbal ataupun nonverbal.

Budaya dan komunikasi memiliki hubungan timbal balik. Budaya mempengaruhi komunikasi dan sebaliknya komunikasi mempengaruhi budaya. Karena itulah menjelaskan keterkaitan kedua unsur ini menjadi sedikit rumit. Martin dan Nakayama (2003) menjelaskan bahwa melalui budaya dapat mempengaruhi proses dimana seseorang mempersepsi suatu realitas. Semua komunitas dalam semua tempat selalu memanifestasikan atau mewujudkan apa yang menjadi pandangan mereka terhadap realitas melalui budaya. Sebaliknya pula, komunikasi membantu kita dalam mengkreasikan realitas budaya dari suatu komunitas.

Hal ini mendorong tim untuk melakukan pelatihan communication skill bagi pelaku wisata dalam hal ini adalah Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang merupakan masyarakat setempat guna mempersiapkan diri dalam menyambut wisatawan-wisatawan yang datang dari negeri tetangga seperti Singapura dan Malaysia atau pun

dari Negara China. Hal ini mengingat letak geografi Kabupaten Pelalawan yang sangat berdekatan dengan Negara tetangga. Dimana disebelah selatan berbatasan dengan Negara Singapura dan di wilayah pesisirnya berbatasan dengan Selat Malaka. Ditambah lagi Riau juga memiliki tempat wisata berupa Candi Muara Takus yang merupakan salah satu candi Hindu yang ada di Indonesia.

Menurut data yang dihimpun oleh tim bahwa wisman yang datang ke Riau itu ada dari Negara India sebanyak 3.427 orang, Australia sebanyak 1.119 orang, Amerika ada sekitar 2.330 orang, Tiongkok ada 1.830 orang, Filipina 799 orang, Taiwan 732 orang, Korea Selatan 387 orang dan Saudi Arabia 55 orang, dari Eropa lainnya kita gabung ada 30.515 orang. Rata-rata wisman yang datang mengunjungi wisata religi ke Riau terutama untuk wisman yang dari keturunan china mengikuti acara bakar tongkang di Rokan Hili, perang air di Meranti. Bagi umat Hindu India, mereka berkunjung ke Candi Muara Takus. Sedangkan untuk yang muslim wisata religi ke Masjid Raya An Nur, masjid Islamic centre Rohul, ke Istana Siak, dan tempat religi lainnya (<https://riau.harianhaluan.com/wisata/pr-11382077/sebanyak-5568653-orang-wisatawan-datang-ke-riau-sepanjang-2019?page=all>).

Berdasarkan hasil BPS Riau pada tahun 2018-2019, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Riau mengalami kondisi yang fluktuatif dimana jumlah wisman yang datang di tahun 2019 mencapai 115.611 orang. Sedangkan untuk tahun 2020-2021 jumlah wisman yang datang hanya 1 (satu) kunjungan. Hal ini dikarenakan kondisi pandemi Covid 19 yang melanda dan menutup banyak akses dan pintu masuk kedatangan Internasional di bandara-bandara maupun di pelabuhan-pelabuhan (okezone, 2021).

Apabila dilihat keadaan di tahun 2022 ini, yang sudah mengalami masa peralihan yakni new normal life maka besar kemungkinan wisman-wisman yang sudah 2 tahun ini tidak ke Riau akan kembali datang walaupun mungkin belum sepenuhnya. Dan di tahun 2023 tidak menutup kemungkinan keadaan sudah kembali normal dan para wisman akan berkunjung ke Riau atau bahkan ke Kabupaten Pelalawan dengan jumlah yang sama atau bahkan lebih seperti di tahun-tahun sebelum pandemi melanda.

Berdasarkan realitas di atas, penulis tertarik untuk melakukan pelatihan tentang bagaimana kemampuan berkomunikasi yang seharusnya dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Pelalawan guna mempersiapkan sebagai daerah tujuan wisata. Tim penulis ingin memberikan pemahaman tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam mempersuasi dan memberikan penjelasan-penjelasan tentang objek wisata dan kearifan lokal yang ada di Kabupaten Pelalawan. Dengan memahami perbedaan-perbedaan dalam berkomunikasi baik secara verbal dan nonverbal, serta perbedaan-perbedaan dalam berkomunikasi lintas budaya yang pada akhirnya nanti para wisatawan yang datang ke Kabupaten Pelalawan untuk menikmati potensi wisata yang ada disana dengan merasa nyaman dan aman karena masyarakat yang ramah, dan terbuka dalam menerima orang baru untuk masuk dan berwisata di daerahnya. Oleh sebab itu pemahaman akan komunikasi lintas budaya perlu diperhatikan oleh masyarakat setempat agar masyarakat dapat dan siap menjadi masyarakat yang sadar wisata. Dengan memberikan pelayanan prima kepada para pengunjung, masyarakat sebagai guide lokal tentunya sangat membantu pemerintah dalam upaya mempromosikan objek wisata yang ada di Pelalawan ini sehingga menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang dituju calon wisatawan, baik dalam maupun luar.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian akan dilaksanakan di Kota Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Lokasi pengabdian berjarak $\pm$ 89 km dari Kota Pekanbaru. Tepat nya lokasi difasilitasi dan berada di kantor Dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Kegiatan ini berlangsung dengan baik, yang dapat diukur dari para peserta yang terdiri dari POKdarwis dan Karang Taruna dapat memperlihatkan antusiasnya Ketika pelatihan berlangsung dan dapat mengikuti kegiatan tanya jawab secara interaktif di ruang aula Gedung dinas Pariwisata dan Olahraga Kabupaten Pelalawan. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa metode yang bertujuan untuk memastikan terpenuhinya indikator pencapaian seperti dibawah ini:

1. Metode Ceramah

Ceramah dilakukan dengan media visual LCD powerpoint tentang pentingnya peserta memahami mengenai kemampuan komunikasi dalam bidang pariwisata. Dalam metode ini, tim pengabdian memberikan pemahaman meliputi komunikasi efektif, komunikasi lintas budaya dan komunikasi persuasif meliputi teknik berkomunikasi yang efektif, memberikan pemahaman akan komunikasi lintas budaya, penyusunan pesan dan media komunikasi yang tepat, kerakonsepsi sadar wisata, serta teknik public speaking. Pemahaman tersebut menjadi bagian dari kemampuan berkomunikasi untuk memberikan pelayanan baik bagi wisatawan. Kompetensi dasar yang di dapatkan oleh peserta adalah mampu memahami tentang proses komunikasi efektif, konsep sadar wisata, konsep komunikasi lintas budaya dan pentingnya penguasaan kemampuan komunikasi untuk bidang pariwisata. Indikator pencapaian, peserta mengetahui makna, arti penting, ruang lingkup komunikasi efektif. Komunikasi lintas budaya, serta jenis-jenis objek wisata dan tentang pembagian sadar wisata.

2. Metode Praktek

Para peserta akan digiring untuk mampu menyusun pesan yang bersifat lintas budaya baik secara verbal maupun nonverbal, mampu membedakan berbagai macam pembagian objek wisata, serta mampu menerapkan sadar wisata melalui sapta pesona dan memberikan pelayanan bagi wisatawan. Kegiatan ini juga mengajarkan secara langsung dan memberi pemahaman pada peserta bagaimana seharusnya berkomunikasi dengan orang yang berbeda latar belakang budaya sehingga tidak terjadi kesalahan makna dalam berkomunikasi. Indikator pencapaian, peserta mampu membedakan beragam jenis objek wisata dari gambar-gambar yang diberikan serta peserta mampu mempraktekkan sapta pesona dan Menyusun pesan dan mempraktekan kemampuan komunikasi melalui simulasi saat ada wisatawan.

3. Metode dialog-tanya jawab interaktif

Metode ini digunakan untuk menggali lebih jauh tentang keingintahuan peserta mengenai permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi serta solusi yang mungkin diberikan menyangkut pembelajaran pelatihan komunikasi komunikasi di bidang pariwisata. Indikator pencapaian keberhasilan dari kegiatan ini adalah kepada peserta pelatihan diharapkan dapat memberikan penjelasan Kembali terkait potensi wisata yang ada di Kabupaten Pelalawan. Peserta menyampaikan kendala yang dihadapi di lapangan Ketika memberikan pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten

Pelalawan. Pelatihan ini diharapkan pokdarwis mampu memberikan pelayanan melalui komunikasi efektif, pemahaman lintas budaya, dan pemahaman sadar wisata serta kemampuan komunikasi yang baik untuk menciptakan kesan pada wisatawan sehingga mau berkunjung Kembali dan menyebarkan informasi terkait wisata di Kabupaten Pelalawan.

Hasil dan Pembahasan

Pandemi covid 19 memukul sector pariwisata dan pelaku bisnis kreatif yang terlibat di dalamnya. Bagaimana seharusnya para pelaku bangkit dan dapat memberikan kesan baik bagi para wisatawan yang saat ini sudah mulai Kembali berdatangan. Salah satunya melalui kemampuan komunikasi dari para pelaku terlibat dalam sector pariwisata. Dalam kegiatan pengabdian ini diberikan pelatihan kepada Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Kabupaten Pelalawan. Kunci dari pengutatan sector pariwisata di masa pandemic adalah mengelola aset dan mempertahankan pelanggan selama mengarungi masa-masa sulit. Hal ini dapat dilakukan bila memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Melalui komunikasi dapat menciptakan persepsi di benak wisatawan, persepsi berubah menjadi kesan. Sehingga membuat wisatawan betah dan Kembali untuk datang berkunjung.

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kabupaten Pelalawan khususnya bagi Pokdarwis merupakan proses belajar dan pengalaman para Pokdarwis dan Karang Taruna, berupa Proses perubahan tingkat kesadaran subyektif yang pasif menjadi tingkat kesadaran yang tinggi/aktif dalam menerjemahkan realitas. Pengalaman ini menjadi bekal pengetahuan mereka untuk melakukan aktivitasnya dalam mempromosikan destinasi wisata di Kabupaten Pelalawan. Keberadaan Pokdarwis ini sangat penting, karena mereka merupakan salah satu pemangku kepentingan yang merupakan mitra pemerintah Kabupaten Pelalawan dalam pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Oleh karena itu, Pemerintah perlu menjaga kemitraan tersebut, karena menurut (Hayati, 2017), kemitraan dapat mengkolaborasikan berbagai sumber daya potensial untuk mencapai tujuan yang sama. Namun demikian, kemitraan dapat terwujud apabila di antara pemangku kepentingan memiliki kesamaan pemikiran, dan kepercayaan (Rahajeng & Manaf, 2015).

Pokdarwis merupakan sumber daya potensial yang memiliki kesamaan pemikiran, dan kepercayaan di antara anggotanya dalam membantu pemerintah Kabupaten Pelalawan karena kemampuannya dalam memberikan pemahaman sadar wisata bagi masyarakat sekitar dan juga kemampuan dalam memberikan informasi kepada para wisatawan. Berdasarkan Observasi dan pertemuan dengan anggota Pokdarwis yang masuk kategori usia muda juga dekat dan lekat dengan teknologi. Sehingga memiliki kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai alat utama bagi Pokdarwis dalam mempromosikan Objek Wisata yang ada di Kabupaten Pelalawan, khusus wisata Bakudo Bono. Media sosial ini disebut sebagai komunitas daring. Komunitas ini menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berpromosi, sosialisai dan berkomunikasi baik dengan pengguna lain maupun dengan anggota komunitasnya sendiri. (Wenday, 2016). Perilaku penggunaan media sosial oleh mereka dapat dilihat dari pemilihan kontennya, partisipasi dalam merespon (like), dan partisipasi dalam memberi komentar. Dimana berdasarkan

diskusi yang telah dilakukan saat kegiatan PKM, peserta menyampaikan bahwa memproduksi konten untuk promosi melalui media social.

Dalam memproduksi konten informasi wisata, para peserta tidak memiliki kemampuan khusus. Hanya memproduksi dengan foto dan memposting di Instagram masing-masing. Pada kegiatan pengabdian ini, tim memberikan informasi dan pemahaman mengenai proses memproduksi pesan yang dapat digunakan sebagai media promosi pariwisata khususnya melalui media social. dalam pelatihan di mulai dengan mengumpulkan informasi terkait dengan objek-objek wisata yang ada di kabupaten pelalawan. Ditemukan banyaknya pemberitaan mengenai objek wisata di pelalawan, khusus yang terkait ombak Bono. Ombak Bono yang identik dikenal dengan Bakudo Bono, namun belum ditemukan peserta pokdarwis yang menyuguhkan informasi berita cerita atau arasi terkait Bakudo Bono yang disuguhkan dalam Bahasa asing.

Objek wisata bono menjadi nilai jual tersendiri bagi wisatawan mancanegara, dimana pada bulan November akan diadakan ajang tahunan yang diikuti oleh pelancar internasional. Tahun ini sudah konfirmasi sebanyak 14 negara yang akan hadir. Ada cerita di balik Ombak Bono yang melegenda, ada cerita rakyat. Namun, peserta kegiatan pelatihan belum mampu menyampaikan cerita tersebut dalam Bahasa asing yang baik. Kemampuan pemahaman bahasa merupakan bagian yang penting yang juga harus dimiliki oleh para pelaku wisata.

Dalam pelatihan kemampuan komunikasi. Hal ini juga menjadi bagian penting. Tim memberikan arahan dan contoh-contoh bagaimana di Malaysia, kemampuan Bahasa asing pelaku wisata juga masih didominasi oleh dialek lokal, namun para pelaku tetap berinteraksi dengan Bahasa asing. Dalam pelatihan ini juga diberikan pemahaman terkait Komunikasi Lintas Budaya. Karena objek wisata Bono, masyarakat Pelalawan setiap tahun akan dikunjungi oleh banyak wisatawan asing, sehingga harus mampu beradaptasi dan memiliki kemampuan komunikasi lintas budaya. Kompetensi komunikasi lintas budaya adalah kesan bahwa suatu perilaku yang tepat dan efektif dalam konteks tertentu. Para pelaku wisata khususnya Pokdarwis harus mampu melakukan interaksi yang baik dengan para wisatawan. Dalam komunikasi dikenal istilah interaksi simbolik. Ralph LaRossa dan Donald C. Reitzes (dalam West dan Turner, 2009: 98) mengatakan ada tiga tema besar yang bisa dipelajari dengan interaksi simbolik, yaitu: (1) Pentingnya makna bagi perilaku manusia, (2) Pentingnya konsep mengenai diri dan (3) Hubungan antara individu dengan masyarakat.

Pokdarwis perlu memahami pentingnya makna dalam proses komunikasi yang dilakukan dengan wisatawan maupun dengan masyarakat setempat. Pemaknaan melalui media social juga perlu diketahui. Dalam pelatihan ini diberikan contoh, bagaimana pentingnya narasi dan cerita terkait "bakudo bono" perlu disampaikan. Dikarenakan para wisatawan datang tidak hanya untuk menikmati ombak bono saja, namun juga tentu ingin mengetahui cerita di baliknya. Pemaknaan keramahan dalam bidang pariwisata juga perlu dipahami. Pokdarwis juga harus memahami konsep diri. Dalam hal ini menunjukkan bagaimana konsep diri masyarakat pelalawan yang ramah, berinteraksi dengan dialek lokal namun menggunakan Bahasa asing. Hubungan antar individu dapat dilakukan dengan membangun hubungan baik dengan wisatawan melalui komunikasi interpersonal. Setiap orang selalu ingin dianggap istimewa. Hal ini berlaku dalam sektor

pariwisata. Tujuan nya untuk menciptakan kesan baik sehingga Kembali datang berkunjung.

Dalam proses berukar informasi perlu kemmapuan komuniaksi bermedia social yang baik. Penggunaan media sosial yang mengedepankan persebaran informasi merupakan sistem viral yang dilakukan oleh para penggunanya. (Wiwiek, 2016) Pemanfaatan instagram sebagai media untuk bertukar informasi menunjukkan bahwa media ini merupakan sumber informasi yang penting, karena sangat mudah dan praktis dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Selain sebagai media informasi, media social, khususnya Instagram dan youtube juga digunakan untuk Pokdarwis untuk hiburan. Kreativitas yang terdapat dalam media sosial sangat memungkinkan penggunanya untuk memanfaatkan media tersebut untuk sekedar memperoleh hiburan sesuai dengan kebutuhannya. Para anggota merasa puas, karena bisa mengalihkan perhatiannya dari sesuatu yang membosankan ke arah suasana hati yang lebih baik. Hiburan ini merupakan komponen kepuasan (Innova, 2016). Instagram ini dapat membangkitkan pengalaman yang menyenangkan, karena memiliki daya tarik, keseruan, dan tren yang berkembang di dalamnya, sehingga konten- kontennya secara estetika menyenangkan bagi audiens. (Ayutiani, & Putri, 2018).

Berdasarkan diskusi yang berlangsung saat pelatihan, pengguanan media social masih adalm konteks kebutuhan pribadi. Salah satu peserta Pokdarwis mempertunjukan produksi konten berupa video dimana mereka mengguankan papan surving dan bermain selancar di danau Tajwid, bukan di daerah Bono. Diamna dalam video memperlihatkan papan selancar di Tarik oleh perahu dan pengambilan gambar di waktus ore sehingga memperlihatkan indahnya langit sore. Ketika ditanyakan apakah video tersebut di unggah di media social, pokdarwis mengatakan belum. Karena itu hanya untuk hiburan kamis aja. Padahal video tersebut emnarik dan penih kesenangan yang emnjadi tujuan dari berwisata. Namu dinyatakan bahwa ada beberapa foto dan video yang doungeah dalam Instagram pribadi.

Dalam pelatihan ini disampaikan juga pemahaman mengenai kekuatan media social yang dahsyat saat ini. Sehingga disarankan untuk juga mengunggah dalam media social pokdarwis dan di tadai ke dians pariwisata. hal ini juga berguna untuk meningkatkan webometric pemerintah daerah. Dalam pelatihan kemmapuan komunikasi di bidang wisata yang diikuti podarwism diberikan juag pemahaman terkait jenis-jenis objek wisata. Para peserta tidak mengetahui jika terdapat bnyak pembagian jenis objek wisata. Namun peserta mengetahui berapa saja diantara nya wisata kuliner. Berikut diberikan materi dan pemahaman terkait jenis-jenis wisata kepada para peserta pelatihan yang terdiri dari pokdarwis dan karang taruna kabuapten pelalawan.



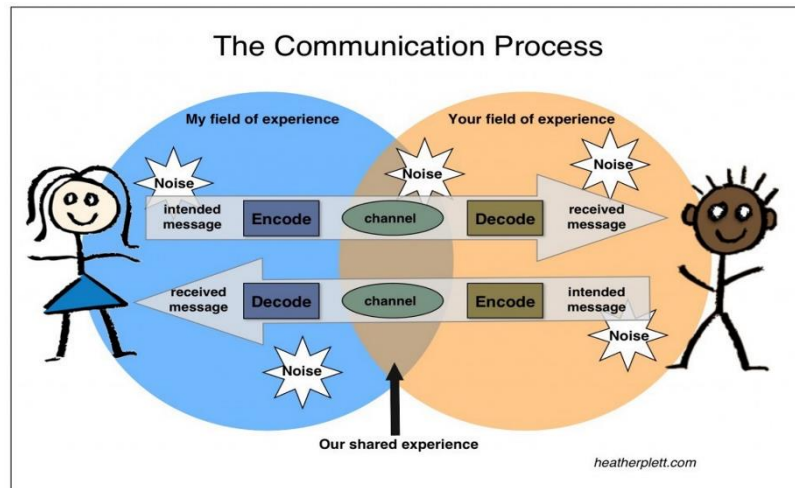
Gambar 1. Materi mengenai jenis-jenis wisata

Berdasarkan gambar tersebut terdapat 6 jenis wisata yang ada di Kabupaten Pelalawan, yakni: wisata Budaya, Petualangan, Olahraga, Industri, Kuliner, dan Alam. Sedangkan wisata Kesehatan belum ada dan tidak menjadi objek wisata di Kabupaten Pelalawan. Dari keenam jenis wisata, wisata olahraga surfing melalui objek wisata Bakudo Bono yang setiap tahun sudah diadakan event internasional yang menjadi objek wisata asorotan. Karena ketika event berlangsung juga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Pokdarwis juga ada secara mandiri melakukan promosi wisata bakudo bono pada lapak-lapak media sosial mereka. Juga di suguhkan paket-paket wisata ketika event berlangsung. Salah satunya adalah menyediakan homestay dari rumah-rumah penduduk setempat ketika event.

Taman nasional Tessojilo yang merupakan wisata cagar alam menjadi objek wisata juga bagi peminat internasional. Berdasarkan diskusi dengan kepala dinas Pariwisata Kabupaten Pelalawan disampaikan bahwa telah dirancang paket wisata bagi pecinta alam berupa wisata sensasi tinggal di tengah hutan. Wisata petualangan berada di daerah Kuala Terusan yang disingkat dengan KUTE. Danau Tajwid menjadi salah satu objek wisata di daerah ini. Wisata petualang disediakan bagi para wisatawan seperti pada gambar. Berdasarkan diskusi dengan Pokdarwis juga disampaikan adanya wisata sensasi makan di atas sampan di tengah danau tajwid ini. Makanan yang disajikan berupa makanan khas Melayu Pelalawan. Dalam perahu tradisional yang besar berisi 10 orang lalu di bawa ketengah danau dan makan Bersama di dalam perahu. Hal ini merupakan kombinasi dari wisata kuliner dan petualangan.

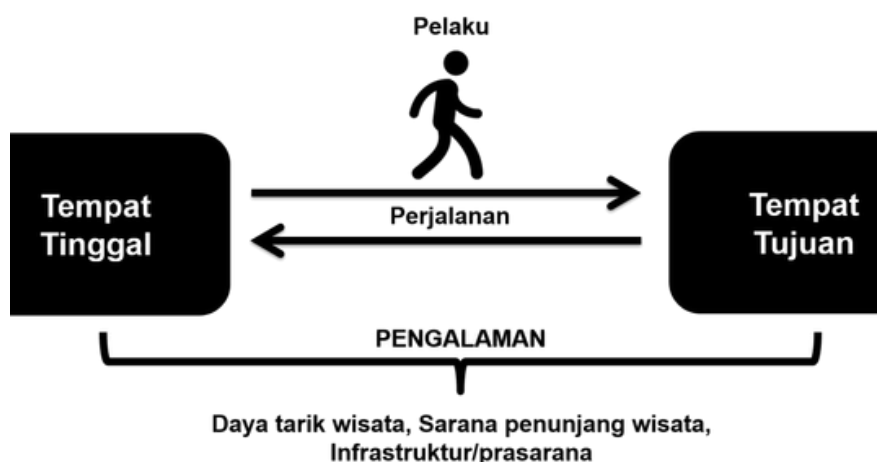
Berdasarkan diskusi pada pelatihan komunikasi yang dilakukan bagi Pokdarwis disampaikan bahwa masih belum begitu banyak peminat terkait objek wisata Tajwid ini. Karena wisatawan yang datang ke Pelalawan lebih banyak hanya mengenal Bono. Padahal jika dilihat dari ulasan media massa online, banyak yang mengulas terkait Danau Tajwid, bahkan diberi headline "surga yang tersembunyi". Hal ini bisa terjadi salah satu nya dikarenakan kemampuan komunikasi dan penyebaran informasi serta kemampuan komunikasi persuasif yang masih kurang massif dilakukan oleh peserta. Bahkan para peserta banyak yang baru menyadari hal ini.

Pelatihan kemampuan komunikasi Pokdarwis di Kabupaten Pelalawan ini di tekankan pentingnya pemahaman proses komunikasi sebagai bekal awal peserta. Dalam proses komunikasi di kenal adanya pelaku komunikasi pesan, media dan umpan balik. Selain itu juga di sampaikan bahwa factor penting nya yang emnghambat komunikasi adalah adanya gangguan. Gangguan bisa berupa gangguan Bahasa, teknis, alam, dan lain. Penyuguhan ateri di berikan dengan sederhana dan menggunakan ilustrasi gambar agar mudah di pahami peserta, seperti gambar berikut:



Gambar 2. Proses komunikasi

Dalam pelatihan kemampuan komunikasi juga diberikan pemahaman tentang konsep komunikasi pariwisata bagi para peserta. Komunikasi pariwisata adalah suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah/objek wisata. Pentingnya komunikasi dalam komunikasi pariwisata adalah dalam proses pemasaran, yakni komunikator harus bijak dalam memasarkan produk wisata agar dapat menarik perhatian pelanggan untuk menggunakan produk wisata. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, tentunya seorang komunikator akan menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan pemasaran. Dalam pemahaman mengenai komunikasi pariwisata juga disuguhkan secara menarik melalui ilustrasi gambar berikut:



Gambar 3. Materi komunikasi pariwisata

Gambar tersebut memperlihatkan bagaimana transaksi wisata berlangsung. Dimana pengalaman menjadi bagian utama dalam wisata. dalam berkomunikasi pengalaman juga menjadi hal utama. Disinilah pentingnya pokdarwis memiliki kemampuan komunikasi yang efektif di bidang wisata untuk menciptakan pengalaman berwisata yang menyenangkan di Kabupaten Pelalawan sehingga membuat wisatawan Kembali lagi. Dalam diskusi yang berlangsung juga ditekankan kembali dan diingatkan kembali tentang sadar wisata karena kelompok sadar wisata yang hadir tidak semua menyadarinya dan ada yang mulai lupa. Sadar wisata merupakan posisi dan peran penting masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan baik sebagai tuan rumah (untuk menciptakan lingkungan dan suasana mendukung di wilayahnya) maupun sebagai wisatawan (untuk menggerakkan aktivitas kepariwisataan di seluruh wilayah tanah air, mengenali dan mencintai tanah air).



Gambar 4. Sapta Pesona

Sasaran utama kampanye sadar wisata di dalam negeri, selain pengelola pariwisata, adalah kepala daerah serta pengambil keputusan dan pembuat kebijakan di daerah, juga para tokoh informal seperti kiai yang disegani masyarakat. Keefektifan komunikasi kita dapat diukur tak hanya berdasarkan bukti bahwa para wisman merasa puas, tetapi juga berdasarkan keinginan mereka untuk kembali ke negeri kita. Dalam konsep sadar wisata dikenal juga Sapta Pesona, merupakan jabaran konsep SADAR WISATA yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong dan tumbuh berkembangnya industri pariwisata.

Kemampuan berkomunikasi juga diperlukan sebagai kemampuan dasar bagaimana mampu menciptakan narasi yang baik bagi para wisatawan sehingga menciptakan pengalaman baik. Pada dasarnya terdapat empat kemampuan dasar dan dijabarkan saat pelatihan dengan. Selain itu juga dijabarkan melalui ulasan contoh-contoh. Pesan adalah suatu yang tersampaikan oleh seseorang atau komunikator dalam bentuk simbol baik verbal maupun nonverbal yang dapat diterima dan dipersepsikan oleh khalayak ataupun komunikasi dalam serangkaian makna. Penggunaan bahasa dan penyusunan kalimat perkalimat dalam rangkaian struktur tertentu merupakan wujud dari simbol verbal. Dalam kajian komunikasi terdapat tiga cara teknik penyampaian pesan yaitu teknik

penyampaian pesan secara persuasi, informatif dan mendidik (Adawiyah & Arif, 2021) mengenai wisata Kabupaten Pelalawan.

Kesimpulan

Pelatihan diakhiri dengan penekanan Kembali pentingnya pkkarwis memiliki kemampuan komunikasi yang efektif terutama dalam memberikan pelayanan bagi wisatawan. Kemampuan komunikasi yang terdiri dari kemampuan berbahasa asing and pemahaman komunikasi lintas budaya, kemampuan memproduksi pesan di media social, kemampuan komunikasi non verbal, seperti kemampuan berpikir melalui interaksi simbolik. Selain itu juga perlu kemampuan dalam pemahaman pentingnya menciptakan pengalaman yang bagi wisatawan. Pengalaman menjadi bagian tak terpisahkan dalam konsep komunikasi dan wisata.

Ucapan Terimakasih

..

Referensi

- Adawiyah, D. P. R., & Arif, M. C. (2021). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang Dalam Merukunkan Penganut Sunni-Syiah. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 131– 144. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/ilkom.v13i2>
- Ayutiani, D. N., & Putri, B. P. S. (2018). Penggunaan Akun Instagram sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Profesi Humas*, 3(1), pp. 39–59.
- Bakti, I. (2018). Pelatihan Komunikasi Pariwisata Berbasis Media Sosial (Instagram) Di Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 1003-1006.
- Hayati, N. (2017). Kemitraan Sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dalam Program CSR Batik Cap Pewarna Alami di PT. Semen Gresik Pabrik Tuban. *Sosiologi USK*, 11(1), pp. 43–50.
- Innova, E. I. (2016). Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), pp. 1–11.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Martin, J. N., & Nakayama, T. K. (2003). *Intercultural Communication in Contexts*. United States: The McGrawHill Companies.
- Mulyana, D. (2000). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 8(5), 127-143.
- Kurniawati, W. D. N. (2016). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti*, 8(2), pp. 127–144. Available at: journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/download/2943/2443
- Kuswarno, E. (2009). *Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran.

- Rahajeng, M. S., & Manaf, A. (2015). Bentuk-Bentuk Kemitraan Pemerintah, Swasta dan Masyarakat dalam Upaya Keberlanjutan Program Penataan Lingkungan Permukiman Berbasis Komunitas (Studi Kasus: Kabupaten Kendal dan Kota Pekalongan). *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), 112-119.
- Wiwiek. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Pengambilan Keputusan. *Proceeding International Conference of Communication, Industry and Community* 2016.
- <https://riau.harianhaluan.com/wisata/pr-11382077/sebanyak-5568653-orang-wisatawan-datang-ke-riau-sepanjang-2019?page=all>
- <https://travel.okezone.com/read/2021/03/02/406/2370590/duh-hanya-satu-turis-asing-datang-ke-riau-sepanjang-januari-2021>
- <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/03/04/060158020/hidup-bisa-kembali-normal-dalam-waktu-dekat-apa-kata-para-ahli?page=all>